

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, banyak perusahaan di Indonesia yang melakukan upaya transformasi digital, selain itu *Google* juga mencatat bahwa nilai investasi digital pada tahun 2017 di Indonesia hampir mencapai tiga puluh triliun rupiah. Proyeksi *International Data Corporation* (IDC) pada tahun 2017 mengatakan bahwa perusahaan yang melakukan transformasi digital akan meningkat dua kali lipat pada tahun 2020. *Chairman Asia Corporate Innovation Summit*, Indrawan Nugroho (2017) mengatakan bahwa banyak perusahaan yang menyadari akan transformasi digital, namun sebagian besar dari perusahaan-perusahaan tersebut tidak mengetahui cara melakukannya dengan baik.

Banyak perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan adanya *trend e-commerce* sehingga mengalami kebangkrutan. Salah satunya adalah toko ritel Central Neo Soho. PT Central Retail Indonesia terpaksa menutup toko ritel Central Neo Soho pada 18 Februari 2019. *Public Relations Department Manager Central Retail Indonesia*, Dimas Wisnu Wardana mengatakan bahwa penutupan terjadi karena perubahan budaya berbelanja masyarakat Indonesia. Beliau juga mengatakan bahwa masyarakat Indonesia saat ini sudah beralih dari pola belanja secara konvensional menjadi secara sistem daring (*online*). Perubahan pola masyarakat tersebut membuat operasi Central Neo Soho berjalan berat mulai tahun 2016 lalu.

Contoh kasus lainnya adalah PT Hero Supermarket Tbk (HERO) yang menutup 26 gerainya di pulau Jawa dan Sumatera. Ketua Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo), Hariyadi

Sukamdani mengatakan bahwa persaingan di sektor ritel sangat ketat dan *e-commerce* memang mempengaruhi dalam hal ini, selain itu dipengaruhi juga dengan perilaku berbelanja masyarakat yang berubah. Beliau juga mengatakan salah satu penyebab Hero banyak menutup toko karena perubahan pola bisnisnya. Selain itu, perubahan tersebut demi mengejar efisiensi, di mana salah satu contohnya adalah peralihan dari berbelanja fisik menjadi *online*.

Selain perusahaan *offline* yang tidak dapat beradaptasi, terdapat pula perusahaan *e-commerce* yang tidak mampu bertahan terhadap *trend* tersebut. Multiply adalah salah satu *e-commerce* di bidang perdagangan yang gagal bertahan. Menurut Kompas.com, Multiply adalah salah satu perusahaan yang berperan besar dalam membangun ekosistem *e-commerce* di Tanah Air dan mendirikan Asosiasi E-Commerce Indonesia (*Indonesia E-Commerce Association/idEA*), namun pada tahun 2013, Multiply menutup perusahaannya karena gagal melakukan perubahan model bisnis menjadi *e-commerce*.

Supermarket *online* Sukamart merupakan contoh lain dari *e-commerce* yang berhenti beroperasi di tahun 2016. Selain berhenti menerima pesanan, Sukamart juga menghentikan layanan miliknya di platform *mobile*, seperti iOS dan Android. Pihak perusahaan menyatakan ingin berfokus pada pelayanan ke perusahaan lain (*business to business*) melalui Office Sukamart.

Dari fenomena-fenomena di atas ditemukan bahwa kegagalan setiap perusahaan *e-commerce* terjadi akibat kegiatan *online* dan *digital* yang tidak didukung dengan sistem yang baik. Ketua BPK Hadi Poernomo (2014) berpendapat bahwa lemahnya sistem informasi di Indonesia, disebabkan oleh tidak terintegrasinya sistem dengan baik.

Selain itu, didapatkan juga bahwa saat ini terjadi perubahan kebutuhan akan sistem informasi akuntansi. Suhendro (2007) menjelaskan bahwa ketika banyaknya transaksi-transaksi

bisnis yang dilakukan dan laporan keuangan tepat waktu yang diperlukan dan disebarluaskan melalui internet, perusahaan harus mendesain sistem informasi akuntansi baru yang tidak hanya mencatat dan menelusuri informasi transaksi secara cepat, tetapi juga melakukan *cross check* dokumen internal dan eksternal secara otomatis. Lingkungan perdagangan yang sudah memanfaatkan jaringan komputer, baik dalam kapasitasnya sebagai intranet, ekstranet, maupun internet, sistem pengendalian internal menjadi semakin rumit yang memerlukan desain prosedur pengendalian internal baru untuk memastikan bahwa integritas dan pengesahan bukti pada transaksi *e-commerce* untuk melindungi *private key*, tanda tangan digital, sistem *web*, dan *database* secara keseluruhan benar-benar terkendali dengan baik.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahmoud pada tahun 2012 mengatakan bahwa *e-commerce* memiliki efek positif pada output dari sistem akuntansi di bank-bank Islam Yordania. Beliau juga berpendapat bahwa input dari sistem informasi jauh lebih mudah setelah menggunakan *e-commerce*. Sayangnya belum banyak informasi tentang apa saja pengaruh *e-commerce* terhadap sistem informasi akuntansi. Penelitian Johnson OLU-EGBUNIWE dan Salem Saad Namreesh pada tahun 2018 mengungkapkan bahwa *e-commerce* berperan sangat penting dalam meningkatkan kualitas bank-bank di Libya. Pada penelitian Virna Pahlevi,dkk tahun 2017 menunjukkan hasilnya bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi, namun penelitian tersebut belum mengungkapkan secara gamblang mengenai bagian dari dunia Sistem Informasi Akuntansi yang dipegaruhi dan juga penelitian tentang pengaruh *e-commerce* di Indonesia juga belum banyak dilakukan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Penerapan *E-commerce* Terhadap Tuntutan Kebutuhan akan Sistem Informasi Akuntansi (Studi Kasus pada Matoa Indonesia)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian ini, penulis menetapkan identifikasi masalah yang berkaitan dengan pengaruh *e-commerce* ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *e-commerce* pada perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh penerapan *e-commerce* terhadap tuntutan kebutuhan akan sistem informasi akuntansi?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan melakukan penelitian tersebut, penulis memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan *e-commerce* pada perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *e-commerce* terhadap tuntutan kebutuhan akan sistem informasi akuntansi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan atau usahawan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan dalam menetapkan suatu sistem.

2. Bagi masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan *e-commerce* dan kebutuhan akan sistem informasi akuntansi.

3. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan akan penerapan *e-commerce* pada perusahaan dan sistem informasi akuntansi serta menjadi bahan masukan untuk penelitian sejenis.

