

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi menjadikan banyak organisasi bisnis menerapkan teknologi informasi dalam aktivitas bisnisnya agar organisasi bisnisnya tetap survive dan memiliki *competitive advantages*. Penerapan teknologi informasi yang paling banyak digunakan adalah komputer. Organisasi bisnis berbasis komputer inipun berkembang sangat cepat. Pada tahap awal, organisasi bisnis melengkapi model bisnisnya dengan kapabilitas transaksi melalui internet. Dengan menerapkan *e-commerce*, pembeli tidak perlu bertemu dengan penjual untuk melakukan sebuah transaksi. Tempat, jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghambat dalam bertransaksi (Natalia:2010).

Maharsi (2001) menyampaikan dalam jurnalnya yang berjudul PENERAPAN *DIGITAL NERVOUS SYSTEMS (DNS)*: SEBUAH USAHA UNTUK MENINGKATKAN BISNIS DI ERA EKONOMI DIGITAL, sekarang organisasi bisnis telah melangkah lebih jauh lagi. Bukan sekedar melakukan transaksi melalui internet, tetapi mulai memfokuskan usaha pada dekonstruksi dan konstruksi model bisnisnya atau value positionnya, yang kita kenal dengan istilah *e-business*. Dekonstruksi dan konstruksi model bisnis menjadi tak terhindarkan karena *e-business* sedang dan akan dengan cepat menciptakan sebuah kondisi kompetisi baru. *E-*

*business* menawarkan peluang besar untuk menciptakan laba dan memperkuat posisi pasar. *E-business* juga memungkinkan penurunan biaya dengan migrasi transaksi penjualan dan pelayanan customer lewat saluran yang lebih murah (*e-commerce*), menjangkau *customer* baru dengan biaya yang sangat murah, memperkaya penawaran dengan berbagai inovasi *bundling* atau *customization*, dan memungkinkan aliansi lintas *value chain*. Konstruksi berbagai pendorong kinerja ke model bisnis baru akan dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Perkembangan teknologi informasi bukan hanya merubah proses bisnis organisasi, tetapi juga merubah gaya hidup masyarakat. Dengan Internet, mereka dapat tetap berkomunikasi dengan rekannya dimana saja kapan saja dengan biaya yang relatif lebih murah dan cepat. Mereka juga dapat berinteraksi, mencari hiburan, memperoleh informasi yang mereka inginkan melalui internet. Bursa kerja juga ikut mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Saat ini *knowledge workers* menjadi sangat dibutuhkan dan sangat berharga bagi sebuah organisasi bisnis. Mereka adalah pekerja seperti teknisi, ilmuwan atau perancang yang mendesain barang atau jasa, atau menciptakan *knowledge* dan informasi bagi organisasi (Loudon 2000). Dalam melaksanakan pekerjaannya, mereka menggunakan pengalaman, ketrampilan dan pengetahuan mereka untuk menganalisa bisnis dengan kemampuan berpikir yang lebih berdayaguna, kreatif dan inovatif.

Pesatnya perkembangan teknologi yang membawa dampak yang kompleks dan menerobos komunikasi informasi yang mendunia telah menyebabkan batas antar negaraseolah-olah tidak tampak lagi (borderless states). Sementara itu, pesatnya perkembangan teknologi juga mendorong semakin tidak terbandungnya pengaruh arus globalisasi yang menyebabkan pengaruh lingkungan usaha ditempat perusahaan beroperasi menjadi semakin luas dan kompleks. Berbagai aspek lingkungan usaha tersebut tidak saja meliputi aspek perekonomian, namun juga melibatkan aspek teknologi, politik dan sosial yang berinteraksi dengan operasi perusahaan sehingga proses pengambilan keputusan melibatkan banyak hal yang harus dipertimbangkan.

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet, pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Hal tersebut mengubah abad informasi menjadi abad internet. .

Pengguna internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan *customer*. Pemasaran di internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai besar, melalui pelabuhan laut,

pakai kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak yang terlibat dibandingkan pemasaran lewat internet. Pemasaran di internet sama dengan direct marketing, dimana konsumen berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri.

“Pengguna internet di seluruh dunia berkisar 200 juta, 67 juta diantaranya berada di Amerika Serikat, internet di Indonesia berlipat dua kali setiap 100 hari” (Rhenald, 2000). Dari Referensi tersebut penggunaan internet untuk aplikasi strategi bisnis di Indonesia peluangnya cukup besar, tapi banyak orang yang tidak menyadari, karena pemain bisnis di Indonesia masih banyak kalangan tua. Menurut Rhenald “Pasar internet adalah pasar orang muda, bukan orang tua”. Dugaan Rhenald berdasarkan amatan saja “Pengguna internet di Indonesia sekitar 70% berusia 20an, sekitar 25% usia 30-41an, sisanya usia di atas itu. Sedangkan pemain-pemain utama bisnis berusia 45-an ke atas. Mereka adalah generasi yang terlambat bersentuhan dengan internet, bahkan dengan komputer pun mereka terlambat” (Rhenald, 1999:23)

Untuk memenuhi kebutuhan informasi akuntansi baik bagi pihak luar maupun dalam perusahaan dan sebagai dampak dari peranan informasi akuntansi yang meningkat, maka dibutuhkan suatu sistem yang mengatur informasi akuntansi tersebut agar dapat memberikan keunggulan kompetitif strategis bagi perusahaan.

Kemunculan Internet dan *World Wide Web* sebagai salah satu faktor pemicu perkembangan perdagangan elektronik atau *electronic commerce* juga telah menimbulkan permasalahan yang cukup pelik bagi seorang akuntan dalam menjalankan penugasannya. Dalam lingkungan perdagangan yang sudah memanfaatkan jaringan komputer, baik dalam kapasitasnya sebagai intranet, ekstranet, maupun internet, sistem pengendalian internal menjadi semakin rumit. Beberapa isu seperti keamanan dan keaslian transaksi yang dulunya nampak sederhana dalam lingkungan yang tidak berbasis komputer, sekarang menjadi sangat kompleks. Dalam *electronic commerce*, isu-isu tersebut dikenal dengan istilah confidentiality, integrity, authenticity, non-repudiation, dan sebagainya. Kekompleksan ini dikarenakan hal-hal tersebut tidak bisa lagi dilihat hanya dari disiplin akuntansi atau bisnis semata, tapi juga mengarah dan melibatkan pemahaman permasalahan teknis yang menginjak disiplin ilmu diluar akuntansi. Hal ini tidak jarang menimbulkan kegagalan akuntan dalam menghadapi masalah-masalah pengendalian internal dalam lingkungan sistem akuntansi berbasis komputer, apalagi jika bisnis telah memanfaatkan jaringan komputer dalam melakukan aktifitas utama dan aktivitas pendukung administratif akuntansinya. Untuk itu para akuntan harus lebih memahami arti pentingnya suatu desain sistem, hal ini dapat dilakukan dengan cara mengikuti pelatihan dan seminar yang terkait. Tidak hanya memahami saja, akuntan juga harus dapat mengimplementasikan aplikasi SIA sesuai kebutuhan perusahaan.

Penelitian ini akan menganalisa dan membahas salah satu bentuk implementasi sistem informasi akuntansi berbasis web dimulai dari penawaran produk secara showroom virtual hingga penanganan dan pengelolaan data pembayaran secara online.

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian diatas, maka pokok permasalahan yang dapat dikemukakan adalah:

1. Bagaimanakah sistematisasi sistem informasi penjualan pada showroom secara virtual di Amazon.com?
2. Bagaimanakah alur informasi akuntansi di dalam sistem penjualan dan pembayaran *customer* melalui web Amazon.com?

## **C. PEMBatasan MASALAH**

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada sistematisasi sistem informasi penjualan pada showroom secara virtual, serta aspek-aspek administrasi pembayaran yang dapat dibantu dengan website ini, meliputi penyajian informasi yang telah dilakukan customer. Proses bisnis selanjutnya (seperti pelayanan purna jual) tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini. Selain itu, sistem, sekuriti pencegahan dan penanganan terhadap kemungkinan terjadinya fraud oleh customer, maupun manajemen juga tidak dibahas disini.

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasar latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui sistematisa sistem informasi penjualan pada showroom secara virtual di Amazon.com
2. Mengetahui alur informasi akuntansi yang digunakan dalam penjualan dan pembayaran *customer* melalui *web* Amazon.com.

#### **E. MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor penting yang bersifat *crucial* dalam suatu sistem informasi akuntansi berbasis web khususnya dalam sistem informasi penjualan.
2. Mengetahui bentuk ideal suatu sistem informasi akuntansi berbasis *web*, sehingga mampu memberi kontribusi dalam mendesain suatu sistem yang akan datang.
3. Menjadi salah satu bukti nyata implementasi *e-commerce* berbasis jaringan internet serta menjadi salah satu kajian dalam mempelajari desain suatu sistem informasi akuntansi.
4. Berfungsi sebagai pemberi informasi pengetahuan dan referensi dalam pengembangan bisnis atau usaha berbasis jaringan elektronik.

## **F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Sistematika pembahasan dalam laporan penelitian ini diantaranya terdiri dari lima bab yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, analisis data dan pembahasan, dan penutup.

**BAB I PENDAHULUAN.** Memuat uraian mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA.** Menguraikan secara teoritis tentang sistem, sistem informasi akuntansi, teknologi jaringan berbasis internet, world wide web, e-commerce, dan implementasi e-commerce dalam sistem informasi akuntansi.

**BAB III METODE PENELITIAN.** Membahas mengenai jenis penelitian, obyek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data untuk menelaah desain sistem informasi penjualan yang digunakan oleh online Amazon.com

**BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.** Mengemukakan gambaran umum online shop Amazon.com, teori oleh para ahli tentang idealnya suatu sistem informasi akuntansi berbasis web, desain sistem informasi penjualan pada online shop Amazon.com, evaluasi perbandingan desain sistem yang digunakan oleh Amazon.com dengan desain sistem yang ideal menurut para ahli bidang sistem informasi akuntansi.



BAB V PENUTUP. Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, keterbatasan penelitian dan sasaran peneliti yang diharapkan berguna bagi online Amazon.com dan pihak lain yang terkait.