

## PERAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (STUDI LITERATUR)

Rina Widaningsih<sup>1\*</sup>, Silmi Fatimah<sup>2</sup>, Resti Robbani Kurniawan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Teknologi Digital, Jl. Cibogo No.Indah 3, Mekarjaya Kec.Rancasari, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia, 40000

email: rina10424006@digitechuniversity.ac.id\*, silmi10424007@digitechuniversity.ac.id\*, resti10424010@digitechuniversity.ac.id

**Abstract.** *Massive digital transformation has driven the integration of e-commerce into various aspects of business operations, including the management of accounting information systems (AIS). This study aims to analyze the role of e-commerce in enhancing the quality of AIS across various business scales in Indonesia. A literature review method with a descriptive-qualitative approach was employed, examining relevant scientific journals, reference books, and academic articles, with a priority on publications from the last five years. A comparative analysis of empirical findings from various sources was conducted to identify patterns, consistencies, and variations in previous research results. The study reveals that e-commerce adoption has a positive and significant impact on AIS quality through several key mechanisms: automation of the transaction recording cycle, real-time financial data integration, minimization of recording errors (human error), enhanced information transparency, and the availability of more comprehensive electronic audit trails. However, improvements in AIS quality do not occur automatically; rather, they are moderated by contextual factors such as user competence and digital literacy, technological infrastructure readiness, and the effectiveness of organizational internal controls. These findings are analyzed and explained through three theoretical frameworks: the Technology Acceptance Model (TAM), the Resource-Based View (RBV), and Signaling Theory. The study affirms that integrating e-commerce with AIS is an unavoidable strategic necessity in meeting the demands of the digital business landscape, while also emphasizing the importance of strengthening human resource capacity as a primary prerequisite for the successful transformation of technology-based accounting systems.*

**Keywords:** *E-commerce, Accounting Information System, Digital Transformation, Information Quality, Digital Literacy.*

**Abstrak.** Transformasi digital yang berlangsung secara masif telah mendorong integrasi *e-commerce* ke dalam berbagai aspek operasional bisnis, termasuk dalam pengelolaan sistem informasi akuntansi (SIA). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *e-commerce* dalam meningkatkan kualitas sistem informasi akuntansi pada berbagai skala usaha di Indonesia. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif, melalui kajian terhadap jurnal ilmiah, buku referensi, dan artikel akademis yang relevan, dengan prioritas pada publikasi dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Analisis dilakukan secara komparatif terhadap temuan-temuan empiris dari berbagai sumber untuk mengidentifikasi pola, konsistensi, maupun variasi hasil penelitian terdahulu. Hasil kajian menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas sistem informasi akuntansi melalui beberapa mekanisme utama, yakni otomatisasi siklus pencatatan transaksi, integrasi data keuangan secara *real-time*, minimalisasi risiko kesalahan pencatatan (*human error*), penguatan transparansi informasi, serta tersedianya jejak audit elektronik (*audit trail*) yang lebih komprehensif. Meskipun demikian, peningkatan kualitas sistem informasi akuntansi tidak terjadi secara otomatis, melainkan dimoderasi oleh sejumlah faktor kontekstual, di antaranya kompetensi dan literasi digital pengguna, kesiapan infrastruktur teknologi, serta efektivitas pengendalian internal organisasi. Temuan-temuan tersebut dianalisis dan dijelaskan melalui tiga landasan teoritis, yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Resource Based View (RBV)*, dan *Signaling Theory*. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi *e-commerce* dengan sistem informasi akuntansi

merupakan kebutuhan strategis yang tidak dapat dihindari dalam menghadapi tuntutan bisnis digital, sekaligus menekankan pentingnya penguatan kapasitas sumber daya manusia sebagai prasyarat utama keberhasilan transformasi sistem akuntansi berbasis teknologi.

**Kata kunci:** *E-commerce*; Sistem Informasi Akuntansi; Transformasi Digital; Kualitas Informasi; Literasi Digital.

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah menyebabkan perubahan signifikan dalam kegiatan bisnis, khususnya dalam penggunaan *e-commerce* sebagai media transaksi dan pengelolaan informasi perusahaan. Sebelum berkembangnya *e-commerce*, aktivitas bisnis umumnya masih menggunakan sistem konvensional atau manual, seperti pencatatan transaksi secara tertulis dan pengelolaan data keuangan yang belum terintegrasi dengan teknologi. Kondisi tersebut sering menimbulkan berbagai permasalahan seperti keterlambatan penyajian laporan, tingginya risiko kesalahan pencatatan, serta rendahnya akurasi informasi keuangan. Bahkan dalam praktik UMKM, banyak pelaku usaha masih mengandalkan pencatatan manual atau tidak memiliki sistem pembukuan sama sekali sehingga informasi keuangan menjadi tidak andal dan sulit digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan (Ni Kadek Yuniati Sukmantari, 2022).

Di Indonesia, jumlah pengguna *e-commerce* terus bertambah setiap tahunnya. (Nuryahya et al., 2019) menjelaskan bahwa jumlah pengguna *e-commerce* meningkat dari 25 juta pada tahun 2016 menjadi 44 juta pada tahun 2019. Selain itu, Laila dan Lidyah dalam Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital (2025) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan mencapai 99 juta orang pada tahun 2029. Situasi ini menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis tidak hanya mengubah cara transaksi perdagangan, tetapi juga berpengaruh terhadap pengelolaan data dan sistem informasi akuntansi di perusahaan serta UMKM. Dalam praktiknya, *e-commerce* dapat membantu pelaku usaha meningkatkan efektivitas transaksi, memperluas jangkauan pasar, dan mempercepat penyajian laporan keuangan.

Namun, di balik perkembangan tersebut masih terdapat berbagai permasalahan yang berkaitan dengan kualitas sistem informasi akuntansi. (Pahlevi et al., 2021) menjelaskan bahwa penggunaan *e-commerce* memang berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi, tetapi pengaruh tersebut belum optimal karena masih banyak faktor lain yang memengaruhi kualitas sistem tersebut. Selain itu, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami penggunaan teknologi informasi dan *e-commerce* secara maksimal, terutama terkait kemampuan penggunaan internet serta keterbatasan infrastruktur pendukung.

Permasalahan lain juga terlihat pada rendahnya kualitas pengelolaan keuangan UMKM. (Ni Kadek Yuniati Sukmantari, 2022) menemukan bahwa sebagian pelaku UMKM belum mampu melakukan pengelolaan keuangan dan penyusunan laporan keuangan secara optimal akibat kurangnya pemahaman terhadap sistem informasi akuntansi. Kondisi ini menyebabkan informasi akuntansi yang dihasilkan belum sepenuhnya relevan, akurat, dan tepat waktu sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, dalam konteks *e-commerce*, sistem informasi akuntansi juga dituntut mampu menyediakan informasi yang aman, transparan, dan terintegrasi, namun masih ditemukan keterbatasan kompetensi pengguna serta penggunaan perangkat lunak akuntansi yang belum optimal.

Penelitian mengenai peran *e-commerce* terhadap kualitas sistem informasi akuntansi menjadi penting karena sistem informasi akuntansi yang berkualitas dapat mendukung efektivitas operasional perusahaan. Bodnar dan Hopwood dalam (Pahlevi et al., 2021) menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi merupakan sistem yang mengubah data keuangan menjadi informasi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan. Selain itu, (Nuryahya et al., 2019) menyatakan bahwa perkembangan transaksi digital menuntut adanya sistem informasi akuntansi yang mampu memberikan keamanan, transparansi, dan kemudahan akses informasi bagi pengguna.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda-beda. (Pahlevi et al., 2021) menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi, sedangkan (Ni Kadek Yuniati Sukmantari, 2022) menemukan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sementara itu, (Lidyah, 2025) menekankan pentingnya penerapan sistem informasi akuntansi berbasis syariah dalam menciptakan ekosistem *e-commerce* yang berkualitas. Perbedaan fokus penelitian tersebut menunjukkan masih adanya research gap, khususnya terkait bagaimana *e-commerce* tidak hanya berdampak pada kinerja usaha, tetapi juga terhadap peningkatan kualitas sistem informasi akuntansi.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran *e-commerce* dalam meningkatkan kualitas sistem informasi akuntansi dengan menggunakan metode studi literatur. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana penggunaan *e-commerce* dapat mendukung kualitas informasi akuntansi, meningkatkan efisiensi pengelolaan data keuangan, serta menjadi bagian penting dalam transformasi digital bisnis di Indonesia

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Pengertian Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan sistem yang dirancang untuk mengumpulkan, menyimpan, mengolah, dan menghasilkan informasi keuangan yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan (Zamzani et al., 2021, p. 1). (Romney, M. B., & Steinbart, 2018, p. 36) menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi adalah sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan mengolah data untuk menghasilkan informasi bagi pengambil keputusan. Menurut Susanto (2013), kualitas SIA tercermin dari keterpaduan unsur-unsur sistem yang mampu menghasilkan informasi yang akurat, relevan, tepat waktu, fleksibel, dan mudah diakses oleh pengguna. Sistem yang berkualitas tidak hanya memberikan keputusan strategis pada setiap tingkatan manajemen. (Zamzani et al., 2021) menambahkan bahwa sistem informasi akuntansi yang baik harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan kebutuhan organisasi terutama di era digital yang berkembang sangat cepat.

Dalam buku sistem informasi akuntansi (2021), Dandago dan Rufai menjelaskan bahwa sistem informasi adalah seperangkat kesatuan dari suatu subsistem yang saling terkait dan saling bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, mengubah, dan mendistribusikan informasi untuk perencanaan pembuatan keputusan dan pengendalian. Sistem informasi juga didefinisikan sebagai suatu alat yang terintegrasi di lapangan dengan sistem informasi dan teknologi suatu perusahaan (Zamzani et al., 2021, p. 3).

Sistem informasi akuntansi menurut Steven A. Moscovice adalah suatu komponen organisasi yang mengumpulkan, menggolongkan, mengolah, dan mengomunikasikan informasi keuangan yang relevan untuk pengambilan keputusan kepada pihak-pihak seperti inspeksi pajak, investor, dan kreditur dan pihak-pihak dalam terutama manajemen.

Fungsi utama sistem informasi akuntansi adalah memproses transaksi keuangan dan non keuangan yang berpengaruh langsung terhadap proses transaksi keuangan (Zamzani et al., 2021, p. 4).

#### **Jenis-Jenis Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem informasi akuntansi dibagi menjadi tiga jenis utama. Pertama, sistem manual yang mengandalkan kertas dan tenaga manusia dalam seluruh proses pengolahan data, sehingga rentan terhadap kesalahan dan kurang efisien. Kedua, sistem transaksi berbasis Komputer yang memanfaatkan teknologi komputer untuk memproses data secara lebih cepat, akurat dan mampu menangani berbagai format informasi secara bersamaan. Ketiga sistem database yang mengintegrasikan seluruh data organisasi dalam suatu sistem terpadu guna menghindari duplikasi data, menghemat waktu dan biaya serta memungkinkan perusahaan mengelola informasi keuangan maupun nonkeuangan secara lebih efisien melalui pendekatan seperti ERP dan data *warehouse* (Zamzani et al., 2021, p. 6).

#### **Pengguna Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem informasi akuntansi dibutuhkan oleh dua kelompok pengguna yaitu pihak eksternal seperti investor dan kreditor yang memerlukan laporan keuangan, serta pihak internal perusahaan yang menggunakan informasi akuntansi untuk memaksimalkan laba (Zamzani et al., 2021, p. 8).

#### **Tujuan Sistem Informasi Akuntansi**

Dalam pengembangannya, sistem informasi akuntansi dirancang untuk mencapai tiga tujuan utama: meningkatkan kualitas informasi, memperkuat pengendalian internal, dan menekan biaya operasional. Ketiga tujuan ini saling berkaitan namun terkadang saling bertentangan, sehingga perusahaan perlu menyeimbangkan antara efisiensi biaya dan kompleksitas sistem yang dibangun. Secara lebih luas, sistem informasi bertujuan untuk mendukung kegiatan operasional sehari-hari, membantu manajemen dalam pengambilan keputusan, memenuhi kewajiban pelaporan dan pertanggungjawaban serta mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian sistem informasi akuntansi berperan penting sebagai penyedia informasi yang handal bagi seluruh pemangku kepentingan perusahaan (Zamzani et al., 2021, p. 8).

#### **Fungsi Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem informasi akuntansi menjalankan lima fungsi utama yang saling berkaitan. Pertama, fungsi pengumpulan data yang mencakup proses input, validasi, dan verifikasi data transaksi. Kedua, fungsi pemrosesan data yang mengubah input menjadi output melalui berbagai tahapan seperti pengklasifikasian, pengurutan, pengelompokan, hingga perbandingan data. Ketiga, fungsi pengendalian data yang bertujuan menjaga keamanan aset perusahaan sekaligus memastikan data yang diproses bersifat akurat dan lengkap. Kelima, fungsi penghasil informasi yang mencakup interpretasi, pelaporan, dan penyampaian informasi kepada pihak yang membutuhkan (Zamzani et al., 2021, p. 10).

#### **Pengertian E-Commerce**

Secara umum, *e-commerce* atau *electronic commerce* lebih dikenal masyarakat luas sebagai perdagangan elektronik yang merupakan bagian dari bisnis elektronik, dimana semua kegiatannya berhubungan dengan transaksi online melalui internet atau jaringan elektronik lainnya seperti transaksi perdagangan, perbankan, dan penyedia jasa (Adeo et al., 2023).

Bloomenthall (2022) mendefinisikan *e-commerce* sebagai aktivitas perusahaan dan individu yang membeli dan menjual barang dan jasa melalui internet, sedangkan Turban et al. (2018) menekankan bahwa *e-commerce* berhubungan dengan penggunaan

internet dan jaringan lainnya untuk membeli, menjual, dan mengirimkan data, barang, dan jasa (Hartono, 2024, p. 17).

(Pradana et al., 2023, p. 1) menambahkan bahwa *e-commerce* sebagai metodologi bisnis modern yang memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan perusahaan, vendor, dan pelanggan dalam mengurangi biaya sekaligus meningkatkan kualitas produk dan kecepatan layanan.

*E-commerce* merupakan kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui jaringan internet, yang perkembangannya sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi sehingga proses transaksi dan pemasaran produk kini dapat dilakukan secara elektronik. Secara umum, *e-commerce* adalah perdagangan elektronik berupa pemasaran atau transaksi barang dan jasa yang dilakukan melalui sistem elektronik, mencakup transfer dana, pemasaran online, dan jual beli, serta memerlukan teknologi basis data, *e-mail*, sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran (Anggraeni et al., 2022, p. 4).

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan sistem transaksi jual beli barang, jasa, dan informasi serta transfer pembayaran yang dilakukan secara elektronik melalui internet atau jaringan telekomunikasi komputer yang melibatkan berbagai pihak baik perusahaan maupun individu. Di Indonesia *e-commerce* menjadi salah satu kotributor utama dalam pertumbuhan ekonomi digital, didukung oleh meningkatnya jumlah pengguna internet, kemudahan akses, serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan belanja daring bahkan di daerah pedesaan.

#### **Jenis-Jenis E-Commerce**

*E-commerce* dibagi menjadi enam golongan berdasarkan pelaku transaksinya. *Business to Business* (B2B) merupakan transaksi antara perusahaan dengan perusahaan lain dalam jumlah besar atau grosir. *Business to Consumer* (B2C) adalah aktivitas perusahaan yang menjual produk atau jasa langsung kepada konsumen secara eceran. *Consumer to Consumer* (C2C) merupakan transaksi antar individu yang menjual barang bekas kepada orang lain melalui internet. *Consumer to Business* (C2B) adalah aktivitas individu yang menjual produk atau layanan kepada perusahaan. *Business to Public Administration* (B2A) merupakan transaksi antara bisnis dan lembaga pemerintah, sedangkan *Consumer to Public Administration* (C2A) adalah transaksi antara individu dan lembaga pemerintah yang umumnya berbentuk jasa dan masih jarang ditemui di Indonesia (Anggraeni et al., 2022, p. 6).

#### **Manfaat E-Commerce**

*E-commerce* menawarkan berbagai manfaat yang menjadikannya pilihan utama dalam dunia perdagangan modern. Dari sisi jangkauan, *e-commerce* memungkinkan penjual dan pembeli bertransaksi tanpa batas geografis maupun waktu, karena dapat beroperasi selama 24 jam dengan biaya operasional yang jauh lebih hemat dibandingkan toko fisik. Selain itu, pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk membangun atau menyewa toko, bahkan tidak diwajibkan memiliki stok barang sehingga menghemat tempat dan biaya. Pengelolaan transaksi pun menjadi lebih mudah karena pembayaran dapat dilakukan secara elektronik melalui internet, dan seluruh aktivitas usaha dapat dijalankan dari mana saja tanpa dibatasi oleh tempat (Anggraeni et al., 2022, p. 7).

#### **Karakteristik E-Commerce**

Menurut Laudon & Laudon dalam buku *Bisnis Digital E-Commerce dan E-Business* karya (Hartono, 2024), terdapat delapan karakteristik utama *e-commerce*. Pertama, keberadaan di mana-mana (*Ubiquity*), yaitu transaksi dapat dilakukan kapan saja dan dari mana saja selama jaringan internet tersedia, melampaui batasan geografis dan

temporal. Kedua, jangkauan global (*Global Reach*), di mana *e-commerce* mampu menjangkau pasar lintas negara dengan potensi miliaran pelanggan di seluruh dunia. ketiga, standar universal (*Universal Standards*), yakni penggunaan standar teknis yang sama di seluruh dunia sehingga memudahkan berbagai sistem komputer untuk saling berkomunikasi. Keempat, keragaman (*Ricness*), di mana *e-commerce* tidak hanya mengandalkan teks, tetapi juga memanfaatkan audio, video streaming dan berbagai media lain untuk pemasaran dan transaksi. Kelima, interaktivitas (*Interactivity*), yaitu konsumen dapat terlibat langsung dalam dialog dinamis mulai dari pemesanan hingga pengiriman barang, termasuk melalui fitur chatbot. Keenam, kepadatan informasi (*Information Density*), di mana teknologi *e-commerce* mampu menekan biaya pemrosesan dan penyimpanan informasi sekaligus meningkatkan akurasi dan kecepatan penyampaiannya. Ketujuh, personalisasi (*Personalization/Customization*), yakni kemampuan *e-commerce* menyesuaikan pesan pemasaran dan produk berdasarkan karakteristik masing-masing pelanggan secara individual. Kedelapan, teknologi sosial (*Social Technology*), di mana *e-commerce* telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang dikenal dengan istilah *social e-commerce*, yang memungkinkan pembuatan dan distribusi konten dalam jaringan sosial (Hartono, 2024, pp. 21–22).

#### **Fungsi E-Commerce**

Dalam operasionalnya, *e-commerce* memiliki lima fungsi utama yang perlu dijalankan secara konsisten. Pertama, pengoptimalan mesin pencari dengan menghasilkan konten yang relevan dan unik agar produk mudah ditemukan oleh calon pembeli. Kedua, pemilihan produk yang tepat sasaran berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Ketiga, penyajian produk secara menarik melalui foto dan tampilan berkualitas tinggi. Keempat, pelayanan pelanggan yang optimal mencakup ketepatan pengiriman, kesesuaian pesanan, dan pemeliharaan loyalitas pelanggan. Kelima, pemantauan kinerja secara berkala melalui laporan analitik untuk memastikan produk mudah ditemukan dan dipasarkan kembali kepada pelanggan yang potensial (Pradana et al., 2023, p. 9).

#### **Hubungan Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Commerce**

Aktivitas *e-commerce* dilakukan untuk memperoleh keuntungan melalui transaksi online, pertukaran informasi, dan pemanfaatan jaringan internet dalam proses bisnis. Dalam kaitannya dengan kualitas sistem informasi akuntansi, *e-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan. (Rahmani, 2022) dalam penelitiannya pada UKM sektor kuliner di Kota Cimahi menemukan bahwa *e-commerce* memberikan pengaruh positif terhadap kualitas sistem informasi akuntansi sebesar 14,6%. Bahkan jika dikombinasikan dengan pengendalian internal dan kemampuan pengguna, pengaruhnya mencapai 63,8%. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas pengelolaan informasi akuntansi.

Dalam perkembangannya, sistem informasi akuntansi mengalami inovasi melalui integrasi dengan teknologi internet, salah satunya dalam bentuk *e-commerce*. Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* merupakan inovasi yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk memproses transaksi keuangan secara elektronik. (Hasan et al, 2021) menjelaskan bahwa salah satu keunggulan utama sistem ini adalah kemudahan pertukaran data antar pihak yang terlibat, sehingga proses pencatatan dan pelaporan keuangan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*literature review*) dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui analisis deskriptif

terhadap data non-numerik (Sugiyono, 2019, p. 9). Dalam konteks ini, penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali dan memahami peran *e-commerce* dalam meningkatkan kualitas sistem informasi akuntansi berdasarkan berbagai sumber ilmiah yang relevan.

Metode studi literatur adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengkaji dan menganalisis berbagai sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian (Zed, 2020, p. 3). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari beberapa jurnal dan e-book yang relevan dengan topik peran *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara mengidentifikasi, memilih, dan mengkaji jurnal dan e-book yang memiliki keterkaitan dengan variabel penelitian, yaitu *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi. Jurnal dan e-book yang digunakan diprioritaskan berasal dari publikasi dalam kurun waktu lima tahun terakhir agar data yang diperoleh lebih relevan dan mutakhir.

Selanjutnya, teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan membandingkan, mengelompokkan, dan menginterpretasikan hasil temuan dari masing-masing jurnal dan e-book. Analisis ini bertujuan untuk menemukan kesamaan, perbedaan, serta hubungan antar variabel yang diteliti.

Hasil dari analisis tersebut kemudian disusun secara sistematis untuk memperoleh kesimpulan mengenai peran *e-commerce* dalam meningkatkan kualitas sistem informasi akuntansi. Dengan demikian, metode ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif berdasarkan hasil kajian dari berbagai sumber yang telah dianalisis.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Hasil**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pelaku bisnis dari berbagai skala mulai dari perusahaan besar hingga usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk mengintegrasikan platform *e-commerce* ke dalam sistem informasi akuntansi (SIA) mereka. *E-commerce* pada dasarnya bukan sekadar saluran penjualan, melainkan juga berperan sebagai infrastruktur yang mendukung pengendalian dan transparansi informasi keuangan secara menyeluruh (Lidyah, 2025).

Pada skala perusahaan besar, (Rahmani, 2022) menunjukkan bahwa PT Indomarco Prismatama telah mengembangkan platform *e-commerce* bernama Klik Indomaret sejak tahun 2014. Sistem ini menghubungkan transaksi penjualan online dengan SIA terkomputerisasi, di mana pesanan pelanggan secara otomatis dikonversi dari customer order menjadi sales order, kemudian diproses hingga tahap penagihan dan penerimaan kas. Integrasi ini menghasilkan alur transaksi yang jauh lebih terstruktur dibandingkan sistem manual konvensional.

Pada konteks UMKM, (Maulidina & Nafiati, 2024) menemukan bahwa UMKM TS Aluminium di Yogyakarta awalnya masih mengandalkan pencatatan keuangan manual dan pemasaran tradisional. Setelah mendapatkan pendampingan, pelaku usaha mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan marketplace seperti Shopee, sekaligus menerapkan pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel. Peralihan ini mempercepat proses transaksi, memperluas jangkauan konsumen, serta mengurangi risiko kesalahan pencatatan yang umum terjadi pada sistem manual.

Sistem informasi akuntansi yang berkualitas merujuk pada kualitas sistem itu sendiri sebagai alat mencakup keandalan proses pengumpulan, pengolahan,

penyimpanan, dan penyajian data keuangan. (Evita Tri Wahyuni, 2020) menyatakan bahwa SIA berfungsi untuk mendukung aktivitas utama perusahaan secara efektif dan efisien melalui penyediaan informasi yang cepat dan akurat bagi manajemen.

Penggunaan *e-commerce* terbukti secara statistik berpengaruh signifikan terhadap kualitas SIA. (Pahlevi et al., 2021) dalam penelitiannya terhadap UKM di Kota Bandung membuktikan bahwa *e-commerce* mampu menjelaskan sekitar 24,9% variasi kualitas SIA. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun pengaruh *e-commerce* terhadap kualitas sistem nyata dan positif, kontribusinya belum berdiri sendiri secara dominan kualitas SIA juga sangat bergantung pada elemen lain seperti kemampuan pengguna, infrastruktur teknologi, dan pengendalian internal.

(Rahmani, 2022) memperkuat temuan ini dengan meneliti UKM sektor kuliner di Kota Cimahi. Secara parsial, *e-commerce* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas SIA sebesar 14,6%, sementara pengendalian internal berkontribusi 21,9% dan kemampuan pengguna 27,2%. Secara simultan, ketiga variabel tersebut bersama-sama berpengaruh sebesar 63,8% terhadap kualitas SIA. Hal ini menegaskan bahwa *e-commerce* memang berperan dalam meningkatkan kualitas sistem, terutama melalui dampaknya pada validitas transaksi, otoritas akses data, dan keamanan informasi keuangan.

Temuan dalam penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian mengenai pengaruh perkembangan bisnis *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi terhadap kebutuhan jasa audit *e-commerce*. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin berkembangnya aktivitas bisnis berbasis *e-commerce*, semakin meningkat pula kebutuhan organisasi terhadap sistem informasi akuntansi yang terintegrasi dan mampu menghasilkan informasi keuangan yang andal. Volume transaksi yang tinggi, proses bisnis yang berlangsung secara digital, serta pertukaran data yang dilakukan secara real-time menuntut perusahaan untuk memiliki sistem pencatatan yang mampu menjamin akurasi, kelengkapan, dan keterlacakan transaksi keuangan. Dalam kondisi tersebut, sistem informasi akuntansi berbasis teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat pengolahan data, tetapi juga menjadi sarana pengendalian yang mendukung proses audit terhadap transaksi elektronik (Feriyanto & Rizkial, 2024).

Lebih lanjut, Amara Suci Rizkia dan Oon Feriyanto (2024) menjelaskan bahwa perkembangan *e-commerce* telah mengubah ruang lingkup audit dari yang sebelumnya berfokus pada bukti fisik menjadi audit berbasis elektronik (*e-audit*). Integrasi *e-commerce* dengan sistem informasi akuntansi memungkinkan tersedianya jejak audit (*audit trail*) yang lebih lengkap karena setiap transaksi terekam secara otomatis dalam sistem. Kondisi ini memberikan kemudahan bagi auditor dalam melakukan penelusuran transaksi, pengujian pengendalian internal, serta verifikasi atas keandalan informasi keuangan yang disajikan perusahaan. Dengan demikian, penerapan *e-commerce* tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas sistem informasi akuntansi, tetapi juga memperkuat aspek akuntabilitas dan transparansi yang menjadi dasar terciptanya kepercayaan para pemangku kepentingan (Feriyanto & Rizkial, 2024).

Hasil penelitian tersebut semakin mempertegas bahwa *e-commerce* merupakan teknologi yang mampu meningkatkan kualitas sistem informasi akuntansi melalui otomatisasi proses bisnis, integrasi data, serta penyediaan informasi yang lebih tepat waktu dan akurat. Namun, peningkatan kualitas tersebut harus diimbangi dengan penguatan pengendalian internal, perlindungan keamanan data, dan kesiapan sumber daya manusia agar informasi yang dihasilkan tidak hanya efisien, tetapi juga dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, keberadaan sistem informasi akuntansi berbasis

*e-commerce* menjadi kebutuhan strategis bagi organisasi dalam menghadapi tuntutan bisnis digital yang semakin kompleks (Feriyanto & Rizkial, 2024).

Kualitas informasi merupakan output atau hasil dari SIA yang berkualitas. Informasi yang dihasilkan oleh SIA berbasis *e-commerce* dinilai dari dimensi akurasi, ketepatan waktu, relevansi, dan kemudahan akses. (Latumahina & Oktariyana, 2024) menyebutkan bahwa SIA yang baik mampu menghasilkan informasi yang tepat dan akurat sehingga biaya operasional dapat ditekan dan pengambilan keputusan usaha menjadi lebih efektif.

Keunggulan kualitas informasi yang dihasilkan SIA berbasis *e-commerce* antara lain: (1) Transaksi tercatat secara otomatis dan terdigitalisasi sehingga mengurangi risiko kesalahan manusia (*human error*); (2) Pengolahan informasi keuangan menjadi lebih cepat dan efisien karena data transaksi langsung terintegrasi ke dalam sistem; (3) Transparansi dan kemudahan akses terhadap informasi akuntansi meningkat karena sistem berbasis *e-commerce* memungkinkan pemantauan secara *real-time*.

Kelemahan dan tantangan yang masih dihadapi antara lain: (1) Kualitas informasi yang dihasilkan belum optimal apabila pelaku usaha belum memiliki kesiapan dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai standar. (Yuniarti et al., 2025) menemukan bahwa penyusunan laporan keuangan merupakan faktor yang paling berpengaruh signifikan (nilai signifikansi 0,000) terhadap penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada UMKM mitra binaan Bank Indonesia di Bengkulu; (2) Sistem yang belum terintegrasi dan keterbatasan infrastruktur menyebabkan informasi yang dihasilkan kurang akurat dan tidak *real-time*, terutama pada UMKM berskala kecil.

Oleh karena itu, penyusunan SIA yang berkualitas menjadi penting bukan hanya demi efisiensi operasional, tetapi juga untuk menghasilkan informasi keuangan yang dapat diandalkan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis, pengendalian usaha, dan peningkatan transparansi kepada pemangku kepentingan.

Salah satu faktor pendukung utama adalah literasi digital dan kemampuan pengguna dalam mengoperasikan SIA. (Rahmani, 2022) menunjukkan bahwa kemampuan pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas SIA sebesar 27,2% menjadikannya variabel dengan kontribusi terbesar dibandingkan *e-commerce* maupun pengendalian internal.

Selain itu, dukungan manajemen dan kesiapan organisasi menjadi faktor penentu penting. (Ardiansah et al., 2021) menyatakan bahwa karakteristik manajemen dan kesiapan organisasi merupakan penentu utama dalam penerapan SIA berbasis *e-commerce* pada UMKM, mencakup penyediaan fasilitas teknologi, pelatihan pengguna, hingga pengawasan sistem. Infrastruktur teknologi yang memadai serta kemudahan penggunaan sistem juga turut mendorong pelaku usaha untuk melakukan pencatatan transaksi dan pengelolaan data keuangan secara lebih cepat dan akurat (Rahmani, 2022).

Di sisi lain, rendahnya pengetahuan akuntansi dan keterbatasan sumber daya manusia pada UMKM menjadi hambatan utama. Banyak pelaku usaha belum memahami proses pencatatan keuangan secara benar sehingga pemanfaatan SIA belum optimal. (Ardiansah et al., 2021) menjelaskan bahwa tidak semua aspek *e-commerce* mampu mendukung perubahan desain SIA karena masih terdapat keterbatasan pemahaman dan kesiapan pengguna.

Hambatan lainnya adalah sistem yang belum terintegrasi dan keterbatasan infrastruktur teknologi, terutama pada UMKM berskala kecil. Kondisi ini menyebabkan proses pengolahan data keuangan masih dilakukan secara manual atau terpisah, sehingga informasi yang dihasilkan kurang efektif dan tidak *real-time*. Keterbatasan akses internet

dan biaya pengembangan sistem juga menjadi tantangan nyata dalam implementasi SIA berbasis *e-commerce*.

Berdasarkan keseluruhan temuan di atas, *e-commerce* secara konsisten terbukti mendukung peningkatan kualitas SIA melalui beberapa mekanisme. (Lidyah, 2025) menegaskan bahwa transaksi yang berlangsung di platform *e-commerce* secara inheren menghasilkan data keuangan yang dapat langsung dikelola sebagai bagian dari sistem akuntansi mulai dari pencatatan, pengklasifikasian, hingga pelaporan.

(Evita Tri Wahyuni, 2020) menjelaskan bahwa *e-commerce* memungkinkan kegiatan bisnis dilakukan secara online sehingga transaksi dapat dijangkau kapan pun dan di mana pun, sekaligus membantu proses bisnis menjadi lebih efektif dan efisien. Lebih lanjut, (Ope et al., 2025) menunjukkan bahwa *e-commerce* dan penggunaan SIA memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha, yang berarti pemanfaatan teknologi digital secara langsung meningkatkan kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan pasar.

Dengan demikian, penerapan *e-commerce* tidak hanya mempercepat dan memperluas proses transaksi, tetapi juga memperkuat fondasi SIA agar mampu menghasilkan informasi keuangan yang akurat, tepat waktu, dan relevan sebagai syarat utama keberlangsungan dan daya saing usaha di era digital.

### **Pembahasan**

Perkembangan teknologi di era digital saat ini telah mengubah aktivitas ekonomi secara drastis, salah satunya ditandai dengan masifnya adopsi perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Integrasi antara platform *e-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dalam operasional bisnis bukan lagi sekadar opsi, melainkan aspek krusial untuk menghasilkan pengolahan data yang relevan, akurat, dan berkelanjutan di tengah ketatnya persaingan. Secara komprehensif, penggunaan *e-commerce* terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan kualitas Sistem Informasi Akuntansi perusahaan (Pahlevi et al., 2021).

Secara operasional dan teknis, peran *e-commerce* dalam mendongkrak kualitas SIA dapat dianalisis melalui beberapa indikator perubahan proses kerja (Pahlevi et al., 2021). Penggunaan *e-commerce* menggeser pola transaksi konvensional ke arah digital, di mana sistem ini mampu merekam setiap aktivitas penjualan, pembelian, maupun pembayaran secara otomatis saat transaksi terjadi di internet. Pemanfaatan teknologi informasi pada organisasi bisnis ini terbukti menambah tingkat efektivitas dan efisiensi karena data yang masuk langsung diintegrasikan ke dalam basis data akuntansi tanpa perlu melalui proses birokrasi input ulang yang memakan waktu. Melalui otomatisasi ini, siklus akuntansi dapat dipercepat secara keseluruhan sekaligus meminimalisasi keterlibatan manusia dalam input data harian. Dampak positifnya adalah penurunan risiko kesalahan pencatatan manual (*human error*) seperti salah ketik, kehilangan slip transaksi fisik, atau ketidaksesuaian nilai jurnal. Pada akhirnya, karakteristik utama dari *e-commerce* ini memberikan kemampuan bagi perusahaan untuk menyediakan peluang audit, pengelolaan, analisis, dan akuntansi berbasis elektronik yang berjalan secara waktu nyata atau *real-time based accounting*. Dengan demikian, manajemen dapat mengakses informasi keuangan yang mutakhir kapan saja guna melandasi pengambilan keputusan strategis yang cepat dan tepat (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024).

Hubungan erat antara adopsi *e-commerce* dan peningkatan kualitas SIA ini dapat dijelaskan secara mendalam melalui beberapa landasan teori organisasi dan teknologi, yang pertama adalah *Technology Acceptance Model* atau TAM (Nuryahya et al., 2019). Teori TAM menjelaskan bagaimana perilaku manusia atau pengguna dalam menerima

dan mengadopsi suatu sistem teknologi informasi berdasarkan dua dimensi utama, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dalam konteks ini, persepsi kemanfaatan merujuk pada tingkat kepercayaan pengguna bahwa teknologi akan membantu memperoleh keuntungan performa dan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Pelaku usaha bersedia mengadopsi *e-commerce* karena mereka merasakan manfaat nyata dalam efisiensi operasional dan kemudahan mengubah data mentah menjadi informasi finansial yang relevan (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024). Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan menilai seberapa jauh seseorang percaya bahwa penggunaan suatu inovasi teknologi bersifat bebas dari usaha yang berat. *Platform e-commerce* masa kini menyediakan dasbor transaksi yang ramah pengguna serta sistem pelaporan otomatis yang dinilai mudah diaplikasikan oleh staf akuntansi maupun pemilik usaha, sehingga mempercepat penerimaan teknologi tersebut untuk mendukung SIA.

Selain faktor penerimaan teknologi, peningkatan kualitas SIA melalui *e-commerce* juga didukung oleh teori *Resource Based View* atau RBV (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024). Teori ini memandang perusahaan sebagai sekumpulan sumber daya (*resources*) dan kapabilitas yang menentukan keunggulan kompetitif, di mana perusahaan harus memiliki sumber daya yang bernilai (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan terorganisasi (*organized*). Dalam konteks digitalisasi, infrastruktur *e-commerce* yang terintegrasi secara harmonis dengan SIA bertindak sebagai kapabilitas internal yang strategis (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024). Perusahaan yang sukses menyatukan ekosistem penjualan digital dengan perangkat lunak akuntansi yang canggih akan memiliki keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh kompetitor konvensional, yang mewujudkan dalam bentuk efisiensi biaya operasional, akurasi data yang tinggi, serta kecepatan merespons dinamika pasar berbasis data riil.

Akurasi dan kecepatan informasi yang dihasilkan oleh integrasi sistem ini kemudian menjadi instrumen penting dalam kaitannya dengan Teori *Signal atau Signaling Theory* (Atanassova & Jel, 2018). Teori ini mengemukakan bahwa manajemen perusahaan cenderung memiliki informasi keuangan yang lebih lengkap daripada pihak eksternal seperti investor, kreditor, dan pelanggan, sehingga memicu terjadinya asimetri informasi. Untuk mengatasi kesenjangan tersebut, perusahaan harus memberikan "sinyal" positif kepada pasar, salah satunya melalui penyajian laporan keuangan berkualitas tinggi, akurat, dan disajikan secara tepat waktu. Melalui integrasi *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi, kualitas transparansi informasi akuntansi meningkat pesat. Kehadiran laporan keuangan yang transparan dan kredibel ini bertindak sebagai sinyal positif yang kuat untuk memicu tumbuhnya kepercayaan dari para pemangku kepentingan (*stakeholders*) serta pengguna informasi. Kepercayaan eksternal yang meningkat pada akhirnya akan memperkuat reputasi perusahaan, menarik minat investor, serta menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024).

Salah satu indikator keberhasilan penerapan *e-commerce* dalam sistem informasi akuntansi adalah meningkatnya kualitas informasi yang dihasilkan. Kualitas informasi akuntansi tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan sistem yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan sistem dalam menghasilkan informasi yang akurat, relevan, tepat waktu, lengkap, dan dapat dipercaya. Dalam lingkungan *e-commerce*, data transaksi tercatat secara otomatis sejak proses pemesanan, pembayaran, hingga penyelesaian transaksi, sehingga risiko kesalahan pencatatan dapat ditekan. Menurut Romney dan Steinbart (2015), sistem informasi akuntansi berfungsi untuk mengumpulkan, mencatat,

menyimpan, dan mengolah data sehingga menghasilkan informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, integrasi *e-commerce* dengan sistem informasi akuntansi memungkinkan perusahaan memperoleh informasi keuangan secara real-time yang lebih berkualitas dibandingkan sistem manual konvensional (Latumahina & Oktariyana, 2024).

Implementasi sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dalam ekosistem bisnis tidak selalu berjalan secara seragam, melainkan sangat bergantung pada berbagai dinamika internal maupun eksternal organisasi (Pahlevi et al., 2021). Keberhasilan transformasi digital ini ditentukan oleh adanya faktor pendukung yang mampu mengakselerasi sistem, serta faktor penghambat yang berpotensi membuat pemanfaatan teknologi menjadi kurang optimal. Oleh karena itu, evaluasi mendalam mengenai aspek pendorong dan kendala operasional menjadi sangat krusial bagi perusahaan untuk memetakan sejauh mana efektivitas sistem akuntansi digital yang diterapkan (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024).

Faktor utama yang menjadi elemen pendukung dalam keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* bersumber dari ekosistem teknologi yang kian matang. Kemajuan teknologi digital yang pesat beserta kemudahan akses internet yang meluas telah membuka jalan bagi pelaku usaha untuk mendigitalisasi operasional mereka tanpa hambatan geografis yang berarti. Aksesibilitas ini diperkuat oleh dukungan *platform marketplace* besar yang menyediakan infrastruktur penjualan terstruktur, lengkap dengan rekam data transaksi terintegrasi. Ketika arus data dari *marketplace* tersebut disinergikan dengan penggunaan *software* akuntansi *modern*, perusahaan mampu menciptakan rantai pemrosesan data keuangan yang efisien, otomatis, dan minim intervensi manual (Nuryahya et al., 2019).

Selain dukungan teknologi, kualitas sistem informasi akuntansi juga dipengaruhi oleh kemampuan pengguna dalam mengoperasikan sistem digital. Pengguna yang memiliki literasi digital dan pemahaman akuntansi yang baik akan lebih mudah memanfaatkan fitur-fitur *e-commerce* maupun perangkat lunak akuntansi secara optimal. Pendampingan yang dilakukan pada UMKM TS Aluminium menunjukkan bahwa penggunaan media digital dan pencatatan berbasis aplikasi mampu meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan usaha secara lebih terstruktur. Hal tersebut membuktikan bahwa keberhasilan implementasi sistem informasi akuntansi tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia yang mengoperasikannya (Maulidina & Nafiati, 2024).

Di sisi lain, perusahaan kerap menghadapi tantangan struktural yang menjadi faktor penghambat optimalisasi sistem keuangan digital ini. Kendala operasional di lapangan sering kali dipicu oleh infrastruktur teknologi yang terbatas, terutama bagi unit bisnis di daerah tertentu yang belum memiliki perangkat keras atau jaringan memadai. Kondisi teknis tersebut diperparah oleh belum adanya pelatihan digital yang terprogram dan memadai bagi para karyawan. Akibatnya, meskipun perusahaan telah mengadopsi perangkat lunak atau *platform e-commerce* yang canggih, fungsionalitas sistem tersebut tidak dapat dieksplorasi secara penuh karena keterbatasan kompetensi operasional (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024).

Berdasarkan dinamika tersebut, faktor Sumber Daya Manusia (SDM) konsisten ditemukan sebagai hambatan paling utama di dalam proses transisi ini. Kegagalan atau belum optimalnya SIA berbasis *e-commerce* umumnya berakar dari rendahnya kemampuan digital pengguna serta kurangnya pemahaman mendasar mengenai konsep-konsep akuntansi. Karyawan yang gagap teknologi cenderung kesulitan beradaptasi

dengan alur kerja digital, sementara kelemahan dalam pemahaman akuntansi dasar membuat mereka rentan melakukan kesalahan logika saat melakukan verifikasi atau membaca laporan otomatis yang disajikan oleh sistem (Nuryahya et al., 2019).

Di samping berbagai keunggulan yang dimiliki, Sistem Informasi Akuntansi berbasis *e-commerce* juga memiliki beberapa keterbatasan. Ketergantungan terhadap jaringan internet, risiko keamanan data, biaya investasi teknologi, serta kebutuhan pelatihan pengguna merupakan tantangan yang masih sering dihadapi oleh pelaku usaha, khususnya UMKM. Oleh karena itu, penerapan teknologi digital tidak dapat dipandang hanya sebagai pengadaan perangkat atau aplikasi, tetapi harus disertai dengan penguatan pengendalian internal, perlindungan data, serta peningkatan kompetensi pengguna agar manfaat sistem dapat diperoleh secara maksimal.

Dengan demikian, analisis ini menegaskan bahwa sistem informasi yang baik dan canggih sekalipun tetap membutuhkan dukungan pengguna yang kompeten agar dapat menghasilkan nilai strategis bagi perusahaan. Adopsi teknologi *e-commerce* dan *software* akuntansi mutakhir hanya akan menjadi investasi yang sia-sia apabila tidak dibarengi dengan peningkatan kapabilitas talenta yang mengoperasikannya. Keunggulan kompetitif perusahaan baru akan tercipta secara optimal ketika terdapat keselarasan antara keandalan infrastruktur digital dengan kesiapan serta kompetensi SDM di dalamnya (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024).

Analisis mengenai integrasi perdagangan elektronik dengan sistem keuangan memerlukan tinjauan komparatif terhadap literatur-literatur akademis guna memetakan posisi dan kontribusi penelitian ini di tengah perkembangan keilmuan. Melalui subbab ini, dibahas secara mendalam mengenai persamaan dan perbedaan hasil temuan dari berbagai jurnal yang digunakan sebagai rujukan utama. Evaluasi perbandingan ini penting untuk mengidentifikasi konsistensi teori yang berlaku di lapangan sekaligus memahami variasi fenomena yang terjadi pada konteks objek penelitian yang berbeda (Pahlevi et al., 2021).

Persamaan mendasar yang ditemukan dari mayoritas penelitian terdahulu menunjukkan adanya kesepakatan ilmiah bahwa adopsi *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas sistem informasi akuntansi. Para peneliti sepakat bahwa implementasi sistem digital secara nyata membantu efektivitas pengelolaan data keuangan, mempercepat penyusunan laporan, serta meminimalisasi kesalahan input. Konsistensi temuan ini mengonfirmasi bahwa pemanfaatan teknologi informasi dalam aktivitas penjualan daring merupakan instrumen strategis yang valid dalam meningkatkan kualitas sistem akuntansi di berbagai skala organisasi bisnis (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024)(Pahlevi et al., 2021).

Meskipun sebagian besar penelitian menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa penelitian yang memperoleh temuan berbeda. (Latumahina & Oktariyana, 2024) menemukan bahwa variabel *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi, sedangkan ekspektasi pendapatan justru menjadi faktor yang berpengaruh secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi tidak selalu dirasakan secara langsung oleh seluruh pengguna, melainkan dipengaruhi oleh karakteristik responden, tujuan penggunaan sistem, tingkat pemahaman teknologi, serta konteks penelitian yang berbeda.

Meskipun memiliki kesamaan pandangan secara umum, perbedaan hasil tetap ditemukan secara spesifik mengenai tingkat pengaruh dan signifikansi dari hubungan antarvariabel tersebut. Beberapa penelitian menunjukkan variasi besaran pengaruh dari

yang moderat hingga sangat kuat, bahkan terdapat pula studi yang mendapati bahwa pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan kualitas sistem informasi akuntansi belum berjalan secara optimal di lapangan. Adanya perbedaan hasil akhir ini mengindikasikan bahwa dampak positif teknologi tidak selalu terjadi secara otomatis atau seragam, melainkan dimoderasi oleh karakteristik internal masing-masing subjek penelitian (Atanassova & Jel, 2018)(Nuryahya et al., 2019).

Variasi dan perbedaan hasil dari literatur terdahulu tersebut secara umum disebabkan oleh empat faktor kontekstual utama yang melatari setiap penelitian. Faktor-faktor tersebut meliputi perbedaan lokasi penelitian geografis yang memengaruhi ekosistem digital setempat, jenis usaha yang membedakan kompleksitas transaksi, tingkat kemampuan pengguna atau user dalam mengoperasikan sistem, serta ketersediaan infrastruktur teknologi yang diadopsi perusahaan. Keragaman aspek empiris inilah yang menyebabkan implementasi *e-commerce* memberikan hasil dan tingkat keberhasilan sistem akuntansi yang bervariasi antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya (Atanassova & Jel, 2018)(FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024)(Nuryahya et al., 2019).

Temuan dalam penelitian mengenai peran *e-commerce* dalam meningkatkan kualitas sistem informasi akuntansi memberikan kontribusi penting yang dapat ditinjau dari dua sudut pandang utama. Secara komprehensif, hasil analisis ini menghasilkan implikasi teoritis yang memperkuat khazanah literatur akademis di bidang akuntansi keperilakuan dan manajemen strategis, sekaligus memberikan implikasi praktis berupa rekomendasi konkret bagi para pelaku usaha. Penjelasan mengenai kedua implikasi tersebut sangat diperlukan untuk menunjukkan urgensi serta nilai guna dari hasil penelitian ini bagi dunia akademik maupun dunia industri (Pahlevi et al., 2021).

Secara teoritis, hasil penelitian ini memberikan implikasi kuat yang mendukung keabsahan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan adopsi teknologi di sektor keuangan. Temuan di lapangan mengonfirmasi bahwa aspek persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan platform penjualan digital secara nyata mendorong penerimaan teknologi yang berujung pada peningkatan kualitas sistem informasi akuntansi. Selain itu, penelitian ini juga memberikan dukungan empiris terhadap teori *Resource Based View* (RBV) dengan memosisikan infrastruktur *e-commerce* yang terintegrasi sebagai kapabilitas internal strategis. Hal ini membuktikan bahwa sinergi teknologi informasi dan sistem akuntansi dapat bertindak sebagai sumber daya bernilai tinggi yang menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi organisasi bisnis (FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024)(Nuryahya et al., 2019).

Secara praktis, hasil penelitian ini membawa implikasi penting bagi para pelaku usaha, khususnya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mengenai mendesaknya peningkatan literasi digital dan finansial. Mengingat faktor Sumber Daya Manusia (SDM) sering kali menjadi batu sandungan utama, UMKM tidak boleh hanya berfokus pada adopsi perangkat keras melainkan harus mulai berinvestasi pada peningkatan kapasitas pekerjaanya. Pelaku usaha perlu menyadari pentingnya pelaksanaan pelatihan penggunaan software akuntansi secara berkala dan terprogram, agar para staf tidak sekadar mampu melakukan penjualan daring tetapi juga mahir mengelola informasi keuangan yang dihasilkan (Fatiria & Ratnaningsih, 2024; Pahlevi dkk., 2021).

Temuan penelitian (Ope et al., 2025) semakin memperkuat pentingnya pemanfaatan *e-commerce* dalam kegiatan bisnis. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha karena mampu memberikan kemudahan akses informasi, memperluas

jangkauan pasar, dan mendukung proses bisnis berbasis teknologi digital. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa *e-commerce* tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai sarana yang mendukung pengelolaan informasi bisnis dan keuangan secara lebih efektif.

Implikasi praktis berikutnya menekankan bahwa perusahaan berskala besar maupun kecil sudah saatnya beralih dari sistem parsial menuju sistem manajerial yang terpadu. Perusahaan perlu segera mengambil langkah strategis untuk mengintegrasikan seluruh saluran *e-commerce* mereka secara langsung dengan sistem akuntansi utama. Dengan melakukan integrasi menyeluruh ini, perusahaan dapat mengeliminasi proses input manual yang tidak efisien, menekan risiko kecurangan data, serta memastikan ketersediaan laporan keuangan berbasis waktu nyata (*real-time*). Keselarasan sistem digital ini pada akhirnya akan membantu manajemen dalam merumuskan keputusan bisnis secara lebih cepat, tepat, dan akurat di tengah kedinamisan pasar (Atanassova & Jel, 2018)(FatiriaS.AK & , Rini Ratnaningsih SE., 2024).

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil studi literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* pada dasarnya dapat meningkatkan kualitas Sistem Informasi Akuntansi (SIA). *E-commerce* mendukung terciptanya sistem informasi akuntansi yang lebih efektif melalui otomatisasi transaksi, integrasi data, serta penyediaan informasi keuangan yang lebih akurat, relevan, dan tepat waktu.
- b. Temuan yang mendukung menunjukkan bahwa penerapan *e-commerce* mampu meningkatkan kualitas SIA karena dapat mempercepat proses pencatatan dan pelaporan keuangan, mengurangi risiko kesalahan pencatatan, meningkatkan transparansi informasi, memperluas akses data secara *real-time*, serta membantu pengambilan keputusan yang lebih efektif.
- c. Namun, terdapat temuan yang tidak sepenuhnya mendukung bahwa *e-commerce* secara otomatis meningkatkan kualitas SIA. Pada beberapa kondisi, *e-commerce* belum memberikan pengaruh yang optimal karena masih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya kesiapan organisasi, serta infrastruktur teknologi yang belum memadai.
- d. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* mendukung peningkatan kualitas Sistem Informasi Akuntansi, tetapi keberhasilannya tidak hanya bergantung pada penggunaan teknologi semata. Dukungan kompetensi pengguna, kesiapan organisasi, pengendalian internal, dan infrastruktur yang memadai tetap diperlukan agar manfaat *e-commerce* dapat dirasakan secara maksimal.

### **Saran**

- a. Pelaku usaha, khususnya UMKM, perlu meningkatkan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan mengenai penggunaan *e-commerce* serta sistem informasi akuntansi agar teknologi yang digunakan dapat dimanfaatkan secara optimal.
- b. Organisasi perlu memperkuat infrastruktur teknologi, meningkatkan keamanan data, dan mengintegrasikan platform *e-commerce* dengan sistem akuntansi sehingga informasi keuangan yang dihasilkan menjadi lebih akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.

- c. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi kualitas Sistem Informasi Akuntansi, seperti budaya organisasi, tingkat literasi digital, efektivitas pengendalian internal, serta karakteristik pengguna, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai optimalisasi pemanfaatan *e-commerce* dalam mendukung pengelolaan informasi akuntansi di era digital.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Adoe, V. S., Yusfiana, M., Diana, A., Lubis, R., & Harahap, M. (2023). *BUKU AJAR E-COMMERCE* (Cetakan 1). CV Feniks Muda Sejahtera.
- Anggraeni, E. Y., Gumanti, M., Khumaidi, A., Nanda, A. P., Astuti, S., Puastuti, D., Ridhawati, S. M. J. E., Andriyani, N., Ridhawati, E., Trisusilowati, & Wati, R. (2022). *Buku Ajar E-Business & E-Commerce*. CV Adanu Abimata.
- Ardiansah, M. N., Chariri, A., & Raharja, S. (2021). *Does E-Commerce Impact on Accounting Information System and Organizations Performance? An Empirical Finding of SMEs in Indonesia*. 560(Acbleti 2020), 476–481.
- Atanassova, A., & Jel, M. (2018). *Accounting problems in e Commerce*. 2018(2), 19–30. <https://doi.org/10.18276/epu.2018.131/1>
- Evita Tri Wahyuni, N. D. (2020). *E-JRA Vol. 09 No. 03 Februari 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*. 09(03), 93–115.
- FatiriaS.AK, M., & , Rini Ratnaningsih SE., M. A. (2024). PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA. *JURNAL SISTEM INFORMASI DAN TEKNOLOGI*, VI(1), 17–25.
- Feriyanto, O., & Rizkial, A. S. (2024). PENGARUH PERKEMBANGAN BISNIS E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS TEKNOLOGI TERHADAP KEBUTUHAN JASA AUDIT E-COMMERCE. *JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI*, 5(2), 340–348.
- Hartono, J. (2024). *BISNIS DIGITAL E-COMMERCE DAN E-BUSINESS* (Cetakan 1). Percetakan CV Andi Offset.
- Latumahina, O., & Oktariyana, M. D. (2024). *Pengaruh E-Commerce , Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Kupang*. 9(2), 103–112.
- Lidyah, L. (2025). *Sharia Accounting In The Implementation Of Accounting Information Systems In E-Commerce In Indonesia Akuntansi Syariah Dalam Implementasi Sistem Informasi Akuntansi*. 4(2), 195–202.
- Maulidina, C. M., & Nafiati, L. (2024). *Penerapan sistem informasi akuntansi , digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan literasi digitalisasi dan kinerja UMKM*. 5(225), 187–199. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i1.21506>
- Ni Kadek Yuniati Sukmantari, I. P. J. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Infromasi Akuntansi, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Pemanfaatan E-commerce Terhadap Kinerja UMKM Pengrajin Batu Padas di Kecamatan Sukawati. *JURNAL AKUNTANSI PROFESI, Volume 13*.
- Nuryahya, E., Ichsana, Y., & Andini, K. M. (2019). *PERILAKU PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DI*. 10(3), 502–515.
- Ope, M. G., Ismail, N., Marselina, A., Akuntansi, P. S., & Flores, U. (2025). (*Studi Kasus*

- Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Flores* ). 6(1), 34–45.
- Pahlevi, V., Halimatusadiah, E., & Nurhayati, N. (2021). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi. Volume 1*, 9–15.
- Pradana, A. S., Ardiyansyah, Fauzi, & Suryono. (2023). *E-Commerce*. PT Nasya Expanding Management.
- Rahmani, H. F. (2022). *Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (SLA) Oleh: Hani Fitria Rahmani (Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Nasional Pasim Bandung)*. 6, 181–188. <https://doi.org/10.31851/neraca.v6i2.7676>
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems*. Pearson.
- Sugiyono, P. D. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.
- Yuniarti, N., Viana<sup>2</sup>, I. A., Ranidiah<sup>3</sup>, F., & Astuti<sup>4</sup>, B. (2025). *FACTORS INFLUENCING THE USE OF E-COMMERCE-BASED ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM ( Case Study on MSME Partners and Fostered by Bank Indonesia Representative Office of Bengkulu Province )*. 8(3), 1645–1660.
- Zamzani, F., Nusa, N. D., & Faiz, I. A. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi*. Gadjah Mada University Press. <https://share.google/SC2Hzl8CE6WIs4oL8>
- Zed, M. (2020). *Metode Penelitian Kepustakaan* (cetakan ke). Yayasan pustaka obor indonesia.