

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem Informasi Akuntansi bisa dikatakan sebagai suatu sistem informasi yang digunakan sebagai alat khusus dalam bidang akuntansi. Pengaplikasian sistem informasi akuntansi dapat membantu menyelesaikan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan bidang akuntansi dan keperluan bisnis (Yunita *et al.*, 2022) Pengertian lain mengenai sistem informasi akuntansi yaitu sebagai sistematis yang bertujuan menghimpun serta memproses data mengenai transaksi dan melaporkannya (Putri & Endiana, 2020).

Adanya sistem informasi akuntansi juga didasari oleh perkembangan teknologi yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang pesat saat ini sangat bermanfaat dan memudahkan segala bidang kehidupan, terutama dalam bidang akuntansi. Tuntutan bisnis yang semakin meningkat juga mempengaruhi persaingan perusahaan. Sistem informasi akuntansi sering diterapkan di setiap perusahaan, seperti dalam pemrosesan transaksi atau akuntansi manajemen, akuntansi produksi, manajemen sumber daya manusia, keuangan dan subsistem lainnya, sehingga tergantung pada organisasi bisnis perusahaan tersebut (Rahmansyah & Darwis, 2020).

Dengan melihat keadaan di era digital ini, di mana perkembangan teknologi informasi sangat pesat dan cepat. Teknologi pada dasarnya ada untuk memudahkan manusia dalam melakukan sesuatu. Teknologi informasi ini banyak digunakan untuk mengolah data, menganalisis dan menghasilkan data atau informasi yang relevan, cepat, jelas dan akurat (Siregar & Nasution, 2020). Perkembangan teknologi kini telah semakin maju dan juga canggih. Selain itu, teknologi yang berkembang ini mewariskan peranan penting untuk

mendapatkan informasi dan juga melakukan aktivitas lainnya, baik dalam bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan lain sebagainya (Buana & Wirawati, 2018; Malau, 2020) Teknologi membantu kita dalam melakukan banyak hal setiap hari seperti membaca berita, belajar, mendengarkan lagu, melakukan pembayaran *cashless* dan masih banyak lagi. Hal tersebut bisa dilakukan dengan memanfaatkan teknologi seperti jaringan internet dan media *gadget* yang digunakan.

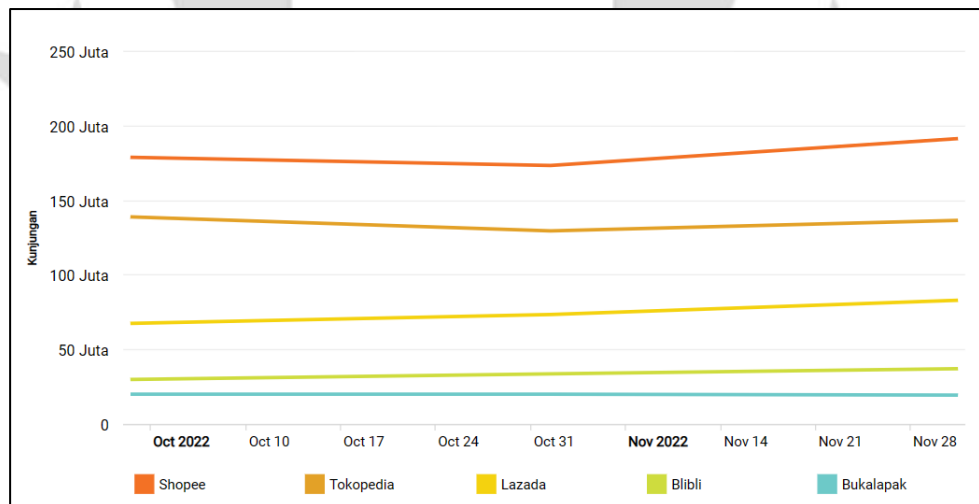
Internet sendiri adalah sebuah sistem jaringan global komputer yang terhubung satu sama lain di seluruh dunia. Adanya teknologi informasi seperti internet telah membuka mata dunia terhadap dunia baru dalam hal interaksi dan pasar, serta jaringan bisnis global yang tidak terbatas. Kehadiran Internet sebagai infrastruktur dan jaringan telah membantu efisiensi dan efektivitas operasional Perusahaan, terutama perannya sebagai sarana untuk mempublikasikan, berkomunikasi dan memperoleh berbagai informasi yang diperlukan (Gani, 2020). Teknologi internet telah terbukti menjadi sarana berbagi informasi yang tersedia untuk siapa pun, di mana pun dan kapan pun (Vidiasari & Darwis, 2020).

Berdasarkan data yang didapat dari *Hootsuite and We Are Social* (2023), pada awal tahun 2023 di Indonesia jumlah orang yang sudah menggunakan internet mencapai angka 212,9 juta pengguna dengan populasi di Indonesia pada bulan Januari 2023 sebesar 276,4 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa 77% warga Indonesia adalah pengguna Internet. Laporan tersebut juga menunjukkan bahwa terdapat 353,8 juta perangkat *cellular* di Indonesia yang terhubung ke internet pada awal tahun 2023. Hal ini tentunya menunjukkan bahwa jumlah perangkat yang terhubung ke internet telah melebihi 28% jumlah populasi yang ada di Indonesia.

Dengan besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia, tentunya hal ini berpengaruh terhadap pertukaran informasi serta komunikasi pada bisnis yang dilakukan melalui jaringan internet juga kini semakin berkembang, hal ini tentunya berpengaruh dalam memudahkan banyak konsumen dan

produsen dalam menjalankan bisnis *online* atau yang dikenal dengan *e-commerce* (Utami, 2020)

Pengertian *e-commerce* yang tercantum dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK/010/2018 ialah perdagangan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen melalui sistem elektronik. *E-commerce* sendiri adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui internet. *E-commerce* telah memungkinkan para pelaku bisnis untuk menjual produk atau layanan mereka secara *online*, menghemat biaya operasional, meningkatkan efisiensi dan kenyamanan, serta memperluas jangkauan pasar mereka secara global. Dengan adanya koneksi internet, *e-commerce* memfasilitasi pertukaran barang antar individu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Malau *et al.*, 2024). Belanja *online* sudah menjadi budaya baru bagi banyak orang atas kemudahan yang dapat didapat seperti, kemudahan akses, kenyamanan, menghemat waktu, keamanan dan banyaknya pilihan produk yang beragam. (Prajoko *et al.*, 2022)



Gambar 1.1 Grafik Pengunjung *E-commerce* pada Kuartal IV 2022

sumber: databoks.kadata.co.id

Dari data yang ada di atas menurut Kadata Media Network (2023), jumlah pengunjung di Indonesia yang mengunjungi situs *e-commerce* pada akhir tahun 2022 adalah sebanyak 431,2 juta pengunjung. Yang didominasi

oleh Shopee dan Tokopedia, di mana 44% adalah pengunjung Shopee dan 31% adalah pengunjung Tokopedia.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet, penggunaan aplikasi belanja *online* telah semakin populer dan berkembang pesat di Indonesia (Malau, 2021). Salah satu aplikasi belanja *online* yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia menyediakan berbagai macam produk dan layanan, serta memperkenalkan fitur-fitur terbaru untuk memenuhi kebutuhan pengguna. *Marketplace e-commerce* pertama kali muncul di Amerika pada tahun 1995 dengan eBay dan Amazon. Sedangkan di Indonesia sendiri pada tahun 1999 berdirinya toko online dengan berkembangnya teknologi digital dan internet di Indonesia dengan berkembangnya *case sales platform*, lalu pada tahun 2009 Tokopedia menjadi toko pertama yang bertahan dan berkembang dengan sangat cepat dalam bidang *e-commerce*. Lalu diikuti oleh perusahaan lain yang menyadari kemungkinan besar di masa depan (Wulandari & Anwar, 2021).

Tokopedia resmi diluncurkan pada 17 Agustus 2009, diinisiasi oleh PT Tokopedia yang telah berdiri pada 6 Februari 2009 oleh William Tanuwijaya dan Leonntinus Alpha Edison. Pada saat diluncurkan, PT Tokopedia berhasil dengan sangat cepat menjadi *marketplace* yang cukup dikenal banyak orang. Sejak 2014, Tokopedia memecahkan rekor pasar untuk investasi terbesar sebesar \$100 juta. Tokopedia tumbuh menjadi *unicorn* dengan pengaruh di Indonesia dan juga di Asia Tenggara.

Tokopedia telah menorehkan beberapa prestasi dan memperkenalkan banyak ide baru untuk meningkatkan perkembangan Tokopedia. Tokopedia adalah *marketplace* terbesar di Indonesia (Wulandari & Anwar, 2021). Lalu pada bulan Mei 2021, Tokopedia melakukan *merger* dengan GoJek yang berada di bawah naungan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa. GoJek dan Tokopedia melakukan *merger* dan menjadi PT Goto (Gojek Tokopedia).

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Tokopedia 2019-2023

Tahun	Jumlah Pengunjung Tokopedia
2019	72.953.400
2020	114.655.600
2021	158.136.700
2022	158.346.667
2023	128.100.000

Sumber: databoks.kadata.co.id

Berasarkan data yang didapat dari Kadata Media Network, (2023), jumlah pengunjung Tokopedia pada tahun 2019 adalah sebesar 72,9 juta dan meningkat sebesar 57% menjadi 114,6 juta pengunjung pada 2020. Pengunjung mengalami peningkatan lagi pada tahun 2021 sebesar 38% menjadi 158,1 juta pengunjung. Lalu pada tahun 2022 mengalami peningkatan yang signifikan. Dan terakhir pada tahun 2023 mengalami penurunan jumlah pengunjung sebesar -19,1% menjadi 128,1 juta pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung di tahun 2023 diduga disebabkan oleh kembalinya kebiasaan belanja *offline* yang dipicu oleh selesainya pandemi Covid-19. Dengan kembalinya kebiasaan belanja langsung ke toko, hal ini membuat orang-orang yang sebelumnya terpaksa bertransaksi secara *online* memiliki pilihan apakah ingin membeli barang secara daring atau datang langsung ke toko. Saat ini pengguna aktif Tokopedia sudah lebih dari 100 juta akun.

Persepsi kegunaan merujuk pada seberapa besar seseorang yakin jika mengaplikasikan teknologi tersebut bisa meningkatkan hasil kerja mereka. (Firmayasa, 2022). Dalam hal ini, sistem yang ditawarkan Tokopedia dapat membantu pengguna untuk mencari produk yang ingin dibeli menjadi akurat dan sesuai dengan yang mereka mau dan membantu dalam melakukan transaksi dalam Tokopedia.

Selanjutnya adalah persepsi kemudahan merujuk kepada seberapa besar seseorang meyakini jika mengaplikasikan suatu teknologi dapat membebaskan mereka dari upaya yang berlebihan. (Firmayasa, 2022). Dalam

hal ini, dengan menggunakan sistem aplikasi yang telah ditawarkan oleh Tokopedia akan memudahkan mereka dalam menggunakan aplikasi Tokopedia sendiri untuk memudahkan mencari produk, memudahkan menjual produk, memudahkan membeli produk, memudahkan melakukan pembayaran dan memudahkan melakukan retur pembelian di dalam Tokopedia.

Selain persepsi yang dirasakan oleh pengguna, kualitas dari sistem yang digunakan oleh Tokopedia juga berpengaruh terhadap pengalaman *user* ketika sedang mengoperasikan aplikasi ini. Sistem informasi akuntansi yang berkualitas dapat mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi dan meningkatkan kepuasan pengguna terhadap aplikasi Tokopedia. Apa bila informasi yang diberikan saat pengguna menggunakan sistem aplikasi Tokopedia tepat dan akurat, maka menandakan bahwa sistem informasi akuntansi pada Tokopedia berkualitas.

Penelitian ini akan mencoba meneliti apakah ada hubungan antara bagaimana pengguna memandang kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kualitas sebuah sistem dengan kepuasan pengguna yang menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce. *E-commerce* di sini adalah sistem dari aplikasi *marketplace* Tokopedia. Menggunakan Tokopedia sebagai studi kasus dikarenakan Tokopedia merupakan *e-commerce* lokal buatan anak bangsa yang terbesar di Indonesia dan telah bertahan lebih dari 10 tahun lamanya.

Kepuasan pengguna dalam sistem informasi akuntansi dapat tercipta melalui penyampaian informasi berkualitas saat pengguna memanfaatkan sistem tersebut. Ketidakakuratan data dapat muncul apabila informasi tidak disajikan dengan benar. Kualitas informasi dalam konteks ini mencerminkan evaluasi terhadap konten sistem informasi itu sendiri. Sebuah sistem yang bisa menyajikan informasi dengan baik serta memenuhi standar serta kriteria kualitas informasi lainnya, akan memberikan dampak positif pada kepuasan pengguna (Buana & Wirawati, 2018).

Terdapat penelitian sebelumnya oleh Krisnawati *et al.*, (2022) dengan judul penelitian "Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi pada Lembaga Perkreditan Desa di Kecamatan Kuta Selatan", yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara persepsi kegunaan terhadap kepuasan pengguna.

Penelitian lain oleh Ernawatiningsih & Arizona, (2022) dengan judul penelitian "Analisis Determinan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi" menjelaskan bahwa tidak ada dampak dari sistem informasi akuntansi maupun persepsi kegunaan kepada kepuasan pengguna di *Krisna Holding Company*.

Dalam penemuan lain oleh Rahayuningtyas, (2022) dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Informasi Kualitas Sistem Informasi dan Persepsi Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi Keuangan Tingkat Instansi", menyatakan adanya pengaruh positif antara Persepsi Kegunaan kepada Kepuasan Pengguna.

Dalam temuan lain yang didapat Herman *et al.*, (2019) dalam penelitian "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Jasa dan *Perceived Easy of Use* terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Go-Jek di Kota Padang (Studi Empiris pada Pengguna Layanan Go-Car)" menjelaskan bahwa *perceived easy of use* tidak berdampak kepada kepuasan pengguna Go-Jek.

Dalam temuan lain oleh Buana & Wirawati, (2018) dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* pada Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi" menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh pada Persepsi Kegunaan maupun Kualitas Sistem Informasi Akuntansi kepada kepuasan pengguna.

Pada penemuan lain oleh Trisnawati *et al.*, (2019) dengan judul penelitian "Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Service Quality, Perceived Value* Terhadap *Customer Saticfaction* Pada Pengguna Grab (Studi Kasus Mahasiswa STIKOM DB Jambi)" menjelaskan bahwa

tidak ada pengaruh antara persepsi kemudahan serta persepsi kegunaan terhadap *Customer Satisfaction* Grab.

Dalam penelitian lain oleh Rahayu, (2020) pada penelitian "Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi berbasis *Mobile Banking* pada Bank Syariah Mandiri KC Medan Ahmad Yani", menjelaskan timbulnya dampak antara kualitas sistem informasi akuntansi kepada kepuasan pengguna.

Ditemukan hasil lain oleh Syahniar *et al.*, (2021) dengan judul penelitian "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman" menjelaskan yakni ada dampak yang cukup besar dari persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap kepuasan pengguna.

Hasil penemuan lain oleh Purba *et al.*, (2020) dalam "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Manfaat dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO bagi Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau", menjelaskan kepuasan dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan.

Ditemukan hasil lain dari Latifah *et al.*, (2020) dalam judul penelitian "Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Trust* Terhadap Kepuasan Konsumen pada *E-Commerce* Shopee" menyimpulkan mengenai adanya pengaruh antara persepsi kegunaan terhadap kepuasan pengguna Shopee.

Berdasarkan rangkaian informasi serta penemuan terdahulu di atas, maka penulis tertarik untuk menjalankan penelitian dengan judul "**Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* pada Aplikasi Tokopedia**".

B. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah pada rancangan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
3. Apakah kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
4. Apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan kualitas sistem informasi akuntansi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem informasi akuntansi terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan kualitas sistem informasi akuntansi secara simultan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan menyebarkan kuisioner terhadap pengguna aplikasi *e-commerce* Tokopedia yang sudah pernah bertransaksi di dalam Tokopedia dan berdomisili di Kota Depok.

E. Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Teoritis

Penulis mengharapkan penelitian ini akan membantu dalam bidang akademis dengan menambah wawasan bagi peneliti di bidang ekonomi, terutama yang tertarik pada studi akuntansi, khususnya dalam memahami elemen-elemen yang bisa memberikan dampak pada

kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian ini diharapkan akan memberikan bukti mengenai relasi antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kualitas sistem informasi akuntansi dengan kepuasan pengguna, menggunakan contoh aplikasi Tokopedia sebagai konteks studi.

2. Kontribusi Praktis

Memberikan rekomendasi praktis untuk pengembang sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* di aplikasi Tokopedia mengenai faktor-faktor apa yang harus diperhatikan untuk dikembangkan guna meningkatkan kepuasan penggunanya dan juga memberikan pemahaman tentang kebutuhan pengguna.

3. Kontribusi Kebijakan

Memberikan saran bagi perusahaan seperti *e-commerce* seperti Tokopedia untuk meningkatkan *user experience* dalam menggunakan sistem informasi akuntansi untuk mengembangkan kebijakan dan strategi perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengguna dan kualitas sistem informasi akuntansi mereka.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika merupakan penjabaran tentang hal yang akan ditulis. Terdapat lima bagian dalam penulisan ilmiah ini yang berkaitan satu sama lain, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan penulis memaparkan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian tinjauan pustaka penulis memaparkan konsep-konsep dan penjelasan teoritis yang berkaitan dengan penelitian yang berisikan landasan konseptual, landasan teoritis, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran hingga pengembangan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Di sini penulis memberikan uraian untuk menjelaskan metode pengambilan dan pengolahan data seperti pendekatan penelitian, paradigma penelitian positivistik, metode pengumpulan data hingga teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Di sini penulis membahas dan mendeskripsikan lebih lanjut mengenai hasil dari penelitian yang sudah diperoleh penulis.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini penulis memberikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian, Implikasi penelitian dan juga saran-saran perihal beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya serta kata penutup.

