

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu teknologi informasi dan komunikasi telah memunculkan banyak inovasi baru yang memberikan kemudahan dan keamanan bagi setiap pengguna yang bersifat global. Seperti saat ini, jaringan yang selalu menjadi perhatian yaitu jaringan global yang sangat pesat perkembangannya dan jaringan tersebut adalah jaringan internet (Widyanitami, 2017). Internet merupakan suatu jaringan yang digunakan untuk mengakses apapun kegiatan yang berkaitan dengan media online seperti transaksi perdagangan dengan *market place*. Banyak aktivitas bisnis yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Salah satu siklus aktivitas bisnis adalah siklus pendapatan. siklus pendapatan menurut Krismiaji et al.,(2010:229) adalah suatu rangkaian kegiatan perusahaan yang terjadi secara berulang, dimana kegiatan pengolahan informasi akan berhubungan dengan penyerahan barang dan jasa kepada konsumen. Sarana yang digunakan dalam siklus pendapatan adalah *electronic commerce*.

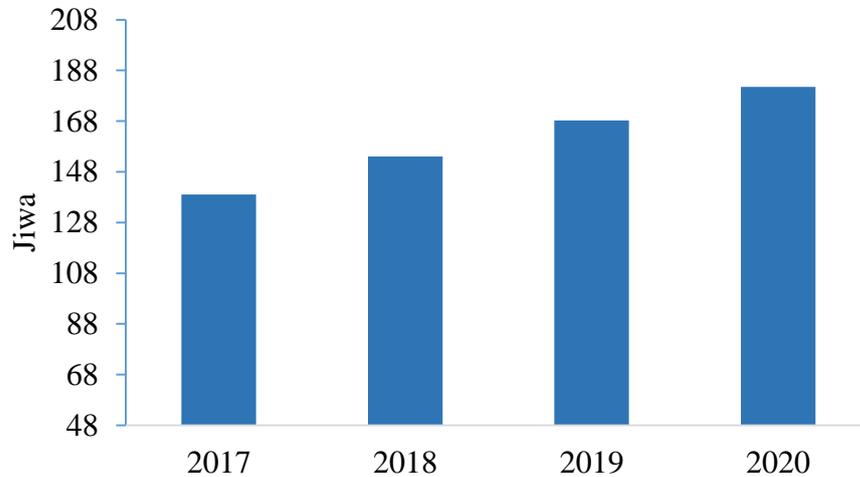
E-commerce adalah suatu jaringan yang digunakan untuk melakukan transaksi pembelian dan penjualan yang dilakukan melalui media komputer (Tumpal Manik, 2018). Penggunaan *e-commerce* yang semakin meningkat merupakan sebuah ladang bagi konsumen untuk memulai transaksi secara online. Banyak manfaat yang didapat individu maupun perusahaan jika bertransaksi menggunakan *e-commerce*, seperti efisiensi waktu, biaya dan tenaga. Gaya hidup yang praktis, simple, dan jadwal yang padat merupakan salah satu faktor pendorong dalam penggunaan *e-commerce* (Dolatabadi & Ebrahimi, 2010). Dengan *e-commerce* dapat membuat proses bisnis perusahaan dalam hal bertransaksi menjadi

lebih mudah, dimana pihak berkepentingan seperti perusahaan yang menjual dan pelanggan yang membeli bisa dilakukan dengan menggunakan infrastruktur internet yang memiliki jangkauan dan penerapan yang sangat luas.

Sebagai penyalur transaksi yang sedang berkembang, *e-commerce* merupakan suatu sistem yang memiliki banyak ketidakpastian dan berbagai risiko dibandingkan dengan transaksi yang dilakukan secara konvensional. Potensi kejahatan yang berbagai macam sering terjadi pada transaksi online, antara lain pembajakan, penipuan, transfer dana ilegal dari rekening, apabila sistem keamanan infrastruktur *e-commerce* masih lemah (Putra, 2019). Hal ini merupakan sebuah permasalahan bagi masyarakat maupun generasi milenial yang dapat mempengaruhi minat untuk melakukan transaksi dengan menggunakan *e-commerce*. dan inilah yang membuat sebagian masyarakat lebih banyak tertarik melakukan transaksi namun tidak menggunakan aplikasi *e-commerce* miliknya sendiri. Fenomena transaksi online atau *e-commerce* ini merupakan suatu hal yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Hal ini disebabkan karena adanya sebuah peningkatan dalam pemakaian *e-commerce*. Walaupun banyak tindak kejahatan yang ada, namun sebagian masyarakat maupun generasi milenial kini beralih menggunakan transaksi dengan *e-commerce*.

Dilihat dari Jayani, (2019), mencatat jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian pada tahun 2018 naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna, di tahun 2019 naik 62,2% menjadi 168,3 juta pengguna dan di tahun 2020 naik 66,3% menjadi 181,5 juta pengguna. Adanya bukti perkembangan pengguna yang terus meningkat inilah membuat *e-commerce*

menjadi suatu fenomena yang menarik untuk diteliti. Berikut grafik pengguna *e-commerce* :



Sumber : (Jayani, 2019) (data diolah peneliti)

Peningkatan ini terjadi tidak terlepas dari kualitas sistem itu sendiri. Kualitas sistem *e-commerce* merupakan hal yang sangat berpengaruh. Dimana semakin baik kualitas sistem yang dimiliki dalam suatu transaksi maka semakin baik kinerja yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Jogiyanto, n.d.(2005:11) menyatakan bahwa kualitas sistem informasi merupakan suatu sistem yang ada dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dalam suatu organisasi dengan laporan- laporan yang diperlukan.

Keamanan merupakan faktor penting terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce*. Menurut penelitian Tugiso et al., (2016) kenyamanan akan tercipta dalam suatu pembelian apabila suatu keamanan yang dibuat oleh penjual online bisa terjamin dalam suatu transaksi, dan transaksi tersebut akan di proses setelah pembeli tersebut melakukan pembayaran. Penelitian yang dilakukan

penelitian yang dilakukan oleh Kuswanto, (2016) persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan transaksi online. Sedangkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Widyanitami, (2017) menyatakan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem berbasis *e-commerce*.

Faktor yang kedua yaitu kemudahan. Kemudahan merupakan faktor yang penting dalam transaksi berbasis *e-commerce*. Kemudahan merupakan tingkat dimana user percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat dengan mudah dan bebas dari masalah (Davis, 1989:320). Semakin mudah teknologi yang dimiliki oleh suatu organisasi atau usaha maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan transaksi *e-commerce*. Penelitian yang dilakukan oleh Widyanitami, (2017), persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem berbasis *e-commerce*. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Monica & Tama, (2017), memperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *Electronic Commerce*.

Faktor ketiga yaitu norma subyektif. Menurut Amalia & Suyono, (2015), norma subyektif (*subjective norms*) adalah pengaruh sosial yang dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku seperti apa yang dilakukan oleh orang tersebut. Dalam hal ini seseorang akan mempertimbangkan kembali apakah akan melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Puspaningtyas, (2016), memperoleh hasil bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap minat keprilakuan penggunaan sistem berbasis *e-commerce*. Sedangkan

Penelitian yang dilakukan oleh Monica & Tama, (2017), menyatakan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Electronic Commerce*.

Faktor keempat yaitu persepsi risiko. persepsi risiko adalah sesuatu yang akan kita peroleh terhadap apa yang akan kita lakukan. Semakin kecil persepsi risiko dalam suatu teknologi tersebut maka akan semakin tinggi minat individu dalam bertransaksi menggunakan *e-commerce*. Penelitian yang dilakukan oleh Widyanitami, (2017) memperoleh hasil bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem *e-commerce*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati & Baridwan, (2013) persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat digunakannya layanan *e-commerce*.

Faktor yang kelima yaitu pengetahuan SIA. Pengetahuan SIA merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*. Dimana pengetahuan SIA merupakan suatu pedoman yang dimiliki seseorang terhadap apa yang telah mereka ketahui. *E-commerce* merupakan suatu sistem yang berkaitan dengan SIA (Mataram, n.d, 2017). Ini dapat dilihat dari aplikasi *e-commerce* yang menggunakan SIA seperti aplikasi shopee. Dalam aplikasi ini pelanggan melakukan proses transaksinya sendiri, dimulai dari pelanggan mengecek berapa persediaan barang yang ada dalam toko tersebut, kemudian melakukan pemesanan hingga pembayaran melalui shopeepay. Hal ini dapat disimpulkan apabila semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang akan sistem maka semakin tinggi minat individu untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*. Penelitian yang dilakukan oleh Nisa,(2018), memperoleh hasil bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara online. Sedangkan penelitian yang

dilakukan oleh Fitri, (2016) memperoleh hasil bahwa pengetahuan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi online.

Berdasarkan melihat uraian fenomena diatas, terdapat hasil penelitian yang berbeda. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi menggunakan E-Commerce**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan melihat uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diambil peneliti untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce* ?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce* ?
3. Apakah norma subyektif berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce* ?
4. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce* ?
5. Apakah pengetahuan SIA berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan melihat rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis dan memberikan bukti pengaruh keamanan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce*.

2. Menganalisis dan memberikan bukti pengaruh kemudahan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce*.
3. Menganalisis dan memberikan bukti pengaruh norma subyektif terhadap bertransaksi menggunakan *e-commerce*.
4. Menganalisis dan memberikan bukti pengaruh persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce*.
5. Menganalisis dan memberikan bukti pengaruh pengetahuan SIA terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan atau usaha yang menggunakan *e-commerce* dalam proses bisnisnya, agar dapat dijadikan sebagai sebuah pertimbangan tentang faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang dengan tujuan target market perusahaan bisa tercapai.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menambah pengetahuan untuk mengetahui lebih dalam tentang minat transaksi yang berkaitan dengan *e-commerce*.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian selanjutnya agar dijadikan sebagai referensi bagi yang mempunyai penelitian sama dengan peneliti.

1.5 Kontribusi Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Putra, (2019) , memperoleh hasil bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian online. Keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian online. Dalam penelitian ini peneliti mengambil dua variabel independen yang dilakukan oleh Putra, (2019), yaitu keamanan dan kemudahan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya keterbaruan dari penelitian ini yaitu peneliti menggunakan minat bertransaksi menggunakan *e-commerce* sebagai variabel Y, dan peneliti memperluas lagi variabel faktor - faktor yang mempengaruhi, dimana dalam penelitian ini peneliti menambah 3 variabel, yaitu variabel persepsi risiko yang diambil dari penelitian Widyanitami, (2017) dan 1 variabel dari Puspaningtyas, (2016) yaitu norma subyektif, dan 1 variabel dari Fitri, (2016) yaitu pengetahuan, yang mana dalam keterbaruan ini peneliti memfokuskan pengetahuan ini ke SIA.

Selain menambah variabel baru, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitiannya. Dimana populasi yang ada dalam penelitian (Putra, 2019) adalah responden yang tinggal di kota Gresik dan pernah melakukan pembelian produk secara online pada situs belanja online. Sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan mahasiswa akuntansi aktif Universitas Muhammadiyah Gresik yang melakukan transaksi secara online (*e-commerce*).