

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan dagang merupakan perusahaan yang menjual barang kepada konsumen tetapi tidak memproduksi barangnya sendiri melainkan membelinya dari perusahaan lain (Warren, 2008;3). Sebelum teknologi belum berkembang, perusahaan dagang masih menggunakan sistem penjualan yang konvensional.

Namun dengan berjalannya waktu, penjualan konvensional mulai ditinggalkan. Persaingan antar perusahaan untuk mendapat keuntungan pun semakin meningkat yang mendorong proses komunikasi dan data secara cepat dan akurat (Mardi,2011). Sehingga dalam dunia bisnis memunculkan peluang baru seperti penjualan *online* menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* (Dewi, 2011). Hal ini disebabkan oleh perkembangan zaman yang semakin maju khususnya pada bidang teknologi. Seperti dalam halnya ponsel pintar yang dapat dimiliki semua kalangan masyarakat dengan harga yang terjangkau dengan kualitas yang tidak kalah canggih. Hingga saat ini, penggunaan ponsel pintar di Indonesia telah menempati ke-empat setelah China, India, dan Amerika (Kominfo, 2015).

Saat ini, salah satu fasilitas yang diberikan ponsel pintar adalah terhubungnya pada internet. Dengan adanya internet, maka penjualan dapat dilakukan secara *online* sehingga komunikasi antar penjual dan pembeli dapat menjadi lebih mudah (Oviliani, 2004). Dengan kata lain transaksi yang terjadi pada *e-commerce* pun tidak dibatasi dalam ruang lingkup tertentu dan pembeli bisa mengaksesnya kapan saja (Sasa, 2013). Dengan demikian, faktor kenyamanan dan kemudahan yang diberikan penjualan *online* menjadi lebih diminati dibanding penjualan

konvensional (Liputan6, 2017). Akibat dari munculnya *e-commerce* tersebut, banyak pelaku ritel yang menutup usahanya seperti 7-Eleven, PT Matahari department Store, Lotus Department Store dan Dehenhams (Kompas, 2017).

E-commerce sendiri merupakan kegiatan bisnis yang mempunyai tujuan mengambil keuntungan dari penjualan, pembelian, pelayanan informasi, dan perdagangan yang melalui perantara internet (Rara, 2011). Di dalam *e-commerce* terdapat *commerce server* yang memiliki karakteristik perdagangan sehingga antara konsumen dengan perusahaan dapat bertukar informasi mengenai transaksi yang akan dilakukan (Bodnar, 2006). Konsumen akan memberikan data pribadi dan perusahaan akan memberikan informasi tentang produk, cara pembayaran, pengiriman, dan persediaan. Sehingga *e-commerce* memerlukan sistem informasi penjualan yang memadai untuk menunjang proses penjualan.

Sistem informasi akuntansi penjualan memiliki beberapa prosedur dan metode yang dipadukan menjadi satu, yang bertujuan untuk menghasilkan, menyebarkan, menganalisa, dan memperoleh informasi dalam membantu pengambilan keputusan untuk penjualan (Rochmawati, 2014). Sering kali dijumpai permasalahan barang tidak dikirim, pembatalan sepihak, proses pengembalian uang, *misleading information*, hingga penyelesaian sengketa (Kompas, 2017). Faktor yang mempengaruhinya adalah kondisi penjualan, kemampuan penjualan, dan kondisi pasar (Agus, 2008). Sehingga dibutuhkan sistem informasi akuntansi penjualan yang dapat menunjang efektifitas penjualan dalam sebuah perusahaan.

Sementara efektivitas menurut Stoner, Freeman, Gilbert dalam bukunya Manajemen (1996:9) mendefinisikan efektivitas sebagai kemampuan perusahaan dalam menentukan tujuan yang dapat dicapai oleh sumber daya yang dimiliki dan

disertai dengan langkah-langkah yang tepat. Sehingga ketika sebuah perusahaan menerapkan dan mengatur sistem informasi penjualan dengan tepat dan memadai, hal tersebut dapat berpengaruh pada efektivitas penjualan (Netty, 2018).

Sejauh ini penelitian yang dilakukan lebih banyak meneliti tentang Peranan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan (Suryana, 2010) dan Peranan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Tunai dalam Menunjang Aktivitas Penjualan (Wijaya, 2011).

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan dan masih minimnya penelitian yang berkaitan dengan sistem informasi penjualan berbasis *online* maka penulis tertarik mengambil topik **“Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Berbasis Online Terhadap Efektivitas Penjualan Online di Perusahaan Dagang.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang dapat diambil adalah :

1. Apakah sistem informasi penjualan berbasis *online* telah diterapkan secara memadai pada perusahaan?
2. Apakah penerapan sistem informasi akuntansi penjualan berbasis *online* berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas penjualan *online* pada perusahaan dagang?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sistem informasi berbasis *online* telah diterapkan secara memadai pada perusahaan.
2. Untuk mengetahui sistem informasi penjualan berbasis *online* berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas penjualan *online* pada perusahaan dagang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi :

1. Perusahaan
Membantu perusahaan dalam menyediakan sistem informasi penjualan yang memadai bagi konsumen. Memberikan informasi tentang faktor-faktor yang dapat membangun perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Membantu memberikan solusi untuk pengambilan keputusan dan menyelesaikan masalah di masa yang akan datang.
2. Peneliti selanjutnya
Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai *e-commerce*. Dapat dipakai dalam kemajuan bidang ilmu pengetahuan. Dan dapat mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* terhadap efektivitas penjualan *online*.