

ABSTRAK

Langkah pelaku UKM untuk mengadopsi *e-commerce* secara masif merupakan realitas bisnis namun menjadi ironi ketika terungkap banyak yang gagal memanfaatkannya untuk keberhasilan bisnis. Kondisi tersebut diyakini terkait dengan bagaimana pelaku UKM mitra *e-commerce* memahami makna teknologi untuk proses bisnis yang terartikulasikan sebagai sistem informasi akuntansi yang bukan sekadar pendukung teknis berbisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana pelaku UKM memaknai adopsi *e-commerce* dalam perspektif nilai sosial dan budaya serta mengkaji esensi makna sistem informasi akuntansi dalam adopsi *e-commerce* tersebut. Penelitian ini diharapkan meningkatkan penerapan aspek sosiologis dalam riset dan praktik akuntansi selain memberi masukan regulasi pengembangan adopsi *e-commerce* oleh UKM secara efektif.

Penelitian ini didesain dengan etnometodologi dalam kerangka analisis Teori Strukturasi karena kesesuaian ontologi pada interaksi tindakan keseharian individu secara rutin yang dibentuk dan membentuk struktur sosial dalam lintas ruang dan waktu. Penelitian ini melibatkan sembilan informan dari komunitas pelaku UKM mitra *e-commerce*, yaitu Tokopedia, Bukalapak dan Shopee yang diwawancarai secara mendalam, diamati aktivitasnya dan diperiksa dokumen yang terkait secara fleksibel karena kondisi pandemi Covid-19. Analisis data dilakukan melalui tahap *categorical aggregation* dan *direct interpretation* yang terjaga kredibilitas, reliabilitas dan transferability-nya.

Temuan penelitian ini mengungkapkan fenomena bahwa adopsi *e-commerce* oleh pelaku UKM merupakan bentuk kesadaran yang praktis dan logis untuk mempertahankan eksistensi bisnis, tidak sekadar mengikuti tren perubahan pola bisnis terkini. Fenomena tersebut memberi konsekuensi berupa kesadaran munculnya tantangan untuk selalu meningkatkan pembelajaran bisnis, menjaga kualitas responsibilitas, membentuk keyakinan atas *e-commerce* dan mempertahankan reputasi bisnis. Konsekuensi tersebut membentuk rangkaian strukturasi perilaku pelaku UKM yang dikendalikan oleh aktivitas dalam *e-commerce* namun juga dapat memengaruhi perubahan kendali tersebut. Temuan ini mengesampingkan paradigma deterministik dari kajian penyebab adopsi *e-commerce* berupa faktor teknologi, individu, organisasi dan lingkungan namun lebih bersifat mengintegrasikan menjadi kesatuan faktor holistik. Sistem informasi akuntansi terefleksikan sebagai kendali dalam struktur *e-commerce* yang tidak hanya sebagai modalitas namun juga mediator untuk memberi makna pengendalian aktivitas *e-commerce*. Sistem informasi akuntansi terefleksikan eksistensinya dalam kendali tindakan untuk melakukan verifikasi transaksi, mengefisienkan tahapan transaksi, memastikan keamanan transaksi dan pengakuan nilai transaksi yang andal yang mengendalikan sekaligus dikendalikan aktivitas dalam *e-commerce* sebagai kesadaran rasional untuk mempertahankan eksistensi bisnis.

Kata kunci: sistem informasi akuntansi, adopsi *e-commerce*, eksistensi bisnis, strukturasi, aspek kendali