

**ANALISA MODEL *E-COMMERCE* TERHADAP
EFEKTIVITAS SIKLUS PENJUALAN USAHA MIKRO,
KECIL, DAN MENENGAH**

Handwritten initials/signature



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Akuntansi**

**Oleh:
Angela Lucyani
2016130148**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2020**

**ANALYSIS OF E-COMMERCE MODELS TO THE
EFFECTIVENESS OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM-
SIZED BUSINESSES' SALES CYCLE**



UNDERGRADUATE THESIS

*Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's
Degree in Accounting*

**By:
Angela Lucyani
2016130148**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING
Accredited by National Accreditation Agency
No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2020**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISA MODEL *E-COMMERCE* TERHADAP
EFEKTIVITAS SIKLUS PENJUALAN USAHA MIKRO,
KECIL, DAN MENENGAH**

Oleh:
Angela Lucyani
2016130148

Bandung, Januari 2020

Ketua Program Sarjana Akuntansi,

(Dr. Sylvia Fettry Elvira Maratno, S.E., S.H., M.Si., Ak.)

Pembimbing Skripsi,

(Gery Raphael Lusanjaya, S.E., M.T.)

Ko-Pembimbing Skripsi,

(Felisia, SE, M.Ak., CMA)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Angela Lucyani
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 12 November 1997
NPM : 2016130148
Program Studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISA MODEL *E-COMMERCE* TERHADAP EFEKTIVITAS SIKLUS PENJUALAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan: Gery Raphael Lusanjaya, S.E.,
M.T. dan Felisia, SE, M.Ak., CMA

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tetapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003; Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal: 02 Januari 2020

Pembuat Pernyataan:



(Angela Lucyani)

ABSTRAK

Para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah mempunyai banyak pertimbangan sebelum menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan perdagangannya secara *online*. Namun seiring dengan semakin berkembangnya informasi mengenai *e-commerce*, para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah mulai mencoba melakukan kegiatan penjualannya secara *online* dengan menggunakan model *e-commerce*. Sistem yang dirancang dalam setiap model *e-commerce* mempunyai pengendalian internalnya masing-masing untuk memberikan jaminan kepercayaan dan membantu penggunaanya (penjual dan pembeli) dalam bertransaksi secara *online*. Hal tersebut akan mempengaruhi efektivitas siklus penjualan yang terjadi di masing-masing model *e-commerce*.

E-commerce adalah suatu proses terjadinya kegiatan atau aktivitas jual beli yang dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha dan pembeli dengan menggunakan sistem elektronik atau secara *online*. *E-commerce* terdiri dari beberapa model yaitu *online/platform marketplace*, *classified ads*, *daily deals*, dan *online retail*. Sistem dalam setiap model *e-commerce* mempunyai pengendalian internal atau suatu proses, kebijakan, dan prosedur yang dilakukan untuk menghasilkan keyakinan yang memadai mengenai pencapaian tujuan terkait operasi, pelaporan, dan kepatuhan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metode *hypothetico-deductive*. Penulis membagikan kuesioner digital atau elektronik kepada pembeli dan penjual atau pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang telah menggunakan salah satu atau lebih dari empat model *e-commerce*. Jumlah atau ukuran *sample* dari populasi penjual atau pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang didapatkan yaitu sebanyak 37 penjual dan 148 pembeli yang menjadi responden. Selain itu, penulis juga mengumpulkan data sekunder dari studi kepustakaan dengan mencari dan membaca beberapa referensi yang berhubungan dengan naskah penulis teliti.

Model *e-commerce online retail* mengalami keterbatasan dalam mendapatkan responden yang masih menggunakannya, sehingga penelitian difokuskan kepada 3 model *e-commerce* lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model *e-commerce* yang digunakan oleh para penjual atau pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dapat menunjang atau membantu mereka untuk melakukan aktivitas-aktivitas siklus penjualan dengan lebih efektif dibandingkan secara tradisional. Hal tersebut dikarenakan sistem dalam model *e-commerce* telah dikelola atau dirancang supaya setiap aktivitas siklus penjualan dapat terjadi sampai penjual mendapatkan pendapatan atas pembayaran yang dilakukan oleh pembeli dan pembeli menerima pesannya. Sistem dari setiap model *e-commerce* dilengkapi dengan pengendalian internalnya masing-masing. Pengendalian internal ini merupakan suatu prosedur atau kebijakan yang digunakan untuk memberikan keyakinan yang memadai terkait pencapaian tujuan atau efektivitas siklus penjualan. Pengendalian internal dalam sistem model *e-commerce online/platform marketplace* telah lebih memadai daripada pengendalian internal dalam sistem model *e-commerce classified ads* dan *daily deals*.

Kata Kunci: *E-commerce*, Pengendalian internal, Efektivitas siklus penjualan, Usaha mikro, kecil, dan menengah

ABSTRACT

Micro, small, and medium-sized businesses have many considerations before using technology to carry out their online trading activities. However along with the information development of e-commerce, micro, small, and medium-sized businesses have started trying to do sales activities online by using e-commerce model. The system in each e-commerce model is designed and has its own internal control to give an assurance of trust and help the users (either seller or buyer) in online trading. That thing will affect the effectiveness of sales cycle that occurs in each e-commerce model.

E-commerce is a process of buying and selling activities that is carried out by seller or micro, small, and medium-sized businesses and buyer by using electronic system or online. E-commerce consists of online/platform marketplace, classified ads, daily deals, and online retail. The system in each e-commerce model has its own internal control or a process, policy, and procedure to generate an adequate confidence regarding the achievement of operation, reporting, and compliance purposes.

The method of this research is hypothetico-deductive method. The author shared a digital or electronic questionnaires for buyer and seller or micro, small, and medium businesses that have used one or more of e-commerce models. The sample size from the population of buyer and seller or micro, small, and medium businesses that have used one or more of e-commerce models are 37 sellers and 148 buyers as respondents. In addition, the author collected secondary data from study of literature by searching and reading several references that related with the problem of this research as well.

The online retail model has limitation in getting respondents who are still use that model until now, so the research has focused only on 3 e-commerce models. The result of research showed that the e-commerce model which used by sellers or micro, small, and medium-sized businesses could support or assist them to do sales cycle activities more effectively that traditionally. It because of the system in the model has been managed or designed so that every sales cycle's activity could be done when the seller gets his/her revenue over the buyer's payment and the buyer accepts his/her order. The system of each e-commerce model is equipped with its own internal controls. Internal control is a procedure or policy that is used to give a reasonable assurance for the accomplishment of purpose or the effectiveness of sales cycle. Internal controls in the online/platform marketplace model's is more adequate than internal controls in classified ads e-commerce model's system and daily deals model's system.

Keywords: E-commerce, Internal control, Effectiveness of sales cycle, Micro, small, and medium businesses

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Analisa Model *E-Commerce* Terhadap Efektivitas Siklus Penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah” yang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan.

Penulisan skripsi ini tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses perkuliahan sampai dengan skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga penulis, yaitu Papa dan Mama selaku orang tua penulis yang selalu mendukung secara moral dan materi, mendoakan, memberikan nasihat, dan memberi motivasi. Selain itu, kedua kakak laki-laki dan sepupu-sepupu penulis yang selalu menyemangati dan membantu penulis secara materi.
2. Ibu Dr. Sylvia Fettry Elvira Maratno, S.E., S.H., M.Si., Ak., selaku kepala program studi Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan sekaligus dosen wali yang telah meluangkan waktu dan banyak membantu penulis dari awal perkuliahan hingga skripsi.
3. Bapak Gery Raphael Lusanjaya, S.E., M.T., selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu, membimbing dengan sabar, dan memberikan arahan maupun inspirasi dalam penyusunan skripsi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Felisia, SE, M.Ak., CMA, selaku ko-pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu, membimbing dengan sabar, dan memberikan arahan maupun inspirasi dalam penyusunan skripsi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Universitas Katolik Parahyangan Jurusan Akuntansi, Manajemen, dan Ilmu Ekonomi yang telah mengajari atau memberikan begitu banyak ilmu yang sangat berharga dan berguna bagi penulis. Selain itu, seluruh staf administrasi tata usaha fakultas ekonomi, staf perpustakaan, dan karyawan

lain yang telah banyak membantu selama perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi ini.

6. Bina Iman Anak yang merangkap EBOM UWU, yaitu Cecille Tanubrata, Nita Tiffani, Maria Inez Zefania Ongko, Yolana Yoviani, Livia Jane Budiarto, Jessica Tania, Levithia Deihi Rinas, Giovanni Geraldine, dan Shania Devina, yang telah banyak membantu, selalu menghibur, selalu siap siaga, selalu menyediakan waktu untuk mengerjakan tugas atau skripsi di rumah Cecille tetapi akhirnya makan-makan dan julid, selalu mendukung, dan selalu mewarnai kehidupan perkuliahan penulis baik suka maupun duka.
7. JovitAcEdria, yaitu Jovita Alesandra Nathania dan Ruth Edria Samuel, yang telah banyak membantu, selalu mengajari hal-hal yang *up-to-date*, selalu menghibur, dan selalu mewarnai kehidupan penulis dari sejak SMP baik suka maupun duka.
8. Jessica Santosa dan Virginia Rahel, selaku sahabat penulis sejak SD kelas 1 dan teman sepermainan di gereja hingga saat ini, yang telah banyak membantu dan selalu mewarnai kehidupan penulis baik suka maupun duka.
9. Defita Natalie, Clarissa Aripin, Belinda Solihin, Cynthia Noviani, Feranica Melinda, Elviana Yuriska, Yuliana Engel, Tiffani Sharon, dan Catherine Yuniar yang telah banyak membantu, telah menginspirasi, dan mewarnai kehidupan perkuliahan penulis baik suka maupun duka.
10. Vinsensia Inez, selaku teman seperjuangan bimbingan skripsi ini yang telah banyak membantu, selalu memberikan dukungan, telah menginspirasi, telah menjadi teman yang sabar menghadapi perilaku kelelahan penulis, dan telah mencari keringat bersama hingga skripsi ini selesai.
11. BigHit Entertainment dan BangtanBoys (BTS), yaitu Kim SeokJin, Kim Namjoon, Min YoonGi, Jung HoSeok, Park JiMin, Kim TaeHyung, dan Jeon JungKook, yang telah hadir, telah menghasilkan lagu-lagu dan konten-konten yang luar biasa, selalu memberikan banyak motivasi, selalu menghibur dalam suka maupun duka, dan selalu memberikan yang terbaik untuk Army.
12. Delapan anggota dari *variety show* Running Man, yang telah hadir dan selalu menghasilkan konten-konten yang menghibur dan menginspirasi bagi penulis.

13. Teman-teman seluruh kepanitiaan yang diikuti oleh penulis, untuk semua bantuan, kerjasama, pengalaman yang berharga, dan kesempatan yang diberikan kepada penulis.
14. Teman-teman jurusan Akuntansi angkatan 2016 lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah memberikan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan ini.
15. Seluruh pihak lain yang telah membantu dan mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan oleh keterbatasan waktu, tenaga, kemampuan, serta informasi yang dapat diperoleh penulis. Maka dari itu, penulis membuka diri untuk menerima segala kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Bandung, Desember 2019

Angela Lucyani

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	3
1.5. Kerangka Pemikiran	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Sistem Informasi Akuntansi.....	7
2.2. Definisi Pengendalian Internal.....	8
2.2.1. Tujuan dan Fungsi Pengendalian Internal.....	9
2.2.2. Komponen-Komponen Pengendalian Internal.....	9
2.2.3. Keterbatasan Pengendalian Internal.....	13
2.3. <i>E-Commerce</i>	14
2.3.1. Definisi.....	14
2.3.2. Model <i>E-Commerce</i> Menurut Peraturan Menteri Keuangan dan Surat Edaran Perpajakan	14
2.4. Siklus Pendapatan	17

2.4.1. Definisi	17
2.4.2. Aktivitas dasar	18
2.5. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	20
BAB 3. METODE DAN OBJEK PENELITIAN	22
3.1. Metode Penelitian	22
3.2. Langkah-Langkah Penelitian	22
3.2.1. Identify a Broad Problem Area	22
3.2.2. <i>Define the Problem Statement</i>	23
3.2.3. <i>Develop Hypotheses</i>	23
3.2.4. <i>Determine Measures</i>	25
3.2.5. <i>Data Collection</i>	28
3.2.6. <i>Data Analysis</i>	29
3.2.7. <i>Interpretation of Data</i>	29
3.3. Desain Penelitian	29
3.4. Objek Penelitian.....	31
3.4.1. <i>Sample</i> Penelitian	31
BAB 4. PEMBAHASAN	33
4.1. Uraian Jawaban Hasil Kuesioner	33
4.2. Aktivitas Siklus Penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Dalam Model <i>E-Commerce</i>	41
4.2.1. Gambaran Aktivitas Siklus Penjualan Model <i>Online/Platform Marketplace</i>	41
4.2.2. Gambaran Aktivitas Siklus Penjualan Model <i>Classified Ads</i>	42
4.2.3. Gambaran Aktivitas Siklus Penjualan Model <i>Daily Deals</i>	44
4.2.4. Gambaran Aktivitas Siklus Penjualan Model <i>Online Retail</i>	45
4.3. Pengendalian Internal Pada Aktivitas Siklus Penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Dalam Model <i>E-Commerce</i>	47

4.3.1. Aktivitas Pengendalian Pada Aktivitas Siklus Penjualan Model <i>Online/Platform Marketplace</i>	47
4.3.2. Aktivitas Pengendalian Pada Aktivitas Siklus Penjualan Model <i>Classified Ads</i>	53
4.3.3. Aktivitas Pengendalian Pada Aktivitas Siklus Penjualan Model <i>Daily Deals</i>	58
4.4. Hubungan Penggunaan Model <i>E-Commerce</i> Dengan Efektivitas Siklus Penjualan.....	64
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Kerangka Pemikiran.....	6
Gambar 3. 1. Diagram Hubungan Antar Variabel Penelitian	24
Gambar 3. 2. Kerangka Penelitian	30
Gambar 4. 1. Jumlah Pengguna Setiap Model <i>E-Commerce</i>	35
Gambar 4. 2. Perkembangan Penjual atau Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Mulai Menggunakan Model <i>E-Commerce</i>	37
Gambar 4. 3. Tingkat Kepuasan Pembeli Terhadap Suatu Model <i>E-Commerce</i>	40

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.....	21
Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 4. 1. Hasil Jawaban Kuesioner Penjual (Bagian Satu) dan Pembeli	34
Tabel 4. 2. Hasil Jawaban Kuesioner (Bagian Dua): Aktivitas Pengendalian Pada Aktivitas Penjualan Model <i>Online/Platform Marketplace</i>	48
Tabel 4. 3. Hasil Jawaban Kuesioner (Bagian Dua): Aktivitas Pengendalian Pada Aktivitas Penjualan Model <i>Classified Ads</i>	54
Tabel 4. 4. Hasil Jawaban Kuesioner (Bagian Dua): Aktivitas Pengendalian Pada Aktivitas Penjualan Model <i>Daily Deals</i>	59
Tabel 4. 5. Aktivitas Pengendalian Pada Aktivitas Siklus Penjualan Ketiga Model <i>E-Commerce</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Kuesioner Penjual dan Pembeli.....	75
Lampiran 2. Jawaban Kuesioner Penjual.....	85
Lampiran 3. Jawaban Kuesioner Pembeli.....	92
Lampiran 4. Bukti Pencarian Penelitian Topik Ini Sebelumnya.....	114

BAB 1.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, terdapat empat usaha yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia. Empat usaha tersebut yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pada umumnya, usaha besar lebih unggul dalam berbagai aspek bisnis daripada usaha mikro, kecil dan menengah, hal ini termasuk teknologi yang digunakan. Akan tetapi, usaha mikro, kecil, dan menengah lebih unggul dalam hal merespon pelanggan, dari segi jumlah yang lebih banyak dan kontribusinya terhadap negara.

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah sendiri memiliki peran yang penting bagi pertumbuhan ekonomi negara di tengah perkembangan teknologi terkait tersedianya lapangan pekerjaan, ekspor, dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi teknologi yang akan digunakan oleh pelaku usaha untuk mendukung operasi bisnisnya. Pelaku usaha besar dapat menggunakan teknologi dengan mempertimbangkan biaya yang dibutuhkan dan manfaat yang akan diperoleh. Sedangkan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah berfokus pada tingkat penjualan atau pendapatan yang bisa diperoleh, sehingga mereka cenderung mengesampingkan penggunaan teknologi.

Bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dibutuhkan banyak pertimbangan sebelum akhirnya memutuskan untuk menggunakan teknologi, seperti kompleksitas, keterbatasan modal yang bisa digunakan untuk berinvestasi, tidak tersedianya sumber daya manusia yang memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi tersebut, dan lain sebagainya (Basry dan Sari, 2018: 56). Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, pertimbangan-pertimbangan tersebut dapat diatasi dengan teknologi informasi berupa *cloud-based systems* yang pada prinsip dasarnya berbagi sumber daya menggunakan internet serta kemudahan untuk mendapatkan akses jaringan internet itu sendiri. Hal ini mendorong segala sesuatunya dapat dilakukan secara *online*, termasuk kegiatan perdagangan (penjualan

dan pembelian). Kegiatan perdagangan (penjualan dan pembelian) secara *online* atau melalui sistem elektronik disebut dengan *e-commerce*. Sesuatu yang diperdagangkan atau diperjualbelikan dapat berupa barang dan/atau jasa.

Beberapa tahun sebelumnya, para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah banyak yang telah mencoba melakukan penjualan secara *online* yaitu melalui *website* (termasuk model *e-commerce online retail*). Namun seiring berjalannya waktu, penjualan secara *online* dengan menggunakan *website* mulai ditinggalkan karena masalah kepercayaan yang disalahgunakan dan pengendalian dalam sistem *website* yang dibuat kurang memadai. Pembeli dan penjual yang melakukan kegiatan jual beli melalui sistem elektronik ini tidak mengenal sebelumnya dan hanya bertemu secara virtual, sehingga kedua belah pihak perlu untuk saling menjaga kepercayaan. Jika kepercayaan yang diberikan tidak dijaga atau disalahgunakan, maka salah satu pihak akan dirugikan karena pihak yang menyalahgunakan kepercayaan tersebut telah mencari keuntungan bagi dirinya sendiri. Menurut Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018, menyebutkan bahwa kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) dapat dilakukan melalui *platform marketplace* dan *platform* selain *marketplace* yang dapat berupa *online retail*, *classified ads*, *daily deals*, atau media sosial. Seiring dengan semakin berkembangnya informasi mengenai kegiatan perdagangan secara *online*, para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah mulai mencoba melakukan kegiatan penjualannya secara *online* baik melalui *platform marketplace* dan/atau *platform* selain *marketplace* (selain model *online retail*).

Sistem yang dirancang dalam setiap model *e-commerce* mempunyai pengendalian internalnya masing-masing untuk memberikan jaminan kepercayaan dan membantu penggunaannya (penjual dan pembeli) dalam bertransaksi secara *online*. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk menganalisis efektivitas siklus penjualan pada empat model *e-commerce* (*platform marketplace*, *online retail*, *classified ads*, dan *daily deals*) yang digunakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana aktivitas penjualan yang dilakukan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam menggunakan model *e-commerce*?
2. Bagaimana pengendalian internal pada aktivitas penjualan yang dilakukan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam menggunakan model *e-commerce*?
3. Bagaimana hubungan model *e-commerce* dengan efektivitas siklus penjualan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai yaitu:

1. Mengetahui aktivitas penjualan yang dilakukan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam menggunakan model *e-commerce*.
2. Mengetahui pengendalian internal pada aktivitas penjualan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam menggunakan model *e-commerce*.
3. Mengetahui hubungan model *e-commerce* dengan efektivitas siklus penjualan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Salah satu dari fungsi sebuah penelitian yaitu memberikan kegunaan atau manfaat yang secara nyata akan diterima oleh berbagai pihak terkait dengan obyek penelitian yang diteliti. Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat, antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk melatih kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama menambah luas pengetahuan mengenai sistem informasi akuntansi, terkait

dengan perdagangan secara *online (e-commerce)* yang menerapkan *cloud-based system* dan aktivitas-aktivitas penjualan.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pengetahuan, dan masukan serta dapat dijadikan bahan referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya terkait dengan perdagangan secara *online (e-commerce)* yang semakin banyak diminati atau digunakan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah.

3. Bagi Pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi, masukan, maupun bahan evaluasi bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang menggunakan *website-website* atau aplikasi-aplikasi perdagangan secara *online (e-commerce)* dalam menjalankan usahanya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah lainnya untuk melakukan penjualannya secara *online*.

1.5. Kerangka Pemikiran

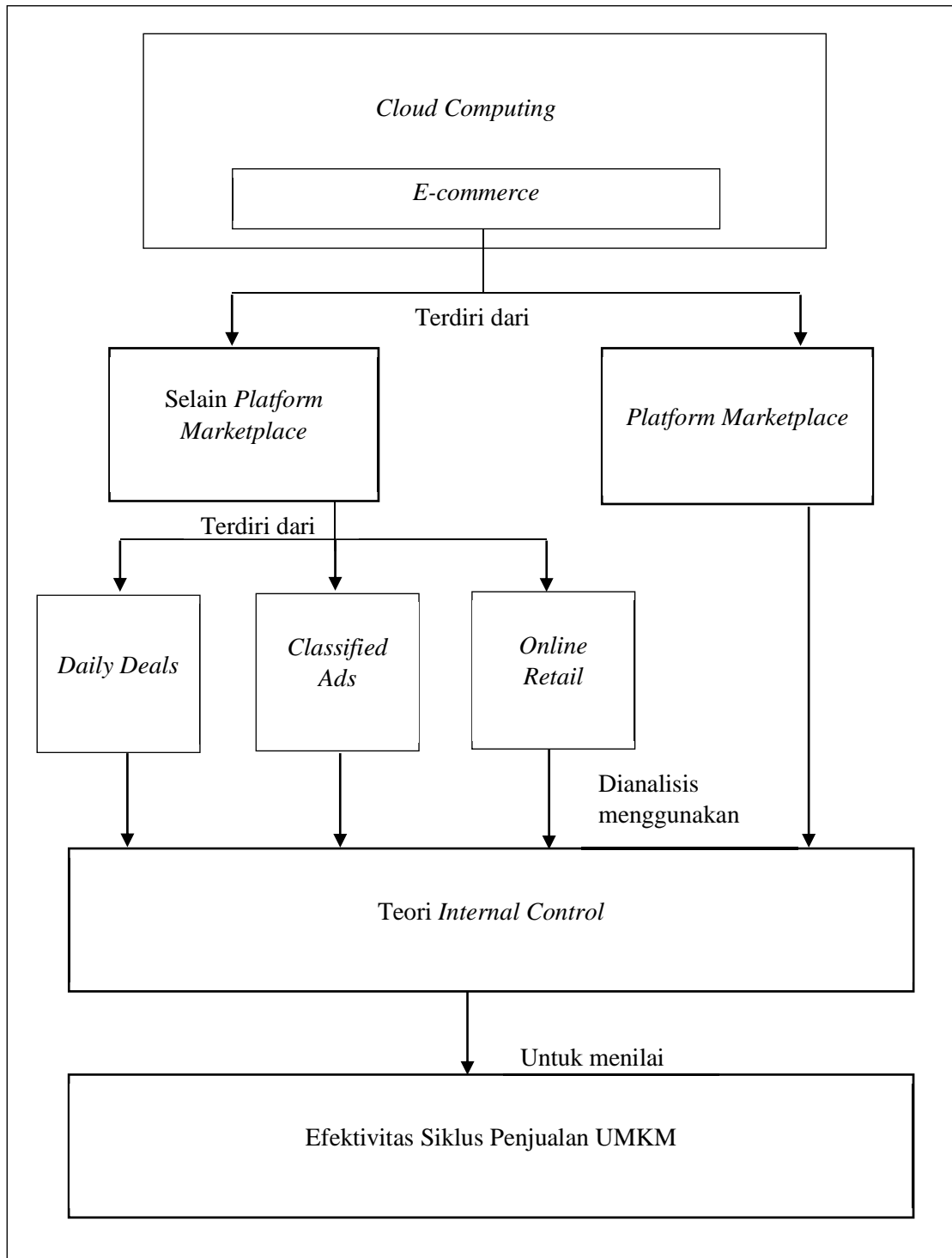
Cloud Computing adalah salah satu istilah layanan jasa dalam dunia sistem dan teknologi yang pada prinsipnya berbagi sumber daya melalui jaringan internet, sehingga dapat diakses dan digunakan di mana maupun kapanpun sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. *Cloud Computing* membantu penggunaannya tidak perlu berinvestasi pada perangkat-perangkat keras dan mahal untuk menjalankan sistemnya, melainkan dapat diimplementasikan pada perangkat keras yang biasa digunakan seperti laptop, tablet, *hand phone*, dan lain sebagainya. Terdapat tiga jenis layanan jasa yang dimiliki *Cloud Computing*, yaitu *Software as a Service (SaaS)*, *Platform as a Service (PaaS)*, dan *Infrastructure as a Service (IaaS)* (Mell dan Grance, 2011: 2). Dalam penelitian ini, empat model yang disajikan dalam bentuk *website-website* maupun aplikasi-aplikasi perdagangan secara *online (e-commerce)* merupakan penerapan dari jenis *Cloud Computing* yang *Software as a Service (SaaS)*.

Menurut Peraturan Menteri Keuangan (PMK) nomor 210/PMK.010/2018, menyebutkan bahwa kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) dapat dilakukan melalui *platform marketplace* dan *platform* selain *marketplace* yang dapat berupa *online retail*, *classified ads*, *daily deals*, atau media sosial. Namun pada penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada empat model saja di antaranya, *platform marketplace*, *classified ads*, *daily deals*, dan *online retail*. Model *e-commerce* media sosial tidak ikut diteliti, dikarenakan media sosial tidak bertujuan untuk kegiatan perdagangan menggunakan sistem elektronik, melainkan digunakan oleh penggunanya untuk melakukan proses sosial (berinteraksi) dengan pihak lain. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pemasar atau penjual menggunakan media sosial hanya untuk melakukan promosi dan menjalin hubungan dengan konsumen yang dapat menciptakan efektivitas dalam meningkatkan *brand awareness*, *lead generation* (cara yang ditempuh untuk menarik orang biasa menjadi seorang calon pelanggan potensial yang dapat meningkatkan penjualan untuk melakukan pembelian), dan *revenue* atau pendapatan (Becker dan Hanley, 2008: 127; Ananda, 2017: 16).

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang jumlahnya dan kontribusinya terbilang besar bagi perekonomian negara, semakin banyak yang melakukan kegiatan penjualannya melalui *platform marketplace* dan/atau *platform* selain *marketplace*. Jadi, dalam model *e-commerce platform marketplace* dan/atau *platform* selain *marketplace* yang digunakan terdapat atau terjadi aktivitas-aktivitas siklus penjualan. Dalam siklus penjualan terdiri dari empat aktivitas dasar yaitu menerima atau mencatat pesanan, menyiapkan dan mengirim barang, melakukan penagihan atas pesanan, dan menerima atau mengumpulkan uang hasil pembayaran atas tagihan (Romney dan Steinbart, 2018: 381).

Pada penelitian ini terdapat 2 variabel yang digunakan, yaitu 1 variabel dependen dan 4 variabel independen. Variabel dependennya yaitu efektivitas siklus penjualan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah, sedangkan variabel independennya yaitu model *e-commerce* (*platform marketplace*, *classified ads*, *daily deals*, dan *online retail*). Maka uraian tersebut dapat dirangkum dalam bagan seperti berikut ini:

Gambar 1. 1.
Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Olahan Penulis