

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E- COMMERCE PADA TIKTOK SHOP

Elvira Frischa Aulia¹; Rohimat Nurhasan²; Cepi Juniar Prayoga³

Fakultas Ekonomi, Universitas Garut^{1,2,3}

Email : 24022121003@fekon.uniga.ac.id¹; rohimat.nurhasan@uniga.ac.id²;
cepijuniar@uniga.ac.id³

ABSTRAK

Perkembangan digital telah mendorong perubahan dalam sistem pencatatan keuangan dari metode konvensional ke sistem berbasis teknologi, termasuk dalam *e-commerce* seperti TikTok Shop. Namun, adopsi sistem informasi akuntansi masih menghadapi kendala di kalangan pelaku usaha. Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan sistem informasi akuntansi, dengan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dengan *purposive sampling* berjumlah 100 responden dan menggunakan SmartPLS 4.0 untuk mengolah data. Penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust* berpengaruh positif terhadap minat dalam memanfaatkan sistem akuntansi. Sedangkan, *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem tersebut.

Kata kunci : Kepercayaan; Persepsi Kegunaan; Persepsi Kemudahan; Persepsi Risiko; Sistem Informasi Akuntansi

ABSTRACT

Digital development has encouraged changes in the financial recording system from conventional methods to technology-based systems, including in e-commerce as in TikTok Shop. However, the adoption of accounting information systems still faces obstacles among business actors. The purpose of this study is to examine the factors that influence interest in the use of accounting information systems, with the method used, namely quantitative methods. Sampling with purposive sampling totaling 100 respondents and using SmartPLS 4.0 to process data. The study findings indicate that perceived ease of use, perceived usefulness, and trust have a positive effect on interest in using accounting information systems, while perceived risk has no effect on interest in using accounting information systems.

Keywords : Accounting Information System; Perceived Ease Of Use; Perceived Risk; Perceived Usefulness; Trust

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara usaha beroperasi di seluruh dunia. Dengan bertambahnya akses terhadap internet dan perangkat teknologi, perusahaan sekarang beralih dari model konvensional ke model digital yang memungkinkan proses yang lebih efisien dan saling terintegrasi. (Haces *et al.*, 2024). Salah satu perkembangan teknologi yang paling terlihat dalam bisnis saat ini adalah penggunaan transaksi daring

untuk produk dan layanan, yang dikenal sebagai *e-commerce* (Jannah & Triyanto, 2021). Sejak tahun 2020, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia terus meningkat, mencapai 58,63 juta pada tahun 2023, dan diperkirakan akan terus meningkat hingga 1 juta pada tahun 2029 (*Perdagangan Digital E-Commerce Indonesia*, 2024).

Aplikasi *e-commerce* yang paling banyak digunakan sekarang ini adalah tiktok yang mana aplikasi ini, sebelumnya dikenal sebagai platform untuk berkarya dan hiburan, tapi sekarang telah bertransformasi menjadi media pemasaran digital yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis di Indonesia. TikTok meluncurkan fitur baru yang disebut TikTok Shop yang bertujuan untuk mempermudah dalam berbelanja, di samping hanya menampilkan video-video yang menghibur. TikTok Shop memudahkan pelanggan maupun penjual (Rival *et al.*, 2023). Menurut Rosiyana *et al.* (2021), TikTok Shop muncul sebagai pilihan baru bagi pelaku bisnis untuk melaksanakan proses bisnis mereka. TikTok Shop pantas sebagai platform *e-commerce* baru yang dapat bersaing dengan platform *e-commerce* lainnya. Di Indonesia, kini terdapat sekitar 5 juta bisnis yang aktif menggunakan TikTok, juga terdapat sebanyak 125 juta pengguna TikTok yang aktif tiap bulannya (Ahdiat, 2024). Penjual yang ingin menjual produk dapat dengan mudah menampilkan produk mereka dalam video TikTok atau melakukan *live streaming*. TikTok Shop menawarkan pelaku bisnis peluang untuk mengelola bisnis mereka secara digital. Fitur berbasis data di platform seperti TikTok Shop dapat meningkatkan kepercayaan pengguna melalui transparansi dan efektivitas (Andriani & Rusgowanto, 2021).

Dunia bisnis telah mengalami perubahan yang berarti di zaman digitalisasi, demikian juga dengan sistem informasi akuntansi. Dalam dunia bisnis, elemen penting dalam mengelola keuangan bisnis di era digital, salah satunya sistem informasi akuntansi. Bersamaan dengan pencatatan transaksi dan pelaporan keuangan, sistem informasi akuntansi berfungsi bagi manajemen sebagai sumber data dan proses pengambilan keputusan oleh para pengelola (Supriyati *et al.*, 2022). Sistem informasi akuntansi *e-commerce* memungkinkan pengguna untuk melihat tingkat persediaan, yang terhubung langsung dengan teknologi informasi, sehingga memungkinkan pengguna untuk menerima pesanan dan melacak jumlah transaksi secara *real-time* (Ulil Albab *et al.*, 2023). Sistem informasi akuntansi pada *e-commerce* memiliki berbagai keuntungan, contohnya pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik, pengendalian transaksi, dan

pengelolaan laporan keuangan yang lebih efektif (Andriyani *et al.*, 2024). Sistem informasi akuntansi umumnya bekerja di bidang *e-commerce* untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap reaksi pengguna terhadap teknologi terbaru (Yuliani & Hadisaputro, 2022). Penelitian ini menerapkan teori model penerimaan teknologi (*technology acceptance model*), minat pengguna pada pemanfaatan sistem informasi akuntansi dianalisis dengan variabel *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* dengan variabel eksternal yang sering digunakan dalam model TAM yaitu *Trust* dan *Perceived Risk*.

Meskipun sistem informasi akuntansi tersedia di *e-commerce* seperti TikTok Shop, tingkat adopsinya masih bervariasi di kalangan pelaku usaha. Berdasarkan penelitian Yahya (2024), diperkirakan bahwa 60% UMKM di Indonesia masih menerapkan pencatatan manual yang kurang efisien dan dapat mengalami kesalahan, sedangkan hanya sekitar 40% yang memanfaatkan sistem informasi akuntansi yang didukung oleh teknologi digital. Begitu juga dengan TikTok Shop, meskipun TikTok Shop telah berkembang menjadi salah satu platform paling terkenal, masih ada beberapa masalah tingkat adopsi dalam sistem informasi akuntansi pada aplikasi TikTok Shop (Purwandani *et al.*, 2023). Menurut Winarto & Panjaitan (2021), beberapa hambatan seperti risiko, keamanan data dan manfaat kegunaan yang rendah, dapat menghambat terhadap adopsi pada sistem, terutama di kalangan UMKM yang masih awam dan tidak terlalu paham teknologi. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara akses terhadap teknologi dan tingkat adopsinya di kalangan pelaku usaha.

Penelitian terdahulu telah menganalisis apa saja yang menjadi faktor dalam pemanfaatan sistem informasi akuntansi. Sebagai contoh, dalam penelitian Aulia & Eriswanto (2023) menemukan kemudahan penggunaan tidak mempengaruhi minat penggunaan sistem. Di samping itu, Budiastuti & Muid (2020) menyatakan kemudahan dan kepercayaan yang dirasakan berpengaruh pada minat penggunaan, tetapi kegunaan penggunaan serta risiko tidak berpengaruh pada minat pemanfaatan sistem informasi akuntansi di *e-commerce*. Kebaruan penelitian ini yaitu pada penelitian ini berfokus pada TikTok Shop, yang objeknya kepada pelaku usaha di TikTok Shop berdasarkan saran dari peneliti sebelumnya. Kemudian dalam penelitian ini menambahkan beberapa variabel yang sebelumnya belum diteliti. Dengan adanya perbedaan antara temuan penelitian sebelumnya dan adanya permasalahan, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis faktor bagaimana cara pandang pengguna khususnya pelaku bisnis terhadap kemudahan, kegunaan, kepercayaan, dan risiko yang memengaruhi ketertarikan mereka dalam menggunakan sistem tersebut, yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Tiktok Shop”.

Pentingnya dilakukan penelitian ini adalah memberikan gambaran kepada pelaku usaha tentang faktor apa saja yang mendorong atau menghambat dalam pemanfaatan sistem informasi akuntansi di *e-commerce* pada TikTok Shop guna meningkatkan efisiensi bisnis UMKM. Penelitian ini juga dapat mendukung penyedia platform untuk meningkatkan fitur yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Oleh sebab itu, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembang sistem dalam mendukung pertumbuhan pelaku usaha di era modern.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model merupakan sebuah kerangka kerja konseptual yang menjelaskan penerimaan masyarakat terhadap sebuah teknologi yang ditawarkan. Pengembangan teknik model penerimaan teknologi bertujuan untuk menganalisis faktor yang memengaruhi dalam adopsi teknologi. (Aryani *et al.*, 2022). Davis (1989) menyatakan model TAM mengemukakan faktor-faktor keyakinan, antara lain persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) menjadi penyebab perilaku dalam penerimaan suatu sistem.

Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi merupakan sistem yang memiliki fungsi mengelola sumber daya manusia dan keuangan, biasanya digunakan oleh sebuah organisasi dalam menyediakan data keuangan serta data yang diperoleh dari pemrosesan dan pencatatan transaksi. Pelaksanaan Sistem informasi akuntansi mencakup persiapan data sebagai komponen input, penyebaran informasi dari data yang tepat, dan memiliki instrumen untuk mengendalikan transaksi (Juniar Prayoga *et al.*, 2021). Sistem informasi akuntansi juga diartikan sebagai sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan menganalisis data untuk menghasilkan informasi yang relevan dalam mengambil keputusan. Sistem informasi akuntansi menyajikan informasi dari data yang diperoleh bagi setiap pengguna yang membutuhkan (Kusumathias *et al.*, 2023).

Perceived Ease of Use

Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan adalah sejauh mana pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan sistem tertentu. Dengan kata lain, pengguna lebih tertarik menggunakan sistem apabila mereka merasa mudah menggunakan system tersebut. Tingkat kemudahan juga bisa didapat dari frekuensi penggunaan serta hubungan antara pengguna dengan system. Dengan frekuensi penggunaan lebih tinggi, menunjukkan bahwa sistem banyak digunakan, mudah ketika digunakan, dan ramah pengguna (Hanafi & Rohim, 2024). Penelitian oleh Ulil Albab *et al* (2023) menemukan, minat dalam menggunakan sistem informasi akuntansi dipengaruhi oleh persepsi tentang kemudahan penggunaan. Dengan kata lain, jika aplikasi penjualan online dianggap ramah pengguna, seseorang akan menggunakannya. Sebaliknya, orang tidak akan menggunakan sistem apabila sulit digunakan. Penelitian Luh *et al.* (2024) juga menemukan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki dampak positif terhadap keinginan untuk memanfaatkan kembali marketplace Shopee. Tingkat signifikansi yang dihasilkan menunjukkan bahwa pengaruh tersebut dapat diterima. Penelitian Lasiba (2022) menyebutkan minat para pengguna ketika memanfaatkan sistem informasi akuntansi pada *e-commerce* dipengaruhi oleh seberapa mudah penggunaannya. Berbeda dengan penelitian Aulia & Eriswanto (2023), menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan tidak memengaruhi ketertarikan dalam penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Fitranita *et al.* (2023) juga menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi OVO dan Tokopedia, hal ini mungkin karena kemudahan penggunaan aplikasi perlu didukung oleh pengetahuan pengguna tentang cara menggunakan aplikasi tersebut.

H1: *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Tiktok Shop.

Perceived Usefulness

Perceived Usefulness adalah manfaat yang dirasakan ketika pengguna merasakan bahwa teknologi bermanfaat sehingga pengguna menjadi tergantung untuk memanfaatkannya dalam menjalankan aktivitas (Aulia & Eriswanto, 2023). Dalam penelitian Sari *et al.* (2022), *perceived usefulness* memiliki pengaruh besar dalam

penggunaan aplikasi TikTok. Karena aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang mampu memberikan keuntungan nyata bagi setiap penggunanya. Penelitian (Aulifin & Dewi, 2022) juga menyebutkan kegunaan yang dirasakan mempunyai pengaruh positif terhadap niat penggunaan. Hal tersebut berarti, sejauh mana kegunaan ShopeePay akan meningkatkan minat pengguna serta mendorong mereka untuk menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran utama secara rutin di masa mendatang. Penelitian Dapubeang *et al.* (2024) mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keinginan memanfaatkan TikTok Shop. Ini menunjukkan bahwa pengguna yang percaya bahwa menggunakan TikTok Shop memberikan manfaat bagi diri mereka akan meningkatkan niat pengguna untuk beralih ke TikTok Shop. Sedangkan penelitian Budiastuti & Muid (2020) menemukan bahwa minat dalam memanfaatkan sistem informasi akuntansi pada *e-commerce* Shopee secara signifikan tidak dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat yang dirasakan.

H2: *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Tiktok Shop.

Trust

Trust adalah langkah awal yang membangun keinginan untuk menerapkan teknologi yang dapat diandalkan dalam kemampuannya untuk merencanakan dan mengawasi aktivitas yang tepercaya (Ulil Albab *et al.*, 2023). Dalam penelitiannya, kepercayaan pengaruhnya sangat berarti terhadap minat dalam menggunakan sistem informasi akuntansi. Jika kepercayaan pada *platform* semakin kuat, minat pengguna untuk menggunakannya akan terus tumbuh. Kepercayaan pada teknologi menghasilkan peningkatan minat pengguna. Penelitian mengenai kepercayaan juga dilakukan oleh Budiastuti & Muid (2020) yang menemukan, minat pelanggan tentang pemanfaatan sistem informasi akuntansi untuk *e-commerce* di Shopee dipengaruhi secara positif oleh kepercayaan. Penelitian Eti Yulianti & Nurhadi (2024) juga menyatakan kepercayaan terbukti memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pengguna aplikasi Seabank. Semakin besar tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi Seabank, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pada pengguna aplikasi SeaBank.

H3: *Trust* berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Tiktok Shop.

Perceived Risk

Risiko adalah ketidakpastian yang diprediksi tetapi tidak dapat diukur. Peluang adalah istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan ketidakpastian positif. Namun, peneliti akan menganalisis ketidakpastian yang berdampak negatif terhadap konsumen sistem informasi dalam *e-commerce*. Semakin besar kemungkinan risiko negatif, semakin kecil minat pengguna dalam memanfaatkan teknologi, yang mengakibatkan kekhawatiran dan kerugian. (Budiastuti & Muid, 2020). Penelitian Lasiba (2022) menyebutkan bahwa minat menggunakan sistem informasi akuntansi *e-commerce* tidak terpengaruh oleh risiko yang ada pada sistem. Penelitian oleh Aryani *et al.* (2022) menemukan persepsi risiko tidak memengaruhi minat pengguna terhadap aplikasi *e-commerce* dengan cara yang positif. Hasil pada penelitian Budiastuti & Muid (2020) menunjukkan bahwa *perceived risk* tidak mempunyai pengaruh pada ketertarikan pengguna atas sistem informasi akuntansi dalam *e-commerce* di aplikasi Shopee. Kemudian Virginia & Puspitasari (2023) menemukan bahwa pengaruh risiko dalam pemanfaatan sistem informasi akuntansi yang terdapat dalam *e-wallet* memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Keyakinan tidaklah diperlukan apabila tindakan tersebut dilaksanakan dengan benar dan tidak ada bahaya, karena orang cenderung tidak akan menaruh keyakinannya pada apa yang mereka anggap sangat berisiko. Sedangkan penelitian Handayani *et al* (2021) menyebutkan *perceived risk* secara signifikan berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi *cloud*. Pengetahuan pengguna mengenai risiko yang berhubungan dengan teknologi tidak mencegah mereka untuk memanfaatkan sistem ini karena mendukung UKM dalam hal akuntansi dan pelaporan.

H4: *Perceived Risk* berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Tiktok Shop.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan penelitian ini yaitu metode kuantitatif, yang mengumpulkan serta menganalisis data numerik guna menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis (Sugiyono, 2023). Pelaku usaha yang memanfaatkan TikTok Shop sebagai media untuk memasarkan produk mereka digunakan sebagai populasi pada penelitian ini. Penelitian ini menerapkan metode *purposive sampling* dalam pengambilan sampel, yaitu pengambilan sampel berdasarkan

kriteria tertentu (I. Hamdani & Murdiansyah, 2023). Diperoleh sebanyak 100 sampel dengan menggunakan rumus *lemeshow*. Kriteria untuk responden pada penelitian ini adalah pelaku bisnis yang telah aktif menggunakan TikTok Shop sebagai platform penjualan minimal 3 bulan, berdomisili di Kabupaten Garut, dan minimal berusia 18 tahun. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data untuk menjawab hipotesis dengan menggunakan SEM-PLS (N. A. Hamdani *et al.*, 2022). Dengan menggunakan software SmartPLS, proses pengolahan data dalam penelitian ini diawali dengan pengujian *outer model* yang meliputi validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas komposit. kemudian dilakukan pengujian *inner model* yang meliputi pengujian koefisien determinasi (R^2) dan *predictive relevance* (Q^2), selanjutnya pengujian hipotesis dengan menggunakan *path coefficient*.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pelaku bisnis yang aktif menggunakan TikTok Shop sebagai platform penjualan dan berdomisili di Kabupaten Garut. Dalam penelitian ini, mayoritas responden adalah perempuan, yaitu 56% dari keseluruhan responden. Untuk usia, ada pada usia 21 hingga 30 tahun, yaitu 51% dari seluruh responden. Dalam hal pendapatan, sebanyak 58% responden memiliki omset setiap bulan Rp1.000.000 sampai Rp5.000.000.

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Convergent Validity diterapkan untuk mengevaluasi tingkat keterkaitan antara suatu metode pengukuran dengan metode lain yang mengukur konsep yang serupa. *Convergent Validity* dianggap memadai jika nilai *faktor loading* > 0,7. Besarnya nilai AVE penting untuk untuk menilai validitas konvergen. Jika memiliki nilai AVE > 0,5, variabel dikatakan valid (Abdillah & Hartono, 2021). Berdasarkan tabel 2, nilai AVE untuk variabel *perceived ease of use* yaitu 0,612, *perceived usefulness* yaitu 0,626, *trust* yaitu 0,610, *perceived risk* sebesar 0,753, dan minat penggunaan sistem informasi akuntansi yaitu 0,579. Kelima variabel tersebut memiliki nilai AVE > 0,50, artinya variabel-variabel tersebut dikatakan valid.

Discriminant Validity bertujuan untuk mengetahui apakah konsep setiap variabel bervariasi atau tidak, dan untuk melihat apakah terdapat perbedaan dalam konsep setiap variabel (Abdillah & Hartono, 2021). Tabel 3 menunjukkan nilai variabel laten

memperlihatkan nilai *cross-loading* yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan variabel yang lain. Hal tersebut menggambarkan bahwa variabel laten lebih diandalkan dibandingkan indikator variabel lainnya dalam memprediksi datanya sendiri.

Composite Reliability adalah metrik yang digunakan untuk mengukur reabilitas suatu konstruk. Apabila *composite reliability* suatu konstruk itu $> 0,7$ maka konstruk tersebut dikatakan reliabel. Sementara itu, jika setiap konstruk memiliki nilai $> 0,6$, pendekatan *Cronbach's Alpha* menyatakan data tersebut menunjukkan tingkat reabilitas yang tinggi (Abdillah & Hartono, 2021). Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* pada variabel *perceived ease of use* dengan nilai sebesar 0,934, nilai *perceived usefulness* sebesar 0,909, nilai *trust* sebesar 0,916, nilai *perceived risk* sebesar 0,961, dan minat penggunaan sistem informasi akuntansi sebesar 0,932. Nilai *composite reliability* pada semua variabel $> 0,7$ serta *cronbach's alpha* $> 0,6$, sehingga semua variabel tersebut memiliki reabilitas yang baik.

Model Struktural (*Inner Model*)

R^2 dan Q^2 digunakan untuk mengevaluasi *inner model*. Tingkat pengaruh variabel independen atas variabel dependen ditunjukkan oleh nilai R-square. Model prediksi dari model penelitian yang disarankan semakin baik jika nilai R^2 semakin tinggi. Terdapat tiga kriteria nilai R^2 yakni model kuat dengan nilai R^2 0,75, model sedang dengan nilai R^2 0,50 dan model lemah dengan nilai R^2 0,25. Terdapat tiga nilai Q^2 yaitu jika $Q^2 > 0$ artinya rendah, $Q^2 > 0,25$ artinya sedang, $Q^2 > 50$ artinya tinggi (Abdillah & Hartono, 2021). Nilai R^2 yang ada pada tabel 5 yaitu sebesar 0,521, yang termasuk kategori moderat. Terdapat temuan dari penelitian ini yang menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust* dan *perceived risk* memiliki pengaruh sebesar 52,1% terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yakni sebesar 47,9%. Kemudian hasil Q^2 sebesar 0,462, hasil tersebut menunjukkan penelitian ini memiliki nilai relevansi yang tinggi.

Pengujian Hipotesis

Dasar pengujian hipotesis adalah dengan nilai *t-statistic* dan nilai *p-value*. Jika nilai *t-statistic* melebihi 1,96 dan nilai *p-value* kurang dari 0,05, maka hipotesis diterima. Dan jika nilainya kurang dari 1,96 dan *p-value* lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak.

H1: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi pada TikTok Shop

Berdasarkan hasil uji hipotesis, *perceived ease of use* memiliki nilai *p-value* sebesar 0,001 dan nilai *t-statistic* yaitu sebesar 3,377. Hipotesis H1 diterima dikarenakan angka *t-statistic* di atas 1,96 dan *p-value* di bawah 0,05. Hal ini menggambarkan, *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan sistem informasi akuntansi di TikTok Shop.

Pengguna akan lebih tertarik memanfaatkan sistem jika sistem tersebut memudahkan pencatatan transaksi penjualan. Penelitian oleh Andriani & Rusgowanto (2021) menyatakan bahwa semakin mudah pencatatan transaksi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan mengadopsinya. Sedangkan pada penelitian I. Hamdani & Murdiansyah (2023) menyatakan bahwa beberapa pengguna lebih memilih teknik manual yang dianggap lebih fleksibel dan tidak memerlukan pemahaman teknologi lebih lanjut, kemudahan pencatatan tidak selalu meningkatkan minat dalam memanfaatkan sistem.

Pengguna akan memanfaatkan TikTok Shop dalam jangka panjang jika mereka dapat mengakses sistem kapan saja tanpa mengalami masalah teknis apa pun. Indikator kemudahan mengakses aplikasi memiliki *loading factor* tertinggi dalam variabel ini yaitu sebesar 0,815. Penelitian Lasiba (2022) menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan memberikan pengaruh positif terhadap ketertarikan penggunaan sistem informasi akuntansi pada *e-commerce*. Semakin sistem mudah diakses, pengguna akan menggunakan sistem informasi akuntansi. Sedangkan penelitian Aryani *et al.* (2022) menyatakan meskipun sistem mudah diakses, pengguna tetap enggan menggunakannya jika mereka merasa tidak terbiasa dengan teknologi. Pengguna yang tidak terbiasa dengan teknologi mungkin enggan memanfaatkan sistem tersebut, meskipun sistem mudah diakses.

Proses transaksi keuangan melalui aplikasi akan meningkat seiring dengan besarnya manfaat aplikasi dalam pencatatan keuangan. Penelitian Suri *et al.* (2024) menyebutkan bahwa aplikasi memudahkan akses terhadap layanan keuangan sekaligus menurunkan biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi waktu. Sedangkan penelitian Setiawan *et al.* (2020) menyebutkan bahwa meskipun pengguna merasa aplikasi *fintech*

mudah digunakan, faktor tersebut tidak secara langsung meningkatkan minat atau penggunaan mereka.

Pengguna lebih cenderung bertahan menggunakan sistem jika mereka dapat dengan cepat mengakses bantuan teknis saat masalah muncul. Berdasarkan penelitian Badaruddin & Risma (2021), minat pengguna dapat dipengaruhi oleh fitur layanan, seperti bantuan teknis. Sedangkan pada penelitian Dapubeang *et al.* (2024) menyebutkan bahwa karena mereka lebih nyaman menggunakan teknik yang biasa mereka gunakan, beberapa pengguna memutuskan untuk tidak menggunakan sistem tersebut meskipun bantuan teknis tersedia.

Artinya, orang lebih cenderung memanfaatkan suatu sistem pada aplikasi apabila pengguna merasakan sistem tersebut mudah dipelajari dan digunakan. Pada TikTok Shop, kemudahan dalam memperoleh data transaksi serta memanfaatkan fitur-fitur yang mendukung pengelolaan keuangan usaha dapat meningkatkan kenyamanan pengguna, sehingga banyak pengguna tertarik untuk menggunakan sistem tersebut.

H2: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi pada TikTok Shop

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, *perceived usefulness* menunjukkan *p-value* sebesar 0,000 serta *t-statistic* menunjukkan nilai 3,993. Hipotesis H2 diterima dikarenakan angka *t-statistic* di atas 1,96 dan *p-value* di bawah 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan sistem informasi akuntansi di TikTok Shop.

Pengguna akan lebih tertarik memanfaatkan sistem jika sistem mencatat transaksi dengan lebih efisien. Berdasarkan penelitian Sari *et al.* (2022), menunjukkan bahwa penerapan sistem akuntansi digital mempunyai pengaruh positif terhadap efektivitas sistem pencatatan keuangan. Sedangkan penelitian Hidayati & Karim (2024) menunjukkan bahwa sebagian pengguna menganggap sistem ini terlalu rumit untuk aktivitas mereka, minat pedagang untuk memanfaatkan QRIS tidak terpengaruh oleh efektivitas pencatatan.

Pengguna akan lebih cenderung memanfaatkan sistem jika sistem tersebut membuat pengelolaan keuangan mereka lebih mudah. Indikator efisiensi dalam pengelolaan bisnis memiliki *loading factor* tertinggi dalam variabel ini yaitu sebesar 0,836. Penelitian Rival *et al.* (2023) menunjukkan bahwa efisiensi dalam pengelolaan

bisnis adalah faktor kunci dalam adopsi teknologi. Sedangkan penelitian Farina & Opti (2023) menunjukkan bahwa tidak semua aspek teknologi informasi, seperti efisiensi dalam pengelolaan bisnis, memiliki dampak langsung terhadap minat pengguna atau kinerja penggunaan sistem informasi.

Pengguna lebih cenderung menggunakan sistem secara rutin apabila sistem tersebut dapat mengelola laporan keuangan dengan baik. Penelitian oleh Hanif & Kurniawati (2024) menemukan bahwa dalam melacak transaksi dan membuat ringkasan keuangan, yang selanjutnya dapat meningkatkan minat terhadap sistem akuntansi. Sedangkan pada penelitian Purwandani *et al.* (2023) menemukan bahwa dalam beberapa bisnis kecil, pengguna lebih mengutamakan pencatatan sederhana yang dapat mereka kelola sendiri tanpa perlu bergantung pada sistem yang lebih rumit.

Artinya, suatu sistem lebih mungkin digunakan secara berkelanjutan jika pengguna menganggapnya bermanfaat. Pengguna lebih mungkin memasukkan sistem pencatatan keuangan TikTok Shop ke dalam operasi bisnis mereka jika mereka yakin sistem tersebut dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi kesalahan pencatatan, dan menyediakan data keuangan yang andal. Dengan demikian, platform yang menawarkan manfaat dalam mendukung proses bisnis dan pengambilan keputusan finansial dapat meningkatkan adopsi dalam menggunakan sistem informasi akuntansi.

H3: *Trust* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi pada TikTok Shop

Temuan dari pengujian hipotesis, *trust* memiliki *p-value* sebesar 0,000 serta *t-statistic* dengan nilai sebesar 4,278. Hipotesis H3 diterima dikarenakan angka *t-statistic* di atas 1,96 dan *p-value* di bawah 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa *trust* memberikan pengaruh positif terhadap minat untuk memanfaatkan sistem informasi akuntansi di TikTok Shop.

Semakin kepercayaan pengguna tinggi terhadap keamanan data mereka, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan sistem informasi akuntansi. Dalam variabel ini, indikator kepercayaan pada keamanan transaksi memiliki *loading factor* paling tinggi yaitu sebesar 0,842. Hal tersebut menunjukkan, faktor utama dalam meningkatkan minat pengguna yaitu aspek keamanan. Penelitian Virginia & Puspitasari (2023) menyebutkan bahwa minat dalam memanfaatkan sistem informasi akuntansi pada dompet digital dipengaruhi secara positif oleh keyakinan terhadap keamanan

transaksi. Semakin tinggi persepsi keamanan, semakin meningkat minat penggunaan dompet digital. Sedangkan penelitian Saragih & Siregar (2025) menyebutkan bahwa kepercayaan pada keamanan data tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna terhadap aplikasi Dana sebagai metode pembayaran.

Jika pengguna merasa sistemnya dapat diandalkan dalam menjaga informasi pribadi, mereka akan lebih cenderung menggunakannya. Penelitian Trisnayanti & Ariyanto (2022) menyatakan bahwa minat dalam memanfaatkan sistem informasi akuntansi dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepercayaan dalam menjaga data pribadi, yang merupakan salah satu komponen kualitas sistem. Sedangkan penelitian Dewi Sulistiyo Rini (2023) menyatakan, minat penggunaan aplikasi akuntansi tidak terlalu dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan terhadap aplikasi yang menyimpan informasi pribadi.

Sistem informasi akuntansi akan lebih sering digunakan oleh pengguna jika mereka percaya bahwa dana yang mereka simpan dalam aplikasi aman dan dapat diakses kapan saja. Dalam penelitian Widiyanto & Wiryawan (2024), menyebutkan bahwa pengguna akan terus menggunakan layanan tersebut jika mereka yakin pada kemampuan aplikasi untuk menyimpan uang mereka dengan aman. Sedangkan pada penelitian Andaiyani et al. (2023) menyebutkan bahwa meskipun aplikasi tersebut menjamin penyimpanan uang yang aman, beberapa pengguna masih enggan menggunakannya karena khawatir terhadap potensi penipuan online, yang sering dilakukan oleh orang yang tidak jujur.

Artinya, pengguna yang yakin bahwa sistem dapat menjaga keamanan transaksi, transparansi saldo, dan perlindungan data pribadi akan lebih tertarik untuk mengadopsi sistem informasi akuntansi yang tersedia. Dengan kata lain, tingkat kepercayaan yang tinggi membuat orang lebih mudah memanfaatkan sistem, yang meningkatkan kemungkinan mereka untuk terus menggunakannya.

H4: *Perceived Risk* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi pada TikTok Shop

Berdasarkan temuan dari pengujian hipotesis, *perceived risk* memiliki *p-value* sebesar 0,139 dan *t-statistic* dengan nilai sebesar 1,481. Maka dari itu, hipotesis H4 ditolak karena nilai *t-statistic* tidak lebih besar dari 1,96 dan *p-value* lebih besar dari

0,05. Hal ini menggambarkan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan sistem informasi akuntansi di TikTok Shop.

Pengguna mungkin enggan menggunakan sistem informasi akuntansi bila mereka yakin hal itu dapat menimbulkan kerugian finansial. Dalam variabel ini, *loading factor* tertinggi yaitu indikator risiko finansial sebesar 0,798, yang menunjukkan bahwa aspek risiko finansial menjadi pertimbangan utama bagi sebagian pengguna. Penelitian Aulia & Eriswanto (2023) menyatakan bahwa minat pengguna dalam menggunakan suatu sistem akan menurun jika pengguna merasakan risiko yang tinggi terkait kemungkinan kerugian finansial. Sedangkan pada penelitian I. Hamdani & Murdiansyah (2023) menunjukkan bahwa meskipun ada risiko finansial, pengguna tetap menggunakan sistem informasi akuntansi di aplikasi TikTok karena manfaat yang diberikan lebih besar daripada potensi kerugiannya. Faktor-faktor seperti peningkatan efisiensi pencatatan transaksi dan pemantauan keuangan yang mudah menjamin bahwa pengguna akan tetap tertarik untuk menggunakan sistem tersebut meskipun adanya risiko finansial.

Pengguna mungkin enggan menggunakan sistem jika mereka yakin data mereka tidak aman. Penelitian Eti Yulianti & Nurhadi (2024) menyatakan bahwa pengguna yang merasa khawatir adanya kebocoran data atau penyalahgunaan informasinya cenderung ragu untuk memanfaatkan sistem tersebut. Sedangkan pada penelitian Handayani *et al.* (2021) menyebutkan, karena adanya perlindungan data yang lebih ketat dan fitur keamanan ekstra yang disediakan oleh penyedia layanan, pengguna sistem berbasis *cloud* tetap menggunakannya meskipun ada kekhawatiran terhadap keamanan data.

Artinya, meskipun pengguna menyadari terdapat risiko yang ada dalam penggunaan sistem seperti masalah finansial, risiko kebocoran data, dan risiko kinerja sistem, faktor tersebut tidak menjadi penghalang dalam keputusan mereka untuk menggunakan sistem tersebut. Meskipun masih ada beberapa risiko yang terlibat dalam penerapan sistem informasi akuntansi, pengguna cenderung lebih berfokus pada manfaat yang mereka rasakan secara langsung. Hal tersebut menggambarkan bahwa dalam penerapan teknologi berbasis *e-commerce*, persepsi terhadap risiko tidak selalu menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan, terutama ketika pengguna menilai bahwa keuntungan yang diperoleh jauh melebihi potensi kerugiannya.

KESIMPULAN

Penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, dan *perceived risk* terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi, dapat ditarik kesimpulan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *trust* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi di TikTok Shop, sementara *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi. Pengguna lebih cenderung memanfaatkan sistem tersebut jika sistem mudah dioperasikan sekaligus memberikan manfaat bagi usaha mereka. Kepercayaan menjadi faktor paling dominan, hal ini menunjukkan bahwa pengguna menganggap risiko akan kecil jika mereka lebih percaya pada sistem. Dengan kata lain, kepercayaan dapat menjadi faktor yang mengurangi dampak negatif dari persepsi risiko.

Seiring dengan pertumbuhan pesat bisnis berbasis *e-commerce*, kehadiran sistem informasi akuntansi yang praktis dan dapat diandalkan menjadi semakin penting dalam memastikan pencatatan keuangan yang lebih efisien. Oleh karena itu, agar sistem informasi akuntansi di TikTok Shop dapat diterima secara luas, pengembang platform dapat meningkatkan aksesibilitas serta membangun kepercayaan melalui transparansi dan sistem keamanan yang lebih baik.

Terdapat beberapa keterbatasan yaitu, pada penelitian ini hanya berfokus pada wilayah Kabupaten Garut sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi lebih luas. Kemudian, hanya menggunakan beberapa variabel dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel dari faktor eksternal lain seperti *perceived enjoyment*, *attitude toward using*, dll. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah, menambah jumlah responden, serta mempertimbangkan variabel tambahan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2021). *Partial Least Square (PLS)*. ANDI Yogyakarta.
- Ahdiat, A. (2024). *TikTok Shop Gabung Tokopedia, Ini Jumlah Penggunanya*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/a6be2d006205170/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya>
- Andaiyani, S., Yunisvita, Y., Taufiq, T., & Pratiwi, M. (2023). Optimalisasi Peran Perguruan Tinggi: Pentingnya Literasi Keuangan Digital dalam Mencegah Cybercrime. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 4(2), 119–

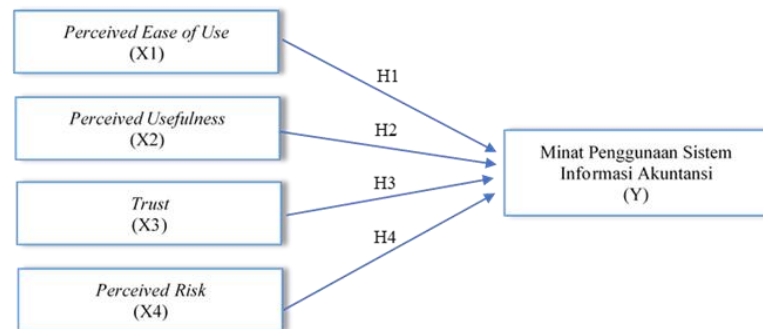
130. <https://doi.org/10.29259/jscs.v4i2.148>
- Andriani, A., & Rusgowanto, F. H. (2021). Factors Influence Intention To Use Accounting Information System-Based E-Commerce (A Case Study On MSMEs In DKI Jakarta). *2021 3rd International Conference on Cybernetics and Intelligent System (ICORIS)*, 1–7. <https://doi.org/10.1109/ICORIS52787.2021.9649634>
- Andriyani, P., Halimatusadiah, E., & Rahmani, A. N. (2024). *Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E- Commerce dan Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Minat Pengguna Aplikasi Belanja Online (Generasi Z dan Milenial di Kota Bandung)*.
- Aryani, A., Ainun Khoir Rizki, & Hasnawati. (2022). Analisis Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Aplikasi Ecommerce Menggunakan Tam Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1605–1614. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14922>
- Aulia, D., & Eriswanto, E. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Penjualan Online Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13, 10–27.
- Aulifin, S. A., & Dewi, A. S. (2022). Analisis Penerimaan Pengguna ShopeePay Sebagai Sistem Pembayaran Elektronik Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 138–152.
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) The Influence Of Service Feature And Ease Of Use On Interest Of Using Mobile Banking (Study on the Village Community . *Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122.
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis faktor-faktor pengaruh minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada aplikasi shopee dengan menggunakan Technology *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29074%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/29074/24586>
- Dapubeang, M. A. R., Fanggidae, R. P. C., & Kurniawati, M. (2024). *Analysis of Perceived Usefulness and Playfulness on Intention to Use TikTok Shop (a Study on Teenagers in Kupang City)* (Issue Icemat 2023). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-411-2_2
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use ,and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. 13(3),319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi Sulistiyo Rini, H. A. (2023). Pengaruh Faktor Sosial, Ekspektasi Kinerja, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 471. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/30581>
- Eti Yulianti, & Nurhadi. (2024). Pengaruh Security, Trust, Usability, dan Usefulness terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi SeaBank. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6), 3167–3182. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i6.1980>
- Farina, K., & Opti, S. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm. *Jesya*, 6(1), 704–713. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1007>

- Fitranita, V., Zoraya, I., & Wijayanti, I. O. (2023). Factors Affecting Interest In Using E-Commerce And E-Wallet With Using Technology Acceptance Model. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 98–108. <https://doi.org/10.33369/jakuntansi.13.2.98-108>
- Haces, G., Medina, J. M., Roque, R. V., Macias, J. C., & Aguirre, H. G. (2024). Factors of Adoption of Electronic Commerce in SMEs in Mexico. *TEM Journal*, 13(2), 1413–1422. <https://doi.org/10.18421/TEM132-55>
- Hamdani, I., & Murdiansyah, I. (2023). The Influence of Interest in the Use of Sia E-Commerce on The Tiktok Application Using the Method of Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 4(2), 113. <https://doi.org/10.20527/jee.v4i2.9003>
- Hamdani, N. A., Muharwiyah, K. M., & Nurhasan, R. (2022). Pengaruh Price Discount dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee di Kabupaten Garut. *Business Inovation and Entrepreneurship Journal*, 04(01), 91–98.
- Hanafi, M., & Rohim, F. (2024). *Jurnal E-Bis : Ekonomi-Bisnis Analisis Tecnology Acceptance Model pada Aplikasi Pembiayaan Kredit FIFGROUP Mobile Customer*. 8(2), 654–665.
- Handayani, E., Adrianto, Z., & Ritchi, H. (2021). Examining User Intention Toward Cloud-Based Accounting Information System Adoption. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 4(2), 80–90. <https://doi.org/10.24198/jaab.v4i2.35102>
- Hanif, A. N., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh Pemahaman, Penerapan, Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi dan Keterampilan Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Perkembangan UMKM. *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 4(1), 115–125. <https://doi.org/10.31933/h8jese04>
- Hidayati, N., & Karim, N. K. (2024). Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan Qris Pada Merchant Di Lombok Epicentrum Mall. *Ganec Swara*, 18(1), 253. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i1.756>
- Jannah, A. N., & Triyanto, E. (2021). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Berbasis E- Commerce Pada Umkm. *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 8–15. <https://doi.org/10.37058/jak.v1i1.2800>
- Juniar Prayoga, C., Sri Mulyani, F., & Mulyati, S. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Integritas Terhadap Kinerja Karyawan Pada RSUD SMC Tasikmalaya. *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 1(2), 141–151. <https://doi.org/10.25047/asersi.v1i2.3014>
- Kusumathias, I. P., Rahayu, S., & Wiralestari, W. (2023). the Influence of Accounting Information System Implementation on Performance With Technology Acceptance Model (Tam) Approach in Public Service Agencies of Jambi Province. *Marginal Journal of Management Accounting General Finance and International Economic Issues*, 3(1), 211–230. <https://doi.org/10.55047/marginal.v3i1.949>
- Lasiba, R. (2022). ... *Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce pada Aplikasi Shopee (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Malang 11(02), 20–29.* http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4968%0Ahttp://repository.unisma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/4968/1/S1_FEB_21801082168_RISKI_LASIBA.pdf
- Lestari, S., Nurhasan, R., Roji, F. F., Ekonomi, F., & Garut, U. (2025). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi) PERAN PENERAPAN MODEL UTAUT (UNITED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF*

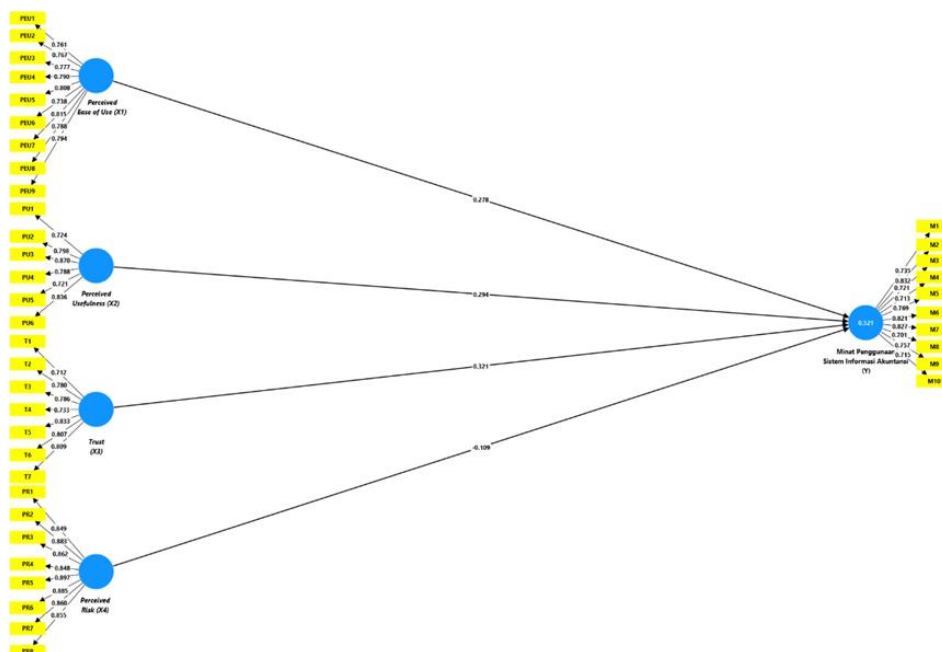
- TECHNOLOGY) PADA UMKM. 9(1), 710–727.
- Luh, N., Ayu, P., Sawitri, D., Ekonomi, F., & Udayana, U. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KENIKMATAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT UNTUK MENGGUNAKAN KEMBALI Ni Luh Putu Ayu Diah Sawitri M *. 2(9), 2755–2776. *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023*. (2024).
- Purwandani, I., Syamsiah, N. O., & Nurwahyuni, S. (2023). Perceived Usability Evaluation of TikTok Shop Platform Using the System Usability Scale. *Sinkron*, 8(3), 1389–1399. <https://doi.org/10.33395/sinkron.v8i3.12473>
- Rival, R. saputra, Ramayani Yusuf, & Rohimat Nur Hasan. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tiktokshop. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran (JUMPER)*, 2(1), 137–145. <https://doi.org/10.51771/jumper.v2i1.575>
- Rosiyana, R. N., Agustin, M., Iskandar, I. K., & Luckyardi, S. (2021). a New Digital Marketing Area for E-Commerce Business. *International Journal of Research and Applied Technology*, 1(2), 370–381. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v1i2.6765>
- Saragih, S. A., & Siregar, Z. (2025). Pengaruh Fitur Layanan , Privasi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed). 5(1), 129–140.
- Sari, I. K., Astari, A. A. E., & Indiani, N. L. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease To Use Pada Niat Menggunakan Aplikasi Tiktok Dimasa Pandemi (Studi Pada Genari Z Di Bali). *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(5), 827–842.
- Setiawan, A., Rofingatun, S., & Patma, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15(2), 35–48. <https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV ALFABETA.
- Supriyati, Elpisah, Jumiati, E., Rahayu, Y. P., Jacob Abolladaka, Jumri, F. Z., Nasution, Nazipawati, M. H. A., Shiddiq, Rida Ristiyana, E. Y. K., Nanda Safarida, I Wayan Sujana, F. M., & Dewadi, E. P. Y. (2022). *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Edisi Pert). Eureka Media Aksara.
- Suri, M. M., Pakael, R. L., Keluanan, R. A., Im, E., Klau, M., Lian, Y. P., Komputer, I., Katolik, U., & Mandira, W. (2024). *Peran Aplikasi Mobile Banking dalam Kemudahan Transaksi Harian*. 8, 32127–32130.
- Trisnayanti, N. K. I., & Ariyanto, D. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Berperilaku dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi pada Kinerja Karyawan. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(5), 1158. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i05.p04>
- Ulil Albab, M., Maslichah, & Afifudin. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce Pada Aplikasi Penjualan Online Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kota Malang). *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(2), 480–488.
- Virginia, S. G., & Puspitasari, E. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Dompot Digital. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 643. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.878>

- Widianto, D., & Wiryawan, D. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Niat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Di Kota Bandarlampung. *RAUNG: Research Accounting and Auditing Journal*, 1(2), 46–61. <https://insightasia.com/>
- Winarto, ., & Panjaitan, M. (2021). *Perceived Risk and the Technology Acceptance Model: A Proposed Study for e-Commerce Adoption*. *Icest 2018*, 478–482. <https://doi.org/10.5220/0010045104780482>
- Yahya, L. M. (2024). Business Model Transformation and Information Technology Use on the Quality of Accounting Information Systems in MSMEs in Indonesia. *West Science Information System and Technology*, 2(01), 28–38. <https://doi.org/10.58812/wsist.v2i01.801>
- Yuliani, H., & Hadisaputro, E. L. (2022). Behavioral Analysis of Shopee Application Users at Stmik Borneo International using the Technology Acceptance Model (TAM) Method. *Devotion : Journal of Research and Community Service*, 3(7), 646–653. <https://doi.org/10.36418/dev.v3i7.160>

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Oleh Peneliti, 2025



Gambar 2. Output Outer Model
Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Kode
<i>Perceived Ease of Use</i>	1. Kemudahan dalam mencatat transaksi penjualan	PEU1
	2. Kemudahan mengakses aplikasi	PEU2
	3. Kemudahan proses transaksi keuangan melalui aplikasi	PEU3
	4. Intensitas pertolongan	PEU4
<i>Perceived Usefulness</i>	1. Efektivitas Pencacatan	PU1
	2. Efisiensi dalam pengelolaan bisnis	PU2
	3. Kemampuan menjangkau lebih banyak pelanggan	PU3
<i>Trust</i>	1. Kepercayaan pada keamanan transaksi	T1
	2. Kepercayaan pada aplikasi dalam menjaga informasi pribadi	T2
	3. Keyakinan penyimpanan uang pada aplikasi	T3
<i>Perceived Risk</i>	1. Risiko finansial	PR1
	2. Risiko keamanan data	PR2
	3. Risiko kinerja sistem	PR3
Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi	1. Ketertarikan	M1
	2. Rencana penggunaan dalam jangka panjang	M2
	3. Manfaat dalam pencatatan keuangan	M3
	4. Rekomendasi penggunaan	M4

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Tabel 2. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	AVE
<i>Perceived Ease of Use</i> (X1)	0.612
<i>Perceived Usefulness</i> (X2)	0.626
<i>Trust</i> (X3)	0.610
<i>Perceived Risk</i> (X4)	0.753
Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0.579

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Tabel 3. Nilai *Cross Loading*

	PEU	PU	T	PR	M
PEU1	0.761	0.234	0.195	-0.043	0.318
PEU2	0.767	0.443	0.344	-0.070	0.463
PEU3	0.777	0.283	0.301	-0.104	0.462
PEU4	0.790	0.447	0.403	-0.114	0.463
PEU5	0.808	0.298	0.347	-0.021	0.388
PEU6	0.738	0.289	0.392	0.148	0.419
PEU7	0.815	0.375	0.381	-0.065	0.436
PEU8	0.788	0.310	0.372	-0.272	0.498
PEU9	0.794	0.315	0.364	0.007	0.419
PU1	0.334	0.724	0.311	-0.038	0.381
PU2	0.391	0.798	0.388	-0.028	0.452
PU3	0.397	0.870	0.352	-0.080	0.480

PU4	0.287	0.788	0.337	0.006	0.380
PU5	0.327	0.721	0.283	-0.014	0.334
PU6	0.315	0.836	0.385	0.026	0.558
T1	0.230	0.190	0.712	0.012	0.347
T2	0.371	0.365	0.780	-0.009	0.455
T3	0.293	0.352	0.786	-0.057	0.429
T4	0.353	0.290	0.733	-0.063	0.421
T5	0.401	0.420	0.833	-0.289	0.521
T6	0.368	0.379	0.807	0.066	0.544
T7	0.397	0.345	0.809	0.023	0.404
PR1	0.038	0.093	0.013	0.849	-0.057
PR2	-0.141	0.005	-0.055	0.883	-0.144
PR3	-0.004	-0.019	-0.018	0.862	-0.117
PR4	-0.032	0.038	-0.045	0.848	-0.125
PR5	-0.088	-0.091	-0.054	0.897	-0.171
PR6	-0.074	-0.062	-0.031	0.885	-0.167
PR7	-0.092	-0.027	-0.107	0.860	-0.154
PR8	-0.115	-0.017	-0.115	0.855	-0.108
M1	0.428	0.443	0.428	-0.068	0.735
M2	0.457	0.508	0.454	-0.239	0.832
M3	0.446	0.437	0.429	-0.164	0.721
M4	0.398	0.300	0.419	0.148	0.713
M5	0.324	0.406	0.344	-0.109	0.769
M6	0.430	0.509	0.419	-0.228	0.821
M7	0.549	0.498	0.482	-0.251	0.827
M8	0.370	0.440	0.525	-0.063	0.701
M9	0.416	0.376	0.440	-0.030	0.757
M10	0.368	0.232	0.459	-0.107	0.715

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Tabel 4. Hasil *Composite Reability*

Variabel	<i>Composite reliability</i>	<i>Cronbach's alpha</i>
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.934	0.921
<i>Perceived Usefulness</i>	0.909	0.881
<i>Trust</i>	0.916	0.893
<i>Perceived Risk</i>	0.961	0.954
Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi	0.932	0.919

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Tabel 5. Nilai Koefisien Determinasi (R^2) dan *Predictive Relevance* (Q^2)

Variabel	<i>R-square</i>	<i>Q predict</i>
Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0.521	0.466

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Tabel 6. *Bootstrapping-Path Coefficient*

Hipotesis	Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P value	Keterangan
H1	<i>Perceived Ease of Use</i> (X1) -> Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0.278	0.283	0.082	3.377	0.001	Diterima
H2	<i>Perceived Usefulness</i> (X2) -> Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0.294	0.295	0.074	3.993	0.000	Diterima
H3	<i>Trust</i> (X3) -> Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0.321	0.319	0.075	4.278	0.000	Diterima
H4	<i>Perceived Risk</i> (X4) -> Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Y)	-0.109	-0.108	0.074	1.481	0.139	Ditolak

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025