



JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS



SKRIPSI

DETERMINAN PELAKU UMKM PADA *MARKETPLACE* SHOPEE

DALAM PENGGUNAAN *CLOUD ACCOUNTING*

Oleh :

WINDA JULIANI

1610532031

Pembimbing :

Rayna Kartika, S.E., M.Com., Ak., CA

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

PADANG

2020



No Alumni
Universitas:

**WINDA
JULIANI**

No Alumni
Fakultas:

BIODATA

a).Tempat/ Tgl Lahir: Padang/ 25 Juli 1998 b).Nama Orang
Tua: Miswar dan Murniati c).Fakultas: Ekonomi d).Jurusan:
Akuntansi e).No BP: 1610532031 f).Tanggal Lulus: 18 Mei
2020 g).Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h).IPK: 3,27
i).Lama studi: 3 Tahun 9 Bulan j).Alamat Orang Tua: Jalan
Langsat No. 156, Indarung, Padang, Sumatera Barat.

“Determinan Pelaku UMKM pada *Marketplace* Shopee dalam Penggunaan *Cloud Accounting*”

Skripsi : **Winda Juliani**

Pembimbing : **Rayna Kartika, S.E., M.Com., Ak., CA**

ABSTRACT

This research aims to determine the micro, small and medium's interest who use shopee as their marketplace medium for their business activities to use digital accounting services. The variables used are the perception of usability, accessibility, and complexity. The object of this research is the micro, small and medium enterprises who use shopee as their marketplace. . The method of data collection is through questionnaire surveys. Sampling in this study using non probability technique namely incidental sampling technique, then 30 samples were taken. Data analysis using SPSS software.

The result of hypothesis test indicated that the accesibility variables significantly influence behavioral interest in using cloud accounting services. While the usefulness perceived and complexity variables do not significantly influence behavioral interest in using cloud accounting services.

Keywords: *micro, small and medium enterprises, accessibility, usefulness perceived, complexity, cloud accounting.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat pelaku UMKM yang menggunakan *marketplace* shopee sebagai media kegiatan usahanya untuk menggunakan layanan *digital accounting*. Variabel yang digunakan yaitu variabel persepsi kegunaan, variabel aksesibilitas, dan variabel kompleksitas. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pelaku UMKM yang menggunakan *marketplace* shopee sebagai media kegiatan usahanya dengan metode pengumpulan data melalui survey kuisisioner. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yaitu teknik *sampling insidental*, kemudian diambil sampel sebanyak 30 sampel. Analisis data menggunakan *software* SPSS.

Hasil dari pengujian hipotesis di dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku untuk menggunakan layanan *cloud accounting*. Sementara variabel persepsi kegunaan dan variabel kompleksitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku untuk menggunakan layanan *cloud accounting*.

Kata kunci : UMKM, aksesibilitas, persepsi kegunaan, kompleksitas, *cloud accounting*.

