

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis secara online di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat, salah satunya adalah belanja *online*. Belanja *online* atau *e-commerce* adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet (Kambolong et al., 2022). Perkembangan industri *e-commerce* di Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) sudah ada 34,10% usaha yang melakukan kegiatan *e-commerce* pada Tahun 2022 sedangkan, 65,90% pelaku usaha masih berjualan secara offline atau konvensional. Persentase itu meningkat dibandingkan pada Tahun 2021 dengan persentase 32,23%. BPS mencatat ada 2,87 juta usaha online yang tersebar ke seluruh provinsi (bps.go.id, 2022). Sebanyak 1,5 juta atau 52,22% usaha online berada di Pulau Jawa, hal tersebut dikarenakan Jawa memiliki pangsa pasar besar hingga infrastruktur pendukung yang memadai. Sementara persentase pemilik usaha daring berada di rentang usia 35-44 tahun atau milenial ada 34,47%, sebanyak 24,96% pemilik usaha *online* berusia 45-54 tahun. Sementara, 23,37% pemilik usaha *online* berusia 25-34 tahun (Rizaty, 2022).

Belanja *online* merupakan bentuk komunikasi yang tidak memerlukan interaksi tatap muka langsung, tetapi dapat dilakukan secara terpisah dari dan keseluruhan dunia melalui komputer atau *handphone* yang terhubung ke seluruh dunia melalui layanan akses internet (Mujiyana & Elissa, 2013). Ragil & Sari (2022) menambahkan *e-commerce* sebenarnya merupakan pihak ketiga yang

menjadi jembatan antara dua orang yang membeli dan menjual produk secara online. Berbelanja online saat ini sudah menjadi kebiasaan pembeli karena dianggap praktis. Pembeli yang belanja melalui internet dapat melihat terlebih dahulu barang dan jasa apa yang ingin dikonsumsi melalui jaringan yang dipromosikan oleh penjual, sehingga pembeli tidak perlu bersusah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli apa yang dicarinya (Ragil & Sari, 2022).

Belanja online memiliki banyak keuntungan, bukan untuk perusahaannya saja tetapi bagi pembeli juga. Manfaat yang diperoleh perusahaan yaitu, terbukanya *revenue stream* yang menjamin tidak ditemui di sistem pasar tradisional, adanya peningkatan *market exposure*, dan memperluas jangkauan pasar. Sedangkan manfaat yang diperoleh pembeli, yaitu adanya program *flash sale double days* (tanggal kembar) dan mereka bisa bebas bertransaksi kapanpun dan dimanapun (Sartika, 2022). Manfaat dari *online shop* yang begitu banyak bagi perusahaan maupun pembeli sangat memerlukan sistem informasi untuk keberhasilan bisnis khususnya bisnis *online shop*.

Online shop sebagai bagian dari entitas usaha memerlukan sistem untuk melakukan kegiatannya. Sistem sendiri merupakan rangkaian bagian-bagian yang saling bergantung yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan (Nufus, 2018). Sistem informasi yang baik mendukung pengendalian intern yang baik, tentunya perusahaan dapat memiliki banyak keuntungan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan yang memiliki sistem informasi khususnya sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh besar yaitu memaksimalkan

keuntungan perusahaan itu sendiri dan memberikan informasi keuangan yang akurat untuk pengguna agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

Sistem informasi akuntansi memiliki tujuan untuk meningkatkan sistem informasi yang ada baik dari segi kualitas, ketepatan penyajian, dan struktur informasi dan meningkatkan perencanaan juga mencegah kegiatan-kegiatan operasional dalam suatu perusahaan yang tidak sehat (Mulyani, 2021). Ragil & Sari (2022) menambahkan, sistem akuntansi berperan sebagai alat kontrol untuk memastikan kondisi keuangan perusahaan. Sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh dalam kelancaran suatu perusahaan, khususnya pada usaha online yang sangat memerlukan pengambilan keputusan yang cepat dan akurat.

Sistem informasi yang baik dapat menyediakan data yang benar, tepat waktu, dan akurat untuk penjualan saat ini dan masa depan (Komaria & Sugiarti, 2022). Aisyah (2019) menambahkan siklus penjualan meliputi pesanan barang, pengiriman barang, penagihan biaya pembelian, dan penerimaan kas. Proses penjualan melibatkan beberapa unit usaha sehingga harus ada kerjasama yang baik antar unit agar kegiatan penjualan berjalan sesuai dengan prosedur yang ada.

Prosedur penjualan yang tepat akan mengurangi kesalahan atau kecurangan dalam bertransaksi menggunakan sistem *e-commerce*, karena transaksi *e-commerce* akan lebih rentan terjadi penyelewengan kesalahan, tanggung jawab dan manipulasi data jika tidak diawasi dan dilakukan pengendalian oleh entitas. Terjadinya kesalahan dalam prosedur penjualan akan mempengaruhi reputasi pelayanan penjualan pada konsumen dan menurunkan target penjualan

kedepannya. Contoh *fraud* yang terjadi yaitu pada kasus Aghnia Punjabi. Dikutip dari laman tentangindonesia.com (2023) Aghnia Punjabi ditipu oleh karyawannya sendiri yang sudah menjadi orang kepercayaan. Karyawannya menggelapkan dana lebih dari Rp 800 juta, perbuatan jahat karyawannya berawal dari ada histori penarikan saldo shopee oleh rekening asing yang mungkin lupa dihapus pelaku. Pada dasarnya, total rekening yang bisa didaftarkan untuk pencairan saldo shopee itu maksimal tiga rekening berbeda, Aghnia selama ini tahunya hanya satu. Penggelapan dilakukan pelaku dengan cara mencairkan saldo shopee milik Aghnia ke dua rekening milik pelaku dan temannya. Setelah berhasil menggelapkan sebagian dana di akun shopee miliknya, barulah saldo shopee yang telah dikurangi itu dicapture lalu dilaporkan ke Aghnia. Pencairan dana dari saldo shopee ke rekening perusahaan Aghnia dilakukan seminggu sekali sehingga pelaku melakukan penggelapan seminggu sekali. Dalam seminggu, tercatat total kerugian Aghnia dari kasus penggelapan dana mencapai Rp 10 juta hingga Rp 100 juta.

Berdasarkan kasus tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa suatu entitas bisnis yang sudah memiliki *job desk* dan prosedurnya saja bisa terkena *fraud* apalagi entitas yang belum memiliki *job desk* yang jelas dan ingin mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, pengendalian intern diperlukan untuk membantu dalam mengamankan data dan dokumen (IBI, 2018). Pebruary et al (2020) menambahkan sistem pengendalian juga dapat memantau sistem operasi dalam memenuhi tujuan dari perusahaan.

Online Shop Beauty Mall Official merupakan salah satu usaha di Kota Malang yang bergerak di bidang perdagangan khususnya penjualan kosmetik. *Online Shop Beauty Mall Official* untuk saat ini sudah menjual kurang lebih 400 produk kosmetik. Dengan semakin meningkatnya jumlah pesanan, maka penerapan sistem informasi akuntansi yang tepat sangat dibutuhkan karena dapat memberikan manfaat, seperti mengetahui pemasukan dan pengeluaran uang serta mengetahui grafik penjualan.

Beauty Mall Official belum melakukan pencatatan secara rinci mengenai perhitungan keuntungan yang sebenarnya diperoleh saat ini usaha tersebut hanya dapat melihat laba kotor saja, dikarenakan pemilik belum terbuka terhadap pencatatan akuntansi karena tidak mempunyai pengetahuan dasar akuntansi. Dilihat dari omset penjualan, *Beauty Mall Official* dalam tiga tahun terakhir sudah mendapatkan omset kurang lebih Rp 500.000.000 pertahun. Sejauh ini pemilik mengalami kesulitan dari penjualan dimana banyaknya orderan di tanggal-tanggal tertentu sehingga membuat pemilik kewalahan dalam mengemas barang karena orderan yang membludak. Pemilik juga masih harus melakukan promosi karena persaingan di bisnis online itu sangatlah cepat. Sementara itu pemilik ingin usahanya lebih berkembang lagi dan pemilik juga berencana untuk menambah personil.

Sistem informasi penjualan sangat dibutuhkan untuk menjadi alat bantu perusahaan dalam mengelola dan mengkoordinasikan data penjualan untuk memberikan informasi yang berkualitas tinggi yang dapat digunakan oleh pemimpin sebagai pembuat keputusan. Adanya kelemahan dalam sistem yang

dimiliki usaha *Beauty Mall Official* saat ini dan keinginan pemilik untuk terus mengembangkan usahanya menjadi alasan peneliti mengambil penelitian ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti melakukan penelitian mengenai “Evaluasi Sistem Akuntansi Penjualan Pada *Online Shop Beauty Mall Official*”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi sistem penjualan pada *online shop Beauty Mall Official*?
2. Bagaimana sistem penjualan yang memadai bagi *Beauty Mall Official*?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui implementasi sistem penjualan pada *online shop Beauty Mall Official*.
2. Merekomendasikan sistem penjualan untuk memperkuat pengendalian internal di *Beauty Mall Official*.

D. Metode Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan studi kasus pada *Beauty Mall official*. Alasan kenapa peneliti memilih metode penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin mendeskripsikan keadaan yang diamati dilapangan dengan lebih spesifik, transparan dan mendalam. Penelitian ini berfokus

pada kegiatan yang dilakukan oleh bagian penjualan meliputi; penjualan barang hingga barang dikirimkan kepada pelanggan.

2. Lokasi Penelitian

Online Shop Beauty Mall Official berlokasi di Perum Bulan Terang Utama (BTU) Blok UJ 22 No. 47 Kelurahan Madyopiro, Kec Kedungkandang Kota Malang.

3. Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer data sekunder

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui hasil wawancara.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk dokumen. Dokumen yang didapatkan yaitu bukti persetujuan pengiriman barang dan No. resi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Teknik pengumpulan yang dilakukan pada penelitian ini yaitu:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mendatangi informan secara langsung kemudian merekam hasil wawancara menggunakan alat perekam serta melalui sosial media *whatsapp* dalam bentuk teks. Informan yang dipilih adalah pemilik Beauty Mall Official:

Tabel 1. 1
Informan Penelitian

Nama Informan	Jabatan
Siti Nazilatur Rochmah	Pemilik

Wawancara dengan Nazila dilaksanakan pada tanggal 4 juli 2023. Hasil wawancara berupa informasi pendapatan, proses penjualan dan pemasaran, serta kendala yang terjadi pada online shop Beauty Mall Official.

b. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengetahui kegiatan pada usaha *Online Shop Beauty Mall Official*. Peran peneliti selama observasi adalah sebagai partisipan pasif yaitu untuk memastikan bahwa usaha tersebut memang dilakukan oleh informan yang dituju.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengolahan data untuk tujuan menemukan informasi yang berguna yang dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk memecahkan suatu masalah.

- a. Mengumpulkan data melalui wawancara langsung dengan pemilik *Beauty Mall Official*.
- b. Data yang sudah ditulis kemudian direduksi untuk menetapkan fokus penelitian.
- c. Mendeskripsikan data dan menyajikan dalam bentuk narasi.
- d. Membuat kesimpulan.