

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada era globalisasi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi saat ini menawarkan berbagai kemudahan bagi masyarakat dalam menjalankan tugas sehari-hari, termasuk kemajuan teknologi seperti internet. Internet merupakan jaringan global yang berkembang cukup pesat. Orang-orang dapat berdagang dan memperoleh pengetahuan dengan mudah berkat internet. Karena hampir setiap elemen kehidupan nyata tersedia secara daring, internet dapat dianggap sebagai dunia virtual selain sebagai basis data multimedia.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah cara individu dan pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis, termasuk dalam bidang akuntansi. Di era digital saat ini, sistem informasi akuntansi tidak lagi hanya digunakan secara konvensional, tetapi mulai diintegrasikan dengan platform digital seperti aplikasi e-commerce. Salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia adalah Shopee, yang tidak hanya menjadi sarana jual beli daring, tetapi juga menyediakan fitur-fitur pendukung bisnis seperti laporan penjualan otomatis, riwayat transaksi, integrasi dompet digital, serta sistem manajemen pesanan dan keuangan.

Integrasi ini menjadikan Shopee sebagai contoh sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce yang dapat membantu pelaku usaha—khususnya pelaku UMKM dan penjual daring—dalam mencatat, mengelola, dan mengevaluasi kegiatan keuangan

secara lebih efisien. Namun, keberhasilan implementasi teknologi tersebut sangat bergantung pada minat dan penerimaan pengguna terhadap sistem yang ditawarkan.

Dalam mengkaji minat penggunaan teknologi informasi, salah satu model yang paling banyak digunakan adalah Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). TAM menyatakan bahwa minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Kedua faktor ini akan memengaruhi sikap pengguna, yang pada akhirnya membentuk niat untuk menggunakan sistem.

Pemanfaatan teknologi internet merupakan suatu inovasi yang dilakukan oleh organisasi perusahaan yang dapat membantu meningkatkan kinerja dan proses bisnis pada organisasi perusahaan (Rina Oktapiani et al., 2020) Pemanfaatan teknologi bukan hanya diperlukan oleh para pelaku usaha besar saja. Tetapi seluruh kalangan usaha termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kegiatan usaha pada umumnya merupakan kumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Dalam konteks kegiatan usaha yang memanfaatkan teknologi digital, biasa disebut sebagai usaha berbasis digital. (Alfian et al., 2023)

Teknologi Digital adalah sebuah teknologi informasi yang lebih mengutamakan kegiatan dilakukan secara komputer/digital dibandingkan menggunakan tenaga manusia. Tetapi lebih cenderung pada sistem pengoperasian yang serba otomatis dan canggih dengan system komputeralisasi/format yang dapat dibaca oleh komputer.

Teknologi digital pada dasarnya hanyalah sistem menghitung sangat cepat yang memproses semua bentuk-bentuk informasi sebagai nilai-nilai numeris. Perkembangan teknologi ini membawa perubahan pada kualitas dan efisiensi kapasitas data yang dibuat dan dikirimkan, seperti ; gamabr menjadi semakin jelas karena kualitas yg lebih baik, kapasitas menjadi lebih efisien dan proses pengiriman yang semakin cepat. (Muhamad Danuri, 2019)

Teknologi yang lebih maju akan terus dikembangkan melalui kemajuan teknologi. Teknologi informasi, akuntansi, dan kemajuan teknologi terus saling terikat. Beberapa kemajuan teknologi juga dilaksanakan secara online. Bidang akuntansi dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, khususnya sistem informasi akuntansi. Sistem informasi akuntansi terkenal karena operasi bisnisnya terkait dengan setiap siklus bisnis. Akibatnya, meskipun SIA ada bisnislah yang bertanggung jawab atas sistem tersebut. (Aulia Safitri & Aini Rahmah, 2023)

Kemudahan penggunaan adalah salah satu faktor kunci yang mempengaruhi adopsi teknologi. Ease of use didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha yang besar, dalam konteks sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce, jika pengguna merasa bahwa aplikasi shopee mudah digunakan, mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsinya. Hal ini penting karena semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk mengintegrasikannya ke dalam rutinitas bisnis mereka. (Dewi Retno Budiastuti & Abdul Muid, 2020)

Kegunaan merujuk pada sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan sistem informasi akuntansi akan meningkatkan kinerja mereka. Menurut (Corry Ginting et al., 2021) persepsi kegunaan adalah keyakinan bahwa memanfaatkan teknologi akan meningkatkan produktivitas, kegunaan aplikasi Shopee sebagai alat untuk mempermudah transaksi dan pengelolaan keuangan menjadi sangat penting. Kepercayaan adalah elemen penting dalam adopsi teknologi, terutama dalam transaksi online. (Rima Desvronita & Suci Sasmita Putri, 2021) menyatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan aplikasi. Dalam konteks ini, jika pengrajin merasa yakin bahwa Shopee aman dan dapat diandalkan, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce. Kepercayaan ini tidak hanya mencakup keamanan transaksi, tetapi juga kepercayaan terhadap kualitas produk yang ditawarkan dan layanan pelanggan yang diberikan oleh platform.

Sikap positif terhadap suatu produk akan meningkatkan minat pengguna untuk menggunakannya. Sikap pengguna terhadap aplikasi Shopee akan dievaluasi untuk menentukan seberapa besar pengaruhnya terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce. Sikap ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, rekomendasi dari teman, dan persepsi umum tentang aplikasi tersebut. (Regita & Thomas Santoso, 2020)

Menurut penelitian (Dewi Retno Budiastuti & Abdul Muid, 2020) minat pengguna sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce terhadap aplikasi Shopee dipengaruhi oleh persepsi kemudahan yang mereka rasakan. Kinerja dan aktivitas

seseorang akan dimudahkan dengan pemanfaatan sistem informasi akuntansi pada aplikasi Shopee, tidak ada seorang pun yang akan memanfaatkan suatu aplikasi jika tidak menawarkan keuntungan atau aplikasi. Orang yang percaya bahwa sistem informasi akuntansi berharga lebih yakin bahwa mereka akan bekerja lebih baik. Karena tidak memenuhi harapan pelanggan, kebijakan gratis ongkos kirim dan kupon belanja Shopee dianggap tidak menawarkan keuntungan atau aplikasi apa pun bagi konsumen. Adopsi sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce dipengaruhi oleh rasa kegunaan, menurut penelitian (Budi Septiawan, 2022)

Minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce adalah variabel dependen dalam penelitian ini. Minat ini mencerminkan keinginan pengrajin untuk menggunakan aplikasi Shopee dalam kegiatan bisnis mereka. Dengan meningkatnya minat pengguna, diharapkan pengrajin di Cibaduyut dapat memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan bisnis mereka.

Salah satu aspek terpenting dari transformasi bisnis modern di era digital adalah penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Perusahaan e-commerce terkemuka seperti Shopee telah menunjukkan dedikasi yang kuat untuk menggabungkan teknologi mutakhir ke dalam operasi harian mereka, dengan SIA sebagai basis utama untuk menangani transaksi keuangan dan merumuskan pilihan strategis. Selain menggunakan teknologi terbaru, integrasi SIA oleh Shopee merupakan langkah yang diperhitungkan untuk merampingkan operasi, meningkatkan produktivitas, dan memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Shopee telah mampu memperkirakan permintaan, melihat tren

pasar, dan menciptakan taktik penjualan yang lebih terarah berkat kemampuan SIA untuk memberikan informasi real-time yang akurat.

Berdasarkan data SEMrush di Indonesia, kunjungan bulanan Shopee turun dari 147,7 juta pada Maret 2025 menjadi 132 juta pada April 2025, atau mengalami penurunan sebesar 10,6% hanya dalam satu bulan. Tren penurunan traffic ini juga mencerminkan pola umum di Asia Tenggara: menurut Similarweb, kunjungan Shopee regional turun 5,3% pada April 2024 secara bulanan (menjadi 611,8 juta kunjungan). Pada Februari 2024, total kunjungan web Shopee di Asia Tenggara turun 7,9% dibanding bulan sebelumnya (532 juta di Februari vs ~577 juta di Januari). Di November 2024, kunjungan regional Shopee sedikit turun lagi, 0,5% dibanding Oktober, meski total traffic regional Lazada & Shopee menunjukkan penurunan tahunan 7,4%.

Melemahnya daya beli masyarakat dan tekanan ekonomi (PHK, kenaikan inflasi) menjadi salah satu pemicu penurunan belanja daring, termasuk di Shopee. Munculnya TikTok Shop, dengan pengalaman belanja berbasis video dan impulsive buying, terlihat menarik sebagian konsumen dari Shopee. Laporan menyebut pengeluaran konsumen Shopee turun hingga 51% karena beralih ke TikTok Shop. Pengaduan dari pengguna dan penjual di platform komunitas (reddit) menyebut menurunnya promosi, voucher, serta pelayanan buruk (lama pengiriman, biaya tinggi), juga memengaruhi kunjungan dan tingkat aktivitas pengguna.

Februari 2024: Terjadi penurunan jumlah kunjungan dari sekitar 577 juta menjadi sekitar 532 juta. April 2024: Total kunjungan turun dari 764,7 juta menjadi

717,3 juta; khusus untuk Shopee, kunjungan menurun menjadi 611,8 juta. November 2024: Secara tahunan, terjadi penurunan sebesar 7,4%. Maret – April 2025: Jumlah kunjungan kembali menurun dari 147,7 juta menjadi 132 juta.

Penurunan kunjungan ke Shopee terlihat dari berbagai data sumber terpercaya. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi adalah kondisi ekonomi makro, kompetisi dari e-commerce berbasis sosial seperti TikTok Shop, serta penurunan intensitas promosi dan kualitas layanan pengguna. Ini menjadi sinyal penting bagi strategi Shopee untuk memperbaiki layanan, meningkatkan promosi, dan berinovasi agar tetap kompetitif di era digital.

Shopee sebagai salah satu pemimpin di industri e-commerce global, didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009, Shopee merupakan bagian dari SEA Group dan berkantor pusat di Singapura. Pada tahun 2015, perusahaan ini memperluas jangkauannya hingga mencakup Malaysia, Taiwan, Filipina, Vietnam, dan Indonesia. Saat pertama kali diluncurkan, Shopee merupakan pasar Customer to Customer atau C2C. Sejak saat itu, perusahaan ini telah berkembang menjadi model C2C hibrida yang menggabungkan penjualan Bussines to Customer (B2C), di mana perusahaan menjual barang dan jasa kepada pembeli. Hal ini terjadi sejak diperkenalkannya Shopee Mall, sebuah platform untuk toko daring yang menampilkan merek-merek populer. Shopee merupakan pengecer daring besar yang memiliki permintaan tinggi, khususnya di Cibaduyut.

Cibaduyut, yang terletak di Kota Bandung, Jawa Barat, dikenal sebagai pusat industri sepatu dan sandal yang telah beroperasi sejak puluhan tahun lalu. Pengrajin

Cibaduyut memiliki reputasi yang kuat dalam menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi dengan desain yang unik dan khas. Sebagai sentra sepatu yang sudah dikenal, Cibaduyut menjadi destinasi wisata yang digemari wisatawan domestik maupun mancanegara. Proses produksi yang dilakukan untuk menjamin kualitas sepatu yang baik selama beberapa generasi tidak dapat dilepaskan dari mutu sepatu yang dihasilkan oleh para perajin. Masa kejayaan Sentra Sepatu Cibaduyut tidak selalu stabil, setiap tahunnya para perajin menghadapi kendala baru, seperti kendala teknologi yang semakin canggih sehingga membuat kemampuan mereka dalam membuat sepatu tergerus. Hal ini terjadi karena banyaknya pelaku usaha yang memilih sepatu buatan pabrik. TAM mengukur sikap dan niat penggunaan aplikasi berbelanja online dengan populasi yang berbeda dan pilihan perangkat yang berbeda. TAM memiliki dua ukuran penerimaan teknologi yaitu kemudahan penggunaan dan kegunaan. Technology Acceptance Model (TAM) dianggap sebagai model yang paling tepat. (Lamtiur Namora et al., 2023)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model yang tepat untuk memperkirakan minat atau keinginan individu dalam menerima teknologi. Dalam TAM, terdapat dua konstruk utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebergunaan. Meskipun ada konstruk sikap dalam menggunakan dalam TAM, namun jarang digunakan untuk meramalkan minat. Selain TAM, terdapat faktor-faktor eksternal lain seperti risiko dan kepercayaan yang dapat digunakan untuk memperkirakan minat individu terhadap teknologi.

Banyak akademisi yang telah melakukan penelitian terhadap perajin dan sentra sepatu Cibaduyut, meskipun penelitian tersebut tidak secara langsung memberikan kontribusi terhadap penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Mengingat masih banyak perajin yang belum dapat menjual barang dagangannya secara daring, penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah memberdayakan perajin dengan berbagai cara, termasuk melalui dukungan dan pelatihan teknologi internet. Pemberdayaan tambahan dilakukan melalui pelatihan manajemen dan pemasaran bisnis, pelatihan ekosistem bisnis untuk menghindari masalah keuangan dan utang yang selalu menjerat perajin, dan peningkatan kualitas produk melalui penggunaan instrumen kontemporer.

**Tabel 1. 1 Langkah Solutif Atas Permasalahan Komunitas Sepatu Cibaduyut**

No	Permasalahan	Aktivitas	Solusi
1	Belum memahami konsep sistem informasi akuntansi sebagai alat penting dalam bisnis	Sosialisasi pentingnya sistem informasi akuntansi	Pendidikan dan Pelatihan Pendekatan berbasis data
2.	Belum mencoba menggunakan <i>e-commerce</i>	Pelatihan instansi <i>e-commerce</i>	Edukasi tentang <i>e-commerce</i>
3.	Belum memanfaatkan aplikasi shopee sebagai alat marketing	Pelatihan dan Pendampingan integrasi shopee dengan media sosial	Membangun Strategi Media sosial Optimalkan setiap produk yang di upload

No	Permasalahan	Aktivitas	Solusi
4.	Belum dapat mengintegrasikan antara kebutuhan produksi sepatu, konten marketing dan penggunaan sosial media	Melakukan integrasikan antara kebutuhan produksi sepatu, konten marketing dan penggunaan sosial media	Evaluasi dan Analisis Kinerja

**Sumber: Hartanti (2022)**

Dalam upaya meningkatkan daya saing dan profesionalisme komunitas pengrajin sepatu, khususnya di Cibaduyut, terdapat beberapa permasalahan utama yang perlu diatasi melalui pendekatan strategis.

Permasalahan pertama adalah kurangnya pemahaman mengenai konsep sistem informasi akuntansi sebagai alat penting dalam bisnis. Untuk mengatasi hal ini, perlu dilakukan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya sistem informasi akuntansi dalam pengelolaan keuangan usaha. Solusi strategis yang dapat dilakukan adalah melalui pendidikan dan pelatihan terstruktur, serta penerapan pendekatan berbasis data agar para pelaku usaha dapat melihat langsung manfaat dari penggunaan sistem tersebut dalam pencatatan dan analisis keuangan.

Permasalahan kedua adalah bahwa sebagian besar pelaku usaha belum mencoba menggunakan platform e-commerce untuk memperluas pasar. Sebagai langkah awal, dapat dilakukan pelatihan mengenai penggunaan platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia. Edukasi ini perlu diberikan secara praktis dan aplikatif,

sehingga para pengrajin dapat memahami cara kerja, manfaat, dan potensi jangka panjang dari pemanfaatan e-commerce dalam pengembangan usaha.

Selanjutnya, banyak pelaku usaha juga belum memanfaatkan Shopee secara maksimal sebagai alat pemasaran digital. Untuk itu, dibutuhkan pelatihan dan pendampingan dalam mengintegrasikan akun Shopee dengan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Strategi media sosial yang tepat dapat membantu menjangkau konsumen lebih luas, sementara optimalisasi pada setiap produk yang diunggah di Shopee seperti deskripsi, foto produk, dan pemilihan kategori—juga menjadi hal yang penting agar produk lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli. Permasalahan terakhir adalah bahwa para pelaku usaha masih kesulitan dalam mengintegrasikan kebutuhan produksi sepatu dengan pembuatan konten pemasaran dan penggunaan media sosial secara bersamaan. Untuk mengatasi hal ini, perlu dilakukan pendampingan untuk mengintegrasikan alur kerja antara produksi, konten marketing, dan distribusi digital secara efisien. Evaluasi dan analisis kinerja secara berkala juga dibutuhkan, agar pelaku usaha dapat memahami bagian mana dari usahanya yang sudah berjalan efektif dan bagian mana yang masih perlu ditingkatkan.

Penjelasan ini menggambarkan bahwa penyelesaian masalah tidak hanya terletak pada aspek teknis, tetapi juga pada perubahan pola pikir, peningkatan kapasitas SDM, dan kolaborasi lintas bidang. Pendekatan terintegrasi ini diharapkan mampu memberdayakan komunitas pengrajin sepatu agar lebih adaptif terhadap perkembangan zaman, serta mampu bersaing di pasar lokal maupun global.

Menurut (Kotler et al., 2021), pelatihan yang terstruktur dan dirancang dengan baik dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi konten marketing. Pelatihan memungkinkan seseorang untuk belajar tentang penggunaan data, teknologi, dan kreativitas secara efektif untuk menciptakan konten yang relevan dan menarik bagi audiens. Menurut (Alamin et al., 2023) kemunculan teknologi berupa aplikasi Shopee merupakan inovasi yang bermanfaat bagi penggunanya. Dalam penelitiannya, ia menemukan bahwa fitur-fitur dalam aplikasi Shopee memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kreativitas penjualan, yang dapat dimanfaatkan dalam pembuatan konten pemasaran yang menarik.

Meskipun Shopee memiliki berbagai fitur yang mendukung sistem informasi akuntansi, belum semua penjual memanfaatkannya secara optimal. Beberapa pengguna merasa fitur-fitur tersebut rumit, tidak sesuai kebutuhan, atau tidak tahu bagaimana mengaksesnya. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada aplikasi Shopee, terutama dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model.

Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan sistem ini, maka pihak pengembang aplikasi maupun pelaku bisnis dapat mengoptimalkan fitur dan edukasi yang diperlukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur terkait adopsi sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce, serta menjadi dasar bagi strategi implementasi sistem yang lebih efektif dan user-friendly.

Berdasarkan Fenomena yang terjadi, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA APLIKASI SHOOPPE”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Selanjutnya, bahwa faktor-faktor yang didalam teori TAM, maka penulis merumuskan sebuah rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana perceived ease of use pada pengrajin cibaduyut mengenai sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce?
2. Bagaimana perceived usefulness pada pengrajin cibaduyut mengenai sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce?
3. Bagaimana minat penggunaan mengenai sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada pengrajin cibaduyut?
4. Seberapa besar pengaruh perceived ease of use terhadap minat penggunaan aplikasi shopee berbasis e-commerce pada Pengrajin Cibaduyut?
5. Seberapa besar pengaruh perceived usefulness terhadap minat penggunaan aplikasi shopee berbasis e-commerce pada Pengrajin Cibaduyut?
6. Seberapa besar pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap minat penggunaan aplikasi shopee berbasis e-commerce pada Pengrajin Cibaduyut?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini penulis ingin mengumpulkan data dan berbagai informasi yang terkait dengan Sistem Informasi Akuntansi, E- commerce dan aplikasi shopee serta penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat selama melakukan penelitian ini.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) mengenai penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada pengrajin cibaduyut.
2. Untuk mengetahui kegunaan (Perceived Usefulness) mengenai penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada pengrajin cibaduyut.
3. Untuk mengetahui minat penggunaan (Behavioral Intention to Use) mengenai penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada pengrajin cibaduyut.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh perceived ease of use terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada pengrajin cibaduyut.

5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh perceived usefulness terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada pengrajin cibaduyut.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness using secara simultan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada pengrajin cibaduyut.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dalam lingkup Akuntansi dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan E-Commerce terhadap aplikasi shopee.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

a. Bagi instansi

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam penerapan program Sistem Aplikasi Shopee dan E-Commerce pada Aplikasi Shopee untuk meningkatkan Penjualan para pengrajin di Cibaduyut Kota Bandung.

b. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai sebuah pengalaman dan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan serta mengaplikasikan ilmu Akuntansi.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini secara praktis berguna bagi mahasiswa Universitas Pasundan (UNPAS) secara umum, dan mahasiswa Akuntansi secara khusus sebagai literatur, terutama untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan sentra industri sepatu Cibaduyut, yang terletak di Kecamatan Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu pusat industri kerajinan sepatu dan produk kulit terbesar di Indonesia, serta memiliki banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang relevan dengan fokus penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian adalah pada bulan Juni 2025. Pengumpulan data dilakukan selama bulan tersebut melalui observasi lapangan, wawancara dengan para pengrajin, serta dokumentasi kegiatan produksi dan pemasaran.