

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Globalisasi merupakan suatu era mendunia dimana terdapat kemajuan teknologi yang sangat pesat. Kemajuan teknologi ini membawa dampak yang sangat positif bagi perkembangan kemampuan mereka dalam mengakses berbagai informasi. Era globalisasi memiliki pengaruh yang kuat disegala dimensi kehidupan masyarakat, hal ini menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan sosial baik secara positif maupun negatif.

Perkembangan teknologi membuat masyarakat terpecah antara dua pilihan. Disatu pihak masyarakat menerima kehadiran teknologi, di pihak lain kehadiran teknologi modern justru menimbulkan masalah-masalah yang bersifat struktural yang kemudian merambah di semua aspek kehidupan masyarakat. Terkait dengan perkembangan teknologi yang berdampak kearah modernisasi. IPTEK merupakan yang paling pesat perkembangannya. Salah satu di antaranya yang cukup membuat masyarakat terkagum-kagum ialah perkembangan teknologi informasi.

Perkembangan teknologi segala sesuatu dapat dilakukan dengan mudah, mulai dari pekerjaan, berkomunikasi hubungan tanpa terhalang jarak dan waktu, dan banyak juga bagian-bagian pekerjaan yang di lakukan oleh manusia kini digantikan oleh teknologi. Di dalam sebuah teknologi pasti terdapat sistem. Sistem merupakan seperangkat elemen yang saling bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem harus memiliki organisasi, keterkaitan, integrasi, dan tujuan utama. Sistem informasi yang kadang kala di sebut sebagai sistem pemrosesan data, merupakan sistem buatan manusia yang biasanya terdiri dari sekumpulan komponen baik manual maupun berbasis komputer yang terintegrasi untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengelola data serta menyediakan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai pemakai informasi tersebut. Tanpa memperhatikan asal usulnya, semua sistem memiliki beberapa elemen yang sama.

Contoh sederhana dari sistem informasi yang bertujuan untuk menghasilkan informasi mengenai saldo persediaan pada sebuah toko baju. Input dari sistem

informasi tersebut adalah berupa penerimaan pesanan baju dan penjualan baju. Proses yang berjalan adalah berupa catatan persediaan untuk setiap item baju setiap kali terjadi pembelian baju sebagai barang dagangan serta setiap kali terjadi penjualan baju. *Output* nya adalah berupa daftar saldo persediaan sebagai jenis dan ukuran baju. Dari contoh di atas dapat disimpulkan bahwa komponen suatu sistem informasi terdiri dari *input*, proses dan *output*.

Salah satu subsistem dari sistem informasi yang ada di perusahaan yaitu Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Sistem ini bertujuan untuk mengumpulkan dan memproses data serta melaporkan informasi yang berkaitan dengan transaksi keuangan. Misalnya, salah satu *input* dari sistem informasi akuntansi pada sebuah toko baju, seperti pada contoh sebelumnya yaitu transaksi penjualan.

Saat ini, telah banyak berkembang penjualan secara *online*. Penjualan yang dilakukan secara *online* sangat memudahkan konsumen dalam berbelanja, konsumen dapat dengan mudah membeli barang yang mereka inginkan. Kita dapat berbelanja apa saja yang kita inginkan dimana saja dan kapan saja, tanpa harus pergi ke toko tersebut untuk mendapatkan barang yang kita inginkan, cukup melalui *gadget* dan bermodalkan internet kita langsung bisa mencari dan memilih barang yang kita inginkan dan membayarnya melalui transfer, bagi yang tidak mempunyai atm pun bisa melakukan transaksi *online* ini melalui gerai minimarket yang bekerjasama dengan pihak *online shop*.

Dalam laporan Nielsen yang bertajuk *Indonesia Ocean of Opportunities* penjualan *e-commerce* Indonesia pada 2015 mencapai US\$ 1,68 miliar. Angka ini hanya 1,2 persen dari total penjualan retail domestik sebesar US\$ 145,83 miliar. Jika dibandingkan dengan penjualan *e-commerce* di negara-negara di kawasan Asia Tenggara, Indonesia terbesar.

Dengan jumlah populasi yang mencapai 258 juta jiwa dan pengguna internet baru mencapai 50 juta pengguna, serta penetrasi internet yang masih rendah pada 2015 membuka peluang tumbuhnya transaksi digital di Indonesia. Ada gelombang baru di era modern dengan membawa serangkaian keyakinan, pengalaman, dan perilaku baru yakni Gen Z atau generasi Z. Mereka merupakan generasi asli digital yang tidak pernah tahu apa artinya tanpa teknologi, kepuasan instan, dan akses terhadap informasi yang menyertainya. Mereka merangkul cara baru

berbelanja langsung dari *platform* sosial media seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Snapchat.

Studi IBM baru-baru ini, yang menyurvei 15.000 responden di 16 negara, mengungkapkan sebanyak 67% Gen Z membentuk lanskap ritel - bagaimana perilaku mereka kerap menggunakan ponsel pintar untuk melakukan segala aktivitas terutama berbelanja *online* di *e-commerce*. Dengan *e-commerce* yang tumbuh lebih cepat daripada sektor bisnis lainnya, membuat berbagai lini usaha perlu mengubah haluan ke digitalisasi. Gen Z memiliki pola pengalaman yang lapar, sehingga bisa dibilang salah satu kelompok konsumen paling canggih dan terkomplikasi dalam sejarah. Mereka menuntut pengalaman ritel dan provasi di dunia *online*.

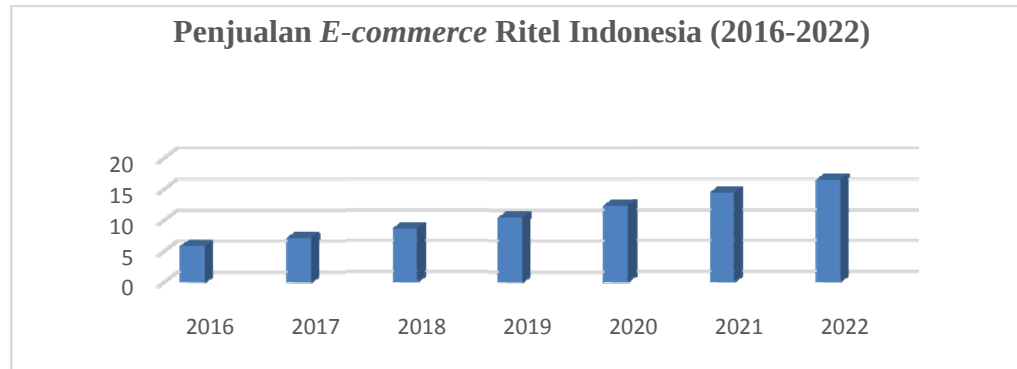
Tumbuhnya masyarakat kelas menengah dan Generasi Z (Gen Z) yang lahir di era digital dapat menjadi penopang meningkatnya transaksi *e-commerce* di tanah air. Kita telah mengetahui adanya pengelompokan generasi yaitu generasi X, Y, dan Z. Pengelompokan generasi ini dimulai dari generasi *baby boomers* (1946 – 1964) selanjutnya barulah muncul generasi X yang biasa di sebut dengan Gen X yaitu mereka yang lahir pada kurun waktu tahun 1965 – 1979. Kemudian Generasi Y atau Gen Y yang lahir pada kurun waktu tahun 1980 – 2000. Mereka adalah pengguna teknologi digital. Yang terakhir adalah Generasi Z atau Gen Z adalah mereka yang lahir setelah abad milenium atau tahun 2001 hingga seterusnya.

Penjualan *e-commerce* (perdagangan elektronik) ritel di Indonesia akan tumbuh 133,5% menjadi US\$ 16,5 miliar atau sekitar Rp 219 triliun pada 2022 dari posisi 2017. Pertumbuhan ini ditopang oleh pesatnya kemajuan teknologi yang memberikan kemudahan berbelanja bagi konsumen. Lahirnya Generasi Z (Gen Z) yang lahir di era *digital* juga turut berkontribusi terhadap pertumbuhan *e-commerce* di tanah air.

Berbelanja secara *online* juga telah menjadi salah satu aktivitas yang menarik karena memberikan pengalaman baru dalam berbelanja bagi para konsumen. Ini merupakan salah satu alasan konsumen mulai beralih dari *offline* (membeli barang secara langsung) dan sekarang mulai beralih secara *online* (dengan hanya mengunjungi situs belanja). Peluang inovasi yang terbuka besar

dan pergeseran gaya hidup masyarakat menjadi salah satu kekuatan bisnis *e-commerce*.

Sumber 2016 © Databoks, Katadata Indonesia.



Gambar 1. Penjualan Ritel di Indonesia

Online shop atau bisnis *online* saat ini bukan lagi menjadi suatu hal yang asing bagi masyarakat Indonesia, baik yang dalam kesehariannya menggunakan internet ataupun yang tidak. Proses penjualan secara *online* tidak lupa melibatkan yang namanya sistem informasi. Sistem informasi akuntansi adalah sistem yang dapat memudahkan penjual dalam menjual produknya. Berdasarkan data di atas banyak sekali aplikasi sistem informasi akuntansi yang digunakan pada online shop atau sering disebut dengan *olshop*.

Penelitian terdahulu mengenai sistem informasi akuntansi ternyata sudah banyak dilakukan, diantaranya Prabowo' Surya, dkk (2015) melakukan penelitian mengenai "Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Transaksi Menggunakan RFID Dengan Sistem Saldo Pada Pembeli Untuk Toko Pintar Tanpa Kasir. Kristanto Widodo (2016) melakukan penelitian mengenai sistem informasi penjualan melalui suatu aplikasi web *e-commers* bertujuan untuk mencatat informasi seputar transaksi jual beli, penyetoran barang, melakukan promosi dan pemasaran yang lebih luas dan pembuatan laporan transaksi pemesanan dan laporan stok barang. Untuk menghemat waktu dan lebih efektif dalam melakukan pemasaran penjualan.

Arief Budhi Dharma, dkk (2015) melakukan penelitian mengenai model Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Batik Berbasis Web (Online Shopping)

pada CV. The Safira Manahan bertujuan untuk mengetahui pembentukan sistem informasi akuntansi yang relevan, dapat dipercaya dan transparan dan akuntabilitas dalam penyusunan laporan keuangan setiap transaksi ekonomi di Safira.

Dari prariset yang telah saya lakukan, ternyata masih banyak olshop yang belum menggunakan sistem informasi akuntansi pada olshop nya seperti, olshop yang ada di instagram @beauty_official, @kinam_alkes, @rastore.ta, @goldenbowlwersshop meskipun olshop yang mereka miliki sudah terkenal dan memiliki reseller yang tersebar di sejumlah daerah. Tetapi ada juga yang sudah menggunakan sistem informasi akuntansi diantaranya, online shop tiffany kenanga made for you, gramedia.com

Adanya fenomena masih banyak pengguna *online shop* yang belum menggunakan sistem informasi akuntansi pada *online shop* nya, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai sistem informasi akuntansi dan bagaimana pemilik *online shop* menerapkan sistem informasi akuntansi pada olshop nya. Dengan judul “Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Pada Online Shop”

I.2 Fokus penelitian

Fokus penelitian adalah pemusatan konsentrasi pada tujuan dari penelitian yang dilakukan. Menurut Moloeng (2000), fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan yang tidak relevan agar tidak di masukkan ke dalam sejumlah data yang sedang di kumpulkan, walaupun data itu menarik. Fokus yang sebenarnya dalam penelitian kualitatif diperoleh dari pengamatan langsung yang dilakukan peneliti sehingga memperoleh gambaran umum yang merupakan tahap permukaan tentang situasi sosial. Fokus dalam penelitian ini adalah, bagaimana pemilik online shop menggunakan sistem informasi akuntansi penjualan pada *online shop* nya.

I.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah peneliti sampaikan yang di atas, peneliti dapat membangun rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana para *online shop* menggunakan sistem informasi akuntansi?
- b. Bagaimana sistem informasi akuntansi berperan dalam prosedur penjualan pada *online shop*?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, peneliti dapat memberikan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pemilik *online shop* menggunakan sistem informasi akuntansi pada *online shop* nya dan
- b. Untuk mengetahui manfaat apa saja yang di hasilkan dari penggunaan sistem informasi akuntansi dalam prosedur penjualan pada *online shop*.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sendiri, peneliti dapat mengharapkan beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi pemilik *online shop* di harapkan agar dapat memahami pentingnya sistem informasi akuntansi bagi olshopnya dan mengetahui bahwa banyak sekali manfaat yang akan di berikan oleh sistem informasi akuntansi penjualan.
- b. Bagi peneliti lain dan pembaca pada umumnya, serta bagi saya khususnya, yaitu sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pengembangan penelitian sejenis untuk dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi, dan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi kita semua khususnya dalam bidang Sistem Informasi Akuntansi.