

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Akuntansi merupakan terjemahan dari kata *accounting*, yang bila kita terjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti menghitung. Akuntansi dalam dunia usaha bisa dikatakan sebagai bahasa bisnis karena hampir seluruh kegiatan bisnis didunia baik perorangan ataupun perusahaan besar menggunakan akuntansi untuk menghitung serta untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan bisnis yang dijalankan.

Akuntansi sering pula disebut sebagai seni, sains dan teknologi. Seni diartikan sebagai keterampilan mencatat, menganalisa dan mengukur, dimana seorang akuntan ketika melakukan praktik akuntansi bukan hanya berdasarkan teori, tetapi juga menerapkan kreativitas dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Seperti halnya Annisa (2017) menjelaskan bahwa, pengertian seni mengacu pada keahlian dalam memilih prinsip, metode dan teknik yang sesuai kebutuhan, dan akuntansi juga merupakan suatu alat yang bentuk dan isinya sangat bergantung pada kondisi lingkungan, dimana akuntansi itu diterapkan. Dengan kata lain akuntansi disebut sebagai teknologi maka yang dimaksud adalah bagaimana pendekatan teknologi terhadap akuntansi. Seperti pada penyajian laporan keuangan pada laporan laba/rugi di mana teknologi

disini dapat membantu mengembangkan omset dari setiap perusahaan maupun individu.

Di era glolisasi sekarang ini dimana teknologi semakin canggih, maka perkembangan dalam berbisnispun ikut berubah-ubah dan semakin canggih mengikuti sesuai tren saat ini. Dimana saat ini pemanfaatan perkembangan teknologi informasi banyak sekalidigunakan untuk mengembangkan bisnis baik dari perusahaan maupun dari individu. Yaitu teknologi informasi berbasis jejaring social yang banyak dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis. Media social yang saat ini menjad tren anak anak muda mengekspresikan diri menjadi peluang besar sebagai media iklan maupun promosi bisnis. Media social seperti Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, dan lain sebagainya sekarang banyak dimanfaatkan untuk media bisnis. Baik dari produk-produk ternama. Dengan internet dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran, internet memiliki jangkauan luas, akses mudah dan biaya murah. Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha yang mencoba menawarkan berbagaimacam produk menggunakan media sosial (Jenu Wijaya Tanjung, 2011) (arif ardiyanto)

Dengan berkembangnya pola perilaku masyarakat, media sosial kini tidak hanya dimanfaatkan untuk sekadar berkomunikasi dengan teman maupun orang-orang terkasih secara *real-time* saja, tetapi bisa juga dioptimalkan untuk meningkatkan pendapatan usaha. Ada banyak hal yang bisa dilakukan dengan *social media*, mulai dari membangun *brand awareness*, menyampaikan informasi usaha maupun promosi, etalase atau katalog online untuk produk-produk yang

dipasarkan, dan bahkan ada juga yang memanfaatkan *social media* untuk melakukan pemasaran langsung kepada konsumen akhir.

Dalam hal ini pula membuktikan bahwa minat konsumsi masyarakat telah berubah sehingga memunculkan saluran belanja baru yaitu secara online.(Utomo, 2013).Dalam beberapa tahun belakangan ini fenomena bisnis *online* di Indonesia mulai menunjukkan pertumbuhannya, banyak perusahaan maupun bisnis usaha kecil dan menengah mulai ikut menjalani bisnis *online*. Bisnis *online* memudahkan konsumen atau pelanggan untuk dapat melakukan transaksi bisnis tanpa batasan ruang dan waktu serta menguntungkan bagi produsen dalam menghemat biaya dan memperluas jaringan pemasaran (Kosasi, 2015).Wiyani dan Prabowo (2013) mengatakan jika jika bisnis *offline* memiliki wilayah pemasaran yang terbatas maka diperlukan untuk melakukan bisnis secara *online*. (Anggriawan & Setiawan, 2018)

Selain ada beberapa kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh bisnis online, ada juga beberapa kendala-kendala yang akan ditemui dalam melakukan penjualan secara online, misalnya pada salah satu pengusaha online kendala yang ia temukan yaitu kurir, karena si pelaku usaha hanya mempunyai beberapa karyawan yang hanya bagian di toko tidak untuk sebagai kurir, sehingga ketika mendapatkan pesanan ia hanya mengandalkan si pembeli yang ingin datang sendiri ke tempatnya untuk mengambil barang yang sudah di pesan atau bahkan ia hanya bergantung pada ojek online dengan biaya ojeknya di tanggung oleh si pembeli.

Dari penjelasan tersebut maka peneliti mengangkat judul yaitu “ *Pendapatan Pengusaha Online Melalui Penggunaan Media Sosial*”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di identikasikan masalah peneliti yaitu:

1. Pendapatan Pengusaha online melalui penggunaan media social
2. Ada beberapa kendala yang temukan dalam melakukan penjualan secara online.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah tersebut, maka dapat diuraikan rumusan masalah yaitu, bagaimana pendapatan pengusaha online melalui penggunaan media social, dan apakah ada kendala yang ditemukan selama melakukan penjualan secara online?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran secara obyektif tentang bagaiman pendapatan pengusaha online melalui penggunaan media sosial dan dapat memberikan gambaran tentang apa saja kendala-kendala yang temui dalam melakukan penjualan secara online.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini bermanfaat untuk dapat di jadikan sebagai bahan referensi untuk dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya untuk ilmu akuntansi, dan juga sebagai bahan pembanding bagi peneliti selanjutnya apabila ingin meneliti permasalahan yang sama.

2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk menjadi bahan informasi untuk mengetahui perbandingan pendapatan bagi pengusaha yang secara offline dan juga online.
3. Manfaat lain bagi peneliti sendiri yaitu sebagai latihan agar dapat meningkatkan pengetahuan tentang permasalahan yang terjadi di era milenial saat ini.