

Penggunaan *E-Commerce* sebagai Media Bisnis dan Akuntansi di Era Digital (Studi Literatur)

O. Feriyanto¹, Nurhayati², Salma Azhar Fadhillah³, Shafira Nuraeni Damayanti⁴,
Alifa Azzahra⁵, Helda Putri Aryana⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Akuntansi, Universitas Teknologi Digital

e-mail : Nurhayati10222011@digitechuniversity.ac.id

Abstrak

Penggunaan e-commerce sebagai media bisnis dan akuntansi di era digital telah menjadi trend yang semakin populer. E-commerce dapat meningkatkan efisiensi dan kemampuan bisnis dengan menggunakan teknologi internet dan berbagai platform digital. Dalam penelitian ini, kita akan membahas bagaimana e-commerce digunakan sebagai media bisnis dan akuntansi di era digital, serta bagaimana penggunaannya mempengaruhi pertumbuhan bisnis dan perekonomian. E-commerce telah menjadi bagian integral dari bisnis modern, dengan penggunaan teknologi internet dan berbagai platform digital untuk melakukan transaksi dan berinteraksi dengan pelanggan. Dalam penelitian ini, kita akan membahas bagaimana e-commerce digunakan sebagai media bisnis dan akuntansi di era digital. Kita juga akan membahas bagaimana penggunaannya mempengaruhi pertumbuhan bisnis dan perekonomian. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien di era digital.

Kata kunci: *E-Commerce, Bisnis Digital, Akuntansi Digital, Pertumbuhan Bisnis.*

Abstract

The use of e-commerce as a business and accounting medium in the digital era has become an increasingly popular trend. E-commerce can improve business efficiency and capabilities by using internet technology and various digital platforms. In this research, we will discuss how e-commerce is used as a business and accounting medium in the digital era, as well as how its use affects business and economic growth. E-commerce has become an integral part of modern business, with the use of internet technology and various digital platforms to conduct transactions and interact with customers. In this study, we will discuss how e-commerce is used as a medium of business and accounting in the digital age. We will also discuss how its use affects business and economic growth. As such, this research is expected to contribute to the development of more effective and efficient business strategies in the digital age.

Keywords : *E-Commerce, Digital Business, Digital Accounting, Business Growth.*

PENDAHULUAN

Di era digital pesatnya perkembangan teknologi digital memberikan dampak yang begitu besar terhadap perekonomian global. Kegiatan jual beli yang semula dilakukan secara tatap muka atau langsung, kini menjadi kegiatan jual beli secara elektronik atau yang sering kita kenal dengan sebutan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan secara online atau daring dengan menggunakan media elektronik, Belanja online menjadi salah satu budaya populer yang berkembang pada saat ini. Meningkatnya aktivitas belanja online di masyarakat tidak lepas dari perkembangan teknologi informasi, serta eksistensi teknologi yang melahirkan media-media baru (Lestari et al., 2022).

Menurut Akbar & Alam (2020), *e-commerce* merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet. *E-commerce* tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk transaksi jual beli secara online, tetapi juga memainkan peran krusial dalam sistem akuntansi modern. Selain itu, penggunaan *e-commerce* dalam akuntansi memungkinkan pencatatan transaksi yang lebih cepat, akurat, dan transparan, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Artikel ini akan mengeksplorasi bagaimana *e-commerce* digunakan sebagai media bisnis dan akuntansi, serta implikasinya terhadap praktik bisnis di era digital.

Era globalisasi saat ini membutuhkan pengolahan data secara manual yang sudah tidak relevan dan akurat lagi bagi dunia usaha. Hal ini disebabkan kesalahan akibat proses manual sudah tidak bisa dinetralisir lagi. Jika informasi yang dihasilkan oleh kesalahan tersebut tidak lagi akurat sebagai dasar pengambilan keputusan. Namun, masih banyak perusahaan yang hanya mengandalkan penjualan secara offline begitupun dalam pencatatan laporan keuangannya. Salah satunya terhadap toko konvensional dalam menghadapi berbagai tantangan dari segi akuntansi yang bisa mempengaruhi kinerja dan keberlanjutan bisnis mereka, seperti dalam pencatatan transaksi yang kurang efisien. Toko konvensional sering kali masih menggunakan metode pencatatan manual atau sistem kas yang sederhana Erna Lovita (2021).

Pendapat lain mengungkapkan munculnya corona di negara Indonesia berdampak juga pada perekonomiannya, mulai beredarnya penjualan di marketplace dan kegiatan jual beli lebih sering secara online, itu mengakibatkan toko konvensional menjadi sepi dan mengalami penurunan dalam bisnisnya Rohimah (2018).

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi dan jaringan komputer lainnya (2024). Menurut Riswandi (2019) *E-commerce* adalah satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan atau jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah sistem transaksi jual beli yang dilakukan secara online atau daring melalui perangkat elektronik seperti televisi, komputer, handphone yang dihubungkan melalui internet.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di dunia ini memiliki dampak yang signifikan pada berbagai sektor, termasuk pada sektor perdagangan yang ditandai dengan munculnya perdagangan elektronik atau *e-commerce*. *E-commerce* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1994, ketika *e-banner* digunakan web untuk tujuan periklanan dan promosi, dan perkembangannya berlanjut hingga saat ini. Di era digital, penggunaan internet menjadi pendorong utama pertumbuhan *e-commerce*. Hal ini mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan yang menciptakan peluang baru bagi bisnis.

Macam-macam aktifitas bisnis *e-commerce* dibagi menjadi beberapa bagian, diantaranya ialah : 1) *Business to business* (B2B), B2B merupakan model bisnis ke bisnis yang biasanya melibatkan penjualan barang atau layanan elektronik antar bisnis, 2) *Business to Costumer* (B2C), B2C merupakan transaksi bisnis elektronik yang terjadi melalui banyak pelanggan, 3) *Costumer to Costumer* (C2C), C2C merupakan transaksi bisnis elektronik yang terjadi antar konsumen untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan pada waktu tertentu dan pada waktu tertentu. Segmentasi C2C ini lebih spesifik sifatnya karena konsumen bertransaksi untuk konsumen yang membutuhkan transaksi. 4) *Costumer to Bussiness* (C2B), C2B merupakan individu yang menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang mencari pemasok dan melakukan transaksi, 5) Belanja online di media sosial, media sosial menyediakan format bisnis seperti facebook atau instagram. Keuntungan dari bentuk ini adalah mengeksploitasi konsumen media sosial dalam jumlah besar sehingga mencakup jangkauan yang luas dari dalam satu daerah, dari luar daerah hingga luar negeri.

Dengan adanya transaksi penjualan online memberikan banyak kelebihan bagi penjual maupun pembeli diantaranya ialah: 1) Dapat mempermudah transaksi antar wilayah,

2) Dapat meningkatkan *market expose*, 3) Dapat meminimalisir biaya operasional, 4) Menawarkan berbagai pilhan produk dan layanan, 5) Efisiensi biaya. Selain beberapa kelebihan diatas, *e-commerce* juga memiliki beberapa kekurangan, diantaranya: 1) Masalah keamanan, *e-commerce* memungkinkan adanya penipuan dan transaksi palsu, 2) Ketidaksesuain produk, 3) Ketatnya persaingan harga,

E-commerce tidak bisa hanya mengandalkan teknologi yang kuat, *e-commerce* memerlukan teknologi dan informasi yang kuat sehingga jika terjadi kendala atau gangguan pada jaringan internet maka kegiatan jual beli tidak dapat dilakukan.4) Dengan perkembangan *e-commerce* yang pesat, kini *e-commerce* telah menjadi bagian penting dari ekonomi global. Namun, dengan perkembangan yang pesat ini muncul berbagai masalah di berbagai aspek termasuk aspek hukum. Diantaranya ialah :

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi literatur. Penelitian Literatur bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis literatur yang relevan untuk topik penelitian tertentu, dengan tujuan memahami lanskap penelitian yang ada, menemukan celah pengetahuan, dan memperkuat dasar teoritis untuk penelitian yang sedang dilakukan. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian (Zed, 2008:3).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan *E-commerce* sebagai media bisnis memiliki banyak manfaat, termasuk memperluas jangkauan pasar, mengurangi biaya operasional, memungkinkan personalisasi lebih baik, dan meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan. Dengan *platform E-commerce*, bisnis dapat mencapai pelanggan di seluruh dunia tanpa batasan geografis. Bisnis dapat memanfaatkan media ini untuk meningkatkan visibilitas produk mereka, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan. E-commerce dapat menjadi media akuntansi yang efektif karena memungkinkan untuk pelacakan otomatis transaksi, inventaris, dan pendapatan. Dengan integrasi sistem akuntansi, data dapat disinkronkan secara real-time, memudahkan pencatatan dan pelaporan keuangan. Syaiful rizal,dkk (2023).

Sebagai contoh, platform E-commerce seperti Shopee memberikan berbagai kemudahan bagi penjual untuk mengelola bisnis mereka secara efisien. Misalnya, seorang penjual dapat memanfaatkan fitur promosi yang disediakan oleh Shopee, seperti iklan digital yang dapat disesuaikan dengan target pasar tertentu. Dengan mengiklankan produk mereka secara strategis, penjual dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan potensial. Selain itu, proses transaksi di Shopee juga dapat diintegrasikan dengan sistem akuntansi bisnis. Setiap transaksi penjualan secara otomatis tercatat dalam sistem, termasuk informasi mengenai jumlah barang yang terjual, harga jual, dan metode pembayaran yang digunakan. Integrasi ini memungkinkan penjual untuk melakukan pelacakan inventaris secara real-time dan memperbarui data keuangan dengan mudah. Contohnya, penjual dapat memantau laporan keuangan secara langsung dari sistem akuntansi mereka, memudahkan proses pencatatan dan pelaporan keuangan secara akurat. Syaiful Rizal, dkk (2023).

Pencatatan secara manual pada toko konvensional dan digital pada marketplace memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Secara manual, lebih mudah untuk dipahami secara langsung dan kurang rentan terhadap kerusakan atau kehilangan data. Namun, prosesnya lebih lambat dan membutuhkan lebih banyak ruang penyimpanan. Sementara itu, pencatatan secara digital lebih cepat, efisien, dan dapat diakses dari mana saja. Namun, rentan terhadap serangan cyber dan memerlukan keterampilan teknis untuk mengelolanya. Dalam beberapa kasus, kombinasi dari kedua metode dapat memberikan solusi terbaik. Syaiful rizal,dkk (2023). Di sisi akuntansi, ecommerce memerlukan sistem yang dapat mengelola transaksi online secara efisien, termasuk pelacakan penjualan, persediaan, dan pembayaran. Ini memicu perkembangan perangkat lunak akuntansi yang disesuaikan dengan kebutuhan bisnis ecommerce, seperti integrasi dengan platform ecommerce dan kemampuan pelaporan yang lebih canggih. Febriyanti & Fitri (2024).

Menurut data yang dilansir oleh situs resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, pertumbuhan E-Commerce di Indonesia sudah mencapai angka 78 %. Hal ini menunjukkan bahwa pasar daring berkembang pesat dibandingkan dengan pedagang konvensional. (Shabrina, 2023).

Salah satu penyebab maraknya e-commerce dibandingkan perdagangan tradisional adalah perubahan perilaku konsumen. Berkat kemajuan teknologi, konsumen kini memiliki akses terhadap lebih banyak barang dan jasa melalui internet. Mereka dapat dengan mudah mencari dan membandingkan harga, review dan kualitas produk sehingga membuat mereka pintar dalam berbelanja. Hal ini telah mengubah cara konsumen berinteraksi secara lancar dengan pengecer fisik.

Skripsi karya RR. Getha Fety Dianari dari Universitas Parahyangan tahun 2017 yang berjudul "Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia". Skripsi ini menjelaskan perkembangan e-commerce dapat digambarkan dengan melalui perkembangan nilai transaksi e-commerce, perkembangan jumlah situs bisnis online, dan jumlah pengguna internet yang berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Oleh karena itu, Pedagang konvensional harus beradaptasi dengan era digitalisasi dan melakukan inovasi pemasaran agar produknya tidak hilang dari pasaran ketika perilaku pembelian konsumen berubah.

Dengan pesatnya perkembangan e-commerce, muncullah beberapa masalah diberbagai aspek hukum, antara lain: 1) Kepatuhan terhadap hukum, permasalahan legalitas merupakan permasalahan yang sering dihadapi oleh perusahaan e-commerce. perusahaan harus mematuhi berbagai peraturan dan undang-undang yang berlaku. 2) Perlindungan konsumen, e-commerce mempunyai tugas untuk memberikan perlindungan konsumen pada toko online. dari hal tersebut, perusahaan mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi produk dengan jelas, perusahaan harus memberikan hak kepada konsumen untuk mengembalikan atau menukar barang jika terjadi kesalahan. 3) Perlindungan data, e-commerce adalah bisnis elektronik tempat data pribadi konsumen dikumpulkan atau diproses. Oleh karena itu, e-commerce mempunyai tugas untuk melindungi data pribadi konsumen.

SIMPULAN

Implementasi e-commerce sebagai platform bisnis membawa berbagai manfaat signifikan, termasuk perluasan pasar, pengurangan biaya operasional, personalisasi yang lebih baik, dan kenyamanan bagi pelanggan. Hal ini tercermin dalam pertumbuhan e-commerce yang pesat, dengan pertumbuhan mencapai 78% di Indonesia. Namun, dampak positif ini juga menyebabkan tantangan bagi pedagang konvensional, yang harus beradaptasi dengan era digitalisasi dan berinovasi dalam strategi pemasaran untuk tetap bersaing. Perubahan perilaku konsumen, yang cenderung lebih suka berbelanja secara online, menekankan pentingnya bagi pedagang konvensional untuk bertransformasi dan memanfaatkan teknologi untuk mempertahankan pangsa pasar mereka. Strategi yang menggabungkan baik keberadaan fisik maupun online dapat menjadi solusi terbaik dalam menghadapi perubahan ini, sambil mempertahankan kualitas pelayanan dan adaptasi terhadap kebutuhan konsumen yang terus berubah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada bapak Oon Feriyanto, S.E., M.Si. selaku dosen pada mata kuliah Sistem Transaksi Keuangan Digital yang telah memberikan ilmu yang semoga bisa bermanfaat bagi peneliti dan juga membantu peneliti dalam menulis artikel ini. Peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam proses penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. (2023, Agustus 1). *Ini Kelebihan dan Kekurangan e-Commerce yang Perlu Anda Tahu*. Retrieved from Impulse Digital: <https://www.sapx.id/blog/ini-kelebihan-dan->

- [kekurangan-e-commerce-yang-perlu-anda-tahu/](#)
- Dewi, NPNC, and D A D Nasution, 'Pentingnya Penerapan E-Commerce Bagi UMKM Sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0', *Jurnal Pijar*, 1.3 (2023), pp. 566–77 <<https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/view/570%0Ahttps://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/download/570/179>>
- Fani, Rezki, and Indriani Safira, 'Analisis Dampak Pengaruh Keberadaan E-Commerce Terhadap Pedagang Konvensional Di Situbondo', *Jurnal Economina*, 3.1 (2024), pp. 96–102, doi:10.55681/economina.v3i1.1145
- Febriyani, Aldo Anggit, and Fitra Dharma, 'Pengaruh Penerapan Aplikasi Sia, Digital Marketing & E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Umkm Kota Bandar Lampung', *Jurnal Akuntansi Dewantara*, 8.01 (2024), pp. 404–16 <<https://doi.org/10.30738/ad.v8i1404>>
- Luwena, G. (2023, Desember 6). *7 Jenis-Jenis E-Commerce Paling Populer dan Contohnya*. Retrieved from Blog Seribu: <https://www.sribu.com/id/blog/jenis-jenis-e-commerce/>
- Lovita, Erna, and Febyana Susanty, 'Peranan Pemahaman E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan', *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18.02 (2021), pp. 47–54, doi:10.36406/jam.v18i02.437
- Mustajibah, Tutik, 'Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015', *E-Journal Pendidikan Sejarah*, 10.3 (2021), pp. 3–11
- Puspitarini, Sari, Universitas Mercu Buana, Program Studi Manajemen, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 'Pemanfaatan E-Commerce Untuk Mendorong Generasi Muda Menjadi Wirausaha Baru Pada Siswa Sma Negeri 105 Di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional*, 3.2 (2023), pp. 144–52
- Ramadhani, S. N. (2023, Desember 2). *Dampak Maraknya Perdagangan Online Terhadap Pedagang Konvensional*. Retrieved from BekasiMedia.com: <https://bekasimedia.com/2023/12/02/dampak-maraknya-perdagangan-online-terhadap-pedagang-konvensional/>
- Rizal, Muhammad Syaiful, and Qoni'ah Nur Wijayani, 'Persepsi Pedagang Konvensional Di Pasar Blauran Surabaya Terhadap Tren Implementasi E-Commerce Tiktok Shop', *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 1.5 (2023), pp. 34–44
- Rohimah, Afifatur, 'Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional', *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.2 (2019), p. 91, doi:10.21070/kanal.v6i2.1931
- Rokfa, Afida Ainur, Angel Rezky Pratama Tanda, Arytasia Dewi Anugraheni, and Widya Agung Kristanti, 'Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash on Delivery (Cod) Pada Media E-Commerce', *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6.2 (2022), pp. 161–73, doi:10.23920/jbmh.v6i2.533