



## Intensi adopsi *e-commerce* dan aplikasi sistem akuntansi

Ferry Kosadi<sup>1</sup>, Rama Chandra Jaya<sup>1</sup>, Deni Hamdani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Membangun (Inaba), Bandung, Indonesia

### Diterima:

22 Desember 2020

### Direvisi:

26 Januari 2021,

9 Februari 2021,

19 Februari 2021

### Disetujui:

1 Maret 2021

### Korespondensi:

Ferry Kosadi

[ferry.kosadi@inaba.ac.id](mailto:ferry.kosadi@inaba.ac.id)

### DOI:

<http://dx.doi.org/10.17977/um004v8i22021p115>

### Abstract

The purpose of this research is to analyze behavioral intention to conduct online selling and adopt accounting applications, and its effect on the actual use. The research was conducted from the planning and online selling processes through e-commerce platform to the preparation of financial reports by application to measure the intention to adopt and the actual usage of information technology. The study indicates that actual usage of accounting technology is influenced by intention to adopt, with the main factors consisting of the compatibility and observability of the technology. Complexity, relative advantage, and triability are not the obstacles to adopt the accounting technology as long as the technology is user-friendly and easy to observe. Awareness of the importance of accounting information system application and the difficulty of manual accounting processes is the driver of the intention to adopt accounting technology. There are good opportunities to increase digital literacy skills through technology diffusion, which is focused on transforming business technology along with material adjustments and eliminating inhibiting factors such as difficulties in accessing digital devices and their usage.

**Keywords:** Actual Usage; Accounting Application; Behavioral Intention; Financial Report; Online Selling

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat melakukan *online selling* dan mengadopsi aplikasi akuntansi serta pengaruhnya terhadap penggunaan sebenarnya. Penelitian dilakukan dari proses perencanaan dan *online selling* pada platform *e-commerce* hingga penyusunan laporan keuangan yang menggunakan aplikasi untuk mengukur minat adopsi dan *actual usage* dari teknologi informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *actual usage* teknologi akuntansi dipengaruhi oleh adanya minat untuk mengadopsi dengan faktor utama berupa kompatibilitas dan observabilitas dari teknologi akuntansinya. Faktor kompleksitas, keunggulan relatif, dan *triability* tidak menjadi halangan untuk mengadopsi penggunaan teknologi akuntansi selama sesuai dengan kondisi penggunaannya dan mudah untuk diobservasi. Kesadaran terkait pentingnya adopsi teknologi akuntansi dan kesulitan proses akuntansi secara manual menjadi bagian dalam minat mengadopsi aplikasi sistem informasi akuntansi. Terdapat peluang yang baik untuk peningkatan kemampuan literasi digital melalui difusi teknologi yang berfokus pada transformasi teknologi bisnis disertai penyesuaian materi serta menghilangkan faktor penghambat seperti kesulitan akses pada perangkat digital dan pemanfaatannya.

**Kata kunci:** *Actual Usage*; Aplikasi Akuntansi; *Behavioral Intention*; Laporan Keuangan; *Online Selling*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia yang mencapai 49% menempati peringkat tertinggi di Asia Tenggara dengan prediksi nilai bisnis sebesar USD 130 miliar pada tahun 2025 (Das et al., 2018). Usaha baru yang memasuki platform *e-commerce* pada tahun 2018 sebesar 45,3% dengan total nilai transaksi yang terjadi sebesar Rp17,21 triliun dan jumlah transaksi sebanyak 24,82 juta transaksi (BPS, 2019 b). Data tersebut menunjukkan besarnya minat dari para pelaku usaha untuk mengadopsi *e-commerce*. Berbagai keuntungan, kemudahan, kenyamanan, perluasan jaringan bisnis, dan pasar yang ditawarkan *e-commerce* menjadi pendukung untuk pengadopsian platform *e-commerce* (Charlesworth, 2018; Laudon & Traver, 2017; O'Brien & Marakas, 2011).

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa adopsi *e-commerce* mengakibatkan peningkatan kinerja bisnis dan penjualan serta perluasan pasar (Athapaththu & Kulathunga, 2018; Aziz & Wahid, 2018; Lim et al., 2016). Dilihat dari sisi keuangan perusahaan, adopsi *e-commerce*

berpengaruh pada implementasi teknologi manajemen keuangan dan model manajemen perusahaan, termasuk masalah keamanan (Alabi, 2017; Estêvão, Carneiro, & Teixeira, 2020). *E-commerce* juga meningkatkan kinerja dan kualitas hasil dari sistem informasi akuntansi perusahaan (Abduljalil & Zainuddin, 2015; Xia, 2016; Qatawneh, 2012) karena diarahkan pada perbaikan aspek akuntansi dan perpajakan (Jones & Basu, 2002; Leonardo & Tjen, 2020; Setiawan et al., 2019; Wiratama, Asri, & Tangke, 2020). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce*, termasuk berbagai fitur yang ditawarkan oleh platform digital, berdampak positif pada peningkatan performa bisnis, walaupun masih disertai dengan berbagai kendala teknis terutama pada aspek sumber daya manusia dan akuntansi dalam mengadopsinya (Blount, Castleman, & Swatman, 2005; Chulián, 2011; Sangster, Stoner, & Flood, 2020). Penelitian terdahulu cenderung dilakukan secara khusus dengan orientasi pada kinerja bisnis, penjualan, sumber daya manusia ataupun keuangan dan akuntansi, sedangkan penelitian ini menganalisis adopsi teknologi informasi dari sejak proses perencanaan penjualan hingga proses pelaporan keuangannya.

Penelitian terdahulu banyak membahas adopsi *e-commerce* oleh pelaku usaha (Nuryahya, Ichšana, & Andini, 2019), serta persepsi mahasiswa pada edukasi teknologi digital yang menemukan kebutuhan perubahan kurikulum dan pola proses pembelajaran praktis (Al-Htaybat, von Alberti-Alhtaybat, & Alhatabat, 2018; Holmwood & Servós, 2019) they are facing challenges from new providers facilitated by new technologies. Here, we propose an analysis of three challenges to established understandings of higher education: Digitalisation, Commodification and Precarity. Each of them proceeds through claims to disrupt established hierarchies, representing the existing university system as a form of cartel that embodies the interests of knowledge 'producers' against those of 'consumers' of knowledge, or the wider publics that fund it. In this way, a particular idea of the university as a 'bundle of functions' is challenged, with those functions disaggregated and addressed separately as problems for technical solution. What is at stake, we shall suggest, is both social and epistemological. Social in the sense that the university is re-directed from serving the public good (including conceptions of economic benefit. Penelitian ini mengarahkan pada proses pembelajaran melalui praktek bisnis *online* disertai dengan proses penyusunan laporan keuangan secara berkelompok melalui *online learning*, disertai dengan target secara personal untuk menganalisis perilaku inovasi teknologi pada bisnis *online* dan penyusunan laporan keuangan. Penelitian ini berhubungan dengan kesiapan mahasiswa dalam adopsi teknologi informasi pada bisnis *online* dan teknologi akuntansi secara bersamaan melalui proses simulasi bisnis *online* dan pelaporan keuangan praktis. Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat memberikan hasil berupa minat (*behavioral intention*) mahasiswa pada bisnis *online* dan penggunaan aplikasi akuntansi berbasis teknologi informasi dalam penyusunan laporan keuangan dan kesiapan pada peningkatan literasi digitalnya.

Secara khusus, kendala pada sistem akuntansi tampak jelas pada kinerja dan kualitas hasil dari laporan keuangan UMKM. UMKM menempati 99% dari keseluruhan pelaku usaha di Indonesia (BPS, 2019 b), tetapi hanya 7,52% yang melakukan pelaporan keuangan (BPS, 2019 a). Hal ini mengindikasikan adanya kendala dalam akuntansi dan penyusunan laporan keuangan. Kendala teknis tersebut terkonfirmasi dari beberapa penelitian antara lain yang berkaitan dengan penyusunan laporan keuangan formal (Deloitte, 2019; Pincus et al., 2017; Rudiantoro & Siregar, 2012).

Penggunaan *online sales, payment method* dan *delivery* yang bisa dimanfaatkan pada adopsi *e-commerce* tidak disertai dengan kemampuan kinerja akuntansi dan laporan keuangan, sehingga hal ini menjadi indikasi kebutuhan proses percepatan adopsi *e-commerce*. Kesiapan berbagai aspek termasuk sumber daya manusia (SDM) untuk mengadopsi teknologi digital diperlukan untuk bisa memanfaatkan *e-commerce* secara optimal dan mendorong pelaku usaha memasuki *Digital Economy* dan *Digital Society (Industry 5.0)*. Sinergi, kolaborasi, dan kesiapan dari berbagai pihak seperti masyarakat, perguruan tinggi, praktisi dan profesional menjadi bagian penting untuk bisa berperan sebagai penumbuh kembang *Digital Talent*. Salah satu strategi untuk peningkatan dan pengautan perekonomian dengan *electronification* adalah melalui fasilitasi model bisnis dan inovasi yang mengoptimalkan sumber daya, disertai dengan edukasi dan monitoring serta dukungan regulasi. Penyiapan dan penyelarasan SDM bisa dilakukan melalui edukasi implementasi di bidang akuntansi yang berbasis informasi teknologi secara formal maupun informal. Penelitian terdahulu menyatakan adanya *gap* antara penempatan teknologi dan *automation* dalam pekerjaan akuntansi dan keuangan dengan keterampilan dan kompetensi yang berkembang baik di pasar kerja maupun dalam profesi akuntansi (Pincus et al., 2017). Profesi akuntansi diperkirakan akan mengalami perubahan yang signifikan di masa depan dengan perkembangan teknologi dan otomatisasi sehingga lulusan akuntansi perlu dididik untuk tugas dan posisi baru dan berbeda (Holmwood & Servós, 2019).

Penggunaan *cloud computing, eXtensible Business Reporting Language (XBRL)* serta data analitik dalam bisnis mengubah cara perusahaan dalam melaporkan kinerja keuangan, sehingga

mengakibatkan tingginya permintaan atas keterampilan Teknologi Informasi (TI) bagi para profesional di bidang akuntansi (Pan & Seow, 2016). Disamping itu, digitalisasi juga terjadi di lingkungan akademik yang berkontribusi pada peningkatan kemampuan digital seluruh stakeholder akademik termasuk mahasiswa (Tømte et al., 2019).

Salah satu hal yang menarik dan kontradiktif pada proses pendidikan digital adalah bahwa keikutsertaan (*engagement*) dalam *Technology Enhanced Learning* (TEL) tidak memengaruhi kemahiran dan keterampilan digital siswa serta tidak memengaruhi nilai akhir pembelajaran siswa (Bergdahl, Nouri, & Fors, 2020). Penelitian Bergdahl, Nouri, & Fors (2020) membedakan *setting* TEL dengan *analog learning* dan juga membedakan konstruk *behavioral, cognitive, emotional, dan social aspects*. Jika institusi pendidikan berkeinginan untuk meningkatkan digital skills, maka diperlukan investasi untuk penguatan siswa. Fungsi kebersamaan dalam grup sesama siswa dan dukungan pembimbing dalam lingkungan sosial secara *online* serta kemampuan individu untuk menciptakan keseimbangan dengan rekan dan pembimbing menjadi bagian penting dalam peningkatan kemampuan digital. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa peningkatan kemampuan digital tidak hanya melalui proses pembelajaran berbasis digital secara formal, namun terdapat faktor lain yang berpengaruh pada peningkatan kemampuan melalui iklim digitalisasi pada lingkungan individu yang bersangkutan. Faktor tersebut antara lain partisipasi aktif, keterlibatan dan ketekunan peserta didik dalam kegiatan pembelajaran, aspek emosional, serta keterikatan kognitif yang mengacu pada konsentrasi dan upaya penguasaan suatu mata pelajaran. Faktor penentu keberhasilan lainnya yang berperan dalam peningkatan pemahaman digital adalah keterhubungan dalam kerja kelompok, kehadiran pembimbing (Guru/Dosen) dalam lingkungan *online*, serta kemampuan untuk menyeimbangkan kemampuan digital dengan anggota kelompok (Bergdahl, Nouri, & Fors, 2020).

Dari beberapa fakta tersebut, terdapat peningkatan prasyarat dan kriteria yang menjadi tuntutan bagi profesi akuntansi dalam bidang teknologi informasi. Kemampuan teknis aplikatif dalam mengelola data hingga menjadi laporan keuangan menempatkan profesi akuntan untuk menguasai inovasi teknologi informasi. Pada satu sisi, masih terdapat ketimpangan antara adopsi teknologi *e-commerce* pada bidang penjualan dan pemasaran dengan penyusunan laporan keuangan dan penggunaan akuntansinya. Di sisi lain, peningkatan penguasaan teknologi menjadi lebih tinggi sehingga kesenjangan pada bidang akuntansi dan penyusunan laporan keuangan menjadi tantangan bersama diantara pelaku yang terkait pada bidang tersebut. Lulusan diharapkan dapat turut serta berkontribusi pada proses transformasi teknologi sehingga perlu dipersiapkan dalam memasuki dan beradaptasi dengan transformasi teknologi bisnis dan akuntansi.

Temuan yang bersifat kontradiktif dari Bergdahl, Nouri, & Fors (2020) menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian ini. Penelitian ini mengasumsikan responden yang terlibat dalam penelitian akan mampu memasuki *platform e-commerce* maupun aplikasi akuntansi tanpa bimbingan teknis. Bimbingan diarahkan pada konseptual proses persiapan promosi dan penjualan serta target pelaporan keuangannya. Responden hanya diarahkan pada persiapan *business plan* dengan kebebasan memilih aplikasi berbasis teknologi untuk membuatnya dan melaksanakan yang telah direncanakan melalui pola kerjasama yang dibangun bersama kelompoknya. Responden juga dipersilahkan memiliki *platform web-commerce* atau *social-commerce* serta melakukan pelaporan keuangan dengan menggunakan teknologi informasi akuntansi berbasis *android* atau *desktop*. Responden diminta untuk langsung melakukan aktivitas transaksional pada *platform* digital sejak promosi, penjualan, hingga penggunaan aplikasi akuntansi sehingga ada *sharing* penggunaan teknologi di antara anggota kelompok melalui target dan pengerjaan secara individual. Panduan dan observasi setiap minggu dilakukan pada aspek promosi, penjualan, dan pencapaian target, serta pelaporan keuangan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi minat penggunaan teknologi bisnis khususnya penjualan *online* dan teknologi informasi akuntansi pada mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga menganalisa kesiapan mahasiswa melalui peningkatan literasi teknologi digital dalam proses pembelajaran praktis. Dalam proses penelitian ini, kerjasama tim atau keterlibatan pada digital bisnis dan penyusunan laporan keuangannya dilakukan bersama dengan rekan (Bergdahl, Nouri, & Fors, 2020). Hal ini menjadi salah satu pertimbangan dengan membentuk pola pada pengerjaan yang dilakukan bersama, tetapi dengan target penjualan spesifik tiap personel dengan penyusunan laporan keuangan. Kebaruan dalam penelitian ini adalah penggunaan konstruk *online sales* dan pelaporan keuangan berbasis teknologi informasi yang digunakan secara bersamaan untuk melihat dan menganalisis perilaku minat adopsi teknologi.

## Penjualan Online

Peningkatan layanan internet memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk menemukan produk yang diinginkan, meningkatkan ketergantungan konsumen, dan memberikan pengalaman

belanja secara *online*, serta memberikan peningkatan signifikan bagi *retailer* untuk mengarahkan sumber dayanya pada laman penjualan *online* (Harrington, Boyson, & Corsi, 2011). Peluang besar bisnis bisa didapatkan dengan terjadinya *sales order* dalam *multichannel database* dari pelanggan yang terjadi secara *realtime* atau mendekati *realtime*. Perusahaan penjual dapat mencapai banyak tujuan bisnisnya melalui *business intelligence* (BI) yang disediakan penyedia layanan sehingga dapat meningkatkan profil penjualan, riwayat penjualan, promosi dan target pemasaran sesuai dengan tujuan bisnis melalui analisis dari pola perilaku pembelian konsumen untuk kebutuhan peramalan penjualan (Harrington, Boyson, & Corsi, 2011). Kemampuan *online sales* meliputi perluasan lini produk yang ditawarkan kepada pelanggan *online*, perpindahan produk dengan kecepatan tinggi serta pemenuhan atas harapan pelanggan yang disertai pemenuhan prinsip dasar layanan *end-to-end logistic* berupa layanan informasi dan solusi layanan yang berlaku umum, fokus pada kualitas dan ketersediaan produk serta pengiriman yang cepat ke pelanggan (Reynolds, 2004, p. 248). Masalah yang sering terjadi dalam penjualan *online* adalah seperti pembelian *online* melalui *website* yang terhenti hanya sampai pada keranjang belanja sehingga tidak terjadi transaksi (Laudon & Traver, 2017). Selain itu, penggunaan *social marketing* menjadi pendorong peningkatan pendapatan dan *social media networking* menjadi bagian dari penjualan *online ecommerce* dengan kekuatannya berupa penggunaan *social media* oleh setiap orang yang terhubung melalui media pertemanan (Laudon & Traver, 2017, p. 432).

Minat pembelian *online* dipengaruhi oleh norma subyektif, persepsi kemudahan penggunaan, dan minat untuk membeli berpengaruh pada perilaku pembelian (Lim et al., 2016). Penjual harus berupaya maksimal untuk berkomunikasi dengan pembeli agar terjadi transaksi (Athapaththu & Kulathunga, 2018; Aziz & Wahid, 2018) *social influence*, *self-image* and *moderating effect of demographic factors* (gender and ethnic group). Selain itu, *web content* dan *trust* memiliki pengaruh pada minat untuk membeli (Athapaththu & Kulathunga, 2018). Secara menyeluruh, *online sales* mempunyai peluang tinggi untuk meningkatkan pendapatan. Penggunaan *social media networking* juga memberikan peluang yang lebih baik dibandingkan *website* karena adanya lingkungan keterhubungan yang lebih baik di antara penggunanya. *Web content* serta faktor kepercayaan menjadi hal yang penting untuk mempengaruhi minat pelanggan untuk membeli dan tidak membutuhkan kesiapan serta biaya investasi yang tinggi untuk memasuki platform *e-commerce*.

Berdasarkan pada eksplorasi konseptual dan hasil penelitian terdahulu, dimensi yang menjadi fokus penelitian ini adalah melakukan perencanaan dan penjualan secara *online*, menentukan target dan segmen produk, melakukan promosi *online* dan menilai keberhasilan penjualan *online*. Tahapan proses dibagi menjadi beberapa yang meliputi penjelasan mengenai tujuan dan perencanaan bisnis bersama tim, penentuan produk dan variannya termasuk rencana penggunaan media promosi dan *platform digital*, disertai dengan perencanaan pendanaan tim, penentuan segmen dan target penjualan serta analisa kompetisi dari produk sejenisnya juga *positioning* pada lingkungan pasarnya (Sacrborough & Cornwall, 2016, pp. 54–56). Proyeksi penjualan dengan target tiap anggota ditentukan pada tahap perencanaan ini. Hipotesis yang dibangun adalah penjualan *online* berpengaruh pada minat adopsi teknologi (*behavioral intention of technology*).

## Akuntansi, Sistem Informasi Akuntansi, dan Aplikasi Akuntansi

Akuntansi adalah bahasa bisnis untuk melaporkan kegiatan ekonomi dan mengkomunikasikan informasi keuangan bisnisnya kepada pengguna (Warren et al., 2018). Sistem akuntansi terdiri dari berbagai subsistem yang didesain untuk memproses prosedur spesifik secara *sequential* yang dikenal dengan siklus akuntansi (Romney & Seteinbart, 2018). Dalam perkembangannya, siklus akuntansi bisa dilakukan melalui implementasi *Electronic Data interchange* (EDI) dan *Electronic Fund Transfer* (EFT) (Deshmukh, 2006). Aplikasi akuntansi merupakan bagian dari sistem informasi akuntansi (SIA) yang harus mempunyai kemampuan dalam menangkap, mencatat dan memproses semua transaksi keuangan (Turner, Weickgenannt, & Copeland, 2017). Integrasi aplikasi akuntansi dalam *internet* dan *Enterprise Resource Planning* (ERP) serta *Supply Chain Management* (SCM) berbasis *web* (Turban, Aronson, & Liang, 2005) menjadi pendorong yang memaksa semua pihak secara global untuk merubah cara dalam menyediakan dan mengkomunikasikan informasi secara *virtual* dan terintegrasi kepada semua *stakeholder* di dalam *supply chainnya* (Khosrow-pour, 2018).

Ketika proses transaksi dan akuntansi manual berubah melalui transformasi digital maka terjadi perubahan metode dan teknik pada prosesnya. Tahapan pertama adalah proses menangkap data (*data capture*) dan memasukan data ke dalam catatan perusahaan. Hal ini bisa dilakukan secara manual dan dilanjutkan dengan pencatatan data dengan komputer yang belum terintegrasi dalam sebuah sistem informasi atau dapat juga dikategorikan sebagai proses semi manual. Bentuk lain keterlibatan sistem informasi akuntansi berbasis komputer adalah pada saat proses pencatatan transaksi menggunakan

aplikasi sistem informasi dengan berbasis *database management system* (DBMS) yang selanjutnya dapat dieksplorasi dan diproses ke dalam berbagai bentuk hasil olahan sistem termasuk proses pelaporan keuangan yang terintegrasi. Selain itu, integrasi yang lebih lanjut atau otomatisasi penuh dari mulai proses transaksi sudah menggunakan berbagai alat *electronic data capture* (EDC) yang terkoneksi pada DBMS internal secara *online* sehingga selanjutnya eksplorasi data dapat dilakukan dan hasilnya didistribusikan ke semua pengguna internal maupun eksternal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bentuk pengolahan akuntansi terdiri dari tiga kelompok yaitu: semi manual, semi otomatis, *full* otomatis. Bentuk ketiga ini yang disebut sebagai *digitalization* yang berbasis pada pengolahan *machine-to-machine* sehingga *digital accounting* menjadi bagian dari *supply chain* pada *global chain digital business*. Ketiga model tersebut tetap membutuhkan kemampuan baik pada bidang akuntansi maupun teknologi, dengan tuntutan kemahiran tertinggi ada pada model ketiga.

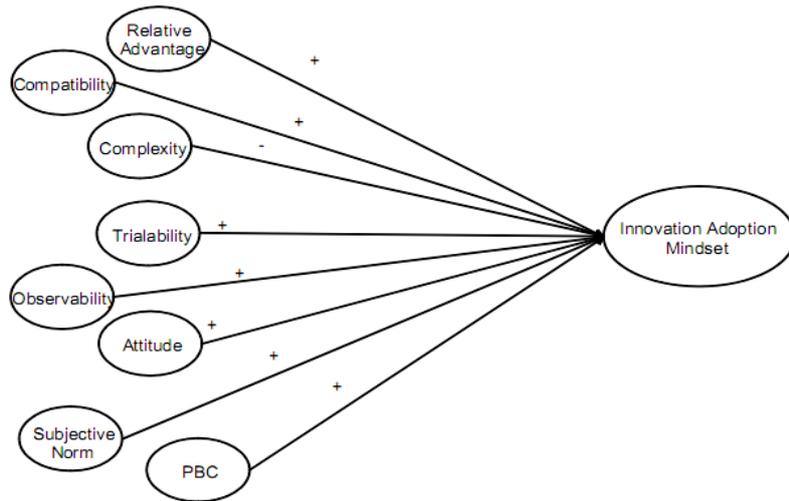
Penelitian terdahulu mengindikasikan adanya peningkatan tinggi terkait permintaan keterampilan teknologi informasi tingkat lanjut pada profesi akuntansi sehingga membutuhkan revisi kurikulum akuntansi (Pan & Seow, 2016) the emergence of cloud computing, eXtensible Business Reporting Language, and business analytics in recent years have transformed the way companies report financial performance and make business decisions. As a consequence, there is a surge in demand for advanced IT skills among accounting professionals. In this research, we aim to review selected articles published between 2004 and 2014 based on selected search phrases. The outcome of the review may serve as an important input for current and future accounting curriculum revisions (Pan & Seow, 2016). Peningkatan interaksi *human-machine* yang semakin kuat membutuhkan seperangkat kemampuan yang lebih baik secara individual untuk menghadapi masa depan pada bisnis, akuntansi, serta audit (Kruskopf et al., 2020). Peningkatan kemampuan melalui pelatihan dan pendidikan yang *massive* secara rutin sangat diperlukan pada bidang akuntansi untuk mengatasi model bisnis yang berubah. Profesi akuntan perlu untuk mengikuti transformasi tersebut secara aktif dengan berfokus kepada teknologi baru dan transformasi digital, serta faktor-faktor pengganggu dalam pengembangan kemampuan dan kecerdasan digital (ACCA, 2017; Afiah, 2018).

### Perilaku Minat Menggunakan Teknologi Informasi

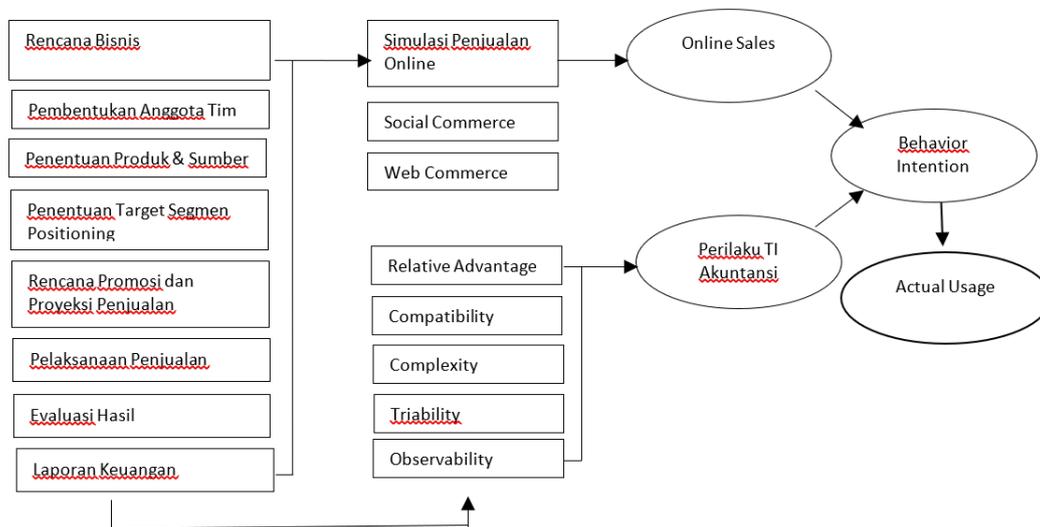
Terdapat beberapa teori berperilaku terkait teknologi informasi diantaranya adalah *Theory of Reason Action* – TRA (Fishbein & Ajzen, 1975). *Attitude* dan *subjective norm* berpengaruh pada niat (intention), sedangkan sikap (*attitude*) dipengaruhi oleh keyakinan (*beliefs*). Teori ini kemudian berkembang menjadi *Technology Acceptance Model* – TAM dengan *perceived of usefulness & perceived ease of use* (PU & POEU) untuk menguji validitas atas keberlangsungan atas penggunaan inovasi (Abduljalil & Zainuddin, 2015). Selain itu, TRA juga bertransformasi menjadi *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan perilaku terencana dan aspek kognitif diri sendiri yang menentukan tindakan dan tidak berdasarkan disposisi sosial. *Self Determination Theory* – SDT (Deci & Ryan, 1985) adalah teori yang menentukan nasib sendiri dengan kriteria pada otonomi, keterkaitan dan kompetensi untuk meningkatkan kepuasan pengguna yang memberikan pengaruh pada pertumbuhan dan intervensi atas motivasi orang lain. *Diffusion of Innovation Theory* (DIT/IDT) merupakan ide, praktik atau objek yang dianggap baru pada suatu kelompok atau individu. *Difusi* merupakan suatu proses pengomunikasian suatu inovasi dari waktu ke waktu, sedangkan adopsi adalah keputusan untuk menggunakannya (Rogers, 2003). Terdapat proses dan karakteristik untuk melakukan adopsi yaitu keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan diuji coba dan kemampuan diamati (Rogers, 2003). Dari teori ini dikembangkan *Innovation Adoption Behavior* (IAB) yang diadopsi dari Ajzen dan Rogers (Weigel et al., 2014) sehingga menjadi keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan uji dan kemampuan pengamatan, sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.

*Meta analysis* Weigel (2014) menemukan hal-hal yang memengaruhi adopsi secara berurutan yaitu perilaku yang direncanakan, kompatibilitas, keuntungan relatif, kontrol perilaku, kemampuan pengamatan, norma subyektif, kompleksitas (Gambar 1). Abduljalil & Zainuddin (2015) menunjukkan sikap berperan adalah mediasi antara karakteristik teknologi informasi dan niat mengadopsi dengan pertimbangan penting pada sikap pembuat keputusan pada rencana adopsi.

Penelitian terkait dengan penggunaan teknologi informasi akuntansi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari pendidikan dan pelatihan menggunakan aplikasi SAP *Finance* terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*; *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavior intention*, tetapi hubungan antara *perceived usefulness* dengan *behavioral intention* tidak signifikan (Hakim, 2019). Penelitian lain yang menggunakan TAM menunjukkan bahwa komitmen dari top manajemen, *self-efficacy*, dan *perceived usefulness* memengaruhi penerimaan SIA dengan aplikasi akuntansi, tetapi tidak terdapat kejelasan atas transisi manual ke sistem berbasis teknologi



Gambar 1. *Innovation Adoption Behavior* - IAB (Sumber : Weigel et al., 2014)



Gambar 2. Kerangka Konseptual

(Riani & Rasmini, 2020). Kedua penelitian tersebut mengindikasikan bahwa minat menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan atas sistem, serta keyakinan kemampuan pengguna dalam menggunakan sistem tersebut, selain disertai dengan komitmen yang kuat dari manajemen.

Pada penelitian ini, pendekatan keperilaku digunakan untuk mengevaluasi persepsi dan minat adopsi teknologi dengan menggunakan IBA (Weigel, 2014) tanpa menggunakan *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control* dan hanya pada *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *triability*, dan *observability* yang memengaruhi *behavioral adoption intention* pada teknologi akuntansi atau aplikasi akuntansi yang juga dikaitkan dengan penjualan online dengan objek mahasiswa sebagai pelaku usaha.

Secara keseluruhan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

- Ha1 = Penjualan *online* berpengaruh pada *behavioral intention*,
- Ha2 = *Relative Advantage* berpengaruh pada *behavioral intention*,
- Ha3 = *Compatibility* berpengaruh pada *behavioral intention*,
- Ha4 = *Complexity* berpengaruh pada *behavioral intention*,
- Ha5 = *Triability* berpengaruh pada *behavioral intention*,
- Ha6 = *Observability* berpengaruh pada *behavioral intention*,
- Ha7 = *Behavioral intention* berpengaruh pada *actual usage*

Kerangka konseptual (Gambar 2) dilakukan melalui persiapan rencana bisnis dan penjualan *online* yang dibagi ke dalam beberapa tahapan sejak perencanaan produk dan bisnisnya hingga laporan keuangan, kemudian dilakukan proses penjualan *online* yang dievaluasi dan diarahkan progresnya.

Penyusunan laporan dilakukan atas transaksi keuangan yang terjadi dan disertai dengan laporan bisnis *online*. Penyusunan laporan keuangan tidak mengacu pada kriteria khusus, tetapi hanya diminta membuat laporan keuangan dari hasil proses penjualan *online*.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan pada mahasiswa peserta matakuliah *e-commerce* pada suatu perguruan tinggi di Indonesia. Sumber data primer didapat melalui instrumen penelitian berupa kuesioner yang menggunakan skala diferensial pada sampel data berjumlah 95 responden yang diambil secara acak dari 250 mahasiswa. Seluruh peserta diberikan pengarahan untuk melakukan perencanaan bisnis dan menyusun *business plan* disertai dengan penentuan produk, target dan segmen pasarnya, serta target realisasi penjualan yang diharapkan sesuai dengan kemampuan masing-masing. Responden dibebaskan untuk memilih platform *web commerce*, *social commerce* atau melakukan *hostings* sendiri selama tiga bulan. Setiap proses dimonitor dan dievaluasi perkembangannya dengan adanya laporan bulanan. Responden juga dipersilahkan memilih *platform* untuk penyusunan laporan keuangan baik yang berbasis *desktop*, *server*, ataupun *android/IOS*. Instrumen penelitian berupa kuesioner dibagi ke dalam variabel penjualan online dan minat adopsi teknologi informasi akuntansi yaitu *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *triability*, dan *observability*. Observasi sebelum melakukan simulasi penjualan *online* menemukan kecenderungan bahwa mayoritas mahasiswa tidak menyukai proses pencatatan dengan siklus akuntansi secara manual, tetapi lebih suka menggunakan aplikasi sehingga tidak berhadapan dengan siklus akuntansi secara langsung, walaupun sebagian mahasiswa belum mencoba menggunakan aplikasi akuntansi. Pendekatan penelitian menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan variabel berupa penjualan online, perilaku teknologi informasi akuntansi dan laporan keuangan. Masing-masing variabel diukur melalui indikator yang bersifat reflektif (Budhiasa, 2016; Hair et al., 2014). Analisis hubungan model teoritis dan empirik menggunakan *Partial Least Squares SEM* (PLS-SEM) yang mempunyai kemampuan untuk mengukur konstruk melalui indikator dengan kondisi data yang tidak normal, ukuran sampel kecil, indikator formatif, data yang heterogen dari berbagai disiplin ilmu dan mengakomodir model yang kompleks (Haenlein & Kaplan, 2004; Hair et al., 2014). Pengujian dilakukan pada pengukuran atas indikator terhadap variabel melalui *measurement model* dengan *outer model algorithm* dan pengujian hipotesis menggunakan *structural model* dengan *inner model bootstrapping*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

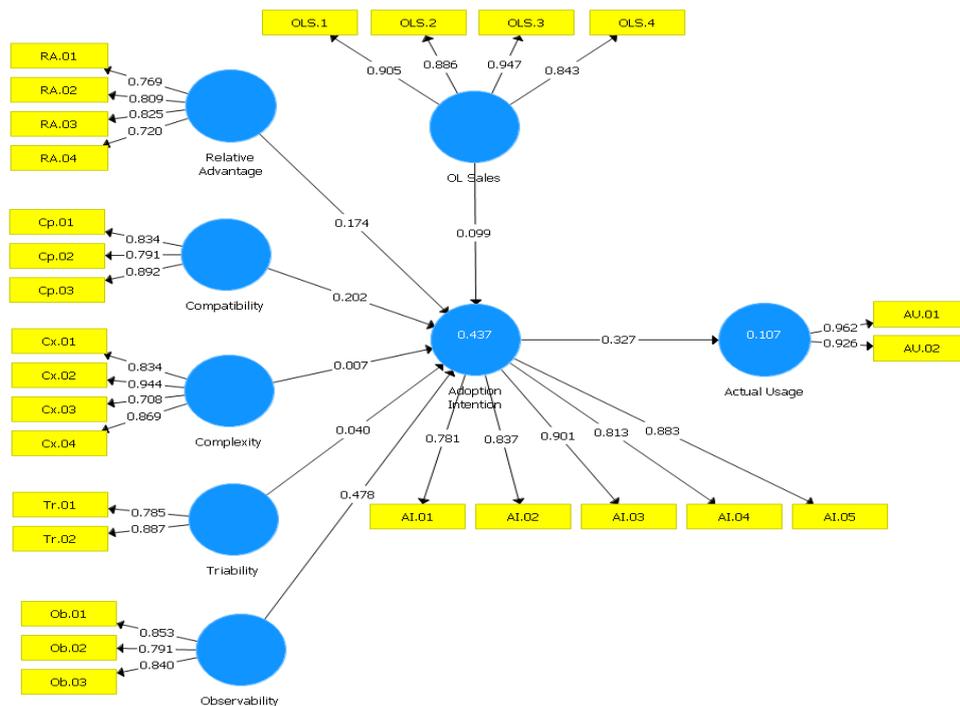
### Hasil Model Pengukuran dengan Outer Model

Gambar 3 menunjukkan validitas konvergensi dari *measurement model* dimana hasil *outer loading* berada pada kisaran di atas 0,7 hingga 0,9 (Henseler, Ringle, & Sincovics, 2009; Hair et al., 2014). Batasan maksimal yang direkomendasikan (Sarstedt, Ringle, & Hair, 2017) adalah 0,95 dengan tetap mempertimbangkan penyusunan indikator yang relevan dengan konseptual model. Pada penelitian ini, indikator dari *Actual Usage* memiliki *outer loading factor* sebesar 0.962 tetapi tetap dipertahankan karena berhubungan dengan intensitas penggunaan aplikasi akuntansi yang jika reduksi akan menjadikan pengukuran secara keseluruhan terganggu.

Pengukuran reabilitas dilakukan dengan menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE) dengan kriteria di atas 0,5 (Hair et al., 2014), *Cronbach's alpha* di atas 0,6, serta nilai *Composite Reliability* (CR) di atas 0,6 (Henseler, Ringle, & Sincovics, 2009) atau di atas 0,7 (Hair et al., 2014). Tabel 1 menunjukkan tercapainya reliabilitas dengan nilai AVE, CR serta *alpha* berada pada kisaran yang dipersyaratkan. Dengan demikian, tiap indikator dalam penelitian ini telah cukup baik dalam merepresentasikan variabelnya.

Variabel dalam penelitian ini juga telah memenuhi kriteria validitas diskriminan dengan menggunakan Fornell-Larcker Criteria (Tabel 2). Semua variabel yang diperbandingkan tidak melebihi dari variabel yang diukur atau nilai pembanding adalah lebih rendah dari nilai yang dibandingkan (Budhiasa, 2016; Hair et al., 2014). Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator dari variabel yang diukur mempunyai kemampuan prediksi yang lebih baik dibandingkan dengan indikator yang berada pada variabel lainnya yang dijadikan pembandingnya.

Pengukuran lain terkait validitas diskriminan adalah dengan menggunakan *HeteroTrait-MonoTrait* (Tabel 3). Hasil uji juga menunjukkan telah dipenuhinya kriteria yaitu semua nilai berada di bawah 0,85 (Hair et al., 2014; Henseler, Ringle, & Sincovics, 2009) yang menunjukkan keterhubungan yang baik di antara tiap indikatornya.



Gambar 3. Hasil Outer Model - Algorithms

Tabel 1. Uji Reliabilitas

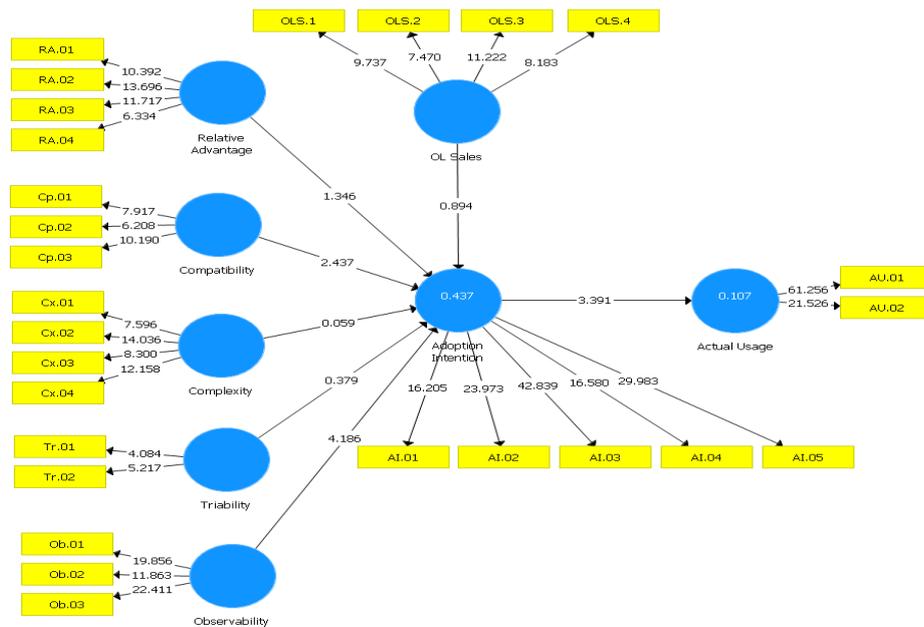
Konstruk	Cronbach's Alpha	rho_alpha	Composite Reability	AVE
Actual Usage	0.881	0.948	0.942	0.891
Adoption intention	0.898	0.900	0.925	0.713
Compatibility	0.801	0.881	0.878	0.706
Complexity	0.860	0.865	0.907	0.711
OL Sales	0.918	0.925	0.942	0.803
Observability	0.772	0.782	0.860	0.686
Relative Advantage	0.793	0.828	0.862	0.611
Triability	0.702	0.732	0.824	0.702

Tabel 2. Uji Fornell-Larcker

Konstruk	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Actual Usage	0.944							
2. Adoption intention	0.327	0.844						
3. Compatibility	0.410	0.263	0.840					
4. Complexity	0.276	0.395	0.321	0.843				
5. OL Sales	0.056	0.235	0.077	0.148	0.896			
6. Observability	0.145	0.575	0.073	0.517	0.117	0.828		
7. Relative Advantage	0.054	0.413	0.106	0.240	0.503	0.332	0.782	
8. Triability	0.412	0.271	0.331	0.481	0.169	0.235	0.186	0.838

### Hasil Model Struktural dengan Inner Model

Pengujian hipotesis dilakukan melalui *structural model* dengan *bootstrapping method* atau metode *resampling* yaitu digunakan untuk menguji keterhubungan antar konstruk dan pembuktian atas hipotesis yang telah dibuat. Pengujian mengacu pada kriteria nilai *p value* di bawah 0,05 (Hair et al., 2014). Hasil dari pengujian *inner model* pada Gambar 4 dan Tabel 4 menunjukkan bahwa terdapat tiga hipotesis yang tidak dapat ditolak dan empat hipotesis yang ditolak.



Gambar 4. Hasil *Bootstrap*

Tabel 3. Uji *HeteroTrait-MonoTrait Ratio (HTMT)*

Konstruk	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Actual Usage								
2. Adoption intention	0.357							
3. Compatibility	0.454	0.299						
4. Complexity	0.308	0.445	0.363					
5. OL Sales	0.092	0.254	0.122	0.171				
6. Observability	0.165	0.688	0.129	0.630	0.146			
7. Relative Advantage	0.170	0.464	0.182	0.268	0.590	0.394		
8. Triability	0.584	0.367	0.414	0.648	0.236	0.338	0.268	

Tabel 4. Uji Hipotesis

	Path Coefficient	t	P Values	Hypthesis
Adoption Intention → Actual Usage	0.327	3.391	0.001	Tidak dapat ditolak
Compatibility → Adoption Intention	0.202	2.437	0.015	Tidak dapat ditolak
Complexity → Adoption Intention	0.007	0.059	0.953	Ditolak
OL Sales → Adoption Intention	0.099	0.894	0.372	Ditolak
Observability → Adoption Intention	0.478	4.186	0.000	Tidak dapat ditolak
Relative Advantage → Adoption Intention	0.174	1.346	0.179	Ditolak
Triability → Adoption Intention	0.040	0.379	0.705	Ditolak

Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel laten mampu menjelaskan *adoption intention* dan *actual usage* secara baik demham mengacu pada kriteria koefisien *determination* ( $R^2$ ) 0.67 *potential*, 0.33 *average*, 0.19 *weak* (Chin, 1998).

Dampak dari keberpengaruhannya antar variabel ditunjukkan dalam Tabel 6. Keterhubungan variabel sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang diterima memiliki dampak yang sedang dengan acuan pada kriteria 0,02 *small size effect*, 0,15 *medium size effect* dan 0,32 *large size effect* (Cohen, 1988).

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan penggunaan aplikasi akuntansi dilakukan oleh responden karena adanya dorongan dan pengaruh dari minat untuk mengadopsi terlebih dahulu,

Tabel 5. Koefisien determinasi

Variabel	R-Squared	Determination
Adoption Intention	0.437	Potential Determination
Actual Usage	0.107	Potential Determination

Tabel 6. *Effect Size*

Hubungan antar konstruk	<i>f-squared</i>	<i>Effect</i>
<i>Adoption intention</i> → <i>Actual usage</i> *	0.119	<i>Medium Effect</i>
<i>Compatibility</i> → <i>Adoption Intention</i> *	0.059	<i>Medium Effect</i>
<i>Complexity</i> → <i>Adoption intention</i>	0.000	<i>Small Effect</i>
<i>OL Sales</i> → <i>Adoption Intention</i>	0.012	<i>Small Effect</i>
<i>Observability</i> → <i>Adoption Intention</i> *	0.271	<i>Medium Effect</i>
<i>Relative Advantage</i> → <i>Adoption Intention</i>	0.035	<i>Small Effect</i>
<i>Triability</i> → <i>Adoption Intention</i>	0.002	<i>Small Effect</i>

Catatan: \*menunjukkan hubungan yang signifikan

dengan ukuran dampak sedang (Tabel 6). Dorongan dalam penelitian ini berupa penekanan atas keharusan menyelesaikan semua transaksi secara *online* dengan membuat laporan keuangan melalui aplikasi. Dorongan lain berupa adanya kebersamaan kelompok yang membandingkan dengan kelompok lainnya dalam penggunaan aplikasi sistem informasi akuntansi dalam penyelesaian laporan keuangan yang dapat menciptakan lingkungan persaingan untuk menyelesaikan semua proses berbasis teknologi dengan pembelajaran mandiri atau bersama rekan tim. Hal ini didapat melalui informasi yang disampaikan oleh masing-masing ketua kelompok dan diskusi mengenai perkembangan yang berlangsung dalam kelompok yang berfungsi sebagai media pendampingan dan pemotivasian dalam menyelesaikan proses. Terdapat kemungkinan adanya kesulitan dalam mengadopsi aplikasi akuntansi yang menyebabkan responden merasakan adanya dampak psikologis akibat keharusan penggunaan aplikasi yang sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh responden.

Minat mengadopsi muncul dikarenakan adanya pengaruh dari adanya kompatibilitas atau kesesuaian dari teknologi aplikasi akuntansi dengan kondisi yang dibutuhkan atau yang dirasakan sesuai bagi kepentingan para responden. Target penyelesaian laporan keuangan melalui aplikasi dan tidak diperkenalkannya pelaporan secara manual merupakan upaya untuk menciptakan iklim penggunaan teknologi dalam setiap proses transaksi. Tekanan tersebut bisa menyebabkan responden kesulitan mengadopsi teknologi tersebut dan memilih jawaban pada indikator survei dengan kecenderungan pada hasil dampak sedang. Penelitian lanjutan berkaitan dengan dampak psikologis dapat dipertimbangkan dalam rangka menciptakan iklim adopsi teknologi yang lebih kondusif.

Minat mengadopsi juga dipengaruhi oleh faktor observabilitas dimana responden dapat dengan mudah untuk melakukan observasi atas berbagai teknologi yang ada di lingkungan, baik untuk penjualan *online* maupun untuk aplikasi akuntansi. Hasil penelitian dengan *medium effect* disebabkan adanya kesulitan yang dapat diatasi oleh responden. Hal ini berdasarkan hasil observasi oleh ketua kelompok bahwa aplikasi teknologi akuntansi banyak tersebar pada platform *android/IOS* atau pada *desktop* atau *server-based*, tetapi terdapat persyaratan dari penyedia untuk melakukan registrasi atau langganan. Selain itu, kendala yang ditemukan adalah berupa sumber daya responden yang harus melakukan *trial-error* dalam mencoba aplikasi, memulai dari benturan dengan aplikasi yang terbentur sampai pada saat pengadopsian untuk menyusun laporan keuangan. Namun, keadaan ini juga memberikan kesempatan bagi responden untuk mengetahui berbagai jenis aplikasi dengan berbagai karakteristik yang berbeda yang tersedia di pasar. Hal ini juga diharapkan menjadi bagian dalam membangun iklim digitalisasi khususnya pada aplikasi SIA.

Secara singkat, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa minat mengadopsi (*behavioral intention*) mendorong penggunaan atau adopsi aplikasi akuntansi dengan faktor utama pada kompatibilitas dan observabilitas dari aplikasi tersebut. Inovasi teknologi yang merupakan ide, praktek, atau objek yang dianggap baru diadopsi melalui keunggulan relatif dari kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan diuji coba, serta kemampuan diamati (Rogers, 2003; Weigel et al., 2014). Namun, dalam penelitian ini, hanya kompatibilitas dan observabilitas yang berdampak pada adopsi tersebut (Tabel 6). Hal ini mengindikasikan bahwa faktor utama yang mendorong adopsi teknologi aplikasi akuntansi

bersumber dari munculnya minat dengan prioritas pada kesesuaian dengan kebutuhan serta dengan kemudahan dari teknologi dalam aplikasi tersebut. Sementara itu, faktor kompleksitas yang berkaitan dengan tingkat kesulitan aplikasi, kemampuan diuji coba dan keunggulannya cenderung tidak menjadi faktor pendorong penggunaan aplikasi akuntansi dengan nilai dampak yang kecil (Tabel 6). Jika dibandingkan dengan penelitian Abduljalil & Zainuddin (2015), penelitian ini mengonfirmasi bahwa niat berperan sebagai mediasi dalam adopsi aplikasi, tetapi tanpa memperhatikan karakteristik dari teknologi informasi secara detil. Hal ini dapat disebabkan oleh responden yang belum pernah menggunakan aplikasi SIA, sehingga belum terbiasa dan merasakan manfaat secara menyeluruh dari penggunaan aplikasi tersebut. Hal ini mendorong kebutuhan atas adanya proses *diffusion* dalam penggunaan aplikasi SIA yang diharapkan, pada tahapan selanjutnya, dapat menimbulkan keinginan untuk turut serta mengembangkan teknologi aplikasi SIA sebagai bagian dari proses transformasi teknologi yang sedang berlangsung.

Difusi yang merupakan proses pengomunikasian suatu inovasi dari waktu ke waktu (Rogers, 2003) tidak terkonfirmasi, karena dalam penelitian ini tidak dilakukan proses yang berulang dalam menyampaikan aplikasi akuntansi. Namun, proses difusi sangat diperlukan untuk intensifikasi pemahaman dan peningkatan kemampuan teknis penggunaan teknologi akuntansi melalui berbagai bentuk dan metode. Melalui difusi inovasi teknologi, perulangan yang disertai dengan inovasi akan mendorong pembiasaan penggunaan teknologi akuntansi dan akan dapat melihat fakta lebih lanjut gambaran mengenai *relative advantage*, *complexity*, dan *trialability* seperti konsep dari Weigel (2014) sekaligus sebagai penciptaan iklim digitalisasi. Hasil penelitian lain terhadap *perceived ease of use* dan *perceived of usefulness* (Hakim, 2019; Riani & Rasmini, 2020) hanya pada persepsi kegunaan yang terkonfirmasi melalui pembuktian adanya pengaruh dari kesesuaian dan kemudahan diamati. Untuk *perceived ease of use*, terdapat kontradiksi dengan penelitian ini yang menunjukkan tidak terdapatnya pengaruh dari faktor kompleksitas. Kompleksitas yang tidak mempengaruhi adopsi aplikasi akuntansi ini mengindikasikan bahwa kemudahan atau kesulitan penggunaan aplikasi tersebut mempertimbangkan faktor kesesuaian dan kemudahan diobservasi yang menjadi faktor penentu adopsi aplikasi akuntansi. Hal ini dapat terjadi akibat adanya latar belakang responden serta tekanan yang berbeda dalam pengkondisian penyelesaian penyusunan laporan keuangan.

Kesadaran kebutuhan teknologi dapat mendorong *adoption intention* teknologi akuntansi dengan adanya dorongan berupa tekanan atas keharusan penggunaan teknologi. Selain itu, tahap awal menunjukkan keengganan responden melakukan proses akuntansi manual sehingga menjadi bagian dari pengaruh pada kesadaran atas pentingnya *adoption intention* penggunaan teknologi akuntansi. Faktor lain yang bisa mendorong peningkatan kemampuan teknologi mahasiswa yaitu dari kebersamaan penyelesaian dalam kelompok (Bergdahl, Nouri, & Fors, 2020) tidak terkonfirmasi dalam penelitian ini sehingga masih memerlukan pengembangan dengan menyertakan parameter khusus dalam model penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengadopsi aplikasi akuntansi dengan pertimbangan pada faktor kesesuaian dan kemudahan penggunaan serta kesadaran adanya peluang pada terpenuhinya peningkatan digital literasi yang diarahkan pada kemampuan teknologi akuntansi tingkat lanjut (Pan & Seow, 2016) the emergence of cloud computing, eXtensible Business Reporting Language, and business analytics in recent years have transformed the way companies report financial performance and make business decisions. As a consequence, there is a surge in demand for advanced IT skills among accounting professionals. In this research, we aim to review selected articles published between 2004 and 2014 based on selected search phrases. The outcome of the review may serve as an important input for current and future accounting curriculum revisions. (Pan & Seow, 2016). Pencapaian pada pemahaman dan kemampuan tingkat lanjut membutuhkan proses difusi (Rogers, 2003). Proses ini bisa dilakukan dengan pelatihan dan pendidikan yang bersifat aktif, berkesinambungan dan berfokus pada adopsi perkembangan teknologi di bidang akuntansi. Namun, diperlukan upaya untuk menghilangkan faktor pengganggu dalam adopsi (ACCA, 2017), seperti kendala pada akses menggunakan perangkat digital dan fasilitas digital yang disertai dengan kurikulum dan materi yang disesuaikan dengan transformasi yang terjadi dalam lingkungan bisnis yang diadopsi pada proses difusi. Pola difusi teknologi akuntansi dapat menggunakan tiga tahapan yaitu melalui konsep peralihan manual ke komputer (semi manual); sistem informasi akuntansi internal yang belum terintegrasi dengan bisnis dan penjualannya (semi otomatis); dan selanjutnya pada tahapan tingkat lanjut yaitu otomatisasi yang telah mengintegrasikan sistem komputer *database* internal termasuk sistem informasi akuntansi dengan lingkungan *platform* digital lainnya.

## SIMPULAN

*Behavioral intention* berpengaruh pada *actual usage* aplikasi akuntansi dengan faktor pendorong utama yaitu *compatibility* atau kesesuaian dengan kondisi penggunaannya dan faktor kemudahan diobservasi (*observability*) atas teknologi akuntansi tersebut. Faktor kesulitan (*complexity*), keunggulan relatif, dan kemampuan diuji dari teknologi akuntansi tidak menjadi halangan pada minat

mengadopsinya. Proses komunikasi berulang (*diffusion*) diperlukan untuk meningkatkan persepsi dan minat adopsi teknologi akuntansi. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bagian dalam proses penciptaan iklim *digital learning* dan *digital business* di lingkungan akademik dan entitas EMKM melalui penyelarasan bisnis dan penjualan *online* dengan proses akuntansi dan laporan keuangan yang berbasis teknologi. Keterbatasan penelitian adalah tidak menyertakan variabel yang mewakili karakteristik teknologi informasi akuntansi secara detail dan tidak melakukan proses difusi serta tidak melibatkan parameter yang bersifat psikologis sebagai dampak adopsi teknologi Sistem Informasi Akuntansi. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah menambahkan variabel dengan indikator yang merefleksikan detail karakteristik teknologi informasi akuntansi dan melakukan riset eksperimental sebagai proses difusi teknologi akuntansi dengan pengomunikasian berulang melalui beberapa tahapan eksperimen, sekaligus sosialisasi dan peningkatan pemahaman karakteristik teknologi informasi akuntansi serta melibatkan EMKM. Implikasi yang diharapkan adalah memberikan gambaran berupa fakta yang dapat mendukung pembentukan sinergi berbagai pihak untuk membangun iklim digitalisasi bisnis. Hal itu tidak hanya terkait dengan aspek bisnis dan penjualan, melainkan juga meliputi proses akuntansi dan pelaporan keuangan yang terintegrasi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abduljalil, K. M., & Zainuddin, Y. (2015). Integrating Technology Acceptance Model and Motivational Model towards Intention to Adopt Accounting Information System. *International Journal of Management, Accounting, and Economics*, 2(5), 346–359. doi:10.6007/IJARAFMS/v5-i1/1553.
- ACCA. (2017). *Professional Accountant the Future, Ethics, and Trust in a Digital Age*. www.accaglobal.com.
- Afiah, N. N. (2018). *Link dan Match Concept for Accounting Education in Indonesia, Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Pendidik*. iaiglobal.or.id.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behaviour : An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Al-Htaybat, K., von Alberti-Alhtaybat, L., & Alhatabat, Z. (2018). Educating Digital Natives for the Future: Accounting Educators' Evaluation of the Accounting Curriculum. *Accounting Education*, 27(4), 333–357. doi:10.1080/09639284.2018.1437758.
- Alabi, K. (2017). Decentralization as a Tool for Securing Ecommerce and Business Processes. *SSRN Electronic Journal*, 1–7. doi:10.2139/ssrn.3071128.
- Athapaththu, J. C., & Kulathunga, D. (2018). Factors Affecting Online Purchase Intention: Effects of Technology and Social Commerce. *International Business Research*, 11(10), 111-128. doi:10.5539/ibr.v11n10p111.
- Aziz, N. N. A., & Wahid, N. A. (2018). Factors Influencing Online Purchase Intention among University Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(7), 702-717. doi:10.6007/ijarbss/v8-i7/4413.
- Bergdahl, N., Nouri, J., & Fors, U. (2020). Disengagement, Engagement, and Digital Skills in Technology-Enhanced Learning. *Educational and Information Technology*, 25, 957–983. doi:10.1007/s10639-019-09998-w.
- Blount, Y., Castleman, T., & Swatman, P. M. C. (2005). E-Commerce, Human Resource Strategies, and Competitive Advantage: Two Australian Banking Case Studies. *International Journal of Electronic Commerce*, 9(3), 73–89. doi:10.1080/10864415.2005.11044335.
- BPS. (2019a). Analisis Hasil Sensus Ekonomi 2016 Lanjutan Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil. <https://www.bps.go.id/publication/2019/03/05/66912048b475b142057f40be/analisis-hasil-se2016-lanjutan-potensi-peningkatan>.
- BPS. (2019b). Statistik E-Commerce 2019. <https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019.html>.
- Budhiasa, S. (2016). *Analisis Statistik Multivariate dengan Aplikasi SEM PLS SmartPLS 3.2.6*. Sleman: Expert.
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing* (3rd Edition). London: Routledge, Taylor & Francis Group.

- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), 7-16.
- Chulián, F. M. (2011). Constructing New Accountants: The Role of Sustainability Education. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 14, 241–265. doi:10.1016/S1138-4891(11)70034-6.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for The Behavioral Sciences* (2nd Edition). London: Routledge.
- Das, K., Tamhane, T., Vatterott, B., Wibowo, P., & Wintels, S. (2018). *The Digital Archipelago: How Online Commerce is Driving Indonesia's Economic Development* (McKinsey & Company). [www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/the-digital-archipelago-how-online](http://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/the-digital-archipelago-how-online).
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Conceptualizations of Intrinsic Motivation and Self-Determination*. In: *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior. Perspectives in Social Psychology*. doi:10.1007/978-1-4899-2271-7\_2.
- Deloitte. (2019a). *Process Automation in Financial Closing and Reporting; Digital CFO Program*. China: Deloitte.
- Deloitte. (2019b). Winning in a Disruptive World; Asia Pacific CFO Vision 2019 in China (<https://www2.deloitte.com/cn/en/pages/finance/articles/cfo-vision-event-in-china-2019.html>).
- Deshmukh, A. (2006). *Digital Accounting : The Effects of the Internet and ERP on Accounting*. USA: Idea Group Publishing.
- Estêvão, J., Carneiro, M. J., & Teixeira, L. (2020). Destination Management Systems' Adoption and Management Model: Proposal of a Framework. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 30(2), 89–110. doi:10.1080/10919392.2020.1724765.
- Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2004). A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis. *Understanding Statistics*, 3(4), 283-297. doi:10.1207/s15328031us0304.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling ( PLS-SEM ) An Emerging Tool in Business Research. *European Business Review*, Vol. 26(2), 106–121. doi:10.1108/EBR-10-2013-0128.
- Hakim, A. Z. (2019). Behavioral Intention Mahasiswa dalam Penggunaan ERP. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 7(3), 433–444. doi:10.17509/jrak.v7i3.17504.
- Harrington, L. H., Boyson, S., & Corsi, T. M. (2011). *X-SCM the New Science of X-treme Supply Chain Management*. New York: Routledge. doi:10.4324/9780203846216.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *Advanced In International Marketing*, 20, 277-319. doi:10.1108/S1474-7979(2009)0000020014.
- Holmwood, J., & Servós, M. C. (2019). Challenges to Public Universities: Digitalisation, Commodification, and Precarity. *Social Epistemology*, 33(4), 309–320. doi:10.1080/02691728.2019.1638986.
- Jones, R., & Basu, S. (2002). Taxation of Electronic Commerce: A Developing Problem. *International Review of Law, Computers, & Technology*, 16(1), 35–51. doi:10.1080/13600860220136093.
- Khosrow-pour, M. (2018). *Encyclopedia of Information Science and Technology* (4th Edition). doi:10.4018/978-1-5225-2255-3.
- Kruskopf, S., Lobbas, C., Meinander, H., Söderling, K., & Martikainen, M. (2020). Digital Accounting and the Human Factor : Theory and Practice. *ACRN Journal of Finance and Risk Perspective*, 9, 78–89. doi:10.35944/jofrp.2020.9.1.006
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce, Business, Technology, and Society* (13th Edition). London: Pearson Education, Inc.
- Leonardo, P., & Tjen, C. (2020). Application of Taxation on Transactions E-Commerce on the Marketplace Platform. *JPAK : Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 45–54. doi:10.17509/jpak.v8i1.17248.

- Lim, Y. J., Osman, A., Salahuddin, S. N., Romle, A. R., & Abdullah, S. (2016). Factors Influencing Online Shopping Behavior: The Mediating Role of Purchase Intention. *Procedia Economics and Finance*, 35, 401–410. doi:10.1016/s2212-5671(16)00050-2.
- Nuryahya, E., Ichšana, Y., & Andini, K. M. (2019). Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(3), 502–515. doi:10.21776/ub.jamal.2019.10.3.29.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2011). *Management Information Systems* (10th Edition). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Pan, G., & Seow, P. S. (2016). Preparing Accounting Graduates for Digital Revolution: A Critical Review of Information Technology Competencies and Skills Development. *Journal of Education for Business*, 91(3), 166–175. doi:10.1080/08832323.2016.1145622.
- Pincus, K. V., Stout, D. E., Sorensen, J. E., Stocks, K. D., & Lawson, R. A. (2017). Forces for Change in Higher Education and Implications for the Accounting Academy. *Journal of Accounting Education*, 40, 1–18. doi:10.1016/j.jaccedu.2017.06.001.
- Qatawneh, A. M. (2012). The Effect of Electronic Commerce on the Accounting Information System of Jordanian Banks. *International Business Research*, 5(5), 158-163. doi:10.5539/ibr.v5n5p158.
- Reynolds, J. (2004). *The Complete E-Commerce Book: Design, Build, & Maintain a Successful Web-based Business* (2nd Edition). Boca Roton; Taylor & Francis.
- Riani, N. W. D., & Rasmini, N. K. (2020). Penerimaan Sistem Informasi Berbasis Teknologi oleh Karyawan PT. Merry's Tour and Travel Menggunakan Aplikasi Quickbooks. *EJurnal Akuntansi*, 30(2), 347–360. doi:10.24843/EJA.2020.v30.i02.p06.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (4th Edition). New York: The Free Press.
- Romney, M. B., & Seteinarb, P. J. (2018). *Accounting Information Systems* (14th Edition). London: Pearson Education Inc.
- Rudiantoro, R., & Siregar, S. V. (2012). Kualitas Laporan Keuangan UMKM serta Prospek Implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 9(1), 1–21. doi:10.21002/jaki.2012.01.
- Sacrborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2016). *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management* (8th Edition). London: Pearson Education Limited.
- Sangster, A., Stoner, G., & Flood, B. (2020). Insights into Accounting Education in a Covid-19 World. *Accounting Education*, 29(5), 431-562. doi:10.1080/09639284.2020.1808487.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. doi:10.1007/978-3-319-05542-8.
- Setiawan, A., Elvira Maratno, S. F., Rahayu, P. A., & Ratna Putri Dewanti, M. P. (2019). Stakeholder Analysis on Indonesian E-Commerce Taxation. *International Research Journal of Business Studies*, 12(3), 277–288. doi:10.21632/irjbs.12.3.277-288.
- Tømte, C. E., Fosslund, T., Aamodt, P. O., & Degn, L. (2019). Quality in Higher Education Digitalisation in Higher Education : Mapping Institutional Approaches for Teaching and Learning. *Quality in Higher Education*, 25(1), 98–114. doi:10.1080/13538322.2019.1603611
- Turban, E., Aronson, J. E., & Liang, T. (2005). *Decision Support Systems and Intelligent Systems* (7th Ed). New Delhi: Prentice-Hall of India.
- Turner, L., Weickgenannt, A., & Copeland, M. K. (2017). *Accounting Information Systems* (3rd Edition). United States: John Wiley & Son Inc.
- Weigel, F. K., Hazen, B. T., Cegielski, C. G., & Hall, D. J. (2014). Diffusion of Innovations and the Theory of Planned Behavior in Information Systems Research: A Metaanalysis. *Communications of the Association for Information Systems*, 34(1), 619. doi:10.17705/1cais.03431
- Wiratama, R., Asri, M., & Tangke, P. (2020). *Online Business (E-Commerce) in Indonesia Taxation*. 1–12. doi:10.2139/ssrn.3522835
- Xia, Q. (2016). *Study on Impact of Electronic Commerce on the Development of Financial Accounting*. *Advanced in Economics, Business, and Management Research*, 955-957. doi:10.2991/ieesasm-16.2016.205