

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan telah penulis bahas, berikut ini merupakan simpulan dari penelitian mengenai dampak dari penerapan model *social commerce* dan penggunaan jasa pihak ketiga pada efektivitas siklus pendapatan perusahaan.

1. Perusahaan menerapkan *social commerce* dengan cara memasarkan barang melalui *website* dan media sosial. Perusahaan belum memiliki sistem dimana penjualan dapat diproses secara langsung di dalam *website* perusahaan sehingga pelanggan harus menghubungi pihak perusahaan melalui aplikasi pesan elektronik untuk mengajukan pesanan. Perusahaan menggunakan jasa ekspedisi untuk melakukan pengiriman barang dan jasa rekening bersama sebagai solusi pembayaran untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan. Berdasarkan pembahasan pada subbab 4.1.2. penulis menyimpulkan penerapan sudah dilakukan dengan baik karena perusahaan sudah memenuhi aspek-aspek *e-services*.
2. Efektivitas aktivitas pengendalian pada MONNETdsgn sudah diimplementasikan dengan baik. Menurut penulis pihak ketiga turut berperan dalam implementasi aktivitas pengendalian perusahaan karena pihak ketiga juga turut bertanggung jawab atas barang selama pengiriman dan keamanan dana pembayaran selama proses transaksi. Masing-masing pihak ketiga memiliki serangkaian aturan dan kebijakan yang harus dipenuhi untuk memastikan tidak ada celah untuk melakukan kecurangan. Selain peran pihak ketiga, berbagai fitur yang tersedia pada aplikasi pesan elektronik dan aplikasi *e-banking* juga memudahkan perusahaan untuk mendokumentasikan proses transaksi karena setiap aktivitas sudah didokumentasikan pada *history* aplikasi secara otomatis dan bila diperlukan dapat diakses kembali dengan mudah.
3. Menurut penulis seluruh tujuan siklus pendapatan sudah dicapai oleh perusahaan dengan efektif. Dampak dari implementasi model *social commerce* dan pemanfaatan jasa pihak ketiga dalam siklus pendapatan yaitu terjadi perubahan pada urutan kegiatan siklus pendapatan. Perusahaan melakukan penagihan

setelah pesanan diterima dan barang baru akan dikirimkan setelah ada konfirmasi dari pihak rekening bersama bahwa dana sudah diterima. Pembayaran akan diterima perusahaan setelah pelanggan mengonfirmasi kepada pihak rekening bersama bahwa barang sudah diterima. Pada pembahasan di subbab 4.3.2.5. dijabarkan penerapan *social commerce* dan peranan pihak ketiga dalam menunjang pencapaian tujuan siklus pendapatan. Penulis menyimpulkan memang dengan menerapkan *social commerce* dan memanfaatkan jasa pihak ketiga membantu perusahaan dalam mencapai tujuan siklus pendapatan tetapi bukan berarti perusahaan dapat mengabaikan seluruh aktivitas pengendalian karena masih ada beberapa aspek yang harus dikendalikan sendiri oleh perusahaan.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan penelitian ini, penulis menemukan perusahaan tidak memiliki mekanisme untuk menjamin ketersediaan barang sehingga menurut penulis sebaiknya perusahaan memperhatikan hal tersebut dan kedepannya mengembangkan kebijakan untuk menjamin ketersediaan barang. Selain itu meskipun dengan mengimplementasikan *E-Commerce* pemilik dapat dengan lebih mudah mengawasi jalannya kegiatan perusahaan dan mengatasi keterbatasan sumber daya manusia pada perusahaan, penulis menyarankan perusahaan menambah staf yang siaga untuk menerima pesanan pelanggan. Menurut penulis jumlah staf yang kini ditugaskan untuk menangani hal tersebut masih kurang sehingga dapat meningkatkan risiko ada pesanan atau pertanyaan pelanggan yang tidak diproses dengan cepat karena kecepatan merupakan salah satu aspek yang penting dalam *E-Commerce*.

Demikian hasil penelitian ini penulis paparkan. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arens, Alvin A., Randal J. Elder dan Mark S. Beasley. (2010). 13<sup>th</sup> edition. *Auditing and Assurance Services: An Integrated Approach*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Bodnar, George H., William S. Hopwood. (2001). 8<sup>th</sup> edition. *Accounting Information Systems*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Romney, Marshall B. dan Paul John Steinbart. (2009). 11<sup>th</sup> edition. *Accounting Information Systems*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Vaassen, Eddy., Roger Meuwissen., Caren Schelleman. (2009). 2<sup>nd</sup> edition. *Accounting Information Systems and Internal Control*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Srinivasan Ragothaman, Angeline Lavin, dan Thomas Davies. (2007). Perceptions of Accounting Practitioner and Educators on E-Business Curriculum and Web Security Issues.
- Mohini Singh, (2002), "E-services and their role in B2C e-commerce ", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 12 Iss 6 pp. 434 – 446
- Carlos Santos, Jose Tribolet.(2010), *The Impact of E-Commerce on Internal Control and on Auditing Practices*.
- Osborne, K. (1999). "Controlling and Auditing Electronic Commerce." *Datawatch*(42): pp. 21-22.
- Mahmood Hajli, (2013), "A research framework for social commerce adoption", *Information Management & Computer Security*, Vol. 21 Iss 3 pp. 144 – 154
- Charles Dennis Bill Merrilees Chanaka Jayawardhena Len Tiu Wright, (2009), "E-consumer behaviour", *European Journal of Marketing*, Vol. 43 Iss 9/10 pp. 1121 – 1139
- Mulyadi. (1985). *Pemeriksaan Akuntan (Auditing)*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2010). 5<sup>th</sup> edition. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley & Sons, Inc.