

**ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* PADA BISNIS
ONLINE “BELANJA DIAKU” DI ERA DIGITAL 5.0**

SKRIPSI



Oleh

ARWINDA RAHMADHANY

NIM : 210502110137

PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

**ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* PADA BISNIS
ONLINE “BELANJA DIAKU” DI ERA DIGITAL 5.0**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)



Oleh

ARWINDA RAHMADHANY

NIM : 210502110137

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MA tULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
BERBASIS *E-COMMERCE* PADA BISNIS *ONLINE* BELANJA
DI AKU DI ERA DIGITAL 5.0**

SKRIPSI

Oleh

Arwinda Rahmadhany

NIM : 210502110137

Telah Disetujui Pada Tanggal 18 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Zuraidah, M.S.A

NIP. 197612102009122001

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

**Implementation of an E-Commerce Accounting System in Digital
Era 5.0 for Belanja Diaku's Online Business**

SKRIPSI

Oleh

ARWINDA RAHMADHANY

NIM : 210502110137

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 26 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

- 1 Ketua Penguji
Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP. 198409302023211006
- 2 Anggota Penguji
Yuliati, M.S.A
NIP. 197307032023212005
- 3 Sekretaris Penguji
Zuraidah, M.S.A
NIP. 197612102009122001

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D
NIP. 197606172008012020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arwinda Rahmadhany

NIM : 210502110137

Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Akuntansi

menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA BISNIS ONLINE “BELANJA DIAKU” DI ERA DIGITAL 5.0** adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 15 Juni 2025



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti panjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce Pada Bisnis Online Belanja Diaku di Era Digital 5.0” ini dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Proses penyusunan skripsi ini merupakan perjalanan panjang yang melibatkan berbagai tantangan dan hambatan, namun berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak, akhirnya dapat terselesaikan.

Dalam perjalanan penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak memperoleh bantuan, dukungan, serta bimbingan yang sangat berarti. Oleh karena itu, izinkanlah peneliti untuk menyampaikan terimakasih yang tulus dan mendalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus. Ak., CA., M.Res., Ph.d, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Zuraidah M.S.A selaku dosen pembimbing yang dengan segala kesibukan yang dikerjakan beliau berusaha meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah berbagi ilmu, pengalaman, serta memberikan dukungan moral dan materil selama masa perkuliahan.
6. Orang tua peneliti, ayah dan ibu yang selalu memberikan semangat serta doa dan dukungan mereka yang tak pernah henti untuk peneliti. Peneliti sangat bersyukur memiliki Orang tua yang sangat hebat seperti ayah dan ibu.
7. Sahabat dari masa kecil saya sampai sekarang yaitu Mei Rastika dan Syahira Yulinar yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan yang tulus selama ini.
8. Sahabat Girlss yang memberikan semangat, dukungan dan kebersamaannya selama perjalanan perkuliahan ini. Canda tawa dan segala drama serta perjuangan bersama telah memberikan warna tersendiri dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman yang turut andil dalam membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Dan tidak lupa terimakasih kepada penulis yang sudah kuat sampai detik ini untuk menuntaskan tugas akhir ini.

Semoga karya ini menjadi langkah awal untuk memberikan manfaat, serta menjadi bentuk persembahan kecil atas segala kebaikan yang telah penulis terima. Aamiin ya Rabbal Álamin.

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Analisis Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Bisnis Online “Belanja Diaku” Di Era Digital 5.0”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Dalam perjalanan penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak memperoleh bantuan, dukungan, serta bimbingan yang sangat berarti. Oleh karena itu, izinkanlah peneliti untuk menyampaikan terimakasih yang tulus dan mendalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus. Ak., CA., M.Res., Ph.d, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Zuraidah M.S.A selaku dosen pembimbing yang dengan segala kesibukan yang dikerjakan beliau berusaha meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah berbagi ilmu, pengalaman, serta memberikan dukungan moril dan materil selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan moral dan materi.

7. Diri penulis sendiri atas usahanya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman, sahabat, dan semua pihak yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pembaca.

Malang, 15 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
تجريدي.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis	13
2.2.1 Sistem Informasi Akuntansi	13
2.2.2 E-commerce	14
2.2.3 E-commerce <i>Shopee</i>	15
2.2.4 Digital Era 5.0	15
2.2.5 Teori Keislaman	16
2.3 Kerangka Berfikir.....	18
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	19

3.2	Lokasi Penelitian.....	19
3.3	Subyek Penelitian.....	19
3.4	Data dan Jenis Data.....	20
3.5	Teknik Pengumpulan Data	20
3.6	Analisis Data	21
BAB 4 PEMBAHASAN		23
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	23
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	23
4.1.2	Alamat UMKM	25
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	25
4.1.4	Struktur Organisasi.....	26
4.1.5	Job Description	26
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	28
4.3	Analisis Hasil Penelitian	30
4.3.1	Implementasi Sistem Informasi Akuntansi di Belanja Diaku	30
4.3.2	Strategi- strategi penjualan yang dilakukan Belanja Diaku	31
4.3.3	Pembelian dan Penjualan Dalam Islam.....	35
BAB V PENUTUP.....		39
5.1	Kesimpulan	39
5.2	Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN – LAMPIRAN		44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	8
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan ke 5 situs E-Commerce Terbesar di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Belanja Diaku.....	26
Gambar 4.2 Flowchart Belanja Diaku.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Lampiran 2 Data Pendukung (Penjualan melalui Live TikTok, Data Penghasilan, Akun Seller Shopee, Stok Barang dan Gudang, Packing)

Lampiran 3 Biodata Penulis

Lampiran 4 Lembar Pengesahan Proposal Skripsi

Lampiran 5 Jurnal Bimbingan

Lampiran 6 Keterangan Bebas Plagiarisme

Lampiran 7 Lampiran Surat Izin Penelitian Skripsi

ABSTRAK

Arwinda Rahmadhany, 2025, SKRIPSI. Judul “Analisis Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* pada Bisnis *Online* “Belanja Diaku” di Era Digital 5.0”.

Pembimbing : Zuraidah, M.S.A

Kata Kunci : Sistem Informasi Akuntansi, *E-commerce*, *Shopee*, *TikTok Live*, Era Digital 5.0

Perkembangan teknologi digital di era 5.0 telah membawa perubahan signifikan pada dunia bisnis, khususnya dalam penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berbasis *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi SIA berbasis *e-commerce* pada bisnis *online* Belanja Diaku yang bergerak di bidang *fashion thrift* menggunakan platform *Shopee* dan media sosial *TikTok Live* sebagai saluran penjualan dan pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi SIA pada Belanja Diaku berjalan efektif terutama dalam pencatatan transaksi penjualan dan pembelian yang terintegrasi dengan platform *e-commerce* dan metode pembayaran digital seperti *ShopeePay* dan *virtual account*. Pemanfaatan *live streaming* pada *TikTok* terbukti meningkatkan efektivitas pemasaran dan interaksi dengan pelanggan. Namun, penelitian ini menemukan beberapa kendala seperti pengendalian stok yang masih dilakukan secara manual dan kurangnya analisis laporan keuangan secara otomatis. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman integrasi teknologi digital dan akuntansi dalam mendukung operasional UMKM di era digital 5.0.

ABSTRACT

Arwinda Rahmadhany, 2025, *THESIS*. Judul “*Analysis of the Implementation of E-Commerce-Based Accounting Information Systems in the Online Business “Belanja Diaku” in the Digital Era 5.0*”.

Supervisor : Zuraidah, M.S.A

Keywords : *Accounting System Information, E-commerce, Shopee, TikTok Live, Era Digital 5.0*

The development of digital technology in the Industry 5.0 era has significantly transformed business operations, particularly in the implementation of e-commerce-based Accounting Information Systems (AIS). This study aims to analyze the implementation of AIS within the online thrift fashion business, Belanja Diaku, which utilizes Shopee and TikTok Live as its primary sales and marketing platforms. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through observations, interviews, and documentation.

The findings reveal that the AIS implementation at Belanja Diaku is effective in recording sales and purchase transactions, with integration across e-commerce platforms and digital payment methods such as ShopeePay and virtual accounts. Additionally, TikTok Live streaming serves as an effective marketing tool that enhances customer engagement. However, challenges remain, including manual inventory control and limited automation in financial reporting and analysis. This study contributes to understanding how digital technologies and AIS integration can support MSMEs’ operational efficiency in the Industry 5.0 era.

تجريدي

أرويندا راحمدهاني، 2025، أطروحة. العنوان "تحليل تنفيذ نظم المعلومات المحاسبية القائمة على التجارة الإلكترونية في الأعمال التجارية عبر الإنترنت "Belanja Diaku" في العصر الرقمي 5.0".

المشرف : زريدة، M.S.A

الكلمات المفتاحية : نظام المعلومات المحاسبية. التجارة الإلكترونية, شوبي, تيك توك لايف, العصر الرقمي 5.0

لقد أحدث تطور التكنولوجيا الرقمية في عصر 5.0 تغييرات كبيرة في عالم الأعمال، وخاصة في تنفيذ نظم المعلومات المحاسبية القائمة على التجارة الإلكترونية (AIS). تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تطبيق نظم المعلومات المحاسبية القائمة على التجارة الإلكترونية في شركة Belanja Diaku التي تعمل في مجال الأزياء التوفيرية عبر الإنترنت باستخدام منصة *Shopee* ووسائل التواصل الاجتماعي *TikTok Live* كقنوات بيع وتسويق. كان منهج البحث المستخدم هو المنهج الوصفي النوعي مع جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق .

أظهرت النتائج أن تطبيق نظام المعلومات الإدارية في بيلانجا دياكو كان فعالاً، خاصة في تسجيل معاملات البيع والشراء التي تم دمجها مع منصات التجارة الإلكترونية وطرق الدفع الرقمية مثل *ShopeePay* والحسابات الافتراضية. ثبت أن استخدام البث المباشر على *TikTok* يزيد من فعالية التسويق والتفاعل مع العملاء. ومع ذلك، وجدت هذه الدراسة العديد من العقبات مثل مراقبة المخزون الذي لا يزال يتم يدوياً وعدم وجود تحليل تلقائي للتقارير المالية. ويساهم هذا البحث في فهم التكامل بين التكنولوجيا الرقمية والمحاسبة في دعم عمليات الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في العصر الرقمي 5.0.

BAB 1

PENDAHULUAN

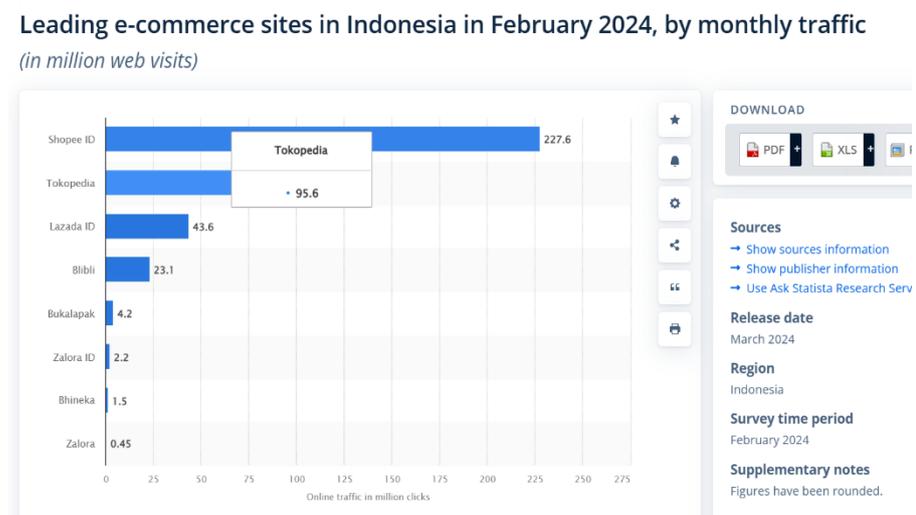
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah industri akuntansi secara dramatis. Perkembangan ini telah menyebabkan proses akuntansi menjadi lebih cepat, lebih mudah, dan lebih akurat, dan menggantikan metode manual dengan metode otomatis yang menggunakan perangkat lunak khusus (Maulana dan Kustiwi, 2024). Di era digital sekarang ini, situs jual beli *online* banyak digunakan oleh produsen maupun konsumen. Berbagai produsen dari perusahaan kecil hingga besar telah memanfaatkan internet sebagai media pemasaran produknya. Bidang teknologi informasi dan komunikasi telah memasuki era digital 5.0, masa di mana hubungan antara manusia dan teknologi semakin erat. Sejumlah profesi, termasuk akuntansi, telah diubah oleh teknologi seperti blockchain, big data, dan kecerdasan buatan (AI). (Kristianto dkk., 2024).

Perusahaan besar memiliki batasan meskipun e-commerce muncul pada tahun 1970-an. *E-commerce* adalah jenis transaksi jual beli yang dilakukan secara online melalui perangkat seluler dan jaringan internet. Berbagai jenis *e-commerce* telah tersebar luas di Indonesia, dan sekarang sedang maraknya menggunakan *Shopee* dan *TikTok*.

Pada tahun 2024 *e-commerce Shopee* masih menempati posisi pertama dsxxengan jumlah pengunjung situs terbanyak dibulan februari

2024, *Shopee* menjadi situs *e-commerce* dengan jumlah kunjungan terbanyak di Indonesia, mencapai sekitar 228 juta kunjungan dan secara global, pada bulan yang sama, *Shopee* mencatat 235,9 juta kunjungan, meskipun mengalami penurunan sebesar 4,01% dibandingkan bulan sebelumnya dan disusul oleh Tokopedia dengan posisi kedua pada grafik dibawah ini.



Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan ke 5 situs E-Commerce Terbesar di Indonesia

Sumber: statista.com

Shopee adalah *e-commerce* yang didirikan untuk membuat pembelian *online* menjadi mudah, cepat, dan bermanfaat. Perusahaan induk *Shopee* adalah *SEA Group*, yang berdiri di Singapura dan kemudian berkembang ke Malaysia, Brasil, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Perusahaan ini menjual barang olahraga, teknologi, peralatan rumah tangga, pakaian, dan aksesoris (Wahyu, 2021).

Tiktok adalah salah satu platform sosial media yang paling banyak digunakan saat ini karena fungsinya sebagai platform untuk bersenang-senang, tetapi sekarang juga merupakan platform untuk penjualan. *Tiktok shop* merupakan bagian dari aplikasi *Tiktok* yang digunakan sebagai media pemasaran yang banyak dimanfaatkan oleh pembisnis. Pengaruh dari *Tiktokshop* membuat para pembisnis memiliki banyak cara serta mengeluarkan berbagai ide –ide *creative* nya untuk menarik para calon pembelinya (Yanti dkk., 2023).

Fakta yang sebenarnya, di era digital ini, para pelaku bisnis menggunakan *e-commerce* untuk berbisnis. Selain menjual barang, mereka juga dapat menggunakan *e-commerce* untuk memasarkan, meningkatkan, dan menggunakan umpan balik dari pelanggan tentang daya jual produk mereka untuk meningkatkan peluang bisnis. Selain itu, *e-commerce* juga mempermudah penyelesaian masalah yang muncul dalam operasi bisnis, sehingga pemilik bisnis dapat meningkatkan keuntungan. (Ardian dan Nawawi, 2022).

Bisnis *online* “Belanja Diaku” merupakan UMKM yang bergerak di bidang *fashion* yang menjual produk *thrift* atau biasa dikenal dengan pakaian import bekas yang berdiri sejak tahun 2020. Dalam kegiatan operasionalnya, mereka menggunakan platform *Shopee* untuk menjalankan transaksi hariannya. Selain menggunakan platform *Shopee*, Belanja Diaku juga menggunakan platform *Tiktok* dengan menggunakan fitur *live Tik Tok* sebagai

sarana penjualannya, Belanja Diaku juga menggunakan *platform Instagram* dengan 49,3 ribu pengikut.

Dalam kegiatannya sehari-hari berjualan di *e-commerce*, Belanja Diaku memiliki beberapa permasalahan. Adapun beberapa permasalahan yaitu apakah bisnis *online* “Belanja Diaku” telah mengimplementasikan Sistem Informasi Akuntansi, pihak seller hanya menggunakan platform *Shopee* untuk mengirimkan barang atau fitur *check out* kepada *customer* dan menggunakan fitur *TikTok Live* dan Instagram untuk mempromosikan barangnya, alasan hanya menggunakan fitur *checkout Shopee* karena selain banyak sekali *voucher* yang ditawarkan oleh pihak *Shopee*, *platform* ini juga menawarkan gratis ongkir yang membuat minat *customer* menjadi memilih menggunakan platform ini, kenapa tidak menggunakan fitur *TikTok Shop* padahal menggunakan *TikTok Live* untuk promosi karena pencairan komisi *TikTok Shop* lebih lama dibandingkan dengan *Shopee*, meskipun *Shopee* mengambil biaya admin cukup tinggi yaitu 12% dari harga *seller*.

Para pelaku ekonomi serta bisnis pada era digital 5.0 ini pun dituntut untuk mampu memanfaatkan *e-commerce* serta menggunakan berbagai fitur didalamnya. Para pelaku bisnis diharuskan untuk memiliki kecakapan dalam penggunaan sistem informasi *e-commerce* dalam pelaksanaan kegiatan transaksinya. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) sendiri merupakan serangkaian sistem dalam mengolah, mencatat, mengumpulkan, dan menyimpan data guna memberikan informasi bagi penggunanya. Pada *e-commerce*, sistem ini bermanfaat dalam meminimalisir risiko berupa *human*

error, serta memudahkan pengguna mengakses informasi mengenai stok produk, memudahkan proses transaksi, serta menciptakan sistem otorisasi pada *e-commerce* secara otomatis (Purnamasari et al., 2024) *E-commerce* memiliki sistem informasi yang transparan yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan data akuntansi. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pengguna untuk mengakses sistem ini adalah dengan melihat secara langsung stok persediaan barang yang dijual di toko *online*. Karena data akuntansi berbasis *e-commerce* dapat diakses secara bebas, pengguna UMKM dapat dengan cepat meninjau transaksi yang terjadi selama pembelian dan penjualan (Jannah dan Triyanto, 2021).

Keterbaruan dari penelitian ini yaitu mengaitkan *e-commerce Shopee* dan fitur *live TikTok* yang konteksnya dalam era digital 5.0, yaitu era di mana sinergi teknologi dan manusia dengan mengintegrasikan kecerdasan buatan AI, *Internet of Things* (IoT) yang mampu membantu pelaku usaha memahami dan mengoptimalkan peluang yang ditawarkan era digital 5.0 serta penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana implementasi sistem informasi akuntansi pada *platform Shopee* dan *TikTok* berdampak pada kinerja bisnis *online* Belanja Diaku. Penelitian ini juga menyoroti bagaimana cara unik dari bisnis *online* Belanja Diaku mengintegrasikan *Shopee* sebagai *platform e-commerce* dan *TikTok Live* sebagai media pemasaran berbasis *live streaming* ke dalam Sistem Informasi Akuntansi (SIA).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi penerapan sistem informasi akuntansi pada bisnis *online* Belanja Diaku di era

digital 5.0 yang berbasis *e-commerce*. Belanja Diaku akan mengelola penjualan secara efektif untuk mencapai laba yang diinginkan agar dapat berkembang menjadi UMKM yang berkualitas dan mampu menerapkan sistem informasi akuntansi penjualan yang baik. Peneliti memilih judul tersebut berdasarkan uraian sebelumnya untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan sistem informasi akuntansi penjualan :

ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* PADA BISNIS *ONLINE* BELANJA DIAKU DI ERA DIGITAL 5.0

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah peneliti sampaikan di atas, peneliti dapat membangun rumusan masalah yaitu, Bagaimana implementasi sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada bisnis *online* Belanja Diaku di era digital 5.0?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, peneliti dapat memberikan tujuan dari penelitian sebagai berikut :

Untuk mengetahui dan menganalisis sistem informasi akuntansi dalam penerapan di era digital 5.0 yang berbasis *e-commerce* pada bisnis online Belanja Diaku.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi, menyediakan referensi empiris mengenai implementasi sistem informasi akuntansi (SIA) berbasis *e-commerce* pada bisnis *online* di Era Digital 5.0
2. Bagi Praktisi Bisnis, dapat memberikan panduan kepada pelaku bisnis *online*, khususnya UMKM seperti Belanja Diaku, dalam memanfaatkan sistem informasi akuntansi untuk mengelola transaksi secara lebih efisien, serta mengidentifikasi kendala dan solusi yang relevan dalam proses implementasi SIA berbasis *e-commerce* di *platform Shopee* dan fitur *Tiktok Live*.

1.5 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya berfokus pada implementasi sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada platform *Shopee* fitur *Tiktok Live*, sehingga tidak mencakup platform *e-commerce* lain seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak.
2. Objek penelitian terbatas pada satu bisnis *online*, yaitu Belanja Diaku, sehingga hasil penelitian lebih relevan untuk kasus serupa dan tidak dapat digeneralisasi secara luas.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil penelitian
1.	(Haerudin, 2021)	Analisis Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Pemasaran dan Penjualan pada PT. Sejahtera Bersama Ritel Indonesia	Kualitatif	<p>PT SBMart memiliki sistem informasi akuntansi otomatis yang terintegrasi ke dalam satu jaringan.</p> <p>Proses pemasaran dan penjualan dipercepat dan menjadi lebih sederhana karena semua komponen yang terkait-gudang, distribusi, administrasi, dan outlet-beroperasi dalam sistem yang sama.</p> <p>Operasi pemasaran dan penjualan yang efektif dan efisien didukung oleh instalasi sistem informasi akuntansi penjualan.</p>
2.	(Yuscintara dan Hendrani, 2022)	Pengaruh <i>e-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi terhadap efektivitas kinerja keuangan pada pelaku	Kuantitatif	<p>Temuan ini menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi dan <i>e-commerce</i> secara bersamaan dan parsial meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Terutama selama pandemi COVID-19, <i>e-commerce</i> membantu</p>

		UMKM di Tangerang		perluasan pasar, fasilitasi transaksi, dan identifikasi produk secara online. Sistem informasi akuntansi memfasilitasi pencatatan, pengelolaan, dan pemantauan data keuangan, sehingga UMKM dapat menilai laba dan rugi dengan lebih cepat dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Studi ini menunjukkan betapa pentingnya mengintegrasikan perangkat lunak akuntansi dengan teknologi digital untuk memaksimalkan keuntungan dan mendorong kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan UMKM.
3.	(Nafisa, 2022)	Analisis Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Pondok Pesantren Berbasis Digital Ekonomi.	Kualitatif	menyelidiki bagaimana SIA digunakan di pesantren-pesantren dan menemukan bahwa teknologi ini masih dalam tahap awal dan belum sepenuhnya menggunakan norma-norma akuntansi.
4.	(Febriana dkk., 2023)	Peluang Bisnis Digital di Indonesia pada Era <i>Society 5.0</i>	Kualitatif menggunakan metode konseptual atau library research	Studi konseptual ini menunjukkan bahwa perusahaan harus cepat berubah dan terus berkembang seiring dengan pertumbuhan perdagangan digital, terlepas dari berbagai

				tantangan seperti keamanan data dan penipuan online.
5.	(Dewi dkk., 2023)	Pengaruh Strategi Digital Marketing dan Media Sosial Pada Era Society 5.0	Kualitatif	Meskipun pemasaran digital berkontribusi secara signifikan terhadap niat beli, analisis dampak taktik pemasaran digital dan media sosial menunjukkan bahwa pengaruh pemasaran digital tidak sebesar faktor kepercayaan konsumen.
6.	(Hidayatis dan Mulatsih, 2023)	Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Online Berbasis E-commerce dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus UMKM Pyo Jewelry)	Kuantitatif	Mereka melakukan penelitian tentang UMKM Pyo Jewelry dan menemukan bahwa SIA berbasis e-commerce meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional, tetapi ada kelemahan dalam struktur tugas dan pengarsipannya.
7.	(Asih, 2024)	Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia	Kualitatif	menekankan bagaimana strategi pemasaran Shopee, fitur-fitur terbaru, dan dukungan pelanggan yang luar biasa telah berkontribusi pada kesuksesannya di Indonesia, dan juga memberikan saran untuk meningkatkan kinerja aplikasi seluler.
8.	(Angely dan Octaviani, 2024)	Analisis Sistem Informasi	Kuantitatif	meneliti bagaimana fitur-fitur Shopee memengaruhi perilaku

		<p>Akuntansi Dalam Penawaran Marketplace <i>Shopee</i> Terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i></p> <p>(Studi Kasus: Karyawan Swasta Di Surakarta)</p>		<p>impulsif pelanggan dan menemukan bahwa promosi seperti pengiriman gratis dan penawaran kilat berdampak pada keputusan untuk membeli.</p>
9.	(Kristianto dkk., 2024)	<p>Sosialisasi Dampak Profesi Akuntansi pada Era Digital 5.0</p>	Kualitatif	<p>menyoroti bahwa untuk menjadi relevan di era digital 5.0, akuntan harus memiliki literasi teknologi, kemampuan analisis data, dan kemampuan komunikasi. Peserta menunjukkan antusiasme dan motivasi untuk belajar tentang teknologi baru yang berpengaruh pada pekerjaan akuntan.</p> <p>Keterampilan yang dibutuhkan oleh akuntan meliputi literasi teknologi, analisis data, adaptabilitas, dan keahlian komunikasi.</p>
10.	(Purnamasari dkk., 2024)	<p>Faktor-Faktor Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi <i>Shopee</i></p>	Kuantitatif dengan pendekatan survei	<p>menyelidiki minat terhadap SIA berbasis <i>Shopee</i> dan menemukan bahwa keputusan tentang penggunaan sistem didorong oleh kegunaan, kenyamanan, dan kepercayaan yang dirasakan.</p>

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayatis dan Mulatsih (2023) tentang Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Online Berbasis *E-commerce* dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus UMKM Pyo Jewelery). Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa penelitian pada UMKM Pyo Jewelery menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* efektif dalam meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional. Sistem ini mempermudah pembeli dalam mengetahui ketersediaan barang secara langsung, mempercepat proses pemesanan, dan mengurangi pekerjaan manual melalui otomatisasi database. Perbedaan penelitian ini yaitu mengaitkan *e-commerce Shopee* dan fitur *live TikTok* yang konteksnya dalam era digital 5.0, yaitu era di mana sinergi teknologi dan manusia dengan mengintegrasikan kecerdasan buatan AI, *Internet of Things (IoT)* yang mampu membantu pelaku usaha memahami dan mengoptimalkan peluang yang ditawarkan era digital 5.0 serta penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana implementasi sistem informasi akuntansi pada *platform Shopee* dan *TikTok* berdampak pada kinerja bisnis *online* Belanja Diaku. Penelitian ini juga menyoroti bagaimana cara unik dari bisnis online Belanja Diaku mengintegrasikan *Shopee* sebagai *platform e-commerce* dan *TikTok Live* sebagai media pemasaran berbasis *live streaming* ke dalam Sistem Informasi Akuntansi (SIA).

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Bordnar dan William (2006), Kumpulan sumber daya dan peralatan, yang dikenal sebagai sistem informasi akuntansi (SIA), dimaksudkan untuk mengubah data keuangan dan data lainnya menjadi informasi. Menurut Romney dan Steinbart (2006), SIA terdiri dari lima komponen :

1. Individu yang menjalankan sistem dan melaksanakan tugas-tugas yang berbeda.
2. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan menyimpan informasi mengenai aktivitas organisasi, baik yang terotomatisasi maupun yang manual.
3. Informasi mengenai prosedur bisnis perusahaan.
4. Perangkat lunak pengolah data untuk perusahaan.
5. Infrastruktur teknologi informasi, yang meliputi peralatan komunikasi jaringan, komputer, dan perangkat tambahan.

Shagari dkk. (2017), berpikir bahwa dari empat ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan sistem informasi akuntansi, manfaat pertama adalah pengurangan biaya, peningkatan layanan, peningkatan hubungan organisasi, dan, di tempat keempat, memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan manfaat yang diantisipasi dari sistem. Sistem informasi akuntansi (SIA) adalah kumpulan laporan, dokumen, dan catatan yang disusun secara sistematis untuk menghasilkan data keuangan yang diperlukan. solusi ini memudahkan laporan keuangan bagi manajemen

organisasi. Mereka juga dapat melacak seberapa baik sistem berjalan setelah dipasang.

2.2.2 E-commerce

E-commerce telah berkembang untuk mentransformasi cara bisnis tradisional menjadi lebih efisien, praktis, dan cepat diimplementasikan. Konsep awal *e-commerce* berakar dari *Electronic Data Interchange* (EDI), yang memungkinkan perusahaan menjalankan aktivitas bisnis tanpa memerlukan dokumen fisik seperti kertas atau proses manual lainnya. Karena sifatnya yang sangat bergantung pada teknologi, *perkembangan e-commerce* secara langsung dipengaruhi oleh kemajuan teknologi serta regulasi dan hukum yang berlaku di suatu negara (Pradana, 2015).

Distribusi, pembelian, penjualan, dan promosi barang dan jasa melalui saluran elektronik, seperti internet, televisi, www, atau jaringan komputer lainnya, dikenal sebagai *e-commerce*. Pertukaran data elektronik, *transfer* pembayaran elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis adalah contoh-contoh *e-commerce*. Kegiatan *e-commerce* ini dipandang oleh sektor teknologi informasi sebagai aplikasi *e-bisnis* (*e-business*) dan aplikasi yang terkait dengan transaksi komersial, termasuk pertukaran data elektronik (EDI), pemrosesan transaksi *online*, pemasaran elektronik, manajemen rantai pasokan (SCM), dan transfer dana elektronik. Riwayat terjemahan kami akan disimpan secara terpusat dan dapat diakses setelah masuk *E-bisnis* mencakup lebih dari sekadar perdagangan; ini juga mencakup layanan pelanggan, lowongan pekerjaan, mitra bisnis yang berkolaborasi, dan banyak lagi. *E-commerce* adalah bagian dari

e-bisnis. Teknologi basis data, surat elektronik (*e-mail*), dan teknologi non-komputer lainnya seperti sistem pengiriman barang dan metode pembayaran juga diperlukan untuk *e-commerce* selain teknologi jaringan internet (Tukino dkk., 2023).

2.2.3 E-commerce *Shopee*

Shopee sebagai platform *E-commerce Shopee* telah berhasil menarik jutaan pengguna dengan berbagai fitur menarik seperti gratis ongkir, cashback, dan permainan. Fitur-fitur ini, ditambah dengan pengaruh media sosial, telah membentuk perilaku belanja unik pada platform ini (Bahari dkk., 2024).

Shopee adalah aplikasi pasar *online* yang memudahkan dan mempercepat proses pembelian dan penjualan produk di perangkat seluler. *Shopee* menyediakan berbagai macam barang, termasuk *fashion*, kecantikan, dan kebutuhan sehari-hari. *Shopee* adalah aplikasi ponsel pintar yang dirancang untuk memfasilitasi pembelian *online* tanpa mengharuskan peserta untuk bertemu langsung atau mengakses situs *web* di komputer desktop (Gudiato dkk., 2022).

2.2.4 Digital Era 5.0

Menurut Rosmida (2019) *Society 5.0* adalah konsep teknis yang menggabungkan *Internet of Things* dan kecerdasan buatan untuk menciptakan masyarakat yang berpusat pada manusia. Kemitraan ini bertujuan untuk mengatasi berbagai tantangan sosial yang terjadi di ruang digital dan fisik secara bersamaan. *Society 5.0* menekankan bahwa aktivitas manusia menjadi sangat bergantung pada teknologi, dengan internet menjadi bagian integral dari gaya hidup mereka.

Teknologi telah menjadi elemen penting dalam berbagai aspek kehidupan, di mana segala sesuatu kini terhubung dan dapat diakses melalui perangkat pintar. Pada era *Society 5.0*, manusia cenderung menghindari metode tradisional dalam melakukan transaksi bisnis, lebih memilih menggunakan teknologi sebagai bagian dari keseharian mereka. Oleh karena itu, e-commerce menjadi platform utama yang digemari untuk aktivitas bisnis di era ini (Hendarsyah, 2019).

2.2.5 Teori Keislaman

Di dalam ajaran Islam, kegiatan yang berkaitan dengan muamalah seperti kegiatan jual beli, hutang piutang, dan pencatatan laporan keuangan sangat direkomendasikan agar kegiatan muamalah bisa dilakukan secara adil dan transparan. Al-Qur'an menekankan ide ini, khususnya dalam QS. Al-Baqarah: 282, ayat terpanjang dalam Al Qur'an, yang secara tegas mengamanatkan agar semua transaksi kontrak keuangan dicatat. Adapun pentingnya kegiatan muamalah yang telah difirmankan oleh Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah: 282 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْمُومٍ فَاكْتُبُوهُ لَكُمْ بَيْنَكُم بِأَعْدَلٍ وَلَا يَأْبُ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ
كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا
أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ
فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبُ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا
دُعُوا وَلَا تَسْمَؤُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ آجَلِهِ ذَلِكُمْ أَوْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا
أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا
شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَلَّوْا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

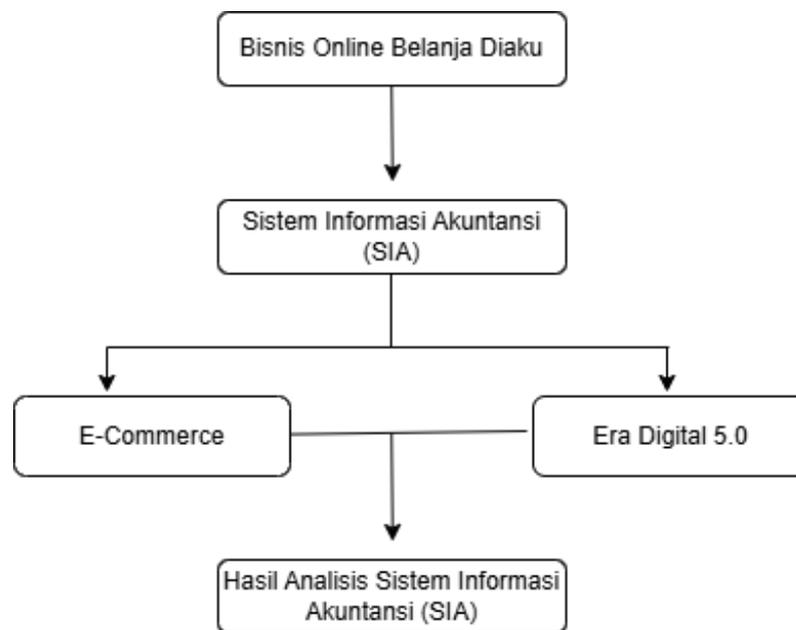
Artinya : “ Wahai orang-orang yang merasa perlu untuk mencatat utang mereka untuk jangka waktu tertentu. Salah satu dari kalian harus mencatatnya

dengan akurat. Pencatat tidak boleh ragu-ragu untuk menuliskannya sebagaimana yang diperintahkan oleh Allah. Berikan orang yang berhutang wewenang untuk menetapkannya dan mencatatnya. Selain itu, ia harus sangat takut kepada Allah, Tuhannya, dan tidak pernah meninggalkannya. Izinkan wali orang yang berhutang untuk menentukan secara akurat apakah orang itu sakit jiwa atau tidak mampu melakukannya. Menanyakan dua saksi lelaki. Jika tidak ada dua orang laki-laki, tidak masalah jika saksi terdiri dari seorang laki-laki dan dua orang perempuan. Dengan cara ini, orang lain dapat mengingatkannya jika salah satu dari mereka lupa. Para saksi tidak boleh menolak ketika dipanggil. Jangan berhenti mencatat kewajiban sampai batas waktu, tidak peduli seberapa besar atau kecilnya. Kecuali jika muamalah itu adalah perdagangan tunai yang kamu jalankan satu sama lain, maka menuliskannya adalah lebih adil di sisi Allah dan menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak menimbulkan keraguan di antara kamu. Jika kamu tidak menuliskannya, maka menuliskannya lebih adil di sisi Allah dan menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak menimbulkan keraguan di antara manusia. Mintalah saksi jika Anda membeli atau menjual sesuatu, tetapi jangan mempersulit penulis dan saksi. Jika Anda melakukannya, maka Anda sesungguhnya adalah orang yang fasik. Bersyukurlah kepada Allah, karena Dia adalah Yang Maha Mengetahui segala sesuatu.”

Ayat tersebut menyatakan bahwa pentingnya kegiatan pencatatan transaksi keuangan, terlebih lagi transaksi yang mengandung unsur hutang piutang yang digunakan untuk penguatan bukti transaksi.

2.3 Kerangka Berfikir

Peneliti mengembangkan kerangka kerja yang berfungsi sebagai dasar untuk penelitian ini berdasarkan uraian teoritis, menentukan cara terbaik untuk menjawab pertanyaan penelitian. Gambar berikut menunjukkan kerangka kerja tersebut :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini didasarkan pada era digital 5.0 yang digunakan pada bisnis *online* Belanja Diaku yang menggunakan platform *Shopee* dengan menganalisis implementasi yang digunakan oleh Belanja Diaku.

BAB 3

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dengan menggunakan pendekatan studi kasus, peneliti meneliti secara detail bagaimana sistem informasi akuntansi (SIA) diimplementasikan pada bisnis online Belanja Diaku. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang berusaha memahami dan menjelaskan fenomena penerapan sistem informasi akuntansi (SIA) berbasis e-commerce secara mendalam.

Menurut Sugiyono (2016), engan peneliti sebagai instrumen utama, teknik pengumpulan data triangulasi (gabungan), analisis data secara induktif, dan fokus pada makna daripada generalisasi, metode penelitian kualitatif digunakan untuk mempelajari kondisi objek yang alamiah (bukan eksperimen).

1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di bisnis online Belanja Diaku yang beroperasi melalui platform *Shopee* yang wilayahnya terletak di Kabupaten Malang yang tepatnya di Jl. Wendit Utara no. 25, Mangliawan, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

1.3 Subyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini yaitu :

1. Pemilik atau *owner* dari Belanja Diaku yaitu Mei Rastika Ayu
2. Karyawan 1 yaitu Syahira Yulinar Affanda bagian *Admin* Operasional

3. Karyawan 2 yaitu Dwi Handayani bagian Keuangan atau *Accounting*
4. Karyawan 2 yaitu Hanna Sofia bagian Tim Gudang dan *packing* barang
5. Karyawan 3 yaitu Nia Septy W. bagian tim *Customer Service (Online)*

1.4 Data dan Jenis Data

Terdapat 2 jenis data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Data primer, yaitu hasil wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan. Observasi penggunaan fitur *Shopee* yang relevan untuk sistem informasi akuntansi (SIA), seperti laporan transaksi penjualan dari Belanja Diaku.
2. Data sekunder, yaitu laporan transaksi penjualan dari *Shopee* yang digunakan oleh Belanja Diaku, literatur terkait implementasi sistem informasi akuntansi (SIA) berbasis *e-commerce* dan era digital 5.0, data tentang fitur *Shopee* yang mendukung akuntansi.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Wawancara mendalam, dilakukan kepada pemilik bisnis Belanja Diaku untuk menggali lebih dalam mengenai pengalaman, dan manfaat implementasi sistem informasi akuntansi (SIA) berbasis platform *Shopee* untuk memberikan data dan informasi yang diperlukan dalam penulisan.

2. Observasi, dengan cara mengamati secara langsung bagaimana fitur-fitur Shopee digunakan dalam kegiatan akuntansi di Belanja Diaku dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian
3. Dokumentasi, mengumpulkan dokumen seperti laporan transaksi penjualan di *platform Shopee*.

3.6 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu menganalisis data yang telah diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi disederhanakan atau diolah dengan memilah informasi yang relevan kemudian data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif.

Triangulasi adalah metode untuk memverifikasi kebenaran data yang membandingkan atau memeriksa data dengan menggunakan sesuatu yang lain di luar data tersebut. Metode ini digunakan untuk analisis data kualitatif. Ada dua jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu

1. *Data Triangulation* (Triangulasi Data)

Dimana peneliti menggunakan beberapa sumber data untuk mengumpulkan data yang sama atau sejenis dan memastikan keandalan data dengan penyelidikan multi-sumber.

2. *Methodological Triangulation* (Triangulasi Metodologis)

Meskipun menggunakan pendekatan atau prosedur yang berbeda, para peneliti mengumpulkan data yang serupa. Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data ditekankan di sini, dan jauh lebih jelas untuk mencoba menggunakan sumber data yang sama untuk menilai stabilitas informasi. (Akhmad, 2015).

BAB 4

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Belanja diaku merupakan salah satu usaha pakaian *import* di Kota Malang yang telah menerapkan pentingnya melakukan *relations* baik terhadap konsumen, serta masyarakat sekitar. Sebagai bisnis online yang berdiri sejak tahun 2020, Belanja diaku cukup dikenal di Malang Raya dan daerah sekitar Jawa Timur.

Bisnis Belanja Diaku menjual pakaian bekas *import* atau barang *thrift*, dengan fokus pada produk *fashion* berkualitas tinggi dan tentu saja dengan harga terjangkau. Belanja Diaku didirikan untuk memenuhi kebutuhan *fashion* perempuan dari kalangan remaja hingga dewasa.

Bisnis ini menggunakan *platform e-commerce Shopee* dan *Tiktok Live* serta *platform* media sosial *Instagram* sebagai target utama untuk pemasaran, komunikasi, dan transaksi penjualan untuk menarik pelanggan terutama perempuan. Tujuan Belanja Diaku adalah untuk memberikan pilihan pakaian kepada perempuan, terutama generasi muda, dan memenuhi kebutuhan mereka untuk pakaian.

Belanja diaku memanfaatkan digital era 5.0, dimana manusia dan teknologi saling berinteraksi yang membuat keduanya semakin terintegrasi, dalam mengimplementasikan sistem informasi akuntansi yang berbasis digital. Sistem informasi akuntansi digunakan untuk berbagai kegiatan seperti, mencatat transaksi

yang dilakukan oleh belanja diaku, memantau stok atau barang, dan menyusun transaksi keuangan secara efisien. Dengan digunakannya *e-commerce* sebagai sarana utama dalam kegiatan transaksi penjualan, pemasaran dan komunikasi kepada konsumen belanja diaku mampu merespon permintaan pasar dengan cepat dan akurat.

Belanja diaku adalah umkm yang dirintis oleh Mei Rastika, ia memulai bisnis ini sejak masih dibangku SMK yang dimulai dengan modal awal sebesar Rp 200.000 pada tahun 2020 yang ditempuh dengan naik turunnya omset yang mulai besar namanya, bisnis Belanja diaku sempat viral pada tahun 2021 di TikTok dan omset naik hingga 200% sehingga dapat dikenal tidak hanya di Kota Malang dan sekitarnya, tetapi bisa memperluas konsumen diluar Jawa Timur, maupun luar Jawa.

Dalam memperluas area pemasaran Belanja diaku yaitu dengan cara memasarkan produk mereka dengan menggunakan Instagram sebagai sarana utama dan *TikTok Live* sebagai kegiatan promosi produk dan penjualan *check out* produk menggunakan *platform Shopee* dan bisa juga melalui *Whatsapp* admin Belanja diaku. Tidak sampai disitu saja, karena usaha *thrift* ini yang semakin maju seiring banyaknya pesanan yang datang, Mei Rastika selaku pemilik bisnis Belanja diaku yang tadinya berjalan sendiri merintis usaha ini akhirnya menambah 4 karyawannya serta perluasan area yang diliputi area pemasaran (*Live TikTok*, foto produk, area *packing*, dan *area* stock dan gudang).

4.1.2 Alamat UMKM

Jalan Wendit Utara No.24 Gg. Bumi, Mangliawan, Kecamatan Pakis,
Kabupaten Malang, Jawa Timur, 65154, Indonesia.

Tlp +62 878-8148-7536

Email. belanjadiaku@gmail.com

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

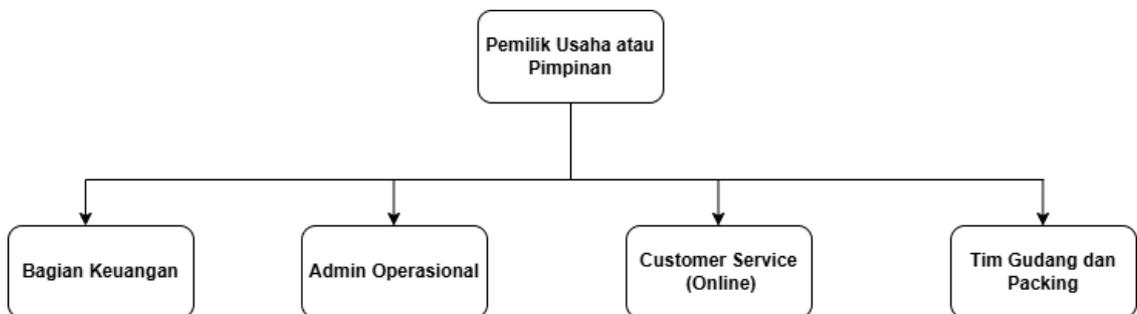
Visi dari UMKM Belanja Belanja adalah menetapkan tujuan yang bisa digunakan jangka panjang agar berkembang menjadi pelaku utama dalam industri *fashion thrift* yang berbasis *e-commerce*, menggunakan pendekatan secara adaptif terhadap transformasi digital. UMKM ini tidak hanya berusaha untuk menghasilkan keuntungan secara finansial, tetapi juga memastikan bahwa semua kegiatan yang dilakukan sesuai dengan transparansi, efisiensi kerja, dan keberlanjutan operasional.

Belanja diaku berusaha membangun lingkungan bisnis yang bertanggung jawab, adil, dan berfokus pada akuntabilitas dengan menggunakan sistem informasi akuntansi yang kompleks. Era Digital 5.0, yang menekankan kolaborasi teknologi dengan manusia, mendorong langkah ini. Diharapkan bahwa penggunaan sistem ini akan membantu proses pengambilan keputusan yang lebih baik, manajemen usaha yang lebih efisien, dan kelangsungan hidup bisnis dalam jangka panjang. Visi ini bukan hanya sekedar tujuan yang ingin dicapai untuk kepentingan usaha, namun juga menjadi motivasi bagi karyawan.

Misi

Nilai-nilai yang selalu ditanamkan oleh owner dari Belanja diaku kepada seluruh karyawannya adalah menanamkan prinsip kejujuran dan selalu taqwa kepada sang pencipta. Nilai yang ditanamkan ini sekaligus menjadi misi bagi pelaku usaha ini agar benar-benar diterapkan untuk mencapai visi dari umkm Belanja diaku. Dimana Belanja diaku selalu berusaha menyediakan produk yang berkualitas yang diproses *laundry* dan standar kebersihan yang maksimal, dan tidak hanya memperketat kualitas kebersihan Belanja diaku juga mengajarkan karyawan untuk selalu menerapkan kejujuran dalam melakukan pekerjaan yang dilakukan oleh masing-masing karyawan terlebih atas transaksi pencatatan laporan keuangan Belanja diaku.

4.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Belanja Diaku

(sumber : arsip Belanja Diaku)

4.1.5 Job Description

1. Pimpinan

Pimpinan sekaligus pemilik usaha Belanja diaku yaitu Mei Rastika yang bertanggung jawab atas mengontrol dan mengawasi seluruh kegiatan

usaha, melakukan pembagian kerja, menetapkan kebijakan didalam usahanya, menjalin kerja sama dengan *supplier*, dan memeriksa hasil kerja karyawan.

2. Staf Keuangan

Staf keuangan bertugas dalam pencatatan transaksi keuangan atas uang masuk dan keluar, mengelola arus kas dalam *Shopee*, serta melakukan kerja sama dengan bagian administrasi.

3. Admin Operasional dan Pemasaran

Admin operasional bertugas mengelola *platform e-commerce Shopee dan TikTok*, melakukan pemasaran dengan mengelola *feeds* sosial media *Instagram*.

4. Tim Gudang dan *Packing*

Pada bagian gudang dan *packing* bertugas dan bertanggung jawab dalam mengelola stok barang, *packing* pesanan konsumen dan melakukan pengiriman kepada pihak ekspedisi.

5. *Customer Service Online*

Customer Service bertugas dalam melayani pertanyaan yang diajukan oleh pihak konsumen, serta menangani keluhan via *WhatsApps* dan *Instagram*, serta barang retur bisa diajukan melalui *platform Shopee dan TikTok*.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Sistem informasi adalah suatu sistem yang mengolah data dan transaksi untuk mendapatkan informasi yang berguna untuk merencanakan, dan mengoperasikan bisnis. Sedangkan sistem informasi akuntansi merupakan bagian terpenting yang berhubungan dengan data keuangan perusahaan yang sangat diperlukan oleh manajemen perusahaan (Ramadhani et al. 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Belanja Diaku maka peneliti dapat menganalisis sistem informasi yang telah digunakan. Belanja Diaku menggunakan sistem penjualan dan pembelian secara online, yaitu yang disajikan dalam hasil wawancara berikut ini :

“ Sistem informasi penjualan dan pembelian yang digunakan di sini (Belanja Diaku) itu menggunakan sistem penjualan dan pembelian secara online. Sistem online yang dimaksud yaitu e-commerce Shopee dan TikTok Live dan sosial media Instagram dan WhatsApp.”

Belanja diaku menggunakan sistem *online* karena efektif meningkatkan pemasaran dan jumlah konsumen yang berdampak dengan peningkatan angka penjualan dan pendapatan yang dihasilkan, sistem ini sangat efektif dan efisien bagi konsumen Belanja diaku. Saat ini masyarakat mulai beralih ke *e-commerce* untuk media pembelian kebutuhan, selain efektif dan mempersingkat waktu berbagai pilihan di produk *e-commerce* juga sangat lengkap sehingga mengharuskan Belanja diaku untuk meningkatkan strategi penjualan dan memperbaiki sistem informasi akuntansi mereka.

“saat ini Belanja diaku berfokus dengan melakukan penjualan melalui e-commerce Shopee dengan melakukan pemasaran produk menggunakan TikTok Live, dan Instagram. Saat ini Instagram Belanja diaku sudah mencapai 49,3rb pengikut”.

“untuk sistem pencatatan saat ini kami masih menggunakan aplikasi platform Shopee saja sebagai platform utama penjualan, semua data transaksi yang dilakukan antara seller dan customer akan terekam otomatis di akun Shopee Belanja diaku”

“sistem pengolahan data pada transaksi online di Belanja Diaku memiliki beberapa tahapan. Yang pertama admin akan menerima notifikasi mengenai orderan yang masuk, kemudian karyawan mengecek stok barang di gudang, setelah mengambil stok barang digudang kemudian melakukan proses packing dan mencetak resi pelanggan . Jika barang sudah siap, barang akan diantar kepada pihak ekspedisi Shopee, J&T dengan proses pengiriman sekitar 2-3 hari.”

“kalau dari Instagram, biasanya customer war mulai pukul 18.00 melalui WhatsApp, lalu diarahkan bisa melakukan melalui transfer atau kita kirim link Shopee lalu dikeranjang Shopee sudah ada kode nomor pakaian, waktu checkout pesanan konsumen bisa memilih beberapa pembayaran, dikami bisa menggunakan sistem COD, transfer Virtual Account, dan bisa juga Spaylater. Hampir sama jika dari Live TikTok juga kita arahkan link Shopee yang ada di bio profil kita. (Customer Service Online Belanja Diaku)”.

4.3 Analisis Hasil Penelitian

4.3.1 Implementasi Sistem Informasi Akuntansi di Belanja Diaku

Sistem Informasi Akuntansi adalah suatu organisasi atau sistem yang terdiri dari formular, catatan, laporan, dan aplikasi pembukuan yang terkoordinasi dengan baik untuk menghasilkan, mengelola, dan menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan oleh manajemen suatu organisasi. Tujuan dari sistem informasi akuntansi adalah untuk mempermudah pengelolaan Perusahaan melalui pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan penyajian data akuntansi yang akurat dan relevan (Rusnawan, Hasyim, and Sahade 2024).

Sistem informasi akuntansi penjualan online merupakan suatu kesatuan atau kumpulan berbagai sumber daya yang saling berhubungan guna mencatat, mengelola, dan mengolah data penjualan yang dilakukan melalui internet (Hidayatis et al. 2024).

Berdasarkan dari hasil wawancara dan dokumentasi yang peneliti lakukan kepada pemilik dan karyawan Belanja Diaku, berikut merupakan hasil implementasi Sistem Informasi Akuntansi yang dijalankan :

Menggunakan sarana *platform e-commerce* yang telah terintegrasi (Shopee) yaitu Bisnis online Belanja diaku sangat memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada platform Shopee seperti Laporan Keuangan Penjualan yang ada pada fitur Seller, saldo penghasilan per bulan, histori pesanan customer. Platform Shopee juga mempunyai fitur data penjualan harian yang secara otomatis terdata seperti, metode pembayaran (Transfer Virtual Account, ShopeePay, COD, dan SPayLater). Alasan

pemilik Belanja diaku lebih memilih Platfrom Shopee sebagai transaksi penjualan sehari-hari dibandingkan dengan TikTok Shop karena pencairan dana di Shopee terbilang cepat dibandingkan dengan TikTok Shop, karena itu Belanja Diaku menggunakan fitur TikTok Live hanya untuk pemasaran.

Belanja diaku mempunyai catatan transaksi secara real time yang artinya setiap transaksi penjualan akan tercatat secara digital pada saat customer melakukan checkout di platfrom Shopee. Pada platfrom Shopee sistem akan secara otomatis mencatat setiap transaksi, biaya ongkos kirim, potongan biaya administrasi platfrom sebesar 12% dari harga jual, dan pendapatan bersih penjual yang bisa dilihat pada fitur penghasilan saya. Di Shopee pengelolaan jumlah stok barang Belanja diaku bisa secara otomatis berkurang setiap ada pembelian. Untuk pencairan dana penghasilan seller bisa dicairkan setelah dikurangi biaya admin.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu masih melakukan sitem yang manual, meskipun Belanja diaku sudah menggunakan platfrom Shopee yang cukup efisien dalam penggunaan berbagai fitur yang ada di platfrom Shopee, tetapi untuk kegiatan-kegiatan pemasaran pada TikTok, Instagram, pencatatan biaya operasional, serta melakukan penggajian masih dilakukan secara terpisah yang dilakukan dengan pembukuan secara sederhana oleh Belanja diaku.

4.3.2 Strategi- strategi penjualan yang dilakukan Belanja Diaku

Belanja diaku merupakan umkm yang menjual produk pakaian thrift yang bisa dibeli secara satuan maupun paket usaha. Produk Belanja diaku dijual kepada konsumen terutama Perempuan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fashion

yang trendi tetapi bisa diperoleh dengan harga yang cukup terjangkau dengan model-model yang trend.

Di era digital 5.0 sekarang sudah banyak sekali penjual yang membuat bisnis pakaian thrift ini yang dipasarkan secara online, selain mempermudah customer dari berbagai kota untuk menjangkaunya. Oleh karena itu, agar dapat bersaing di era digital 5.0, Belanja diaku menerapkan beberapa startegi yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran secara digital dan menaikkan omset mereka seperti :

1. Melakukan Live Selling di TikTok Live

Live selling adalah aktivitas yang dilakukan oleh pihak seller Belanja diaku untuk mempromosikan produk mereka melalui live streaming langsung, Belanja diaku melakukan live streaming setiap hari pukul 13.00 di TikTok Live. Saat melakukan live setelah pelanggan tertarik dengan produk yang mereka promosikan, customer akan diarahkan untuk checkout melalui keranjang Shopee yang ada di profil akun TikTok Belanja diaku.

2. Multi- Channel Marketing

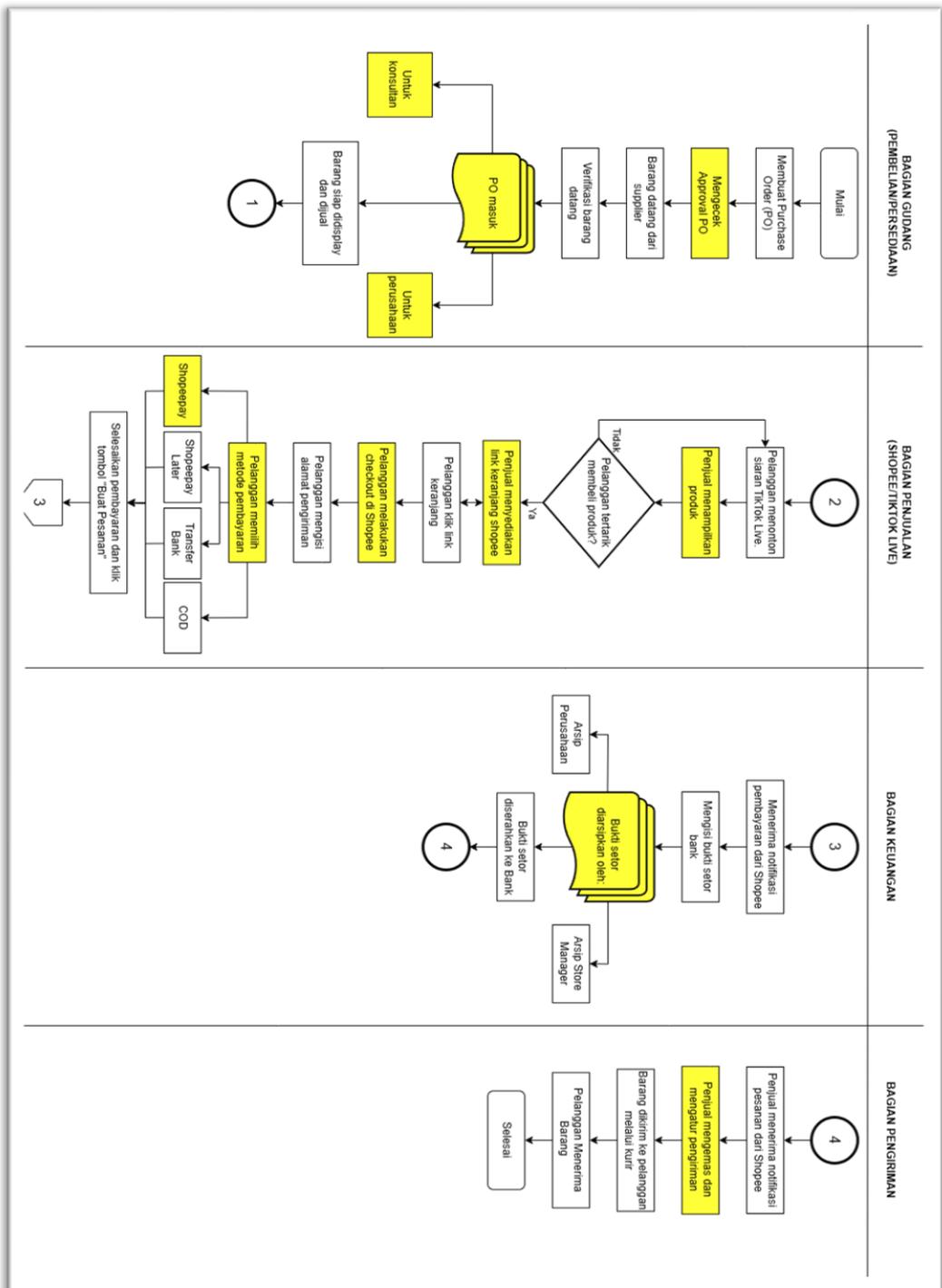
Belanja diaku memasarkan produknya diberbagai sosial media dan *platfrom* yang saat ini cukup banyak digunakan *customer* seperti, *TikTok, Intagram, dan Shopee Video*. Admin Belanja diaku juga selalu aktif diberbagai platfrom dan sosial media mereka dalam menanggapi ulasan, pertanyaan di pesan *Instagram, WhatsApp, Shopee* maupun *TikTok* guna menjaga interaksi antara penjual dan pembeli.

3. Mengadakan promo

Belanja diaku selalu mengadakan *flash sale* rutin guna untuk strategi penjualan agar menarik minat customer untuk membeli produk mereka, produk mereka juga dikemas sudah dalam keadaan dilaundry dengan bersih, rapi dan wangi.

4. Menerapkan sitem kredit (*SPayLater*)

Belanja diaku juga menerapkan opsi kepada customer dengan pembayaran kredit atau cicilan melalui fitur *SPayLater* yang ada pada platfrom Shopee, fitur ini diberikan agar memudahkan customer untuk tetap membeli produk mereka meskipun belum memiliki uang. Ternyata fitur ini dapat meningkatkan omset penjualan Belanja diaku, meskipun terdapat jeda dalam melakukan pencairan dana kepada seller.



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Belanja Diaku

4.3.3 Pembelian dan Penjualan Dalam Islam

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Qs An-Nisa':29)

Larangan merampas harta orang lain dalam ayat ini, menurut para ahli tafsir, memiliki penafsiran yang luas, termasuk pengakuan Islam terhadap hak milik pribadi yang patut dilindungi dan tidak boleh diganggu gugat. Selain itu, ayat ini juga melarang mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak jujur atau tidak sesuai syariat. Zakat dan kewajiban lainnya harus dibayarkan untuk kepentingan negara, agama, dan entitas lain jika harta pribadi memenuhi nisabnya. Meskipun seseorang sangat kaya dan banyak orang lain yang membutuhkannya, namun tidak boleh diambil secara sembarangan tanpa persetujuan pemiliknya atau setelah melalui sistem yang sah. Hal ini dikarenakan pembelian dan penjualan yang dipaksakan, terlepas dari uang atau kompensasi, adalah tidak sah. Tidak seorang pun, baik itu perusahaan maupun individu, yang boleh berlaku tidak adil kepada orang lain dalam mengejar kekayaan. Bagaimana Anda bisa mendapatkan kekayaan dengan cara yang tidak halal seperti suap, riba, perjudian, korupsi, menipu, mengurangi timbangan, dan pencurian? Selain itu, Allah melarang penghancuran diri sendiri. Ayat ini tidak hanya melarang membunuh diri sendiri, tetapi juga membunuh orang lain. Membunuh orang lain sama dengan membunuh

diri sendiri karena adanya hukum kisas yang menyatakan bahwa setiap orang yang membunuh harus dibunuh. Karena bunuh diri adalah tindakan putus asa dan menunjukkan kurangnya iman kepada petunjuk dan pertolongan Allah, maka bunuh diri dilarang. Kesimpulan dari ayat 29 kemudian menjelaskan bahwa Allah melarang orang-orang beriman untuk membunuh atau membunuh orang lain selain memakan harta dengan cara yang batil. Simpati Allah kepada para pengikut-Nya adalah alasan mengapa mereka bahagia di dunia dan akhirat. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya sebuah transaksi jual beli yang sah, jujur, dan didasarkan pada persetujuan kedua belah pihak. Hal ini sangat penting dalam e-commerce karena transaksi dilakukan secara online, oleh karena itu sangat penting bahwa detail produk, biaya, dan opsi pembayaran harus transparan untuk mencegah kehilangan produk.

صحيح مسلم ٤٥٥٩: حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ حَاتِمٍ حَدَّثَنَا بِهِرٌ حَدَّثَنَا حَمَادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ ثَابِتٍ عَنْ مُعَاوِيَةَ بْنِ قُرَّةَ عَنْ عَائِذِ بْنِ عَمْرٍو أَنَّ أَبَا سُوَيْبَانَ أَتَى عَلَى سَلْمَانَ وَصُهَيْبٍ وَبِلَالٍ فِي نَفَرٍ فَقَالُوا وَاللَّهِ مَا أَخَذْتُ سَيُوفَ اللَّهِ مِنْ عُنُقِ عَدُوِّ اللَّهِ مَأْخَذَهَا قَالَ فَقَالَ أَبُو بَكْرٍ أَنْتُمْ لَوْنٌ هَذَا لِشَيْخِ قُرَيْشٍ وَسَيِّدِهِمْ فَأَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَأَخْبَرَهُ فَقَالَ يَا أَبَا بَكْرٍ لَعَلَّكَ أَغْضَبْتَهُمْ لَئِنْ كُنْتَ أَغْضَبْتَهُمْ لَقَدْ أَغْضَبْتَ رَبَّنَا فَاتَاهُمْ أَبُو بَكْرٍ فَقَالَ يَا إِخْوَانَهُ أَغْضَبْتُمْ قَالُوا لَا يَغْفِرُ اللَّهُ لَكَ يَا أَحِي

(Hadits Sunan An-Nasa'i No. 4559)

Penjualan dengan syarat, sehingga pembelian dan syarat sah

Terjemahan : Dari Abu 'Awanah, Abdullah Muhammad bin Yahya bin Abdullah Muhammad bin Isa bin Ath Thabbah berkata, "Dari Abdullah Muhammad bin Yahya bin Abdullah Muhammad bin Isa bin Ath Thabbah, "Dari Abdullah

Muhammad bin Yahya bin Abdullah Muhammad bin Isa bin Ath Thabbah, "Dari Jabir, "Aku pernah berperang bersama Nabi -ṣallallāhu 'alaihi wa sallam- di atas unta kami, lalu aku menceritakan kisah ini, lalu Nabi -ṣallallāhu 'alaihi wa sallam- Aku percaya padamu, Rasulullah, sebagai hasil dari berkahmu. "Juallah kepadaku, dan kamu akan mendapatkan tunggangan sampai kamu sampai di Madinah," katanya. Saya menjualnya karena saya merasa terhina olehnya, meskipun saya sangat membutuhkannya. Setelah perang berakhir dan kami dekat dengan Madinah, aku meminta izin untuk pergi. Aku bersumpah, "Wahai Rasulullah, aku baru saja menikah." "Apakah Anda menikah dengan janda atau gadis?" tanya dia. Saya menyebutnya janda. Wahai Rasulullah, Abdullah bin 'Amru telah syahid dan meninggalkan beberapa anak perempuan Manah yang masih gadis, jadi aku menikahi seorang janda yang akan mendidik dan mengajar mereka. Aku tidak ingin melihat mereka bersama Manah dalam keadaan seperti itu.

Dijelaskan dalam hadist diatas bahwa hadist ini menunjukkan :

1. Konteks Transaksi dan Kejujuran: Hadis ini menunjukkan bahwa Rasulullah memberi contoh dalam hal transaksi, bahkan dalam hal membeli barang dengan sahabatnya sendiri. Unta Jabir bin Abdillah sudah 37manah dan tidak mampu melakukan perjalanan. Sifat empati dan perhatian Rasulullah terbukti 37manah dia menawar untuk membelinya, meskipun dia tahu kondisi 37manah37u buruk.
2. Akhlak Rasulullah dalam Perdagangan : Setelah membeli sesuatu, Rasulullah membayar sepenuhnya dan kemudian mengembalikan untanya kepada Jabir sebagai hadiah. Dalam perdagangan, menyempurnakan akad, membayar tepat

waktu, dan memberi lebih—bukan dalam riba, tetapi dalam ihsan—adalah praktik yang baik.

3. Nilai-nilai muamalah Islam mendorong etika, transparansi, dan kejujuran dalam jual beli. Meskipun beliau seorang Nabi dan pemimpin, Rasulullah tetap menjaga hak dan perjanjian perdagangan serta menunjukkan bahwa bisnis bukan hanya tentang keuntungan, tetapi juga tentang keberkahan dan kebaikan.

Hadist ini relevan dengan judul penelitian ini karena penting untuk menempatkan standar etis syariah untuk transaksi online, terutama di platform perdagangan seperti Shopee atau TikTok, menegaskan betapa pentingnya untuk mematuhi perjanjian, membayar dengan benar, dan menghindari pelanggaran terhadap mitra jual beli. Sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah, sistem informasi akuntansi yang efektif harus menggabungkan prinsip 38manah, kejujuran, dan keadilan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibahas oleh peneliti mengenai Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berbasis e-commerce pada bisnis online Belanja diaku, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*

Belanja diaku menggunakan platform e-commerce Shopee pada Belanja diaku berjalan cukup baik dan efektif, terlebih dalam proses pencatatan transaksi penjualan dan pembelian yang dilakukan menggunakan *platform e-commerce Shopee dan TikTok Live*. Sistem Informasi Akuntansi yang digunakan oleh Belanja diaku terintegrasi cukup baik dengan *platform e-commerce* dan pembayaran digital seperti menggunakan *ShopeePay, COD, dan transfer virtual account*, serta pencatatan transaksi keuangan arus kas yang membantu seller dalam pengelolaan data keuangan yang lebih akurat, namun pencatatan akuntansi masih belum sepenuhnya terintegrasi secara sistematis.

2. Belanja diaku memanfaatkan media sosial dan *live streaming* sebagai strategi pemasaran, terutama berkat sistem ini dan terbukti efektif dalam meningkatkan customer. Semua proses, dari pemesanan hingga pengiriman, diatur dan diotomatisasi dengan bukti digital seperti notifikasi pesanan dan bukti setor bank.

3. Meskipun diimplementasikan dengan baik, masih ada beberapa masalah. Seperti kekurangan pengawasan pengiriman, pengendalian stok secara manual, dan kekurangan analisis laporan keuangan yang lebih otomatis.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah diberikan diatas, maka peneliti memberikan saran kepada Belanja diaku berupa :

1. Belanja diaku perlu mengembangkan pelaporan keuangan dengan lebih sistematis bukan hanya dari pelaporan keuangan dari aplikasi Shopee yang bertujuan mempermudah seller dalam mengatur keuangannya secara sistematis dan efektif.
2. Belanja diaku perlu meningkatkan otomatisasi sistem akuntansi, terlebih dalam pengelolaan persediaan barang dan pencatatan stok barang yang bertujuan untuk mengurangi dalam kesalahan input manual dan mempercepat dalam proses pengecekan barang keluar dan masuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54. Diakses dari <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>
- Angely, E. I., dan Octaviani, A. (2024). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Dalam Penawaran Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Impulsive Buying (Studi Kasus: Karyawan Swasta Di Surakarta). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 14–26. Diakses dari <http://e-journal.stie-aub.ac.id>
- Ardian, F., dan Nawawi, Z. (2022). Pentingnya Pemahaman E-Commerce Bagi Masyarakat di Era Digital. *Economic Reviews Journal*, 1(2), 109–120. <https://doi.org/10.56709/mrj.v1i2.21>
- Asih, E. M. (2024). Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 73–79. Retrieved from <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba/article/view/299>
- Bahari, W. M., Nabila, A. P., Hidayat, R., dan Kusumasari, I. R. (2024). *STUDI KASUS E-COMMERCE SHOPEE: PENGARUH KONDISI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA ONLINE* (Vol. 9).
- Bordnar, G. H., dan William, H. S. (2006). *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi 9, Editor Prabantini, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Dani, R., Firayanti, Y., dan Wulansari, F. (2024). Analisis Penggunaan E-Commerce Shopee terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nadhlatul Ulama Kalimantan Barat). *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(8), 561–580. <https://doi.org/10.62335/556n6q98>
- Dewi, A. C., Liyyun, W., Andana, N. A., Lindiani, L., Asbar, M. H., Magfirah, N., dan Kunci, K. (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Melalui Penerapan E-Commerce Dan Media Sosial Pada Era Society 5 . 0. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(5), 1122–1131.
- Febriana, H., Andita, K. V., Rismarina, R. A., dan Maulana, A. (2023). Peluang Bisnis Digital di Indonesia Pada Era Society 5.0. *Jurnalku*, 3(3), 365–374. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v3i3.595>
- Gudiato, C., Sedyono, E., dan Sembiring, I. (2022). *Analisis Sistem E - Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing*. 2(1), 6–10.
- Haerudin, H. (2021). Analisis Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Pemasaran Dan Penjualan (Studi Kasus Pada Pt. Sejahtera Bersama Ritel Indonesia Dist. Bandung). *Review of Accounting and Business*, 2(1), 150–160. <https://doi.org/10.52250/reas.v2i1.450>

- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Hidayatis, A., dan Mulatsih, E. S. (2023). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Online Berbasis E – Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Umkm Pyo Jewelry). *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi)*, 8(1), 11–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.54077/jembatan.v8i1.137>
- Jannah, A. N., dan Triyanto, E. (2021). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Berbasis E- Commerce Pada Umkm (Vol. 1). <https://doi.org/10.37058/jak.v1i1.2800>
- Kristianto, G., Yuliarti, L., dan Istiningrum, R. F. (2024). Sosialisasi Dampak Profesi Akuntansi pada Era Digital 5.0. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(2), 253–263. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v4i2.3666>
- Maulana, A. R., dan Kustiwi, I. A. (2024). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 35–41.
- Nafisa, L. (2022). *ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PONDOK PESANTREN BERBASIS DIGITAL EKONOMI*.
- Pradana, M. (2015). Pemasaran Digital : Adopsi Media Sosial Pada Ukm. *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, 27(1), 174.
- Purnamasari, P. A. K., Sanjaya, I. K. P. W., dan Putra, G. S. A. (2024). *Faktor-Faktor Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee* (Vol. 5).
- Romney, M. B., dan Steinbart, P. J. (2006). *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi 9, Salemba Empat, Jakarta.
- Rosmida, R. (2019). Transformasi Peran Akuntan dalam Era Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Era Society 5.0. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 206. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1197>
- Shagari, S. L., Abdullah, A., dan Saat, R. M. (2017). Accounting information systems effectiveness: Evidence from the Nigerian banking sector. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 12, 309–335. <https://doi.org/10.28945/3891>
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta CV, Bandung.
- Tukino, Dahlan, Mekar, Yudi, dan Triyugo. (2023). *Strategi Bisnis E-Commerce*.
- Wahyu, I. N. (2021). *ANALISIS YANG MEMPENGARUHI NIAT BERTRANSAKSI ONLINE E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA DENPASAR PROVINSI BALI ANALYSIS THAT AFFECTS INTENTION TO TRANSACT ONLINE AT SHOPEE E-COMMERCE IN DENPASAR CITY, BALI PROVINCE Perkembangan dunia pemasaran kini telah mengalam. 1(2), 70–81.*

- Yuscintara, B. A., dan Hendrani, A. (2022). Pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap efektivitas kinerja keuangan pada pelaku UMKM di Tangerang. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 257–263. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2265>
- Hidayatis, Arbai, Endang Sri Mulatsih, Sazili Sazili, and Wandestarido Wandestarido. 2024. “Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Online Berbasis E – Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Umkm Pyo Jewelry).” *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, dan Akuntansi)* 8(1): 11–20. doi:10.54077/jembatan.v8i1.137.
- Ramadhani, Alfiyati N U R, Fakultas Ekonomi, D A N Bisnis, and Universitas Bhayangkara Surabaya. 2022. “IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE TERHADAP PASAR ONLINE DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN (Studi Kasus Pada Transmart Sidoarjo).”
- Rusnawan, Muh Nurtasriq, Sitti Hajerah Hasyim, and Sahade Sahade. 2024. “Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan.” *Accounting Global Journal* 8(1): 47–62. doi:10.24176/agj.v8i1.11598.

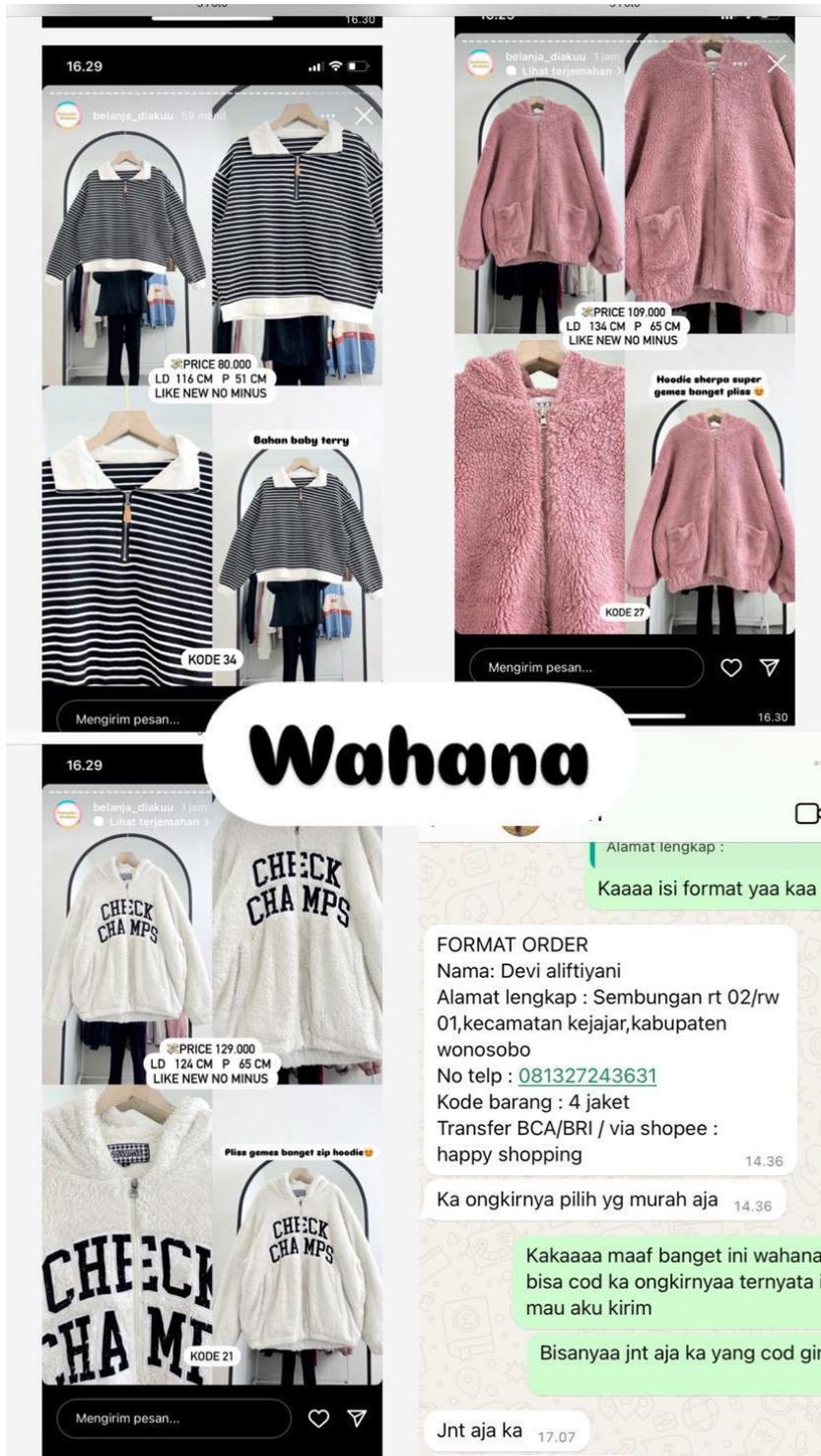
LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

1. Apa saja platform digital atau sistem yang digunakan oleh Belanja Diaku dalam proses penjualan dan pembelian produknya?
2. Bagaimana strategi pemasaran dan penjualan yang digunakan Belanja Diaku saat ini, dan platform apa yang paling diandalkan dalam aktivitas e-commerce?
3. Bagaimana sistem pencatatan transaksi penjualan dilakukan di Belanja Diaku saat ini?
4. Bagaimana alur proses pengolahan data dan pemrosesan pesanan transaksi online di Belanja Diaku sejak pesanan diterima hingga pengiriman ke pelanggan?
5. Bagaimana alur proses penjualan ketika pelanggan memesan produk dari Instagram atau TikTok Live, dan metode pembayaran apa saja yang biasa digunakan oleh pelanggan di Belanja Diaku?

Lampiran 2 Data Pendukung (Penjualan melalui Live TikTok, Data Penghasilan, Akun Seller Shopee, Stok Barang dan Gudang, Packing).





16.08

83%

< 41



+62 857-5585-7254



Nama
Alamat lengkap
Telp aktif

13.24 ✓✓



sudah ku tf

13.29

Nama : Oktavia
Alamat lengkap : Jalan Danau Bratan Timur H2 E35 (RS31SHOPHOUSE) , Sawojajar
Telp aktif : [085755857254](tel:085755857254)

13.30

+62 857-5585-7254 ~Oktavia Chasanah

Nama : Oktavia
Alamat lengkap : Jalan Danau Bratan Timur H2 E35 (RS31SHOPHOUSE) , Sawojajar



Search bar









Ada tambahan stock terbaru besti gas co lagi sale 🥰
Free biaya admin kapan lagi

🔗 SALE HOODIE SERBA 95.000



16 Variasi Tersedia



Rp90.250 ~~Rp95.000~~

448 Terjual 🍷

Star Hoodie Oversize Unisex Bahan Katun Nyaman

seller.shopee.co.id/portal/settings/shop/profile

Beranda > Profil Toko

ASISTEN AI CHAT
Chat Broadcast
Penilaian Toko

Keuangan
Penghasilan Saya
Saldo Saya
Dana Cepat
Rekening Bank
SPinjam Untuk Penjualan
Produk Keuangan

Data
Performa Toko
Kesehatan Toko

Toko
Profil Toko
Dekorasi Toko
Pengaturan Toko

Informasi dasar Informasi Bisnis Data Diri

Shopee Mall Daftar

Informasi dasar

Lihat Toko Saya Ubah

Nama Toko Belanja__diakuu

Logo Toko

Deskripsi Toko

Selamat datang di belanja__diakuu -Pengemasan 1-2 hari setelah pemesanan -Batas cek out jam 3 sore pesanan akan dikirim hari itu juga, Selebihnya kita kirim besok -Hari minggu kita close pengiriman, Pesanan yang masuk di sabtu malam-minggu akan dikirim hari senin semua WARNING ! Apabila ada kesalahan pengiriman barang / menerima barang cacat silakan chat kami dan di mohon JGN memberikan penilaian langsung lebih baik di bicarakan terlebih dahulu. Tolong bijaksana dalam memberikan penilaian.

20:10
16/05/2025

seller.shopee.co.id/datacenter/liveboard?ADTAG=mydata

Penjualan Hari Ini (WIB)
16-05-2025 20:09:18 (GMT+07)

Rp 408.678

Kriteria Utama

Total Pengunjung	Produk Dilihat
323	1.557
Pesanan	Produk
4	5
Total Pembeli	Tingkat Konversi
4	1,24%

Tren Penjualan

Penjualan(Rp)

Hari Ini 31-12-2024

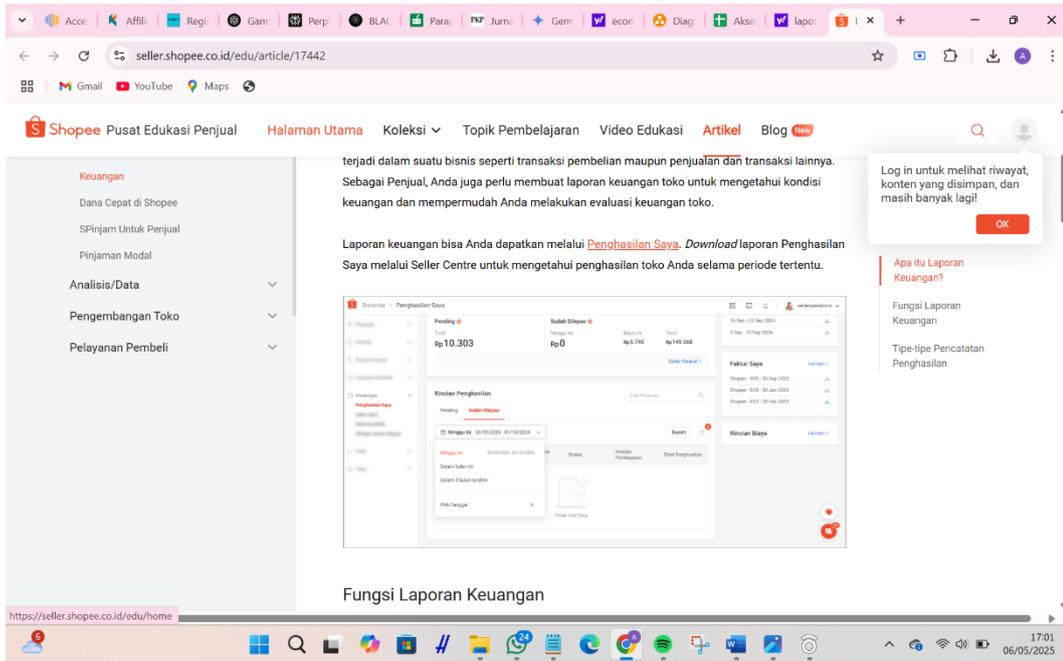
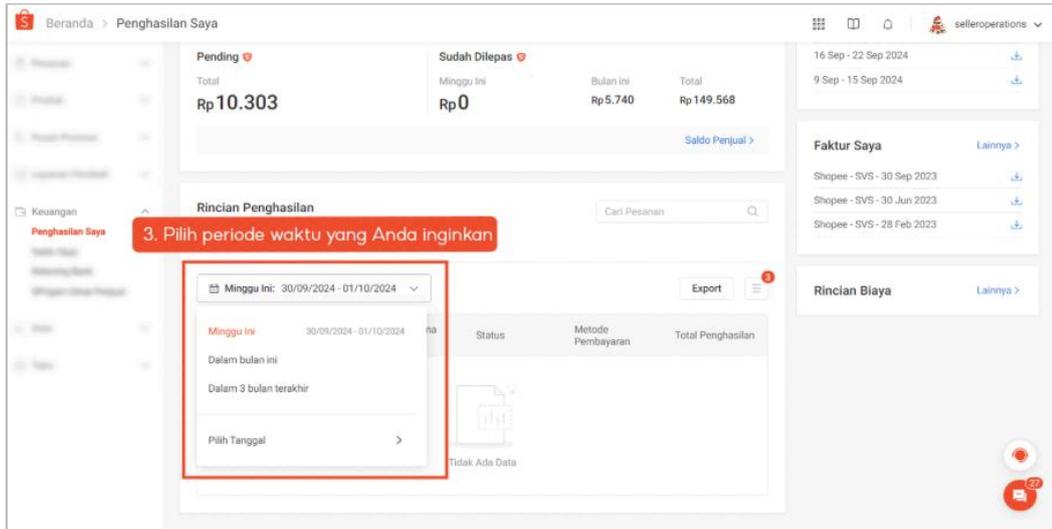
Jam

Perjual yang menggunakan iklan Shopee rata-rata mendapatkan 50% lebih banyak pesanan, buat iklanmu di sini!

5 Produk Terlaris

- KOREAN BLOUSE PREMIUM
- KNITWARE
- KOREA BLOUSE PREMIUM
- CREWNECK OVERSIZE

20:09
16/05/2025



seller.shopee.co.id/?is_from_login=true

Shopee Seller Centre

belanjadiaku.official

Yang Perlu Dilakukan

0 Pengiriman Perlu Diproses | 9 Pengiriman Telah Diproses | 0 Pengembalian/Pembatalan | 0 Produk Diblokir/Diturunkan | 13 Nominal Program Temurah

Performa Toko

Sangat baik
Semua kriteria telah memenuhi target

Performa Toko Waktu update terakhir: GMT+7 18:00(Perubahan data dibanding data kemarin) Lainnya >

Penjualan: Rp408.7K (▼ 21.39%) | Total Pengunjung: 278 (▼ 1.07%) | Produk Dilihat: 1.353 (▼ 0.29%) | Pesanan: 4 (-0.00%) | Tingkat Konversi: 1.44% (▲ 0.02%)

Program Termurah di Shopee Buka Program Termurah di Shopee >

Performa 7 Hari Terakhir: Jumlah Dilihat 276.86x | Pesanan 50.43x | Penjualan 45.24x

Berita Lainnya >

PROGRAM HEMAT BIAYA KIRIM
TOKOHU BEKA HEMAT BIAYA PENGEMBALIAN PESANAN s.d. 300RB
DAFTAR SEKARANG

Ada yang Spesial untuk Live-mu!
Jangan cuma dipajang! VOUCHER DISKON s/d 100RB udah siap untuk diobangin di sesi Live-mut
15 Mei 2025

Voucher Toko 1JT Menantimu!
Hanya untukmu! Dapatkan keuntungan tambahan Voucher Toko 1JT!

seller.shopee.co.id/portal/finance/income/statement

Beranda > Penghasilan Saya > Catatan Transaksi Penghasilan

belanjadiaku.official

Catatan Transaksi Penghasilan

Hanya catatan transaksi dalam 12 bulan terakhir yang akan dipertahankan. Silahkan download salinan PDF laporan untuk Anda simpan.

Bulan: 01/01/2024 - 31/12/2024 Download Semua

Catatan Transaksi	Total Penjualan	Tanggal	Aksi
Statement: 2024 - 12	Rp24.611.000	31 Des 2024	Download
Statement: 2024 - 11	Rp22.341.000	30 Nov 2024	Download
Statement: 2024 - 10	Rp17.681.000	30 Okt 2024	Download
Statement: 2024 - 09	Rp17.181.000	30 Sep 2024	Download
Statement: 2024 - 08	Rp17.303.703	31 Ags 2024	Download
Statement: 2024 - 07	Rp16.801.900	31 Jul 2024	Download
Statement: 2024 - 06	Rp3.483.140	30 Jun 2024	Download
Statement: 2024 - 05	Rp23.550.965	31 Mei 2024	Download

Laporan Terakhir

Laporan yang belum didownload:

Nama Laporan	Status
Catatan Transaksi pada 20240101 - 20241231.zip	Sedang Diproses

Lihat semua di [Laporan Toko](#)

seller.shopee.co.id/portal/finance/income?dateStart=2024-01-01&dateEnd=2024-12-31

Beranda > Penghasilan Saya

Pesanan Saya

Informasi Penghasilan

Nominal "Pending" dan "Sudah Dilepas" ini belum termasuk biaya penyesuaian. Download Laporan Penghasilan atau Catatan Transaksi Penghasilan untuk melihat rincian penyesuaian.

Pending	Sudah Dilepas		Bulan ini	Total
	Total	Minggu Ini		
Rp 1.501.859	Rp 3.445.980	Rp 13.512.311	Rp 716.660.584	

Rincian Penghasilan

Pending **Sudah Dilepas**

Pilih Tanggal: 01/01/2024 - 31/12/2024

Pesanan	Tanggal Dana Dilepaskan	Status	Metode Pembayaran	Totz Pen

Berita

Update Program Gratis Ongkir...
Simak informasi keuntungan & biaya layanan terbaru program...
Hari ini 17:00

Mau Iklan Tapi Takut Rugi?
Di Affiliate Marketing Solution, Kamu cuma bayar komisi iklan...
Hari ini 00:00

Catatan Transaksi Penghasilan

5 Mei - 11 Mei 2025
28 Apr - 4 Mei 2025
21 Apr - 27 Apr 2025

seller.shopee.co.id/portal/sale/shipment?type=toship&source=to_process&sort_by=confirmed_date_asc

Beranda > Pesanan Saya

Pesanan Saya

Semua Belum Bayar **Perlu Dikirim (1)** Dikirim (20) Selesai Pengembalian/Pembatalan

Tipe Pesanan **Pesanan Reguler (1)** Instant (0)

Status Pesanan **Perlu diproses** Telah diproses (1)

No. Pesanan Masukkan no. pesanan Jasa Kirim All Channels **Terapkan** **Reset**

Dapatkan escrow setelah barang dikirim

0 Paket Urutkan: Tanggal Pesanan Siap Dikirim (Terlama ke Terbaru) **Pengiriman Massal**

Produk	Harga Total	Status	Hitungan Mundur	Jasa Kirim	Aksi

seller.shopee.co.id/portal/sale/mass/ship?mass_shipment_tab=201&filter.shipping_method=80088&filter.order_item_filter_type=item...

Beranda > Pengiriman Massal

Pengiriman Massal

Buat Dokumen **Input No. Resi Massal**

Daftar Proses Pengiriman 99+
 Dapatkan escrow setelah barang dikirim

Tipe Pesanan **Pesanan Reguler (0)** Instant (0)

Batas Pengiriman **Semua** Terlambat (0) Kurang dari 24 jam (0) Lebih dari 24 jam (0)

Jasa Kirim **SPX Standard (0)** SPX Hemat (0) Agen SPX Express (0)
 SPX Express Point (0) Jasa Pengiriman Lainnya (0)

Lihat lebih banyak

0 Paket Urutkan: Tanggal Pesanan Siap Dikirim (Terlama ke Terbaru)

Produk	No. Pesanan	Pembeli	Jasa Kirim	Waktu Pesanan Siap Dikirim	Status Pesanan
0 Paket					

Atur Pengiriman Massal

0 Pesanan Gabungan dipilih

Pickup

Alamat Toko **Ubah**
Tika 6287881487536 TOKO
 Wendit Utara, Cg Bumi I, RT.3/RW.7,
 Mangliawan, Pakis no 24
 KAB. MALANG - PAKIS
 JAWA TIMUR
 ID 65154

Tanggal
 Select

Preferensi Jam Pickup akan disesuaikan

seller.shopee.co.id/portal/sale/returnrefundcancel

Beranda > Pengembalian/Pembatalan

Pengumuman Bagaimana pengalaman Pengembalian-mu selama ini? Nilai dan berikan masukan untuk kami di halaman Rincian Pengembalian.

Semua Pengembalian Pembatalan Pengiriman Gagal Lihat Tingkat Pesanan Tidak Terselesaikan

Semua Dalam Pengecekan Sedang Dikembalikan Dana Dikembalikan ke Pembeli Banding Diajukan Ditolak/Dibatalkan

Prioritas **Semua** Kurang dari 1 hari Kurang dari 2 hari

Aksi **Perlu Diskusi** Kirim Bukti Perlu Dicek Penjual Tinjau Pengembalian Dana Disetujui Shopee

Cari Pengajuan Masukkan No. Pengajuan/No. Pesanan/No. Resi/N... **Semua Aksi** Pilih Opsi

Cari **Atur Ulang** **Lihat lebih banyak**

1685 Pengajuan **Atur** **Export**

Produk	Jumlah	Alasan Pengajuan	Solusi Pengajuan	Status Pengajuan	Pengiriman ke Pembeli	Pengembalian ke Penjual	Aksi
1685 Pengajuan							

seller.shopee.co.id/portal/all-settings/shipping/shipping-channel

Beranda > Pengaturan Toko > Jasa Kirim

Akun & Keamanan **Pengiriman** Pembayaran Chat Notifikasi Mode Libur Aplikasi Pihak Ketiga

Pengaturan Alamat **Jasa Kirim** Dokumen Pengiriman Jam Operasional Asuransi Pengiriman Program Hemat Biaya Kirim

Cek pengaturan jasa kirim tokomu di halaman ini.

Reguler (Cashless) [Jasa Kirim Diaktifkan] [COD aktif]
Layanan pengiriman dengan durasi pengiriman 2-7 hari tergantung lokasi tujuan. Tutup

COD

Anteraja Reguler **COD**
COD tersedia, menjangkau 32% rute pengiriman 🔍

ID Express **COD** 🔍

JNE Reguler 🔍

Ninja Xpress 🔍

20:00
16/05/2025

seller.shopee.co.id/portal/product/list/live/all

Beranda > Produk Saya

Pengaturan Produk Pengaturan Massal + Tambah Produk Baru

Semua **Live (16)** Perlu Tindakan (0) Sedang Ditinjau Shopee (0) Belum Ditampilkan (868)

Semua Perbaiki Produk Baru (0) Tinjau Rincian Produk (16) Tambah Stok (9)

Cari Produk Cari Nama Produk, SKU Induk, Kode Variasi, ID Produk Kategori Produk Cari berdasarkan kategori

Program Shopee Pilih Tipe Produk Pilih

Terapkan Atur ulang

16 Produk 🔍

Produk	Penjualan	Harga	Stok	Kualitas Informasi Produk	Aksi
KNITWARE	562	Rp109.000	35	Perlu Ditingkatkan	Ubah

20:01
16/05/2025

seller.shopee.co.id/portal/product/list/live/all

Beranda > Produk Saya

Semua **Live (16)** Perlu Tindakan (0) Sedang Ditinjau Shopee (0) Belum Ditampilkan (868)

16 Produk

Produk	Penjualan	Harga	Stok	Kualitas Informasi Produk	Aksi
<input type="checkbox"/> KNIWARE SKU Induk: - ID Produk:19038049730	562	Rp109.000	35	Perlu Ditingkatkan 3 informasi tidak sesuai standar dan dapat mempengaruhi penjualannya	Ubah Iklankan Lainnya
<input type="checkbox"/> 8, Id124/66 Kode Variasi: -	0	Rp109.000	1		
<input type="checkbox"/> 40, Id100/52 Kode Variasi: -	0	Rp109.000	1		
<input type="checkbox"/> 53, Id92/50 Kode Variasi: -	0	Rp109.000	1		

Lihat Semua (32 SKU Produk) v

seller.shopee.co.id/portal/product/new?from=sidebar

Beranda > Produk Saya > Tambah Produk Baru

Informasi Produk Informasi Penjualan Pengiriman Lainnya

Informasi Produk

Foto Produk

*Foto 1:1

Tambahkan Foto (0/9)

Foto 3:4 Buat produk fashion-mu terlihat lebih menarik dengan foto berukuran 3:4. [Pelajari lebih lanjut](#)

Video Produk

- File video maks. harus 30Mb dengan resolusi tidak melebihi 1280 x 1280px.
- Durasi: 10-90detik
- Format: MP4
- Catatan: Kamu dapat menampilkan produk saat video sedang diproses. Video akan muncul setelah

Kembali Simpan & Arsipkan **Simpan & Tampilkan**

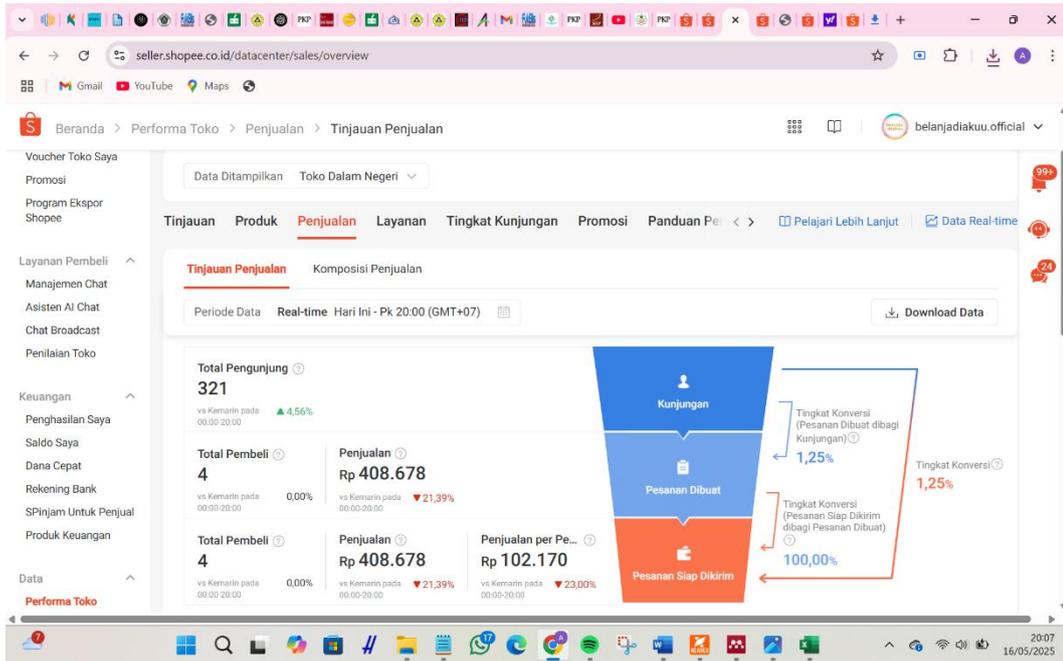
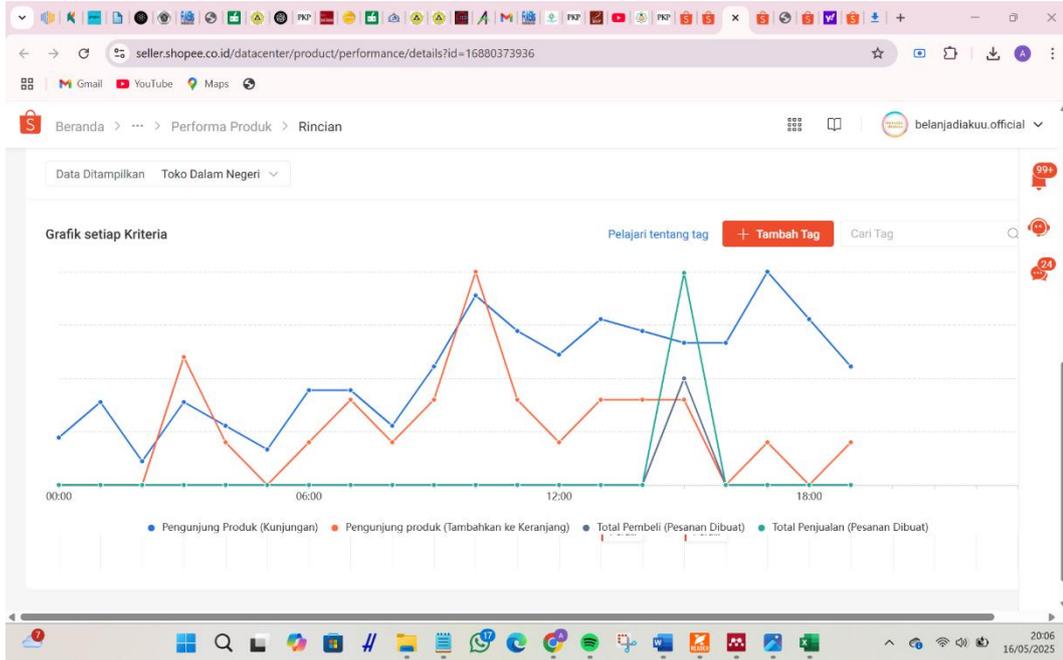
Preview

Rincian Produk

0 Variasi Tersedia

Beli Sekarang

Hanya untuk referensi saja, tampilan di aplikasi mungkin akan sedikit berbeda.



Lampiran 3 Biodata Penulis

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Arwinda Rahmadhany
Tempat/Tanggal Lahir : Malang, 07 Desember 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Ds. Mangliawan Kec. Pakis Kab. Malang
Nomor HP : +62 82132346139
Email : arwindarahma07@gmail.com

Pendidikan Formal

2008 – 2014 : SDN Mangliawan 1
2014 – 2017 : SMPN 1 Pakis
2017 – 2020 : SMKN 8 Malang
2021 – Sekarang : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2021 – 2022 : Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Malang
2021 – 2022 : Kelas PKPBA
2021 – 2022 : Kelas PKPBI

Riwayat Organisasi

Anggota Koperasi Mahasiswa Padang Bulan

Lampiran 4 Lembar Pengesahan Proposal Skripsi

6/16/25, 3:41 PM

Print Pengesahan

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
BERBASIS *E-COMMERCE* PADA BISNIS *ONLINE* BELANJA
DIAKU DI ERA DIGITAL 5.0

Oleh
ARWINDA RAHMADHANY
NIM : 210502110137

Telah diseminarkan Pada 13 Desember 2024

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1 Penguji I

Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D

NIP. 197606172008012020



2 Penguji II

Lutfi Ardhani, S.E., M.S.A

NIP. 198505282019031005



3 Penguji III

Zuraidah, M.S.A

NIP. 197612102009122001



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D
NIP. 197606172008012020

Lampiran 5 Jurnal Bimbingan

6/19/25, 9:11 AM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210502110137
Nama : Arwinda Rahmadhany
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Dosen Pembimbing : Zuraidah, M.S.A
Judul Skripsi : **ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA BISNIS ONLINE "BELANJA DIAKU" DI ERA DIGITAL 5.0**

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	9 Oktober 2024	Bimbingan terkait dengan judul yang belum di ACC oleh pihak Perusahaan GAN	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	28 Oktober 2024	Bimbingan mengenai ganti judul dengan objek Bisnis Online Belanja Diaku	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	14 November 2024	Ganti judul menjadi Analisis Tantangan dan Solusi dalam Implementasi SIA Berbasis E-commerce Shopee pada Bisnis Online Belanja Diaku di Era Digital dengan menggunakan Sistem CRM	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	19 November 2024	Menemui bu zura terkait judul tersebut kemudian diarahkan menjadi judul "ANALISIS SA BERBASIS E-COMMERCE PADA BISNIS ONLINE BELANJA DIAKU PADA ERA DIGITAL 5.0"	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	3 Desember 2024	bimbingan terkait bab 1-3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	6 Desember 2024	revisi bab 1-3 dan pendaftaran sempro	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	15 Mei 2025	diskusi mengenai submit jurnal	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	3 Juni 2025	bimbingan terkait skripsi bab 1-5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	5 Juni 2025	skripsi sudah di ACC	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Lampiran 6 Keterangan Bebas Plagiarisme

6/19/25, 9:02 AM

Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Arwinda Rahmadhany
NIM : 210502110137
Konsentrasi : Sistem Informasi Akuntansi
Judul Skripsi : **ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS
E-COMMERCE PADA BISNIS ONLINE "BELANJA DIAKU" DI ERA
DIGITAL 5.0**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
23%	22%	11%	8%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Juni 2025

UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd

Lampiran 7 Lampiran Surat Izin Penelitian Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jl. Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881
Website : fe.uin-malang.ac.id Email : fe@uin-malang.ac.id

Nomor : B-4290/F.Ek.1/PP.00.9/12/2024 11 Desember 2024
Perihal : Izin Penelitian Skripsi

Yth. Mei Rastika Ayu Bisnis Online Belanja Diaku
Jl. Wendit Utara No.24 Gg. Bumi, Mangliawan, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang,
Jawa Timur, 65154, Indonesia.

di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk melakukan penelitian lapangan pada lembaga atau perusahaan.

Oleh karena itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya berkenan untuk memberikan ijin penelitian di instansi atau perusahaan Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa kami :

Nama : Arwinda Rahmadhany
NIM : 210502110137
Program Studi : Akuntansi
Semester : VII (Tujuh)
Contact Person : 082132346139
Judul Penelitian : Analisis Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce Shopee pada Bisnis Online Belanja Diaku di Era Digital 5.0
Dosen Pembimbing : Zuraidah, M.S.A
Waktu Pelaksanaan : 09 Desember 2024 s.d 01 Mei 2025

Perlu kami sampaikan bahwa data-data yang diperlukan sebatas kajian keilmuan dan tidak dipublikasikan.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Siswanto

Tembusan disampaikan kepada Yth :
1. Dekan Sebagai Laporan,
2. Kabag Tata Usaha,
3. Arsip.