

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat dan semakin modern ini, teknologi hadir untuk mempermudah kehidupan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Dengan hadirnya teknologi informasi dan komunikasi ini mempercepat segala transaksi. Keberadaan teknologi dan komunikasi membuat sistem informasi terus meningkat terutama sistem informasi akuntansi. Menurut Turner et al. (2017) sistem informasi akuntansi yakni prosedur untuk memproses data akuntansi berawal mencatat data, memproses data, mengklasifikasikan data, mengkonsolidasikan data, dan melaporkan data yang telah diringkas kepada pengguna informasi internal maupun eksternal.

Terlepas dari pergantian peristiwa mekanis yang sangat kuat, internet adalah bagian utama yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan individu, sehingga banyak organisasi dan organisasi menggunakan penyedia internet baik untuk keperluan individu maupun bisnis. Salah satunya yaitu *e-commerce*. Bisnis online adalah gerakan mengelola transaksi di web melalui media web dan gadget yang dikoordinasikan dengan web (Laudon & Laudon, 2012). Bisnis berbasis web adalah produk perbaikan pola di mata publik sebagai karya untuk mengatasi masalah manusia dengan cara yang lebih efisiensi.

E-commerce semakin berkembang pesat di Indonesia dikarenakan media internet digunakan untuk media promosi dan media informasi. Selain itu, media internet digunakan sebagai sarana untuk melakukan pembelian dan

penjualan produk. Pengusaha memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh media internet seperti situs-situs forum dan jejaring sosial untuk memasarkan produknya secara *online* seperti tokopedia, *shopee*, lazada, olx.com dan *e-commerce* lainnya. Salah satu *e-commerce* yang berkembang di Indonesia ialah Tokopedia.

Mungkin salah satu pusat komersial paling terkenal di Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia didirikan oleh beberapa kelompok, salah satunya adalah William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. Tokopedia adalah salah satu pemasok pusat komersial berbasis web terbesar di Indonesia yang bekerja dengan klien untuk menyelesaikan latihan perdagangan internet dan cicilan non-tunai. Tokopedia sendiri menerapkan rencana aksi Marketplace C2C (Customer to Customer), di mana rencana aksi seperti ini sangat tunduk pada pihak luar sebagai penerima manfaat dan pedagang uang tunai. Tokopedia bekerja dengan bursa online serta teknik cicilan. Jika toko berbasis web lain tidak bertanggung jawab atas pertukaran penjual dan pembeli, maka dalam model pusat komersial ini, Tokopedia juga terlibat dan mampu. Jadi selama barang dagangan yang dibeli belum sampai di tempat tujuan pembeli, maka uang tunai akan diamankan dengan alasan dipegang terlebih dahulu oleh Tokopedia, dengan asumsi ada kekecewaan dalam penukaran, maka uang akan dikembalikan oleh pihak toko. Tokopedia salah satu e-wallet yang bekerja sama dengan Tokopedia adalah OVO.

Tokopedia ialah perusahaan yang khusus melakukan perdagangan elektronik. Tokopedia berdiri pada tahun 2009 yang sering disebut toko daring. Tokopedia telah berubah mejadi *unicorn* yang berpengaruh di Asia Tenggara.

Tabel 1.1. Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia pada Rentang Tahun 2017-2023

Tahun	Pengguna
2017	139.000.000
2018	154.100.000
2021	168.300.000
2023	212.200.000

Sumber: www.databoks.katadata.co.id

Dari tabel di atas dapat disimpulkan pola klien bisnis online di Indonesia berkembang sangat besar akhir-akhir ini. Harapannya, pembangunan akan terus terjadi dalam beberapa tahun ke depan. Pengukuran mencatat jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 139 juta klien, kemudian naik 10,8% menjadi 154,1 juta klien tahun lalu. Tahun ini diproyeksikan mencapai 168,3 juta klien dan 212,2 juta pada 2023. Meski Tokopedia mempermudah dalam bertransaksi, tetapi masih banyak masyarakat yang belum memanfaatkan mudahnya dengan menggunakan Tokopedia sebagai alat untuk berbelanja dan masih menggunakan uang *cash* saat membayar atau membeli barang. Hal ini menghambat pemerintah untuk membawa Indonesia menjadi *cashless society* (Kurnianingsih & Maharani, 2020).

Dari fenomena yang terjadi, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan pada *e-commerce* Tokopedia di masyarakat, di antaranya yaitu persepsi kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan pelayanan.

Faktor yang pertama yaitu persepsi kemudahan, dalam konsep Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan mudah dan bebas dari kesulitan atau usaha besar untuk menggunakannya. Kerangka inovasi dapat digunakan sebagai sumber perspektif yang digunakan sebagai instrumen estimasi masyarakat untuk menerima bahwa pemanfaatan inovasi bekerja dengan karya tunggal. Akibat eksplorasi dari Pratama dan Suputra (2019), Priyono (2017), dan Widiasih, dkk (2016) menyatakan bahwa pandangan kenyamanan sangat mempengaruhi pemanfaatan kerangka data pembukuan. Sedangkan, pada penelitian Yolanda (2013) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap pengguna *e-commerce*.

Faktor yang kedua persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2007, p. 114). Penelitian sebelumnya yang diarahkan oleh Maharsi dan Mulyadi (2007) beralasan bahwa kegunaan nyata merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi pemanfaatan bisnis berbasis web. Eksplorasi Davis (1989) menunjukkan bahwa kenyamanan yang terlihat secara keseluruhan mempengaruhi pemanfaatan kerangka kerja data. Faktor yang ketiga yaitu kepercayaan, Seperti yang ditunjukkan oleh Sangadji dan Sopiah (2013), kepercayaan adalah kekuatan informasi yang digerakkan oleh pembeli dan semua yang dibuat pelanggan bahwa barang memiliki barang, properti, dan keunggulan. Kepercayaan konsumen digunakan untuk menurunkan tingkat

kerumitan perilaku manusia pada saat seseorang menghadapi situasi ketidakpastian (Ardiyanto & Kusumadewi, 2019). Selanjutnya, Abadi (2019) mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna pada teknologi *e-commerce* maka semakin besar minat pengguna pada *e-commerce* tersebut. Jika para pengguna merasa percaya dan yakin bahwa *e-commerce* Tokopedia aman dan memenuhi harapan mereka, maka hal ini dapat meningkatkan minat penggunaan *e-commerce* tersebut. Penelitian yang dilakukan Budiastuti & Muid (2020) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara kepercayaan dengan penggunaan sistem informasi akuntansi.

Faktor keempat yaitu pelayanan, menurut DeLone & McLean (2003) kualitas layanan lebih penting daripada *e-commerce* lain, karena pengguna sistem sekarang lebih banyak pelanggan daripada karyawan atau pengguna internal. Trisnadi & Kusumaramdhani (2017) mendefinisikan kualitas layanan sebagai keseluruhan sifat atau kepribadian item yang didasarkan pada dua faktor utama, apa yang umumnya diantisipasi dan sejauh mana ada silang antara asumsi pembeli dan bantuan yang didapat. Penelitian Trisnadi & Kusumaramdhani (2017) membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi.

Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Pakarti & Rofi'ah (2020) yang meneliti "Analisis Pengaruh Shopping Lifestyle, Persepsi Kemudahan, Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Penggunaan pada Tokopedia (Studi pada Generasi Z)". Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu: 1) Pada penelitian sebelumnya variabel

independen yang digunakan pengaruh shopping lifestyle, persepsi kemudahan, penggunaan, dan keamanan sedangkan penelitian ini menambahkan kemanfaatan dan menggantikan keamanan menjadi kepercayaan. Alasan peneliti menambahkan variabel kemanfaatan karena berdasarkan penelitian Maharsi & Mulyadi (2007) menyimpulkan bahwa *perceived usefulness* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *online* dan Penelitian Davis (1989) juga menunjukkan bahwa kostruk persepsi manfaat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi. Peneliti juga menambahkan variabel persepsi kepercayaan karena persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Jogiyanto, 2007).

Berdasarkan latarbelakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Penggunaan Pada Sistem Informasi Akuntansi”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pada sistem informasi akuntansi?
2. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pada sistem informasi akuntansi?

3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pada sistem informasi akuntansi?
4. Apakah persepsi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pada sistem informasi akuntansi?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, spesifik dan mendalam maka penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabel dan tahun penelitiannya. Oleh karena itu, peneliti membatasi penelitian hanya berkaitan dengan *“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Pelayanan terhadap Penggunaan pada Sistem Informasi Akuntansi”*. Selain itu, peneliti juga membatasi tahun penelitian yaitu tahun 2022.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan pada sistem informasi akuntansi.
- b. Untuk mengetahui persepsi kemanfaatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan pada sistem informasi akuntansi.
- c. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan pada sistem informasi akuntansi.

- d. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan pada sistem informasi akuntansi.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini bermanfaat untuk berbagai pihak, antara lain untuk:

- a. Bagi Akademisi

Penelitian ini nantinya diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi mengenai penggunaan atas sistem informasi akuntansi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya diwakili oleh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi kepercayaan, dan kualitas pelayanan yang lebih mendalam dan spesifik.

- b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah untuk melihat berapa banyak perusahaan yang berhasil dalam praktik sistem informasi akuntansi, dan melihat faktor mana yang mendorong keberhasilan praktik sistem informasi akuntansi tersebut.

- c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang penggunaan Tokopedia, dengan mengetahui faktor-faktor penggunaan Tokopedia maka dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan

dapat membantu bagian dalam perusahaan untuk mengetahui faktor apa yang mendorong keberhasilan sistem informasi.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa membantu para peneliti selanjutnya untuk acuan dan untuk mengetahui kesalahan yang masih ada dalam penelitian ini. Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi peneliti lain untuk lebih lanjut mempelajari dan mengembangkan mengenai masalah yang berhubungan dengan penelitian sistem informasi akuntansi.

