

# Use of an E-commerce Based Accounting Information System in Decision Making in MSMEs

## [Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce dalam Pengambilan Keputusan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah]

Lilis Sasmitasari<sup>1)</sup>, Wiwit Hariyanto <sup>\*,2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: wiwitbagaskara@umsida.ac.id

**Abstract.** *The purpose of this study is to describe and explain the role of e-commerce based accounting information systems in providing information data as material for internal control and decision making. This research is based on the phenomenon of trade industry progress which not only targets large industries, but has penetrated the micro, small and medium enterprises (MSMEs) segment. This study uses micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Sidoarjo Regency as the population. Sample selection using the Judgment Sample technique. This research method uses a qualitative approach with data collection carried out by means of in-depth interviews, observations, and literature studies relevant to this study. The results of this study show that an e-commerce-based accounting information system contains ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), and SCM (Supply Chain Management) components that automatically integrate all lines of finance, operations and customer service, so the data provided becomes more complex.*

**Keywords** - Accounting Information System, E-commerce, Information Data, Internal Control, Decision Making, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)

**Abstrak.** *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan peran sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce dalam menyediakan data informasi sebagai bahan pengendalian internal dan pengambilan keputusan. Penelitian ini didasarkan pada fenomena kemajuan industri perdagangan yang tidak hanya menasar pada industri besar, namun telah merambah di segmen usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Penelitian ini menggunakan para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Sidoarjo sebagai populasinya. Pemilihan sampel menggunakan teknik Judgment Sample. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara secara mendalam, observasi, dan kajian literature yang relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce berisikan komponen ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), dan SCM (Supply Chain Management) yang mengintegrasikan secara otomatis semua lini baik keuangan, operasional dan layanan pelanggan, sehingga data yang disediakan menjadi lebih kompleks..*

**Kata Kunci** - Sistem Informasi Akuntansi, E-commerce, Data Informasi, Pengendalian Internal, Pengambilan Keputusan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

## I. PENDAHULUAN

Digitalisasi informasi hampir merambah ke semua sektor kehidupan dan ekonomi, tak terkecuali perdagangan. Faktanya, sekarang ini perdagangan terbagi menjadi dua jenis, yaitu perdagangan langsung dan perdagangan tidak langsung (elektronik). Perdagangan elektronik atau *e-commerce* secara garis besar dapat didefinisikan sebagai cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa melalui jaringan internet yang mencakup berbagai aspek, mulai dari pemesanan, pembayaran hingga manajemen strategi dan pemasaran komoditas baru yang dulu tidak terbayangkan (Rahmawati, 2017)[1]. Hal ini mengindikasikan adanya penembusan rentang dan batasan yang ada pada perdagangan konvensional yang penuh dengan aturan-aturan baku terdahulu

Adanya layanan dan informasi data yang disediakan oleh perusahaan *e-commerce* tersebut, memaksa mereka untuk mengembangkan dan berinovasi atas layanan yang diberikan. Kondisi ini juga menawarkan mekanisme penyediaan data secara komputerisasi terpusat dan sistem navigasi umum yang dapat digunakan oleh banyak orang dengan cara yang tidak terlalu rumit (Rehatalanit, 2021)[2]. Sistem informasi berbasis komputer bukan hanya membantu dan memudahkan bisnis perusahaan, namun juga menjadi komponen utama dalam meningkatkan efisiensi aktivitas bisnis di setiap siklus perusahaan yang akan saling berinteraksi untuk menghasilkan data informasi.

Penyediaan layanan dan informasi perdagangan yang mencakup lingkup yang luas dan tanpa batas ini tentu tidak terjadi secara langsung. Perusahaan *e-commerce* yang notabennya penyedia layanan kepada para mitra kerja yang faktanya didominasi oleh sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menjadikannya salah satu pilar penting pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa hingga awal tahun 2022 terdapat sebanyak 17,25 juta pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah terintegrasi dan terhubung kedalam ekosistem digital. Data tersebut tentu meningkat sangat pesat dari sebelumnya yang hanya sebesar 8 juta pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah terhubung kedalam ekosistem digital (KemenKop, 2022) [3]. Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM menargetkan sebanyak 30 juta UMKM sudah “Go Digital” pada tahun 2024. Hal ini juga memberikan asumsi bahwa diharapkan adanya pertumbuhan sebanyak 6 juta pelaku UMKM harus telah terintegrasi secara digital setiap tahunnya.

Pesatnya perkembangan *e-commerce* sebagai penyedia layanan sistem informasi akuntansi mendorong berbagai akademisi maupun para ahli ekonomi mengkaji lebih dalam mengenai literasi dan pengetahuan atas terbentuknya metaverse yang baru ini. Hal ini dilakukan bukan semata-mata hanya untuk mengetahui ciri-ciri dan ruang lingkup *e-commerce* saja, namun juga untuk memberikan wawasan kepada pengguna layanan dan juga digunakan sebagai bahan prediksi di masa depan. Seperti halnya yang dilakukan oleh Handika dan Lucy Sri Musmini (2021) melalui penelitiannya tentang sistem informasi akuntansi berbasis fintech yang menasar pada UMKM di wilayah Singaraja Bali. Dalam hasil penelitian tersebut dijelaskan bahwa terdapat permasalahan tentang pencatatan dan pelaporan transaksi keuangan yang seharusnya disertai bukti-bukti transaksi sebagai historical data yang mencakup beberapa aspek informasi dalam sistem informasi akuntansi yang meliputi sumber daya, kewajiban, penghasilan perusahaan dan lain-lain[4]. Hal ini tentu bertolak belakang dengan apa yang dipahami oleh sebagian besar pengguna informasi bahwa layanan yang diberikan oleh perusahaan *e-commerce* telah memenuhi berbagai kebutuhan pelaku ekonomi atau produsen dalam mengembangkan, menganalisa serta mengontrol perusahaan atau usaha yang dimiliki.

Penggunaan sistem informasi akuntansi dalam menunjang kegiatan usaha diharapkan mampu membantu para pelaku usaha dalam mengontrol transaksi guna pengambilan keputusan dalam berwirausaha. Hal ini juga menjadi pertanyaan besar, apakah para pelaku usaha telah memahami fungsi dari sistem informasi akuntansi yang sesungguhnya?. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Srihastuti Dkk (2020) yang mengkaji tingkat efektifitas pelaporan akuntansi yang berbasis sistem informasi akuntansi di desa Banyuwang Kediri, memuat hasil bahwa para pelaku UMKM di desa Banyuwang beranggapan bahwa laporan keuangan hanya menambah beban pekerjaan mereka dan tidak bisa menghasilkan sesuatu yang secara langsung dapat bermanfaat[5]. Hal tersebut bukan tanpa alasan, karena kurangnya pemahaman tentang arti penting sistem informasi akuntansi dan pelaporan keuangan.

Pengambilan keputusan tentu tidak terlepas dari manajemen pengendalian itu sendiri, baik pengendalian secara internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi asumsi para calon konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh para pelaku usaha. Untuk dapat mendesain sistem akuntansi berbasis *e-commerce* yang terintegrasi dan aman diperlukan pula sistem pengendalian internal yang terintegrasi. Sistem akuntansi yang dimaksud disini adalah sebuah sistem informasi akuntansi yang komponennya terdiri dari sumberdaya manusia dan peralatan yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya kedalam sebuah informasi yang tersistematisasi. (Setyowati & Respati, 2017) [6]. Hal tersebut juga menjadi pertimbangan para pelaku usaha dalam pengambilan keputusan yang didasari oleh ketersediaan data secara “big data” yang terukur dan teruji kevaliditasannya guna menarik kesimpulan atas analisis yang dapat dilakukan secara lebih akurat dibandingkan dengan penyediaan informasi akuntansi secara manual. Mempertimbangkan latar belakang berupa fakta, fenomena, opini serta literasi yang telah diulas sebelumnya, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce Dalam Pengambilan Keputusan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)**”.

## II. METODE

### A. Metode Penelitian

Metode pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif. Hermawan dan Amirullah (2016) [7] menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang didasarkan pada fakta social dan alamiah (naturalistik) dengan penelitian sebagai instrumen kunci, data deskriptif, tidak berdasarkan analisis statistic, dan dilaporkan secara naratif

### B. Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian guna mendapatkan data yang dibutuhkan dalam mendukung penelitian ini, maka peneliti memilih lokasi penelitian di tempat usaha para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kecamatan Sidoarjo, Candi, Porong dan Sukodono yang semuanya masuk kedalam wilayah Kabupaten Sidoarjo

### C. Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik penentuan informan secara Judgment Sample. Menurut Hermawan dan Amirullah (2016), Judgment Sample merupakan teknik penentuan informan yang dilakukan dengan cara menyeleksi sampel (informan kunci) yang benar-benar produktif sehingga diharapkan dapat membantu dalam menjawab rumusan masalah secara tepat. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menentukan informan kunci sebagai berikut ini:

**Tabel 1**  
**Data Informan Kunci**

No	Nama Informan (Inisial)	Lokasi Informan	Keterangan
1.	DRAS	Pucang	Pemilik UMKM Frozen Food
2.	FW	Sukodono	Pemilik UMKM Fashion
3.	SAW	Candi	Pemilik UMKM Restoran/Cafe
4.	SW	Gebang	Pemilik UMKM Kuliner

### D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini ialah jenis data kualitatif. Menurut Hermawan dan Amirullah (2016) [8], penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang didasarkan pada fakta social dan alamiah (naturalistik) dengan penelitian sebagai instrumen kunci, data deskriptif, tidak berdasarkan analisis statistic, dan dilaporkan secara naratif. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dengan wawancara dan data skunder yang diperoleh peneliti dari data yang sudah ada

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan langsung oleh peneliti.

### F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahapan yang tersulit dalam penelitian kualitatif karena belum bakunya analisis data yang harus dilakukan peneliti dalam menjawab rumusan masalahnya. Hal ini tentu berbeda dengan penelitian kualitatif, dimana analisis datanya sudah baku dan terstandar sehingga apabila tidak menggunakan analisis yang sesuai, maka analisis data kuantitatif tersebut salah. Dalam penelitian kualitatif, ada teknik analisis terbaru dalam menganalisa data penelitiannya, yaitu menggunakan bantuan software Nvivo. Nvivo merupakan merupakan software yang memiliki fungsi utama yaitu untuk melakukan koding data dengan efektif dan efisien (Bandur, 2019) [9]. Meskipun Nvivo merupakan software yang mampu mengolah dan melakukan koding data secara akurat dan efektif, namun sejatinya penelitian kualitatif melibatkan peneliti itu sendiri sebagai instrumen kunci dari penelitian kualitatif.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil

Word Frequency dalam tahap eksplorasi penelitian kualitatif menggunakan software QSR NVivo dimaksudkan untuk mendata dan menghitung kata-kata yang paling banyak disebut dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan fitur *Word Frequency Query* software QSR NVivo dari berbagai sumber data penelitian yang telah diimpor dan dikoding, kata “Informasi” merupakan kata dengan frekuensi paling banyak muncul yaitu 1.25% dari seluruh data penelitian yang ada. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil word cloud yang merupakan salah satu hasil visualisasi dari *word frequency query* pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Word Cloud

Selain kata informasi, kata yang sering muncul dalam data penelitian ini dan memiliki nilai frekuensi diatas 0.5% yaitu e-commerce, barang, sistem, penjualan, usaha, shopee dan laporan. Selbihnya kata-kata yang sering keluar merupakan kata kerja atau kata pembantu lain yang ada dalam kesatuan kata yang telah disebutkan sebelumnya. Untuk mengetahui lebih lengkap jumlah dan karakteristik kata yang tervisualisasi dalam *word frequency query* dapat dilihat melalui tabel 4.2 berikut.

Tabel 2. Word Frequency Query

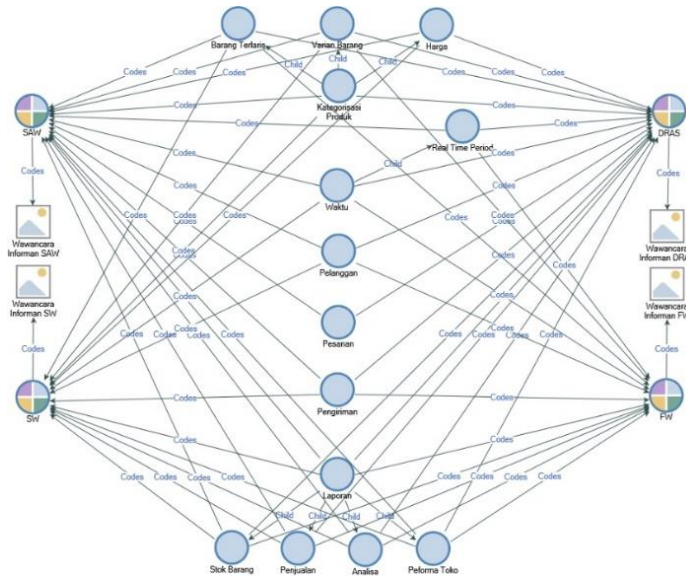
No.	Word	Lenght	Count	Weighted Percentage (%)
1	Informasi	9	67	1.25
2	Commerce	8	45	0.84
3	Barang	6	41	0.76
4	Sistem	6	38	0.71
5	Penjualan	9	36	0.67
6	Usaha	5	35	0.65
7	Shopee	6	30	0.56
8	Laporan	7	29	0.54
9	Membantu	8	22	0.41
10	Berapa	6	19	0.35
11	Masalah	7	19	0.35
12	Orang	5	19	0.35
13	Transaksi	9	19	0.35
14	Customer	8	18	0.33
15	Pengendalian	12	18	0.33
16	Perusahaan	10	18	0.33
17	Pembayaran	10	17	0.32
18	Produk	6	17	0.32
19	Pelanggan	9	16	0.30

20	Terima	6	16	0.30
21	Banyak	6	15	0.28
22	Pengiriman	10	15	0.28
23	Promosi	7	15	0.28
24	Waktu	5	15	0.28
25	Habis	5	14	0.26
26	Laris	5	14	0.26
27	Analisa	7	13	0.24
28	Aplikasi	8	13	0.24
29	Akuntansi	9	12	0.22
30	Memberikan	10	12	0.22
31	Meningkatkan	12	12	0.22
32	Organisasi	10	12	0.22
33	Payment	7	12	0.22
34	Bisnis	6	11	0.20
35	Keputusan	9	11	0.20
36	Kata Lain yang berjumlah 965 Kata	-	-	86.36
Total				100.00

Sumber: Olah Data NVivo 12 Pro, 2023

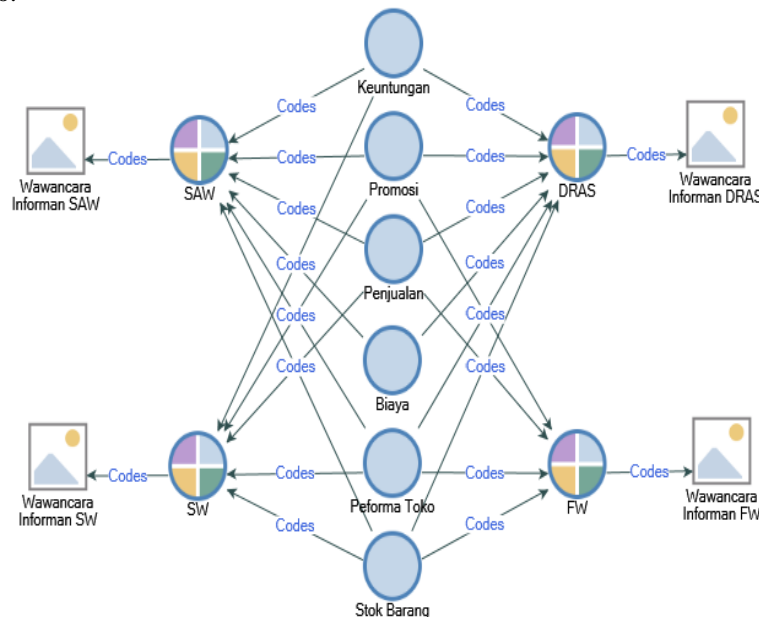
Dari data pada tabel diatas menunjukkan kata “*e-commerce*” memiliki nilai frekuensi kemunculan sebanyak 0.84%, kata “barang” sebanyak 0.76%, kata “sistem” sebanyak 0.71%, kata “penjualan” sebanyak 0.67%, kata “usaha” sebanyak 0.65%, kata “shopee” sebanyak 0.56%, dan kata “laporan” sebanyak 0.54%. Persentase kata yang tidak dicantumkan dalam tabel tersebut sejumlah 965 kata dengan total kemunculan sebanyak 86.36% atau 0.089% per kata, atau dengan kata lain hal ini belum mencapai 0.50% dari kata yang menadi acuan utama dalam visualisasi ini dan bersifat minoritas.

Visualisasi data merupakan cara peneliti dalam menyampaikan hasil analisis data dengan menampilkan secara lebih spesifik mengenai sumber data, korelasi, dan triangulasi dalam menentukan hasil penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan fitur yang ada di QSR NVivo berupa *project map*. Dalam *project map* yang digunakan dan ditampilkan peneliti dalam penelitian ini, dimaksudkan untuk menjelaskan hasil dengan cara traingulasi antar sumber (informan dan observasi) agar mendapatkan kesimpulan penelitian yang reliebel, valid dan mendekati kebenaran yang dapat diterima oleh umum. *Project map* berisikan fitur yang menghasilkan perbandingan untuk membandingkan 2 atau lebih item proyek yang bersumber dari sumber data penelitian. Hasil visualisasi data dalam penelitian yang berupa *project map* data informasi dapat dilihat pada gambar berikut. Dalam penelitian ini, hasil *project map* dapat dilihat melalui gambar-gambar visualisasi berikut:



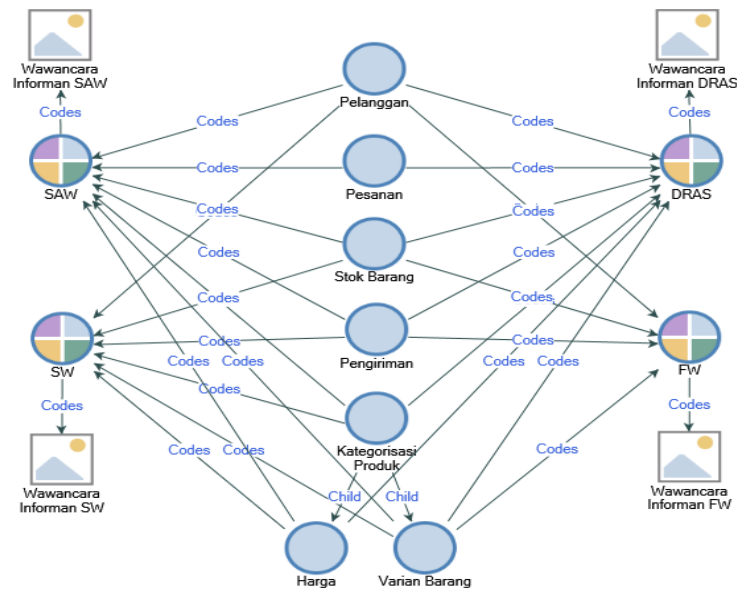
**Gambar 2. Project Map (Data Informasi)**

Berdasarkan data diatas, hasil visualisasi data yang diperbandingkan antar sumber data penelitian atau dalam konsep lama metode analisis data kualitatif yang disebut triangulasi, memberikan hasil bahwa wawancara dan observasi semua sumber penelitian memberikan keterangan data informasi berisikan informasi produk (barang terlaris dan varian barang), waktu (informasi pemesanan), pelanggan, pengiriman, dan laporan yang meliputi stok barang, penjualan, analisa dan peforma toko.



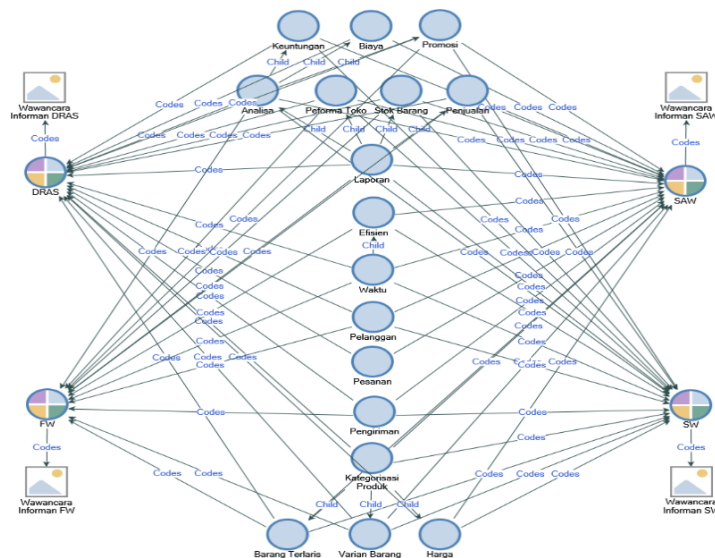
**Gambar 3. Project Map (Analisa)**

Berdasarkan visualisasi *project map* analisa dan perbandingan atau traingulasi semua sumber mengenai analisa data yang ada dalam sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, menunjukkan hasil bahwa analisa yang diberikan yaitu berupa analisa promosi, analisa penjualan, analisa peforma toko, dan analisa stok barang. Sedangkan untuk analisa keuntungan hanya disebutkan oleh sumber penelitian DRAS, SAW dan SW. Analisa biaya hanya disebutkan oleh sumber DRAS dan SAW. Meski begitu, analisa keuntungan dan biaya tetap dianggap valid karena didukung oleh hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti.



**Gambar 4. Project Map (Pengendalian Internal)**

Berdasarkan hasil visualisasi dan perbandingan antar sumber penelitian mengenai unsur pengendalian internal yang ada di sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, menunjukkan hasil adanya kesamaan keterangan yang diberikan semua sumber penelitian bahwa unsur pengendalian internal terdiri dari pelanggan, stok barang, pengiriman, dan varian barang. Unsur lain yang divisualisasikan data diatas yaitu pesanan yang disebutkan oleh sumber data atau subyek penelitian DRAS dan SAW. Sedangkan unsur lain dalam pengendalian internal di sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* terdiri dari kategorisasi produk dan harga yang disebutkan sumber penelitian DRAS, SAW dan SW. Meskipun tidak semua sumber penelitian menyebutkan atau memberikan keterangan bahwa kategorisasi produk dan harga produk/barang merupakan unsur dari pengendalian internal dalam menjalankan usaha, hal ini tetap diperkuat oleh hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti.



**Gambar 4. Project Map (Pengambilan Keputusan)**

Berdasarkan hasil visualisasi *project map* dan perbandingan atau triangulasi antar sumber dari semua subyek atau sumber penelitian (DRAS, FW, SAW, dan SW), menunjukkan hasil bahwa *nodes* dan *child nodes* yang memiliki hubungan dengan dasar pengambilan keputusan dalam berwirausaha di sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yaitu laporan (peforma toko, stok barang, penjualan, analisa, dan promosi), waktu, pelanggan, pengiriman, varian barang dan harga barang atau produk. Hasil lain juga menunjukkan bahwa subyek atau sumber penelitian DRAS, SAW, SW menjelaskan bahwa keuntungan, kategorisasi produk dan barang terlaris memiliki hubungan

dengan dasar pengambilan keputusan dalam usaha. Sedangkan keterkaitan biaya dan pesanan dengan dasar pengambilan keputusan dalam menjalankan usaha hanya dijelaskan oleh subyek atau sumber penelitian DRAS dan SAW saja

## B. Pembahasan

### 1. Sistem Informasi Akuntansi berbasis *E-commerce* dalam Memberikan Data Informasi Kepada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Sistem informasi akuntansi merupakan kecerdasan buatan yang menjadi alat penyedia informasi selayaknya akuntansi, dimana hal tersebut digunakan dalam proses pengumpulan, penyimpanan dan pengolahan data untuk melakukan pengukuran, identifikasi, pengembangan, pengawasan dan pengambilan keputusan (Romney dan Steinbart, 2019) [10]. Namun sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* tak terbatas pada itu saja. Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* memberikan kemudahan dan membantu pengguna dalam mengoptimalkan kinerja operasional dan juga pelayanan terhadap pelanggan. Tentu hal tersebut tidak terlepas dari informasi apa saja yang disediakan oleh sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Dalam penelitian ini peneliti mengelompokkan data informasi yang diberikan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* menjadi 3 (tiga), yaitu keuangan (akuntansi), operasional, dan relation (marketing dan layanan pelanggan). Data informasi yang tentu disediakan oleh sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yaitu terkait keuangan dan akuntansi (pencatatan). *E-commerce* memudahkan pengguna dalam pencatatan penjualan kotor maupun penjualan bersih. Data yang diberikan meliputi total penjualan per pesanan disertai dengan biaya-biaya sebagai pengurang penjualan untuk mendapatkan nilai penjualan bersih, namun belum termasuk harga pokok produknya. Pencatatan penjualan ini dilakukan secara *real time period* atau dengan kata lain dapat diakses setiap saat dan up to date. Pengguna juga dimudahkan untuk dapat menganalisa pencatatan penjualan secara harian, mingguan, bulanan ataupun rentang waktu yang diinginkan.

Pencatatan atas penjualan produk tentu disertai informasi kapan barang dipesan, barang dikirimkan dan barang diterima. Sistem *e-commerce* menyediakan sistem keuangan yang disebut *e-payment*. Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi dan hasil wawancara juga menunjukkan bahwa setiap perusahaan *e-commerce* (Gojek, Grab dan Shopee) memiliki model *e-payment* yang sama yaitu *e-wallet*. Menurut Purwaningtias (2020) [11]. *e-wallet* merupakan dompet elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran. Baik gojek, grab maupun shopee, mereka memiliki *e-wallet* nya sendiri-sendiri, gojek dengan gopaynya, grab dengan ovo nya dan shopee dengan shopeepaynya. Meskipun masing-masing dari mereka memiliki *e-wallet* nya sendiri, namun metode yang diterapkan dalam *e-commerce* ialah sama. Alur yang digunakan yaitu penerimaan penjualan akan diterima setelah barang atau produk yang dijual diterima oleh pembeli atau pelanggan. Hal ini sedikit berbeda dengan yang ada dalam *e-commerce* shopee, dimana konfirmasi pelanggan saat barang diterima sangatlah penting. Jika pelanggan belum mengkonfirmasi pesanan diterima dalam jangka waktu maksimal yang telah ditentukan oleh sistem, maka dana hasil penjualan belum ditransfer ke rekening atau *e-wallet* penjual. Oleh karenanya, fitur yang tersedia di *e-commerce* berupa komunikasi atau ruang pesan antara penjual dan pembeli sangatlah penting. Data informasi selanjutnya yang disediakan oleh sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yaitu mengenai operasional yang mencakup sebagian besar kebutuhan dan kegiatan usaha di *e-commerce*[12].

Data yang diberikan mulai dari informasi produk, pesanan, pengiriman hingga analisa terkait penjualan dan barang terlaris. Informasi produk berisikan tentang jenis produk, jumlah produk, harga produk (harga normal maupun harga promosi jika ada), dan kelompok produk yang terintegrasi melalui kategorisasi produk dan stok barang. Informasi ini memungkinkan pengguna informasi dapat melakukan pengendalian atas ketersediaan barang dagang maupun mengubah, menambah atau mengurangi jenis barang yang ada di *e-commerce* miliknya. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Purwaningtias (2020) [13]. bahwa *e-commerce* memiliki fitur SCM (*Supply Chain Management*) yang merupakan sinkronisasi dan koordinasi aktifitas yang berkaitan dengan aliran material produk. Informasi operasional yang disediakan oleh sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yaitu penjualan. Pada dasarnya penjualan merupakan aspek utama keberlangsungan suatu usaha.

Data yang diberikan *e-commerce* lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan pelaku usaha. Dimana informasi penjualan yang disediakan meliputi waktu pemesanan, informasi barang yang dipesan beserta jumlahnya, informasi pembeli yang meliputi nama, alamat dan kontak yang langsung terhubung di fitur ruang pesan atau *chat* antara penjual dan pembeli. Selain itu, informasi penjualan juga memberikan informasi lengkap dan up to date mengenai status pesanan, mulai dari barang dipesan, pengemasan, pengiriman hingga barang diterima oleh pelanggan atau pembeli. Hal ini memungkinkan penjual untuk dapat menjaga kualitas barang, pelayanan yang meliputi kecepatan pengemasan dan permintaan khusus pelanggan, hingga memantau ketepatan pengiriman kepada pembeli atau pelanggan. Data informasi yang disediakan oleh sistem informasi berbasis *e-commerce* selanjutnya yaitu terkait *relation* yang meliputi pemasaran dan pelayanan pelanggan. Dengan adanya informasi barang terlaris dan ketersediaan stok barang, memungkinkan pelaku usaha untuk mengambil keputusan terkait kondisi barang agar dapat cepat laku terjual dengan



metode pemasaran yang telah disediakan oleh sistem maupun metode manual yang dapat diterapkan di sistem *e-commerce*[14].

Selain itu, sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* juga memungkinkan pelaku usaha dapat berkomunikasi 2 arah secara langsung melalui fitur *chat* yang tersedia. Fitur ini tentu memiliki peran yang cukup penting karena dalam dunia *e-commerce* kepercayaan dan pemberiaan layanan atas barang yang dijual dapat mempengaruhi kinerja dan keberlangsungan usaha itu sendiri. Seperti yang dikatakan oleh Purwaningtias (2020) bahwa *e-commerce* memiliki fitur CRM (*Customer Relationship Management*) yang merupakan kustomisasi dan personalisasi produk dan layanan secara real-time berdasarkan kebiasaan beli, keinginan dan kebutuhan konsumen[15]. Hal ini dapat mencegah dan meminimalisir kekurangan dari *e-commerce* sendiri yaitu kehilangan kepercayaan dari para konsumen yang dikarenakan berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut Purwaningtias (2020). Adanya fitur CRM (*Customer Relationship Management*), memungkinkan pelaku usaha untuk dapat lebih meyakinkan pembeli untuk membeli barang dangangnya, meskipun ada pernyataan kurang baik dari pihak lain terhadap barang yang dijual.

Pada dasarnya, semua fitur dan informasi yang dimiliki oleh sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* saling terintegrasi antar lini. Seperti yang dikatakan oleh Purwaningtias (2020) bahwa *e-commerce* memiliki fitur ERP (*Enterprise Resource Planning*) yang berperan mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses bisnis dan memiliki kemampuan untuk mengolah sebagian besar transaksi secara real-time. Sehingga output yang berupa data informasi dapat dijadikan bahan pengendalian internal dan dasar pengambilan keputusan secara cepat, akurat dan dapat dipercaya[16].

## 2. Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* dalam Pengendalian Internal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa pengendalian dalam sistem informasi akuntansi yang ada dalam *e-commerce* terfokus pada pesanan, komunikasi pelanggan dan stok dari barang yang dijual. Pesanan berisikan informasi dari barang apa saja yang dipesan oleh pembeli dan juga berisikan batas waktu pengiriman sesuai ketentuan sistem. Mengingat *e-commerce* yang menurut Purwaningtias (2020) merupakan sistem aplikasi bisnis yang meliputi penjualan hingga pelayanan pelanggan yang memiliki kelebihan dalam memperpendek waktu produksi dan pemasaran, tentu hal ini yang menjadikan masyarakat lebih memilih *e-commerce* dibandingkan dengan sistem transaksi tradisional[17]. Hal ini tentu mejadikan alasan *e-commerce* dirancang untuk dapat melakukan transaksi dengan cepat meski jarak antara pelaku usaha dengan pembeli terlampau jauh. Pengendalian yang bersifat preventif ini sangatlah dibutuhkan untuk menjaga *customer loyalty* dan meningkatkan biaya operasional agar kelebihan dari *e-commerce* dapat dinikmati oleh pelaku usaha. Selain itu, pengendalian atas pesanan ini dapat meminimalisir kerusakan barang yang dijual dengan mempercepat proses pengiriman, terkhusus untuk barang dagang yang masuk dalam kategori makanan.

Pada dasarnya keseluruhan aktivitas operasional dan akuntansi di dalam sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* hamper keseluruhan bersifat *preventive control*, meskipun ada beberapa kegiatan dalam *e-commerce* tetap membutuhkan pengendalian yang bersifat deaktif dan korektif sebagai bahan perbaikan dalam menjalankan usaha. *E-commerce* memberikan informasi dan fitur yang memungkinkan pelaku usaha meminimalisir terjadinya resiko dalam berbisnis, salah satunya yaitu komunikasi dengan pembeli. Hal ini dimaksudkan untuk lebih mengedepankan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan keinginan-keinginan pelanggan atas barang yang dijual. Dengan begitu, penjual dapat memberikan pelayanan yang prima dengan memaksimalkan fitur CRM (*Customer Relationship Management*) yang ada dalam *e-commerce*. Hal ini sejalan dengan pernyataan Purwanintias (2020) yang menyatakan bahwa CRM (*Customer Relationship Management*) berfungsi sebagai penggambaran hubungan sistem dengan konsumennya dalam memahami keinginan konsumen yang dapat dijadikan sebagai strategi bisnis dalam menjaga keharmonisan dan loyalitas konsumen[18].

Peran sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dalam memudahkan para pelaku usaha atau pengguna sistem melakukan pengendalian internal atas usahanya yaitu terletak pada data informasi stok barang. Sistem *e-commerce* yang dirancang dengan fitur ERP (*Enterprise Resource Planning*) menyebabkan setiap transaksi dari satu lini akan berpengaruh ke lini yang lain. Dalam *e-commerce*, saat terjadi transaksi penjualan atas barang, maka akan secara terotomatisasi mengurangi stok barang yang terjual tersebut. Hal ini memungkinkan para pengguna sistem dapat lebih mudah dalam memntau stok barang yang ada, sehingga pengguna sistem dapat mencegah kekosongan stok yang dapat mengurangi keinginan dan kepuasan pelanggan dalam membeli produk. Selain itu, sistem ini juga dirancang untuk memudahkan pengguna dalam mengendalikan stok barang dengan mengkategorisasi tingkatan barang yang terlaris hingga barang yang kurang laku dijual. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Purwaningtias (2020), bahwa sistem *e-commerce* dengan fitur SCM (*Supply Chain Management*) berfungsi sebagai alat perencanaan dan pengendalian yang baik atas kegiatan pengadaan barang, sehingga pelaku usaha dapat merancang dan mengontrol arus material dan informasi sepanjang rantai pasokan[19]. Oleh karenanya, fitur-fitur yang ada dalam sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sangat memudahkan penggunanya dalam memaksimalkan potensi yang ada meskipun pembekalan akan ilmu manajemen dapat dikatakan kurang dari para pelaku usaha besar yang ada

### 3. Analisa Data dalam Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Pengambilan keputusan dalam kegiatan usaha merupakan suatu langkah yang penting dan bersifat *strategic* dalam keberlangsungan usaha dan meningkatkan produktifitas serta meningkatkan penjualan. Pada sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, pengambilan keputusan didasarkan hampir semua lini atau fitur yang ada di sistem *e-commerce* itu sendiri [20]. Pada dasarnya pengambilan keputusan dilakukan setelah pengguna melihat kondisi usaha yang direpresentasikan pada hasil penjualannya dan performanya atau usaha. Dalam sistem *e-commerce* sendiri telah menyediakan beragam informasi yang dibutuhkan sebagai dasar pengambilan keputusan mulai dari laporan dan analisa penjualan, pengadaan dan tata kelola stok, hingga pelayanan pelanggan dan teknik pemasaran itu sendiri.

Pengambilan keputusan dalam *e-commerce* dapat didasarkan pada laporan penjualan dan juga stok barang. Laporan penjualan sendiri terdiri dari total pesanan yang masuk, biaya yang dikenakan dan penjualan bersih yang didapatkan sebelum dikurangi harga pokok produk untuk mendapatkan nilai keuntungan yang riil. Hal ini dimaksudkan agar pengguna atau pelaku usaha dapat mengambil langkah *strategic* dalam meningkatkan penjualan usahanya, baik pendekatan dengan promosi maupun pengoptimalan strategi pemasaran atas produk yang dimiliki. Di dalam sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* juga menyediakan data informasi terkait stok dan barang terlaris. Hal ini memungkinkan para pengguna sistem untuk dapat memantau arus material di gudang sehingga tidak terjadinya penumpukan produk yang sekiranya kurang laku untuk dijual. Oleh karenanya, pengguna sistem informasi ini dapat segera mengambil keputusan untuk dapat menjual barang yang kurang laku tersebut untuk mencegah kerusakan yang berakibat pada kerugian yang mungkin dialami oleh pelaku usaha. Langkah-langkah yang biasanya dilakukan untuk mengatasi masalah ini menurut sumber informan DRAS yaitu melakukan promosi dengan potongan harga jual produk terkait maupun menggunakan sistem *bundling* yang menggabungkan produk kurang laris dengan produk barang terlaris dalam satu paket penjualan.

Pengambilan keputusan dalam sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* juga tidak terlepas dari fitur CRM (*Customer Relationship Management*) yang dikemukakan oleh Purwaningtias (2020) [21]. Fitur ini berfungsi untuk memahami keinginan konsumen atau kondisi pasar terkini. Dengan memahami keinginan pasar, para pelaku usaha tentu memiliki kesempatan untuk dapat meningkatkan produktifitas dan penjualan dengan menambah varian barang yang diinginkan oleh masyarakat sesuai trend yang sedang berlangsung. Mengingat *e-commerce* merupakan sistem informasi akuntansi yang memiliki komponen ERP (*Enterprise Resource Planning*) didalamnya, tentu pengambilan keputusan akan berdampak pada semua lini yang ada didalam sistem, sehingga kemampuan analisa secara finansial dan *strategic* juga diperlukan oleh pelaku usaha untuk dapat memanfaatkan dengan baik semua fitur dan layanan yang diberikan *e-commerce*.

## IV. KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, diperoleh kesimpulan bahwa :

1. Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* memberikan data informasi akuntansi yang lebih dari cukup atas apa yang dibutuhkan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Informasi tersebut tidak hanya terbatas pada laporan keuangan dan analisisnya saja, namun juga meliputi hal-hal mendasar yang dapat dijadikan sebagai pedoman pengendalian dan dasar pengambilan keputusan seperti informasi barang, promosi, dan komunikasi dengan konsumen. Sistem informasi ini juga berisikan komponen ERP (*Enterprise Resource Planning*) yang mengintegrasikan secara otomatis semua lini baik keuangan, operasional dan layanan pelanggan
2. Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* juga memberikan fitur dan data informasi yang memungkinkan pengguna dan pelaku usaha dapat melakukan pengendalian internal secara preventif atas uahasannya. Pada umumnya, pengendalian internal ini lebih ditekankan pada pengendalian pengadaan barang dan arus material yang tersusun oleh komponen sistem yang berbasis SCM (*Supply Chain Management*). Selain itu, pengendalian juga terfokus pada penjualan hingga pengiriman yang dilaporkan secara real-time untuk meningkatkan kepuasan pelanggan
3. Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* memberikan data informasi yang lengkap bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berupa laporan penjualan, stok barang, layanan pelanggan hingga analisa terkait penjualan dan performanya usaha. Fitur dan komponen usaha yang terdiri dari ERP (*Enterprise Resource Planning*), CRM (*Customer Relationship Management*), dan SCM (*Supply Chain Management*) sudah lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan operasional dan dijadikan dasar pengambilan keputusan bagi para pelaku usaha yang tergolong kecil dan menengah.

## SARAN

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran dalam upaya perbaikan penulisan untuk peneliti selanjutnya, antara lain :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu memanfaatkan momentum atas perkembangan sistem informasi akuntansi, sehingga hasil penelitian akan lebih dapat diperdebatkan kebenarannya dalam kepentingan masyarakat terutama untuk para pelaku usaha.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah informan terkait, sehingga data yang didapatkan jauh lebih kompleks dan mewakili segala jenis bidang usaha dalam lingkup usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).
3. Peneliti selanjutnya agar dapat menambah karakteristik usaha dan pelaku usahanya, sehingga sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* ini dapat mempelajari karakteristik pelaku usaha dalam memanfaatkan sistem yang ada untuk pengambilan keputusan

## UCAPAN TERIMA KASIH

Atas usainya penyusunan karya ilmiah ini, saya sebagai penulis ingin berterimakasih kepada Informan yang telah bersedia memberikan informasi untuk dijadikan penelitian dan kepada seluruh Dosen Prodi Akuntansi yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan karya ilmiah ini dan memberikan pengarahan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

## REFERENSI

- [1] Mari Rahmawati, "Penggunaan Sistem Informasi Dalam Komunikasi Bisnis Secara Elektronik," *J. Komun.*, vol. 8 No. 2, no. September, pp. 2579–3292, 2017.
- [2] Y. L. . Rehatalanit, "Peran *E-commerce* Dalam Pengembangan Bisnis," *J. Teknol. Ind.*, vol. 5, no. 0, pp. 62–69, 2021, [Online]. Available: <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>.
- [3] S. L. Handika, M & Musmini, "Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Umkm Berbasis Fintech (studi kasus UMKM di Singaraja)," *J. Ilm. Mhs. Akunt.*, vol. 12 No. 02, pp. 454–462, 2021.
- [4] E. Srihastuti, I. Suaidah, and S. Isnaniati, "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi (SIA) Terhadap Efektifitas Pelaporan Akuntansi UMKM Di Desa Banyuanayar," *J. Manag. Bussiness, Account.*, vol. 19, no. 3, pp. 355–362, 2021, doi: 10.33557/mbia.v19i3.1219.
- [5] A. Deananda, P. Budiastuti, and D. Muid, "Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam)," *Diponegoro J. Account.*, vol. 9, pp. 1–10, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>.
- [6] A. Hermawan, Sigit and Amirullah, *ETODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- [7] 2019E. Nuryahya, Y. Ichsana, and K. M. Andini, "Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi di *E-commerce*," *J. Akunt. Multiparadigma*, vol. 10, no. 3, pp. 502–515, 2019, doi: 10.21776/ub.jamal.2019.10.3.29.
- [8] W. Pramesti and D. Trijayanti, "Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penggajian Pada CV ABC di Jawa Tengah," *J. Account. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 73–78, 2019, doi: 10.21070/jas.v3i2.2768.
- [9] A. Bandur, *Penelitian Kualitatif Studi Multi-Disiplin Keilmuan dengan NVIVO 12 Plus*. Jakarta: Mitra Wacana Media,
- [10] A. Hakiki, M. Rahmawati, and A. Novriansa, "Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kota Daro, Kabupaten Ogan Ilir," *Sricommerce J. Sriwij. Community Serv.*, vol. 1, no. 1, pp. 55–62, 2020, doi: 10.29259/jscs.v1i1.12.
- [11] N. D. Evita Tri Wahyuni, "*E-commerce* Dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha," vol. 09, no. 03, pp. 93–115, 2020.
- [12] E. Jannah, "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Umkm," *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 16, pp. 8–15, 2021.
- [13] E. Lovita and F. Susanty, "Peranan Pemahaman *E-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Kewirausahaan," *J. Akunt. dan Manaj.*, vol. 18, no. 02, pp. 47–54, 2021, doi: 10.36406/jam.v18i02.437.
- [14] N. Nurabiah, Herlina Pusparini, and Yusli Mariadi, "*E-commerce* Dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha," *J. Apl. Akunt.*, vol. 5, no. 2, pp. 238–253, 2021, doi: 10.29303/jaa.v5i2.97.

- [15] R. Sofiyanti, M. W. Wiyono, and M. Dimiyati, “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan *E-commerce* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Profit Margin) (Study Kasus Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Perdagangan dan Restoran Di Kabupaten Lumajang),” *Prog. Conf.*, vol. 4, no. 1, pp. 268–274, 2021.
- [16] C. M. S. Sindi Ega Yagusmiadhatna, Nur Annisa, “SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENJUALAN PAKAIAN BERBASIS WEB DI KONVEKSI GARMENESIA,” Politek. Piksi Ganesha, 2021.
- [17] Dyla Putri Rahmawati, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* DI MASA PANDEMI COVID-19,” *J. Anal. Akunt. dan Perpajak.*, vol. 6 No. 1, pp. 33–42, 2022.
- [18] D. Purwaningtias, *E-Business; Konsep Dasar E-Business di Era Digital*. Graha Ilmu, 2020.
- [19] Marshal B. Romney dan Paul John Steinbart, *Sistem Informasi Akuntansi*, 13th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2019.
- [20] Tumpal Manik, “Analisis Peranan Sistem Informasi Akuntansi Dalam *E-commerces* Terhadap Pengendalian Bisnis Online,” *J. Ilm. Akunt. dan Finans. Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 51–64, 2018, doi: 10.31629/jiafi.v1i2.1244.
- [21] N. A. Fransisca Septiani Wijaya, “Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Pada Usaha Kecil Menengah Roti Tiga Saudara Palembang,” pp. 1–17, 2018.

***Conflict of Interest Statement:***

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*