

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia dengan cepat menuju ke arah pengembangan, inovasi, dan pemanfaatan dari sistem saat ini. Globalisasi dan kemajuan inovasi yang berkembang telah mendorong kebutuhan untuk perkembangan moneter untuk mencapai pelaksanaan dan kemajuan. Sifat multifaset yang berkembang dari kondisi bisnis, selain tantangan yang meningkat di tingkat dunia dan penurunan siklus bisnis, dapat menantang profesi akuntansi. Perusahaan dan termasuk kantor akuntansi, sebagian besar dipengaruhi oleh digitalisasi bisnis, potensi serius dari Web, *big data* dan peningkatan terkait penggalian informasi (*data mining*).

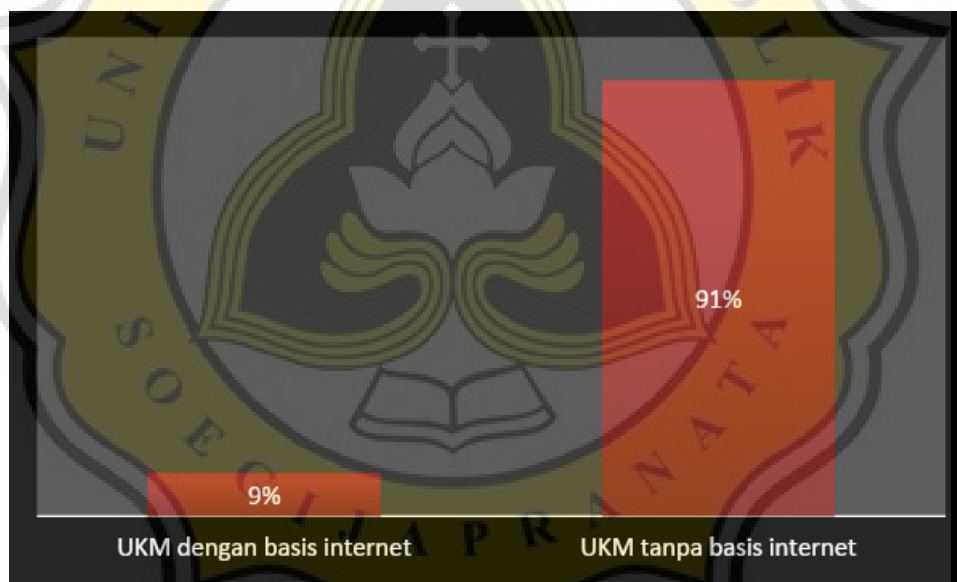
Kemajuan dan penggunaan teknologi informasi saat ini sangat mempengaruhi Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Salah satu pola terkini di dunia kemajuan data adalah kerangka kerja berbasis *cloud*. Perpindahan akuntansi tradisional ke *cloud* adalah pengaturan imajinatif yang dapat menghemat sangat banyak waktu. Dengan *cloud accounting*, UKM membayar organisasi penyedia *cloud accounting* untuk administrasi yang digunakan selama waktu tertentu. *Cloud* dapat dimasukkan ke dalam segala hal mulai dari email, situs organisasi, toko online hingga penyempurnaan dengan akuntansi organisasi. *Cloud accounting* merupakan seperangkat *software* yang berkaitan dengan aplikasi akuntansi di mana pengguna tinggal menyewa tanpa harus memikirkan bagaimana aplikasinya dikelola dan disimpan (Moudud-Ul-Huq, 2020).

Perkembangan *cloud accounting* membawa evolusi baru dalam sistem informasi akuntansi. SIA adalah metode berbasis komputer untuk melacak aktivitas akuntansi dengan menggunakan sumber daya teknologi informasi. Menurut Dimitriu dan Matei (2015), perkembangan sistem informasi akuntansi semakin pesat dengan kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam menerjemahkan situasi ekonomi riil ke dalam bentuk ringkasan agar lebih mudah dipahami. Era modern berbagai jenis aplikasi terkait *Cloud Accounting* telah berkembang seperti *QuickBooks*, *Speedy Books*, *Xero Accounting*, *Zoho Books*, dan masih banyak lagi, dengan berbagai jenis aplikasi terkait *Cloud Accounting* yang membawa banyak manfaat. Aplikasi *Cloud Accounting* tidak hanya mencatat transaksi keuangan dan menghasilkan laporan akuntansi, tetapi mencakup fungsionalitas untuk pengambilan keputusan manajerial yang bertujuan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Menurut Dimitriu dan Matei (2015) perangkat lunak akuntansi bisnis telah membuat lompatan teknologi besar dalam kekuatan, kecepatan, kecanggihan dan fleksibilitas dalam beberapa tahun terakhir.

Pertumbuhan pengusaha UKM sangat menggembirakan, karena UKM merupakan salah satu faktor penggerak perekonomian bangsa. Dengan semakin banyaknya pengusaha UKM, tentunya persaingan dalam berbisnis juga akan semakin ketat. Para pengusaha UKM berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik, salah satunya dengan terus mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih dan memudahkan UKM dalam mengelola usahanya. Salah satu teknologi baru yang digunakan oleh pengusaha UKM adalah *cloud accounting*. Banyaknya aplikasi *cloud accounting* membuat UKM lebih leluasa dalam memilih aplikasi

yang dibutuhkan, salah satu yang paling populer dan mudah adalah aplikasi Android *Point of Sale*. Sesuai dengan namanya, aplikasi Android *Point of Sale* merupakan titik penjualan (*check-out*) dimana transaksi dapat dikatakan selesai; di mana pembeli dan penjual melakukan pembayaran atas barang/jasa yang sudah diterima. Pada *Point of Sale* penjual akan menghitung seluruh jumlah harga yang dibeli konsumen dan memberikan pilihan bagi pembeli untuk melakukan pembayaran serta mengeluarkan tanda terima transaksi pembelian yang biasa disebut dengan struk.

Gambar 1.1. Fenomena Penelitian



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2020)

Berdasarkan Gambar 1 di atas, muncul suatu permasalahan yang menjadi fokus fenomena penelitian ini yaitu dari total jumlah UKM sebanyak 57,9 juta di seluruh Indonesia, hanya 9% yang serius menggunakan internet sebagai basis dalam penjualan produk. Sehingga dibutuhkan penelitian tentang bagaimana minat UKM Semarang dalam menggunakan aplikasi Android *Point of Sale* untuk mengetahui

faktor apa yang mempengaruhi dalam penerimaan aplikasi Android *Point of Sale* berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan suatu model dari Davis (1989) yang membahas mengenai penerimaan suatu teknologi baru meliputi *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Dalam perkembangannya Venkatesh dan Davis (2000) memunculkan *Extention of The TAM* yang menjelaskan bahwa TAM dipengaruhi juga oleh faktor eksternal yang dihubungkan dengan keyakinan personal pada ketersediaan sumber daya organisasi meliputi *perceived trust* (persepsi kepercayaan) dan *perceived capability* (persepsi kemampuan).

Riset ini merupakan replikasi dari Yusuf et al. (2020) yang menganalisis determinan minat penggunaan aplikasi *cloud accounting* di UKM Makassar. Sebagai bentuk dari validitas eksternal, maka riset ini akan meneliti di objek, situasi dan waktu yang berbeda yaitu UKM Semarang dan menggunakan aplikasi Android *Point of Sale* untuk meningkatkan generalisasinya (Hartono, 2013:149). Sehingga judul penelitian ini adalah **“FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN APLIKASI ANDROID *POINT FOR SALE* DI UKM SEMARANG.”**

1.2. Perumusan Masalah

Berikut merupakan perumusan masalah riset ini:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* aplikasi Android *Point of Sale*?

2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* aplikasi Android *Point of Sale*?
3. Apakah *perceived trust* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* aplikasi Android *Point of Sale*?
4. Apakah *perceived capability* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* aplikasi Android *Point of Sale*?
5. Apakah *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* aplikasi Android *Point of Sale*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan riset ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* aplikasi Android *Point of Sale*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* aplikasi Android *Point of Sale*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived trust* terhadap *attitude toward using* aplikasi Android *Point of Sale*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived capability* terhadap *attitude toward using* aplikasi Android *Point of Sale*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *attitude toward using* terhadap *behavioral intention* aplikasi Android *Point of Sale*.

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut adalah kontribusi riset ini:

1. Kontribusi praktis

Bagi pengelola UKM di Semarang, riset ini diharapkan mampu untuk meningkatkan minat penggunaan aplikasi Android *Point of Sale* yang memudahkan pengaturan SIA suatu UKM secara komprehensif.

2. Kontribusi teoritis

Memberikan bukti dari aplikasi *Technology Acceptance Model* (TAM) mengenai minat penggunaan aplikasi Android *Point of Sale*.

