

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Review Hasil Penelitian Terdahulu*

Adapun jurnal yang digunakan untuk membandingkan penelitian sehingga penelitian dapat dengan mudah mengetahui data yang benar yaitu dengan menggunakan jurnal.

Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, norma subjektif dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *electroniccommerce* yang telah diteliti oleh Monica dan Tama (2017:39) mengemukakan bahwa persepsi persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-commerce*. Hal ini dapat diartikan kemanfaatan penggunaan teknologi informasi dapat diketahui dari kepercayaan penggunaan teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi, dengan suatu kepercayaan bahwa teknologi informasi tersebut memberikan kontribusi positif untuk penggunaannya. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-commerce*. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem dibuat bukan menyulitkan penggunanya. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap *e-commerce*. Hal ini karena norma subjektif menjadi penting ketika pada fase impletasi teknologi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang telah diteliti oleh Nuryahya dan Andini (2019:502) mengemukakan bahwa kegunaan persepsian berpengaruh terhadap minat berperilaku menggunakan sistem berbasis *e-commerce* hasil ini dapat dijelaskan bahwa, sebagian responden berasumsi dengan menggunakan sistem berbasis *e-commerce* akan meningkatkan produktivitasnya, sehingga sebagian responden menggunakan sistem untuk mendapatkan penghasilan atau mempermudah kinerja. Kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi

akuntansi berbasis *e-commerce*. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa kontrol perilaku dapat memberikan pemahaman terhadap seseorang mengenai mudah atau tidaknya suatu informasi yang diberikan.

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang diteliti oleh Izzati et al. (2020:1-5) mengemukakan variabel independen yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, kemudahan penggunaan persepsian, dan kegunaan persepsian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat berperilaku seseorang untuk menggunakan SIA berbasis *e-commerce* ditentukan oleh kontrol perilaku persepsian dan kegunaan persepsian. Dalam studi ini, kontrol perilaku lebih dominan mempengaruhi minat berperilaku dibandingkan dengan konstruk kegunaan persepsian. Kegunaan persepsian mempengaruhi minat berperilaku dikarenakan keyakinan persepsian seseorang, dengan menggunakan SIA berbasis *e-commerce* akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan kontrol perilaku persepsian mempengaruhi minat berperilaku dikarenakan seseorang merasa bahwa menggunakan SIA berbasis *e-commerce* adalah hal yang mudah sesuai dengan sumber daya yang dimiliki seseorang.

Pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap kualitas sistem informasi akuntansi yang diteliti oleh Pahlevi, Nurhayati dan Elly (2017:530) mengemukakan bahwa penggunaan *e-commerce* pada UKM di Kota Bandung berdasarkan analisis deskriptif tergolong dalam kategori baik. Kualitas sistem informasi akuntansi yang digunakan oleh UKM di Kota Bandung berdasarkan analisis deskriptif tergolong dalam kategori baik. Penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas sistem informasi akuntansi, artinya semakin baik penggunaan *e-commerce* maka kualitas sistem informasi akuntansi akan meningkat.

Pengaruh *trust* dan *perceived of risk* terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce* yang diteliti oleh Aribowo (2013:31) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif *trust* terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien

regresi memiliki arah positif sebesar 0,534; koefisien determinan (R^2) sebesar 0,228 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin tinggi *Trust* maka semakin tinggi pula niat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*. Sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa terhadap pengaruh positif *Trust* terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta diterima karena telah didukung oleh hasil penelitian.

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pemanfaatan sistem informasi akuntansi yang diteliti oleh Savitri dan Wiratmaja (2015:132) mengemukakan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi dan kompleksitas tugas secara sendiri-sendiri berpengaruh positif pada minat SIA. Penerapan SIA perlu didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai. Penerapan SIA juga perlu didukung dengan operating prosedur yang jelas dan tidak membingungkan.

Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Standar Akuntansi Keuangan Entitas tanpa Akuntabilitas Publik pada Koperasi di Semarang yang diteliti Imam Setijawan dan Rina Permatasari (2014:163-175) metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan sensus dengan menggunakan kuisisioner yang digunakan untuk data penguat kepada responden. Persepsi kegunaan SAK ETAP mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan SAK ETAP variabel persepsi kegunaan diketahui mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan SAK ETAP.

Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, faktor sosial, dan kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan E-Filling yang diteliti oleh Sang Ayu Putu Syaninditha dan Putu Ery Setiawan (2017: 86-115) metode yang digunakan adalah metode survey melalui kuisisioner. Penelitian ini menyebarkan kuisisioner kepada wajib pajak orang pribadi yang menggunakan e-filling. Penelitian ini berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, faktor sosial dan kondisi yang memfasilitasi terhadap minat perilaku wajib pajak orang pribadi dalam penggunaan e-filling.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Persepsi

Menurut Robbins (2006:169) Persepsi adalah proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka. Meski demikian apa yang dipersepsikan seseorang dapat berbeda dari kenyataan yang obyektif.

Menurut Notoatmodjo (2005:25), ada banyak faktor yang akan menyebabkan stimulus masuk dalam rentang perhatian seseorang. Faktor tersebut terbagi menjadi dua bagian besar yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal adalah faktor yang melekat pada objeknya, sedangkan faktor internal adalah faktor yang terdapat pada orang yang mempersepsikan stimulus tersebut.

Menurut Quinn *dalam* Sarwono (2012: 93) persepsi adalah proses kombinasi dari sensasi yang diterima oleh organ dan hasil interpretasinya (hasil olahotak). Bentuk, tekstur, dan rasa yang diterima merupakan sensasi, sedangkan perbandingan yang dilakukan adalah interpretasi.

Menurut Schiffman dan Kanuk *dalam* Suryani (2008: 97) mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana dalam proses tersebut individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan menjadi sesuatu yang bermakna.

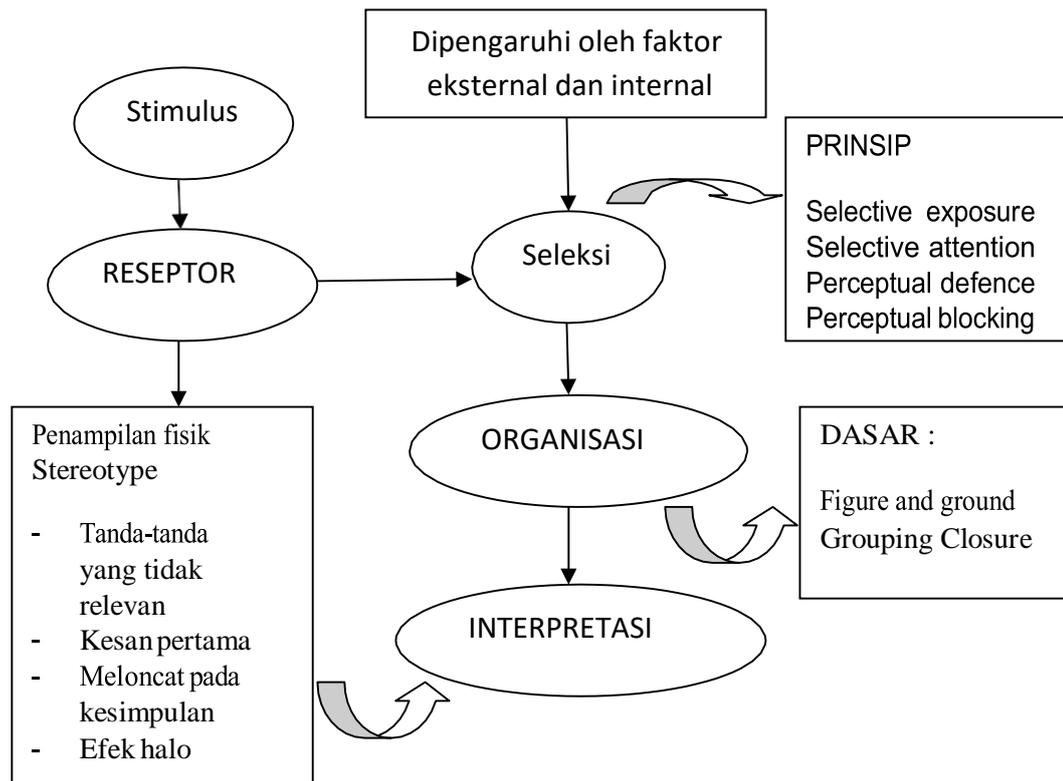
Jadi dapat disimpulkan persepsi adalah proses untuk memahami lingkungannya meliputi objek, orang, dan simbol atau tanda yang melibatkan proses kognitif atau pengenalan.

2.2.2 Proses Persepsi

Suryani (2008: 102) persepsi pada hakekatnya merupakan proses psikologis yang kompleks yang juga melibatkan aspek fisiologis. Proses psikologis penting yang terlibat dimulai dari adanya aktivitas memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan sehingga konsumen dapat member makna atas suatu obyek. Usaha apapun yang dilakukan oleh pemasar tidak

memiliki arti jika konsumen tidak mempersepsikan secara tepat seperti apa yang dikehendaki oleh pemasar.

Proses persepsi dapat digambarkan seperti pada gambar 2.2: Dari gambar 2.2, memperlihatkan bahwa terdapat tiga proses penting dalam persepsi yaitu menyeleksi (memilih) stimulus, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus tersebut agar memiliki arti atau makna.:



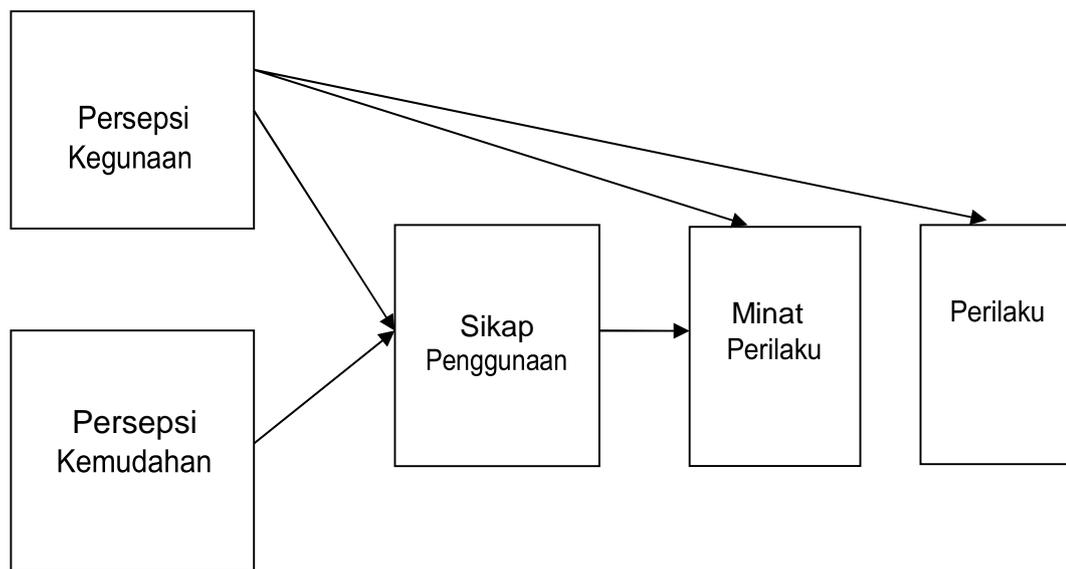
Gambar 2.0-1 Proses Persepsi

(Sumber Suryani, 2008: 102)

2.2.3 *Technology Acceptance Model*

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1976. Tujuan TAM lebih dikhususkan untuk menjelaskan perilaku para pengguna komputer (*computer usage behavior*). TAM menggunakan (*Theory of Reasoned Action*) TRA sebagai dasar teorikal untuk

mengspesifikasi hubungan kausal antara dua kunci kepercayaan (*belief*) yaitu persepsi manfaat (*Perseive Use Fulness*) dan persepsi kemudahan pengguna (*Perceive Ease of Use*). TAM jauh lebih spesifik dibandingkan dengan TRA, karena TAM ditunjukk`kan hanya untuk perilaku penggunaan teknologi komputer (Daviss et.al., 1986). Model TAM ini tidak hanya bisa untuk memprediksi, namun juga bisa menjelaskan sehingga peneliti dan para praktisi bisa mengidentifikasi mengapa suatu faktor tidak terima dan memberikan kemungkinan langkah yang tepat.



Gambar 2.0-2 Teori Technology Acceptance Model

Sumber : Jogianto 2007:112

TAM berasumsi bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan). Persepsi kegunaan menjelaskan bahwa tingkat keyakinan seseorang yang menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemudahan menjelaskan tingkat atau keadaan di mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) (Davis, 1989:320).

Peningkatan pada persepsi kemudahan secara instrumental mempengaruhi

kenaikan dan persepsi kegunaan karena sebuah sistem yang mudah digunakan tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga berkaitan dengan efektifitas kinerja (Davis, Bogozzi dan Warshaw, 1989:987) dalam Irmadhani, 2012). Sampai saat ini TAM merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi. Model ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pemakai TI terhadap penerimaan penggunaan TI itu sendiri. Model TAM menjelaskan penerimaan TI dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya TI oleh pemakai.

Intinya model TAM ini menjelaskan bahwa persepsi pemakai akan menentukan sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi informasi. TAM yang orisinal sesungguhnya menyatakan bahwa penerimaan pemakai itu ditentukan oleh dua hal, yaitu kesadaran akan kegunaan dan kesadaran akan kemudahan dari penggunaan. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh kemanfaatan dan kemudahan penggunaan (Fradana, 2011).

2.2.4 Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, persepsi diartikan sebagai proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya, sedangkan kegunaan diartikan sebagai hal yang berguna atau bermanfaat, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kegunaan adalah proses seseorang untuk mengetahui beberapa hal yang berguna dan bermanfaat.

Persepsi kegunaan adalah sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Davis mendefinisikan persepsi mengenai kegunaan ini berdasarkan dari kata *useful* yaitu “*capable of being used advantageously*”, atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. (Davis, 1989:320).

Persepsi kegunaan secara umum adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja

pekerjaannya. Jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya dan sebaliknya jika seseorang menganggap

bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto 2007:114).

Ada beberapa dimensi Persepsi Kegunaan (Venkatesh dan Davis, 2000:201 dalam Irmadhani, 2012), yaitu:

- a. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu
- b. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu
- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu
- d. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.

Kegunaan terbagi dalam dua kategori (Chin dan Todd 1995 dalam Setyo dan Wijayanto 2007:35) yaitu:

- a. Kegunaan dapat estimasi satu faktor
- b. Kegunaan dengan estimasi dua faktor (kegunaan dan efektifitas)
Kegunaan dengan estimasi satu faktor meliputi dimensi:
 - a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)
 - b. Berguna (*usefull*)
 - c. Menambah produktifitas(*increase productivity*)
 - d. Mempertinggi efektifitas(*enchance efectiveness*)
 - e. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)

2.2.5 Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use)

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya, sedangkan kemudahan adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha, sehingga persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai proses seseorang untuk mengetahui sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usahanya melalui panca indranya

Persepsi kemudahan merupakan suatu tingkat atau keadaan di mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun(*freeofeffort*). Hal ini merujuk pada definisi dari “kemudahan” yaitu bebas dari kesulitan atau usaha yang berat. Usaha merupakan sumber yang terbatas yang akan dialokasikan seseorang pada sebuah aktivitas sebagai

bentuk dari tanggung jawab (Davis, 1989:320).

Persepsi kemudahan penggunaan secara umum didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007:115). Jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Dan sebaliknya jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007:115).

Brown (2002) dalam Aditya Fradana (2011) berpendapat bahwa teknologi yang mempunyai perintah-perintah yang mudah ditemukan dan mudah dimengerti akan mempengaruhi persepsi seseorang bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Beberapa penelitian dalam konteks TAM, persepsi kemudahan penggunaan akan terlihat mempengaruhi perilaku melalui dua jalur, berpengaruh langsung pada perilaku dan berpengaruh secara tidak langsung pada perilaku melalui persepsi kemanfaatan.

Berikut ini adalah pembagian dimensi persepsi kemudahan penggunaan (Venkesh dan Davis, 2000 dalam Irmadhani, 2012), yaitu:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut
- c. Sistem mudah digunakan
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan.

Davis (1989) dalam penelitian Adhiputera (2015) menyebutkan indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan yaitu :

- a. Mudah untuk dipelajari.
- b. Fleksibel.
- c. Dapat mengontrol pekerjaan.
- d. Mudah untuk digunakan.

Sedangkan menurut Rigopoulos dan Askounis (2007) serta Yahyapour (2008) persepsi kemudahan dapat diukur melalui beberapa indikator diantaranya jelas dan mudah dimengerti, serta mudah dikuasai. Fusilier dan

Durlabhji (2005) dalam penelitian Dewi dan Warmika (2016) menjelaskan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi kemudahan adalah:

1. Merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi guna melakukan kegiatan yang diinginkan.
2. Dapat berinteraksi dengan teknologi yang tidak memerlukan usaha yang besar.

2.2.6 Sikap

Sikap adalah sebagai jumlah dari *afeksi* (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual dalam skala evaluatif dua kutub, misalnya baik atau jelek, setuju atau menolak, dan lainnya. (Jogiyanto 2008:65).

Terdapat beberapa pendapat dari para pakar dalam psikologi sosial mengemukakan beberapa definisi: *attitude is a favorable evaluatif reaction toward intended behavior* (Myers dalam Yolanda 2017:12). Sikap adalah suatu reaktif evaluatif menguntungkan terhadap sesuatu atau beberapa, dipamerkan dalam keyakinan seseorang, perasaan perilaku. Definisi lain mengatakan: *An attitude is disposition to respond favourably or unfavourably to object, person, institution event* (Azjen dalam Yolanda 207:12).

Sikap adalah predisposisi atau kecenderungan yang dipelajari dari seseorang individu untuk merespon secara positif atau negatif dengan intensitas yang moderat dan atau memadai terhadap objek, situasi, konsep, atau orang lain.

Definisi ini tampaknya konsisten menempatkan sikap sebagai prediposisi atau tendensi yang menentukan respon individu terhadap suatu objek. Prediposisi atau tendensi ini diperoleh individu dari dari proses belajar, sedangkan objek sikap dapat berupa benda, situasi, dan orang. (Triasity dalam Yolanda 2017:14). Dari berbagai paparan mengenai pengertian sikap diatas dapat diketahui bahwa sikap merupakan perasaan atau efektif seseorang terhadap objek tertentu yang melibatkan evaluatif terhadap objek tersebut, baik positif atau negatif yang disebabkan oleh

berbagai macam stimulasi atau rangsangan. (Munandar, 2014:30).

Sikap mempunyai komponen-komponen sebagai berikut :

Fishbein dan Ajzen (2011), mengemukakan bahwa ada dua kelompok dalam pembentukan sikap yaitu:

- a. *Behavioral belief* adalah keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap perilaku dan merupakan keyakinan yang akan mendorong terbentuknya sikap
- b. *Evaluation of behavioral belief* merupakan evaluasi positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu berdasarkan keyakinan-keyakinan yang dimilikinya.

2.2.7 Sistem Informasi Akuntansi

2.2.7.1 Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Sistem adalah serangkaian dua atau lebih komponen yang saling terkait dan berinteraksi untuk mencapai tujuan. Sebagian besar sistem terdiri dari subsistem yang lebih kecil yang mendukung sistem yang lebih besar. Contohnya : sekolah tinggi bisnis adalah sistem yang terdiri dari berbagai departemen, masing-masing merupakan subsistem. Selanjutnya, sekolah tinggi sendiri adalah subsistem dari universitas.

Informasi adalah data yang telah dikelola dan diproses untuk memberikan arti dan memperbaiki proses pengambilan keputusan. Sebagaimana perannya, pengguna membuat keputusan yang lebih baik sebagai kuantitas dan kualitas dari peningkatan informasi.

Akuntansi adalah proses identifikasi, pengumpulan, dan penyimpanan data serta proses pengembangan, pengukuran, dan komunikasi informasi. Berdasarkan definisi tersebut, akuntansi adalah sistem informasi karena SIA mengumpulkan, mencatat, menyimpan dan memproses akuntansi dan data lain untuk menghasilkan informasi bagi pembuat keputusan.

Dapat disimpulkan Sistem Informasi Akuntansi adalah sekelompok struktur dalam sebuah entitas yang mengelola sumber daya fisik dan sumber daya lain untuk mengubah data ekonomi menjadi informasi akuntansi (agar dapat memenuhi

kebutuhan informasi berbagai pihak).

Sistem informasi akuntansi dapat didefinisikan sebagai kumpulan (integritas) dari sub-sub sistem atau komponen baik fisik maupun nonfisik yang saling berhubungan dan bekerja satu sama lain secara harmonis untuk mengelola data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan. (Susanto, 2017:80).

Sistem informasi akuntansi merupakan kumpulan sumber daya, seperti manusia dan peralatan, yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya ke dalam informasi. Informasi tersebut dikomunikasikan kepada para pembuat keputusan. (George dan William, 2006:1).

Sistem informasi akuntansi dapat menghasilkan informasi keuangan yang berkualitas, berguna dan dapat dipercaya dengan adanya dukungan dari komponen-komponen system informasi akuntansi.

2.2.7.2 Komponen dan Subsistem dalam Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Azhar Susanto (2013:207),komponen-komponen system informasi akuntansi adalah sebagai berikut:

1. Hardware

Hardware merupakan peralatan fisik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan, memasukkan, memproses, menyimpan, dan mengeluarkan hasil pengolahan data dalam bentuk informasi.

2. Software

Software adalah kumpulan dari program - program yang digunakan untuk menjalankan aplikasi tertentu pada komputer, sedangkan program merupakan Kumpulan dari perintah-perintah komputer yang tersusun secara sistematis. *Software* dikelompokkan menjadi dua, yaitu *software* system operasi dan *software* sistem aplikasi.

3. *Brainware* (Sumber Daya Manusia)

Brainware (Sumber Daya Manusia) merupakan sumber daya yang terlibat dalam pembuatan system informasi, pengumpulan dan pengolahan data,

pendistribusian, dan pemanfaatan informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi tersebut.

4. Prosedur

Prosedur merupakan rangkaian aktivitas atau kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang dengan cara yang sama.

5. *Database* dan Sistem Manajemen *Database*

Sistem *database* merupakan system pencatatan dengan menggunakan komputer yang memiliki tujuan untuk memelihara informasi agar selalu siap pada saat diperlukan. *Database* terdiri dari media dan system penyimpanan data dan sistem pengolahan.

6. Teknologi Jaringan Telekomunikasi

Sistem telekomunikasi merupakan kumpulan *hardware* dan *software* yang sesuai (*compatible*) yang disusun untuk mengkomunikasikan berbagai macam informasi dari satu lokasi ke lokasi yang lain.

Sistem informasi akuntansi terdiri dari subsistem utama yaitu (Hall, 2002:10).

- a. Sistem pemrosesan transaksi
- b. Sistem pelaporan buku besar
- c. Sistem pelaporan manajemen

2.2.7.3 Fungsi Sistem Informasi Akuntansi

Adapun fungsi sistem informasi akuntansi yang sangat erat hubungannya satu sama lain, yaitu: (Susanto, 2013:8)

1. Mendukung aktivitas perusahaan sehari-hari

Suatu perusahaan agar dapat tetap eksis perusahaan tersebut harus terus beroperasi dengan melakukan sejumlah aktivitas bisnis yang peristiwanya disebut sebagai transaksi seperti melakukan pembelian, penyimpanan, proses produksi dan penjualan.

2. Mendukung proses pengambilan keputusan

Tujuan yang sama pentingnya dari SIA adalah untuk memberi informasi

yang diperlukan dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan harus dibuat dalam kaitannya dengan perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaan.

3. Membantu pengelola perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya kepada pihak eksternal

Setiap perusahaan harus memenuhi tanggung jawab hukum. Salah satu tanggung jawab penting adalah keharusan memberi informasi kepada pemakai yang berada diluar perusahaan atau *stakeholder* yang meliputi pemasok, pelanggan, pemegang saham, kreditor, investor besar, serikat kerja, analisis keuangan, asosiasi industri, atau bahkan public secara umum.

2.2.7.4 Tujuan Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi dibangun dengan tujuan utama yaitu untuk mengolah data akuntansi yang berasal dari berbagai sumber menjadi informasi akuntansi yang diperlukan oleh berbagai macam pemakai untuk mengurangi resiko saat mengambil keputusan. (Susanto, 2013:8).

Dari informasi yang dihasilkan, sistem informasi akuntansi mempunyai tiga tujuan utama (Jogiyanto, 2005:229) adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendukung operasi-operasi sehari-hari (*tosupporttheday-to-day operation*)

Sistem informasi akuntansi mempunyai sistem bagian yang disebut dengan TPS (*transactionprocessingsystem*) yang mengolah data transaksi menjadi informasi yang berguna untuk melakukan kegiatan-kegiatan operasi sehari-hari. Pemakai informasi ini yaitu:

- a) Karyawan yang menerima cek pembayaran
- b) Supervisor yang memeriksa penjualan tiap harinya
- c) Pelanggan yang menerima faktur
- d) Pemasok yang menerima order pembelian

2. Mendukung pengambilan keputusan manajemen (*tosupportdecision making by internal decision makers*)

Informasi dari SIA juga diperlukan oleh manajer sebagai dasar pengambilan keputusannya. Manajemen menengah membutuhkan informasi akuntansi untuk melihat penyimpangan-penyimpangan yang terjadi antara yang dibudgetkan

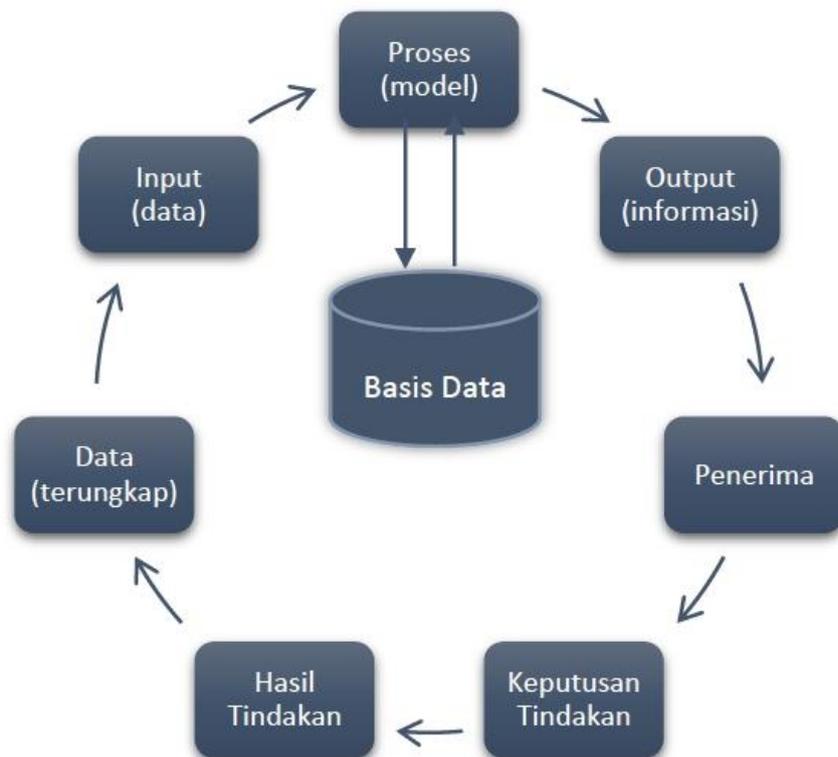
dengan nilai realisasi yang dilaporkan oleh sistem informasi akuntansi. Contohnya adalah manajemen atas membutuhkan informasi akuntansi untuk perencanaan, misalnya informasi penjualan untuk perencanaan kas.

1. Untuk memenuhi kewajiban yang berhubungan dengan pertanggungjawaban (*to fulfill obligations relating to stewardship*)

Manajemen perusahaan perlu melaporkan kegiatannya kepada *stakeholder*. *Stakeholder* dapat berupa pemilik, pemegang saham, serikat kerja dan lainnya. Informasi akuntansi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* adalah informasi tentang laporan keuangan yang terdiri dari neraca (posisi keuangan pada tanggal tertentu, misalnya pada tanggal akhir tahun), laporan laba rugi (laba atau rugi yang diperoleh organisasi selama satu periode tertentu, misalnya selama satu tahun) dan laporan arus kas.

2.2.7.5 Siklus Pemrosesan Data dalam Sistem Informasi Akuntansi

Data dimasukkan kedalam model yang umumnya memiliki urutan proses tertentu dan pasti, setelah diproses akan dihasilkan informasi tertentu yang bermanfaat bagi penerima (*level management*) sebagai dasar dalam membuat suatu keputusan atau melakukan Tindakan tertentu. Dari keputusan atau tindakan tersebut akan diperoleh kejadian-kejadian tertentu yang akan digunakan Kembali sebagai data yang nantinya akan dimasukkan kedalam model (proses), begitu seterusnya. Dengan demikian akan membentuk suatu siklus informasi (*information cycle*) atau siklus pengolahan data (*data processing cycles*).



Gambar 2.0-3 Siklus Pemrosesan Data

Sistem Informasi Akuntansi memiliki beberapa sistem-sistem bagian (sub-system) yang berupa siklus-siklus akuntansi. Siklus akuntansi menunjukkan prosedur akuntansi mulai dari sumber data sampai ke proses pencatatan/pengolahan akuntansinya. Siklus akuntansi dibagi menjadi:

1. *Siklus pendapatan*: prosedur pendapatan dimulai dari bagian penjualan otorisasi kredit, pengambilan barang, penerimaan barang, penagihan sampai dengan penerimaan kas.
2. *Siklus pengeluaran kas*: prosedur pengeluaran kas mulai dari proses pembelian sampai ke proses pembayaran.
3. *Siklus konversi*: siklus produksi mulai dari bahan mentah sampai ke barang jadi.
4. *Siklus manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)*: melibatkan prosedur penggajian.
5. *Siklus buku besar dan laporan keuangan*: prosedur pencatatan dan perekaman ke jurnal dan buku besar dan pencetakan laporan-laporan

keuangan yang datanya diambil dari buku besar.

2.2.8 E-commerce

E-commerce adalah penggunaan internet, Web, dan aplikasi seluler serta browser yang berjalan di perangkat seluler untuk melakukan transaksi bisnis (Laudon dan Traver, 2017:10)

E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer data elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. (Wong, 2010:33).

E-commerce memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat E-commerce Dalam Dunia Bisnis

Manfaat dalam menggunakan e-commerce dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi adalah:

a. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar)

Transaksi online yang membuat semua orang diseluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media computer dan tidak terbatas jarak dan waktu

b. Menurunkan biaya operasional (operating cost)

Transaksi e-commerce adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti showroom, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.

c. Melebarkan jangkauan (global reach)

Transaksi online yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.

d. Meningkatkan customerloyalty

Ini disebabkan karena sistem transaksi e-commerce menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen

dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.

e. Meningkatkan supplymanagement

Transaksi e-commerce menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia sehingga untuk lebih menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem supply management yang baik harus ditingkatkan.

2. Manfaat E-commerce Untuk Pelanggan

E-commerce memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari dari hampir setiap lokasi di mana konsumen itu berbeda. Pelanggan juga dapat memiliki banyak pilihan barang yang ingin dibeli pada saat mengunjungi situs dan melakukan perbandingan harga dengan perusahaan lain. Pada saat membeli barang-barang secara online, pelanggan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan barang.

Gambaran ringkas keuntungan e-commerce sebagai berikut:

- a. Bagi Konsumen : Harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat
- b. Bagi Pengelola : Efisiensi, tanpa kesalahan, dan tepat waktu

2.2.9 Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*

Kegiatan e-commerce ini merupakan aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (e-business) yang berhubungan dengan transaksi komersial, misalnya: transfer dana secara elektronik, SCM (supply chain management), pertukaran data elektronik (electronic data interchange /EDI), pemasaran online (online marketing), atau e-pemasaran (e-marketing), pemrosesan transaksi online (online transaction processing). Jaringan internet digunakan untuk mengirim informasi keseluruhan pengguna internet di berbagai belahan dunia selama duapulu empat jam, karena melibatkan client-server yaitu program sistem robot yang menjalankan beberapa komputer secara konstanta dan mengelola informasi yang dibutuhkan oleh pengguna aplikasi e-commerce.

Sistem informasi akuntansi dalam e-commerces melalui pemanfaatan teknologi e-business sekarang ini telah berkembang. Hal ini disebabkan infrastruktur yang ada saat ini sudah memadai, ketersediaan pekerja yang ahli tentang teknologi informasi (IT), keterlibatan lembaga keuangan/perbankan kurang

akibat peningkatan pengetahuan dan tingkat pendidikan pengguna (user), kini saatnya SIA mengadopsi TI di era elektronik yang ditandai dengan menjamurnya kegiatan usaha antara lain adalah e-business, e-commerces, e- economy, e-university, egovernment, e-entertainment, e-service, dan masih banyak lagi istilah sejenis.

Jenis server di internet di jelaskan oleh Bodnar (2007), seperti mail server, file server, web server, dan server perdagangan. (a) Mail server merupakan kotak pos elektronik yang berfungsi menyimpan surat elektronik yang datang sampai program klien meminta surat tersebut. (b) File server adalah berperan memberikan izin kepada klien yang sah untuk mengambil file dari pustaka file yang berada pada suatu komputer. (c) Web server adalah suatu server yang memungkinkan pengguna (klien) mengakses dokumen secara fisik berada di komputer lain. (d) Web server merupakan engine yang menjalankan word wide web (www). Protokol yang menentukan format dokumen di word wide web yang disebut dengan hypertext markup language (HTML) yaitu mengkonversikan dokumen ke dalam format yang mudah dibaca oleh pengguna. menggunakan kombinsai perangkat keras yang disebut firewall untuk membatasi akses dari pihak luar.

Menurut Tumpal Manik (2016), bahwa e-commerce merupakan salah satu unit media bisnis yang terintegrasi dengan teknologi informasi berupa aplikasi perdagangan dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang atau produk dan jasa, dan pertukaran informasi melalui jaringan internet yang menggunakan internet, intranet ataupun extranet. E-commerce memiliki empat prespektif. Pertama adalah komunikasi, yaitu untuk memberikan informasi produk atau jasa dan pembayaran. Kedua adalah bisnis, yaitu membuat otomatisasi transaksi bisnis dan workflows. Ketiga pelayanan, yaitu berhubungan dengan pengurangan biaya guna peningkatan kualitas dan percepatan service delivery.

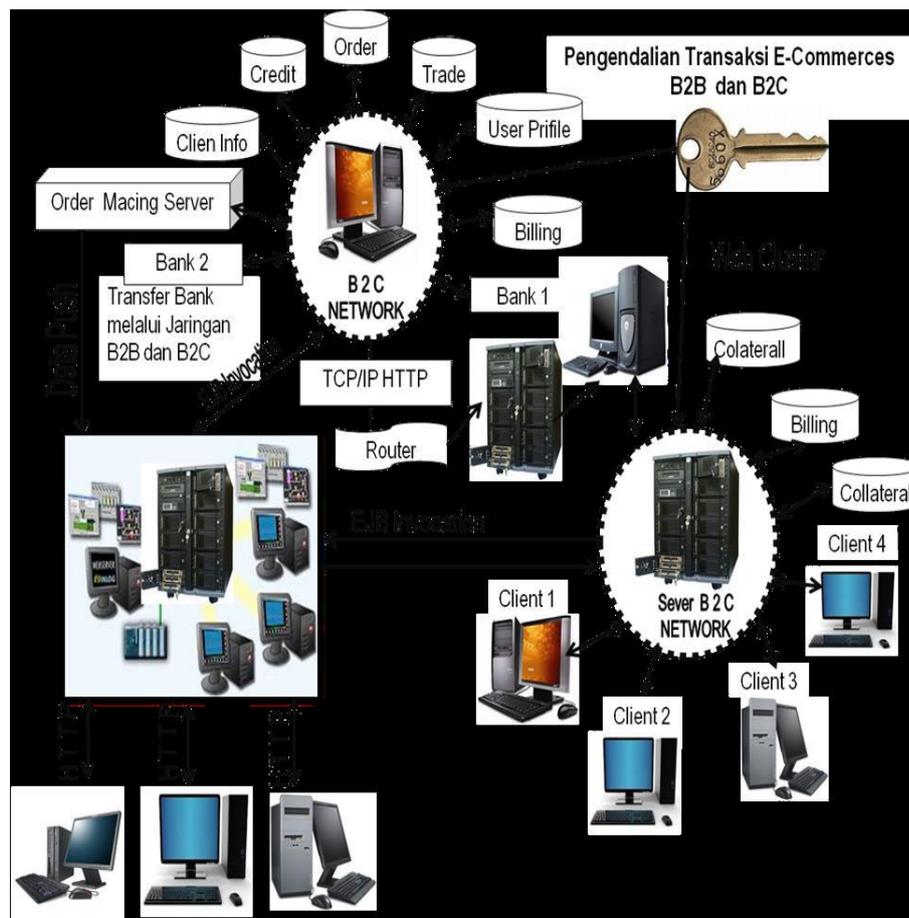
Terakhir adalah online, yaitu memiliki kemampuan menyediakan pembelian dan penjualan produk menggunakan internet atau pelayanan online yang lainnya E- Commerce lebih dari membeli dan menjual secara online, tetapi termasuk juga proses pengembangan, pemasaran, pelayanan dan pembayaran produk atau jasa; yang ditransaksikan pada internetworked global marketplaces dengan bantuan worldwide network. Sehingga dapat disimpulkan bahwa e-Commerce adalah suatu kegiatan pemasaran secara luas yang meliputi proses pembelian, penjualan, pelayanan dan pengembangan lainnya dengan memanfaatkan media internet sebagai alat komunikasi efektif antara penjual dengan pembeli sehingga diharapkan aksesnya dapat dilakukan dengan mudah serta real time-based.

Kegiatan e-commerce ini merupakan aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (e-business) yang berhubungan dengan transaksi komersial, misalnya: transfer dana secara elektronik, SCM (supply chain management), pertukaran data elektronik (electronic data interchange /EDI), pemasaran online (online marketing), atau e-pemasaran (e-marketing), pemrosesan transaksi online (online transaction processing), sehingga E-Commerce dapat didefinisikan dari berbagai macam persepsi, antara lain (1) Komunikasi; pengiriman barang, jasa, informasi, atau pembayaran melalui jaringan computer, (2) Perdagangan atau Niaga. Menyediakan kemampuan pembelian dan penjualan produk, jasa, dan informasi pada internet dan layanan online lainnya, (3) Proses Bisnis adalah melakukan bisnis secara elektronik dengan menyelesaikan dan melengkapi proses bisnisnya secara jaringan elektronik, oleh karenanya menggantikan informasi untuk proses bisnis secara fisik. (4) Layanan/Jasa adalah alat yang menunjukkan keinginan pemerintah, perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memotong biaya jasa sambil meningkatkan kualitas layanan dan kecepatan jasa layanan kepada pelanggan. (5) Pembelajaran yaitu yang memungkinkan pelatihan dan pendidikan secara online di sekolah, universitas dan organisasi yang lain, termasuk bisnis. (6) Komunitas adalah menggabungkan tempat untuk anggota komunitas untuk belajar, transaksi,

dan kolaborasi.

Jenis-Jenis Transaksi E-Commerce dibedakan menurut pihak-pihak yang melakukan transaksi.

- a) **Busines to Busines (B2B)**, **Busines to Busines (B2B)** juga dapat diartikan sebagai system komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis. Bentuk dari B2B dapat berupa transaksi **InterOrganizational System (IOS)**, misalnya transaksi extranet dan **electronic funds transfer**.
- b) **Busines to Busines (B2B)**, **Busines to Busines (B2B)** juga dapat diartikan sebagai system komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis. Bentuk dari B2B dapat berupa transaksi **InterOrganizational System (IOS)**, misalnya transaksi extranet dan **electronic funds transfer**.
- c) **Bussines To Cunsumer (B2C)**; merupakan transaksi ritel dengan pembeli individual. Selain itu B2C juga dapat berarti mekanisme toko online (**electronic shopping mall**) yaitu transaksi antara **e-merchant** dengan **e-customer**. **Business to Consumer E-Commerce** memiliki permasalahan yang berbeda.
- d) **Consumer to Consumer (C2C)**; transaksi dimana konsumen menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya. Dapat diartikan pula saat seorang individu yang mengiklankan produk barang atau jasa, pengetahuan, maupun keahliannya di web.
- e) **Consumer to Bussines (C2B)**; merupakan individu yang menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang mencari penjual dan melakukan transaksi. Dalam **Consumerto-Business** konsumen memberitahukan kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut kekonsumen.



Gambar 2.4 Sistem Informasi Akuntansi dalam E-commerce

Model Bisnis dalam e-Commerce yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan uang pada lingkungan bisnisnya menggunakan web antara lain; (a) Brokerage Model : Broker adalah pencipta pasar, (b) Advertising Model; Model periklanan web merupakan perpanjangan dari model siaran media tradisional. (c) Infomediary Model; data mengenai konsumen dan kebiasaan konsumsi mereka sangat berharga, terutama ketika informasi secara berhati-hati dianalisis dan digunakan untuk kampanye pemasaran. (d) Merchant Model : Grosir dan penjual eceran barang dan jasa. (e) Manufacturer (Direct) Model; Para produsen "model langsung", didasarkan pada kekuatan web yang memungkinkan produsen (yaitu, sebuah perusahaan yang menciptakan produk atau jasa) untuk mencapai pembeli

secara langsung. (f) Affiliate Model ; berusaha mendorong volume tinggi lalu lintas ke satu situs, model afiliasi, membuka peluang untuk pembelian di mana pun orang mungkin berada. (g) Community Model : Viabilitas model masyarakat didasarkan atas loyalitas pengguna.

2.3 Pengaruh antar Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Keperilakuan

Konstruksi tambahan yang pertama di TAM adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Dari pengertiannya diketahui bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. (Jogiyanto, 2008:14). Penelitian yang dilakukan Yutadi (2015) tentang minat menggunakan *e-commerce*, persepsi kegunaan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan *e-commerce*. Responden yang merupakan mahasiswa yang merupakan pengguna aktif internet untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi termasuk bertransaksi dengan *e-commerce*.

Persepsi kegunaan dapat mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan belanja online dengan berbagai macam alasan, yaitu tidak membuang waktu, memberikan kemudahan dalam memperoleh produk yang diinginkan, dan mempermudah mencari kebutuhan.

H1 : Persepsi Kegunaan berpengaruh pada minat perilaku menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*

2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Keperilakuan

Konstruksi tambahan yang kedua di TAM adalah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) ini didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. (Jogiyanto, 2008:115). Penelitian Mubiyantoro dan Syaefullah (2014) tentang pengaruh persepsi terhadap sikap penggunaan *mobile banking*, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan persepsi berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*.

Persepsi Kemudahan (*perceived ease of use*) memiliki efek penting pada persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Ketika konsumen merasa mudah untuk berinteraksi dengan *website* untuk mencari produk dan membayarnya dengan online, maka akan mempertimbangkan belanja online lebih berguna. Maksud belanja online lebih berguna disini yaitu konsumen berfikir bahwa dengan berbelanja online ini akan lebih efisien dalam berbagai hal, yaitu waktu dan tenaga dibandingkan dengan belanja tradisional, sehingga kontrol perilaku persepsian dapat mempengaruhi minat terhadap penggunaan *e-commerce*.

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh pada minat perilaku menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

2.3.3 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Keperilakuan

Sikap memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku, (Engel *et. Al* dalam Latief 2011). Dalam memutuskan merk apa yang akan dibeli, atau toko mana yang akan dijadikan langganan, konsumen secara khas memilih merk atau toko yang dievaluasi secara paling menguntungkan. Minat untuk menggunakan kembali dan membentuk perilaku untuk menggunakan suatu barang dan jasa dapat tercapai apabila konsumen telah membentuk sikap yang positif terhadap suatu barang atau jasa. (Ajzen 2005:67).

Jogiyanto, (2008:97) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku membeli berpengaruh positif dan lebih dapat menentukan suatu perilaku membeli spesifik dilakukan atau tidak, kemudian menjelaskan dengan memperkenalkan konsep koresponden yang menjelaskan bahwa koresponden yang lengkap terhadap keduanya mempunyai hubungan kuat antara sikap dan perilaku melalui minat membeli barang melalui *e-commerce*.

H3 : Sikap berpengaruh pada minat perilaku menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

2.4 Hipotesis Penelitian

Ketika suatu proposi dirumuskan untuk pengujian empiris, kita menyebutkan sebagai hipotesis. Sebagai sebuah pernyataan deklaratif mengenai hubungan antara

dua variabel lebih, sebuah hipotesis bersifat tentatif dan terkaan. Hipotesis juga bisa digambarkan sebagai pernyataan di mana kita menetapkan variabel pada kasus. (Cooper dan Schindler, 2006).

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan, maka penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

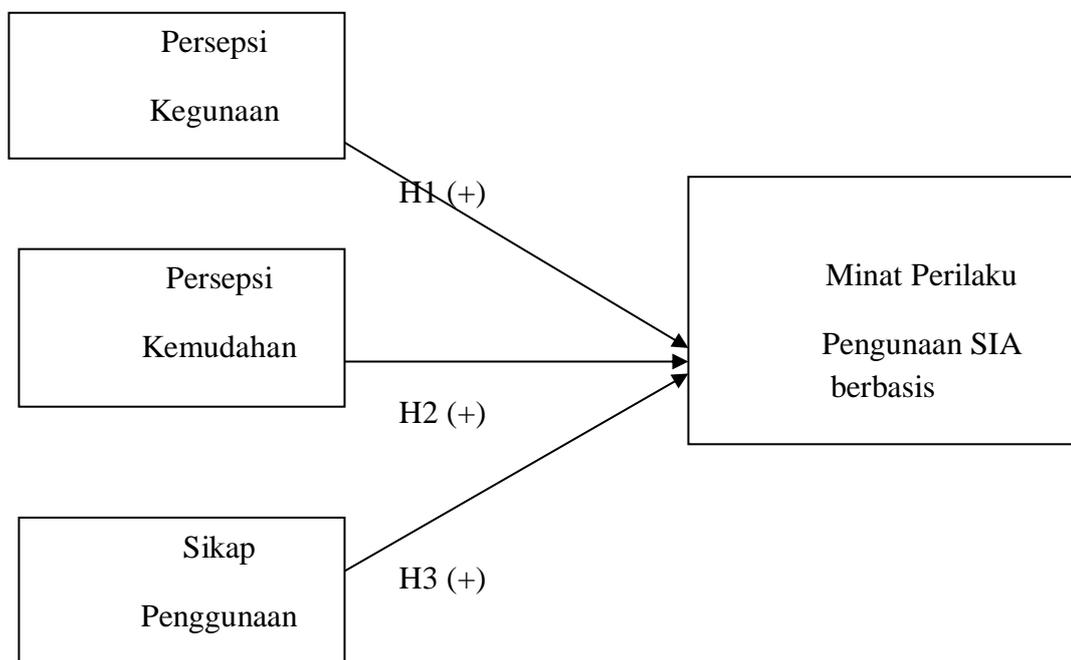
H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*

H3 : Sikap berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya dan penelitian yang juga telah dilakukan sebelumnya, maka penulis membuat sebuah model penelitian ini seperti yang diperlihatkan pada gambar 2.3 berikut ini:



Gambar 2.5
Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, rumusan masalah asosiatif yang digunakan yaitu dalam bentuk kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab dan akibat. Maka disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Sikap Penggunaan (X3), dan menjadi variabel terikat adalah Minat Perilaku Penggunaan SIA Berbasis *E-Commerce* (Y). Untuk memperjelas dari masing-masing variabel tersebut, maka disajikan dalam model penelitian pada gambar 2.3.