

PERAN DAN MANFAAT SIA DALAM PENENTUAN STRATEGI PENJUALAN PRODUK PADA E-COMMERCE

Elmiano Artanto Epot Erong

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

e-mail : 1222100026@surel.untag-sby.ac.id

Hwihanus

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

e-mail : hwihanus@untag-sby.ac.id

Abstract. *The use of electronic media in generating income is a new method that has been intensively applied by many business actors recently. The use of electronic media in buying and selling transactions is better known as E-commerce. The media used in E-commerce, of course, very much depends on which media is considered the easiest to use by the party concerned. Because product marketing is being intensively carried out by many business actors, the competition in E-commerce is quite large and, as usual, those who are unable to compete will lose and are ready to bear losses. the most creative and innovative strategies in marketing products in every e-commerce that way, the products offered are still considered by consumers. As for determining this strategy, one of the most appropriate things to do is to use or implement an accounting information system (SIA). In simple terms, SIA can be interpreted as a system whose job is to prepare information obtained from collecting and processing transaction data that is useful for all users, both internal and external parties of the company.*

Keywords: *Strategy, Sales, Products.*

Abstrak. Pemanfaatan media elektronik dalam memperoleh pendapatan adalah suatu cara baru yang gencar diterapkan oleh banyak pelaku usaha belakangan ini. Pemanfaatan media elektronik dalam transaksi jual beli ini lebih dikenal dengan istilah E-commerce. Media yang digunakan dalam E-commerce ini tentunya sangat banyak bergantung pada media mana yang dianggap paling mudah digunakan oleh pihak yang bersangkutan. Oleh karena pemasaran produk sedang gemcaar-gencarnya dilakukan oleh banyak pelaku usaha membuat persaingan di E-commerce ini cukup besar dan sebagaimana biasanya pihak-pihak yang tidak mampu bersaing akan kalah dan siap menanggung kerugian. startegi-staretegi yang paling kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk di setiap e-commerce dengan begitu, maka produk yang ditawarkan tetap diperhatikan oleh konsumen. Adapun dalam penentuan startegi ini salah satu hal yang paling tepat dilaksanakan adalah dengan menggunakan atau menerapkan sistem informasi akuntansi (SIA). Secara sederhana SIA dapat diartikan sebagai sistem yang bertugas untuk menyiapkan informasi yang diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan data transaksi yang berguna bagi semua pemakai baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan.

Kata kunci: Strategi, Penjualan, Produk.

Received Desember 07, 2021; Revised Januari 03, 2023; Februari 01, 2023

* Elmiano Artanto Epot Erong, 1222100026@surel.untag-sby.ac.id

PENDAHULUAN

Belakangan ini ada begitu banyak isu yang kerap kali dijadikan oborolan masyarakat mulai dari isu politik, sosial, juga termasuk isu dalam bidang ekonomi. Untuk isu ekonomi isu yang paling santer diperbincangkan adalah isu terkait resesi besar-besaran yang akan terjadi di tahun yang akan datang (2023). Apabila isu ini benar benar terjadi maka tentunya akan membawa dampak buruk bagi perekonomian negara. menanggapi isu ini, banyak orang yang berpendapat bahwa salah satu langkah solutif yang dapat ditempuh adalah dengan mulai menyimpan sumber daya yang ada semaksimal mungkin sehingga ketika krisis itu melanda semua anggota masyarakat telah siap dan tidak mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Berkaitan dengan menyiapkan kebutuhan untuk mengantisipasi akan adanya resesi tentunya akan membutuhkan biaya yang cukup besar sebab setiap anggota masyarakat diharuskan untuk memenuhi kebutuhan masa kini dan kebutuhan yang akan datang. Oleh karena itu, setiap anggota masyarakat diharuskan untuk memiliki pendapatan yang lebih besar sehingga dalam pemenuhan kebutuhan ini tidak mengalami kesulitan. Dari sini jelas terlihat bahwa antara pendapatan dan pemenuhan kebutuhan hidup (konsumsi) memiliki hubungan yang cukup erat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan rumah tangga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya. Distribusi pendapatan adalah penyaluran atau pembelanjaan masyarakat untuk kebutuhan konsumsi. Kurangnya distribusi pendapatan dapat menimbulkan daya beli rendah, terjadinya tingkat kemiskinan, ketidakadilan, kelaparan dan lain-lain yang akhirnya akan menimbulkan anti pati golongan masyarakat yang berpendapatan rendah terhadap yang berpendapatan tinggi, sehingga akan menimbulkan kecemburuan sosial di dalam masyarakat.

Pendapatan ini sesungguhnya dapat diperoleh dengan beragam cara bahkan terdapat sebagian kecil anggota masyarakat yang rela melakukan tindakan-tindakan yang dilarang (tidak sesuai norma) di masyarakat demi memperoleh pendapatan ini. Akan tetapi, umumnya masyarakat memperoleh pendapatan dengan bekerja pada orang lain atau pada entitas tertentu dan memperoleh pendapatan berupa gaji. Pekerjaan ini banyak diminati karena setiap orang yang telah bersatus karyawan tidak perlu memikirkan apa yang harus dikerjakan sebab semuanya telah ditentukan oleh atasan dalam entitas yang bersangkutan. Terlepas dari itu, tidak dapat dipungkiri bahwa juga terdapat anggota masyarakat yang berusaha memperoleh pendapatan dengan membangun usaha sendiri. Hal ini tentu bertolak belakang dengan yang pekerjaan yang sebelumnya sebab setiap orang yang memilih membuka usaha sendiri ini harus memikirkan sendiri hal yang harus dilakukan terutama berkaitan dengan strategi dalam pemasaran produknya sehingga bisa dikenal di pasar. Sementara berkaitan dengan pendapatan, setiap orang yang memilih membuka usaha

sendiri ini memperoleh pendapatan yang tidak tetap bergantung pada sejauh mana produknya dikenal di pasaran.

Terlepas dari itu, belakangan ini muncul suatu cara baru yang buming dilakukan dalam menghasilkan uang atau memperoleh pendapatan, yakni dengan memanfaatkan media elektronik dalam transaksi jual beli. Pemanfaatan media elektronik dalam transaksi jual beli ini lebih dikenal dengan istilah E-commerce. Media yang digunakan dalam E-commerce ini tentunya sangat banyak bergantung pada media mana yang dianggap paling mudah digunakan oleh pihak yang bersangkutan. Berkaitan dengan pemanfaatan media ini sebagai wadah untuk melakukann transaksi jual beli sesungguhnya masih berkaitan erat dengan anggota masyarakat yang berusaha memperoleh pendapatan dengan membangun usaha sendiri karena orang-orang ini tidak akan menerima pendapatan yang tetap dan tidak bergantung pada perintah atasan. Bahkan jika ditelusuri lebih jauh, sesungguhnya media elektronik ini digunakan sebagai media pemasaran produk oleh pihak-pihak yang memilih membangun usaha sendiri.

Pemanfaatan media digital sebagai wadah untuk menjual suatu produk telah dikenal diberbagai kalangan masyarakat dan telah diterapkan oleh banyak pelaku usaha. Hal ini tentunya membuat persaingan penjualan di e-commerce ini tentunya cukup tinggi. Maka dari itu, setiap pelaku usaha harus bisa menerapkan startegi-startetegi yang paling kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk di setiap e-commerce dengan begitu, maka produk yang ditawarkan tetap diperhatikan oleh konsumen. Adapun dalam penentuan startegi ini salah satu hal yang paling tepat dilaksanakan adalah dengan menggunakan atau menerapkan sistem informasi akuntansi (SIA). Secara sederhana SIA dapat diartikan sebagai sistem yang bertugas untuk menyiapkan informasi yang diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan data transaksi yang berguna bagi semua pemakai baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan.

Pembahasan mengenai peran dan manfaat Sistem Informas Akuntansi (SIA) dalam pentuan strategi penjualan produk si e-commerce merupakan topik yang menarik untuk dibahas lebih jauh dan lebih mendalam. Oleh karena itu dalam penelitian sederhana penulis ingin memaparkan sejauh mana SIA bermanfaat dan berperan dalam pentuan strategi penjualan produk di E-commerce.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Defenisi Sistem Informasi Akuntansi dalam menentukan strategi penjualan produk di e-commerce

Sistem informasi akuntansi (SIA) merupakan suatu bentuk sistem pada sebuah perusahaan yang bertugas untuk menyiapkan informasi yang diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan data transaksi yang berguna bagi semua pemakai baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Sistem ini menyiapkan informasi bagi manajemen dengan melaksanakan operasi-operasi tertentu atas semua data sumber yang diterimanya dan juga mempengaruhi hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitarnya. Selain itu SIA juga bertugas mengumpulkan data yang menjelaskan kegiatan perusahaan, mengubah data tersebut menjadi informasi serta menyediakan informasi bagi pemakai baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan.

Melanjutkan pengertian tersebut, Mulyadi berpendapat bahwa sistem informasi akuntansi adalah sebuah bentuk dari sistem akuntansi yang berkonsentrasi pada proses pembuatan, penyajian dan memperbaiki informasi kepada pihak berwenang mengelola kegiatan bisnis untuk dijadikan bahan dasar pengambilan kebijakan. Sedangkan menurut Nugroho Widjajanto dalam bukunya berjudul Sistem Informasi Akuntansi berpendapat bahwa sistem informasi akuntansi ialah sekumpulan data yang terdiri dari susunan catatan, formulir, peralatan dan perlengkapan seperti komputer, alat komunikasi, tenaga pelaksana serta laporan yang saling terhubung. Sementara itu, Menurut Hall (2011:51) terdapat tiga tujuan dasar dari sistem informasi akuntansi antara lain:

1. Mendukung pengambilan keputusan pihak manajemen

Sistem informasi memberikan pihak manajemen informasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan tersebut.

2. Mendukung fungsi penyediaan (stewarship) pihak manajemen

Administrasi mengacu pada tanggung jawab pihak manajemen untuk mengelola dengan baik segala sumber daya perusahaan.

3. Mendukung operasional perusahaan

Sistem informasi menyediakan informasi bagi para personal operasional untuk membantu mereka melaksanakan pekerjaan hariannya dalam cara yang efisien dan efektif.

Terlepas dari pengertian dan tujuan sebagaimana yang jelaskan di atas, sesungguhnya sama seperti sistem pada umumnya sistem informasi akuntansi juga memiliki fungsi-fungsi tertentu. Adapun fungsi-fungsi itu, adalah sebagai berikut:

- Mengumpulkan semua data kegiatan bisnis perusahaan dan menyimpan data tersebut secara efektif dan efisien.
Pada fungsi ini sistem informasi akuntansi diharapkan dapat mencatat semua sumber daya yang berpengaruh terhadap usaha tersebut dan semua pihak yang terkait. Dengan begitu maka, tidak akan ada suatu hal dalam perusahaan yang tidak atau lupa dicatat.
- Mengambil data yang diperlukan dari berbagai sumber dokumen yang berkaitan dengan aktivitas bisnis
Data yang sudah tersimpan adalah akan lebih mudah diambil karena setiap detail dari data sudah terekam dengan SIA.
- Membuat dan mencatat data transaksi dengan benar ke dalam jurnal-jurnal yang diperlukan dalam proses akuntansi sesuai dengan urutan dan tanggal terjadinya transaksi
Pencatatan ini bertujuan untuk mempermudah pihak-pihak yang membutuhkan dalam pengecekan semua transaksi sehingga jika terjadi suatu kesalahan dapat dikoreksi dengan mudah dan dapat diketahui penyebabnya dengan cepat.
- Mengubah sekumpulan data menjadi informasi keuangan yang dibutuhkan perusahaan. Informasi ini berbentuk laporan keuangan baik secara manual maupun secara online yang diperlukan oleh semua pihak.
- Sebagai suatu sistem pengendali keuangan, agar tidak terjadi suatu kecurangan
Melalui sistem informasi akuntansi diharapkan keuangan perusahaan dapat dilacak dengan pasti karena sistem pertanggungjawaban yang detail. Fungsi ini dapat menjaga aset perusahaan dan mengurangi risiko untuk penggelapan aset oleh semua pihak terkait.

2.2 Definisi E-commerce

Secara harafiah electronic commerce atau E-commerce ialah perdagangan elektronik. Maksudnya, segala bentuk perdagangan meliputi proses pemasaran barang sampai dengan distribusi yang dilakukan melalui jaringan elektronik atau online. Secara sederhana, E-commerce adalah bentuk perdagangan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan internet. E-commerce bisa dilakukan melalui komputer, laptop, sampai smartphone. Ada begitu banyak bentuk layanan yang bisa kamu dapatkan dengan memanfaatkan transaksi E-commerce, mulai dari pembelian tiket transportasi, pembayaran tagihan seperti listrik dan air, kemudian juga layanan perbankan dan investasi.

Melanjutkan pengertian di atas, terdapat beberapa ahli yang turut memberi pengertian terhadap E-commerce ini, salah satunya adalah Loudon. Menurutnya E-commerce adalah suatu proses transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dari satu organisasi ke organisasi yang lainnya secara elektronik dengan bantuan komputer sebagai perantara transaksinya. Sementara itu, Kotler dan Amstrong, beranggapan bahwa

E-commerce adalah saluran online yang dijangkau oleh seseorang melalui komputer. Saluran ini umumnya digunakan oleh seorang pebisnis untuk menjalankan aktivitas bisnis dari yang bersangkutan, sedangkan bagi para konsumen, saluran ini digunakan sebagai media untuk mencari informasi sampai dengan menentukan pilihan hingga pada akhirnya melakukan transaksi sampai selesai. Lain halnya dengan Kalkota dan Whinston yang berpendapat bahwa E-commerce adalah aktivitas belanja online yang dilakukan dengan menggunakan jaringan internet, dan transaksinya diselesaikan dengan cara transfer digital. Mereka juga berpendapat bahwa terdapat 4 perspektif terkait pengertian dari E-commerce ini, yakni: perspektif komunikasi, dalam hal ini E-commerce bisa disebut sebagai suatu proses pengiriman barang, layanan, informasi, sampai dengan pembayaran melalui komputer atau jaringan internet dengan peralatan elektronik lainnya. Selanjutnya perspektif proses bisnis, di mana E-commerce merupakan sebuah bentuk aplikasi dari teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja. Kemudian, perspektif Online, dalam hal ini, E-commerce menyediakan suatu kemudahan untuk menjual dan membeli produk serta informasi melalui internet atau sarana lainnya. selanjutnya perspektif layanan, yang berarti E-commerce bisa berfungsi sebagai sarana untuk memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan (service cost) saat meningkatkan kualitas produk dan kualitas kecepatan pengiriman produk tersebut.

Selain pengertian yang telah dijelaskan di atas, E-commerce juga terdiri dari beberapa jenis, antara lain:

- Business-to-Business (B2B)

Bisa dibilang bahwa B2B adalah jenis E-commerce yang paling besar karena berhubungan langsung dengan transaksi yang dilakukan antar perusahaan atau bidang usaha. Jumlah pembelian produk pada setiap transaksi B2B biasanya dalam jumlah yang besar. Sebagai contoh, perusahaan obat-obatan yang menawarkan dan menjual produknya pada rumah sakit swasta dengan skala besar. Jadi, secara tidak langsung konsep B2B tidak tergantung pada berapa jenis produk yang dijual, namun lebih menekankan pada kuantitas atau jumlah produk yang terjual.

- Business-to-Consumers (B2C)

Salah satu dari jenis-jenis E-commerce berikutnya adalah Business-to-Consumers atau yang lebih dikenal dengan sebutan B2C. Konsep seperti ini mungkin adalah tipe perdagangan yang paling sering kamu temukan dalam kehidupan sehari-hari. Kenapa? Karena dengan konsep B2C, pihak produsen menawarkan dan memasarkan langsung produknya kepada para konsumen.

- **Consumer-to-Consumer (C2C)**

Konsep C2C memungkinkan sesama konsumen bisa saling menawarkan dan menjual dagangannya kepada satu sama lain. Sistem perdagangan yang seperti ini umumnya memang membutuhkan media atau wadah yang bisa mengorganisir segala sesuatunya agar proses jual beli dan transaksi menjadi lebih mudah dilakukan. Contoh media yang dimaksud adalah website yang bisa mempertemukan pihak penjual dan pembelinya, seperti OLX atau Kaskus.
- **Consumer-to-Business (C2B)**

C2B merupakan konsep yang berbanding terbalik dengan B2C. Di sini, yang terjadi adalah proses jual beli dan transaksi berlangsung dari pihak konsumen kepada perusahaan. Pada konsep ini, konsumen berperan sebagai pihak yang menyediakan layanan produk atau jasa untuk dipasarkan kepada perusahaan yang membutuhkan. Dalam model C2B, bisnis atau perusahaan mendapat untung dari kesediaan konsumen untuk menjual barang atau jasa kepada perusahaan, sedangkan konsumen akan mendapatkan untung dari penyediaan atau penjualan itu dengan pembayaran langsung, atau mendapatkan produk dan layanan gratis atau dengan harga lebih rendah sebagai gantinya.
- **Online-to-Offline (O2O)**

Jenis E-commerce seperti ini biasanya menggunakan dua saluran pada layanan perdagangannya, yakni dengan online dan offline. Jaringannya ada pada sistem online, namun eksekusinya bukan hanya bisa dilakukan dengan online, melainkan bisa juga dengan offline. Contoh yang paling nyata dari konsep seperti ini adalah layanan Gojek atau Grab, yang bisa melakukan dua jenis transaksi online dan offline. O2O ditujukan untuk menarik konsumen online ke toko fisik sekaligus menciptakan pengalaman digital yang menyeluruh sebelum, saat, dan setelah transaksi dilakukan.
- **Consumer-to-Administration (C2A)**

Consumer-to-Administration (C2A) pada dasarnya hampir sama dengan konsep yang ada dalam C2B. Perbedaannya terletak pada tujuan sasaran penjualan. Bila dalam C2B, pihak konsumen menawarkan produk atau jasanya pada perusahaan, dalam C2A kegiatan tersebut ditawarkan kepada pihak pemerintah. Dalam konsep yang satu ini, biasanya cukup jarang ditemui transaksi produk, yang lebih sering terjadi adalah transaksi layanan jasa.
- **Business-to-Public Administration (B2PA)**

Pada jenis-jenis E-commerce yang satu ini, pihak produsen atau perusahaan menawarkan dan memasarkan produk dan jasanya kepada pihak pemerintah. Biasanya transaksi dan proses jual beli dilakukan dengan cara tender.

METODE PENELITIAN

Tulisan ini merupakan hasil analisis berupa perbandingan dari beberapa artikel mengenai peran SIA dalam penentuan keputusan manajemen perusahaan. Dengan demikian, jenis data yang akan disajikan adalah data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang berbentuk selain angka. Data kualitatif dapat dikumpulkan dengan cara studi pustaka/kepustakaan, analisis dokumen, wawancara, FGD, observasi, pemotretan gambar atau perekaman video. Umumnya data kualitatif pada akhirnya dituangkan dalam bentuk kata per kata. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Menurut Mestika Zed (2003), studi pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Selain itu, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kualitatif. Tidak seperti data kuantitatif, data kualitatif memerlukan pendekatan dari data yang sifatnya lebih subjektif. Namun, tetap dapat dilakukan ekstraksi data berguna dengan teknik analisis data yang berbeda-beda tergantung kebutuhan. Data yang dianalisis berupa data dari dokumen dan bersifat non-numerik sehingga bahasannya konseptual mengenai suatu permasalahan. Analisis yang dilakukan adalah analisis konten yang menggunakan teknik seperti penggunaan kode warna tema dan ide tertentu untuk membantu mengurai data tekstual yang ada agar dapat menemukan rangkaian data yang paling umum.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peranan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) Dalam Penentuan Strategi Penjualan Produk Si E-Commerce.

Pada suatu bisnis sistem informasi akuntansi sangat dibutuhkan oleh pihak manajemen atau pihak pelaksana karena dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pihak yang bersangkutan, seperti laporan keuangan satu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk mengukur berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan serta menilai dan mengukur hasil kerja tiap unit yang telah diberikan wewenang dan tanggung jawab. Informasi-informasi tersebut sesungguhnya dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk berbagai hal, salah satunya adalah dalam menentukan strategi penjualan produk pada e-commerce. Secara sekilas memang tidak dapat terlihat dengan jelas sejauh mana peranan sistem informasi akuntansi dalam kaitannya dengan strategi penjualan produk pada E-commerce. Akan tetapi, bagi para pengusaha yang memilih E-commerce untuk melakukan transaksi jual beli hal ini perlu diperhatikan karena ini berkaitan dengan pengambilan keputusan dari pemilik usaha yang bersangkutan. Fakta menunjukan bahwa kesalahan dalam pengambilan keputusan akan membawa dampak buruk bagi usaha yang bersangkutan. Hal ini juga diperkuat dengan kondisi di lapangan di mana E-commerce sudah menjadi pilihan yang paling banyak diminati oleh para pemilik usaha mulai dari yang kecil sampai usaha yang besar dengan berbagai jenis produk yang tentunya akan meningkatkan persaingan

pasar, sehingga ketika pemilik usaha salah mengambil keputusan terkait peningkatan penjualan produk tentunya akan membawa dampak buruk bagi usaha yang bersangkutan.

Pada pengambilan keputusan ini, sistem informasi akuntansi menyoroti beberapa poin yang berperan penting untuk kebutuhan dan keberlangsungan usaha, yakni:

1. Pengambilan keputusan oleh pemilik usaha

Pada dasarnya keputusan itu diambil dengan sengaja, tidak secara kebetulan, dan tidak boleh sembarangan. Pengambilan keputusan itu sendiri suatu cara yang digunakan untuk memberikan suatu pendapat yang dapat menyelesaikan suatu masalah dengan cara atau teknik tertentu agar dapat lebih diterima oleh semua pihak. Masalahnya terlebih dahulu harus diketahui dan dirumuskan dengan jelas, sedangkan pemecahannya harus didasarkan pemilihan alternatif terbaik dari alternatif yang ada. Berkaitan dengan penentuan strategi penjualan produk pada e-commerce, pemilik usaha harus bisa menemukan masalah-masalah apa yang ada di E-commerce terkait produk yang akan dipasarkan dan setelah itu diketahui maka langkah selanjutnya adalah memikirkan strategi yang akan dilaksanakan dalam penyelesaian masalah tersebut. Dengan begitu, maka proses penjualan produk di E-commerce akan mengalami hasil yang bagus dan mengalami peningkatan laba bersih.

2. Informasi akuntansi sebagai perangsang (stimuli) dalam pengakuan masalah

Untuk menyadari adanya masalah dengan cara penyajian penyimpangan kinerja sesungguhnya dengan sasaran yang ditetapkan dalam anggaran/dengan memberitahukan kepada manajer bahwa mereka gagal dalam pencapaian keluaran atau sasaran laba yang telah ditetapkan lebih dahulu. Pada penentuan strategi informasi akuntansi ini sangat penting untuk diketahui karena dapat dijadikan pertimbangan oleh pihak manajemen terkait kesuksesan dan kegagalan dari strategi yang telah diterapkan. Berkaitan dengan hal ini, tingginya penjualan dan besarnya laba yang diperoleh dapat dijadikan faktor penentu artinya strateginya gagal jika penjualan rendah dan labanya kecil begitu pun sebaliknya.

3. Kondisi lingkungan

Sebagai pemicu timbulnya kesadaran akan adanya masalah atau peluang dipengaruhi oleh kondisi lingkungan intern maupun ekstern yang dihadapi oleh pengambil keputusan. Jika kondisi lingkungan tidak memungkinkan pengambil keputusan dengan cepat untuk bereaksi terhadap masalah atau peluang yang timbul. Berkaitan dengan penentuan strategi penjualan dalam E-commerce kondisi lingkungan berkaitan dengan kepekaan pemilik usaha dalam membaca peluang pasar terkait produk yang sedang tren di pasaran. Dengan membaca kondisi lingkungan pasar ini maka kemungkinan untuk terciptanya suatu strategi penjualan yang baru akan sangat besar sehingga kemungkinan untuk tingginya penjualan produk terkait semakin besar.

Manfaat Sistem Informasi Akuntansi (SIA) Dalam Pentuan Strategi Penjualan Produk Si E-Commerce.

Sistem informasi akuntansi dapat menambah nilai bagi suatu usaha dengan cara memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu kepada manajemen dari usaha yang bersangkutan. Oleh karena itu bagi usaha yang bersangkutan harus bisa merancang sistem informasi akuntansi dengan baik. Dengan begitu maka sistem informasi tersebut dapat memberrikan manfaat bagi yang bersangkutan terutama dalam kaitannya dengan pentuan strategi yang tepat dalam penjualan produk di E-commerce. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan sistem informasi, adala sebagai berikut:

A. Sistem informasi akuntansi memberikan informasi yang akurat dan tepat

Keakuratan dan ketepatan dalam pemeberian informasi oleh sistem informasi akuntansi tentunya sangat memantu manajemen perusahaan atau pemilik usaha terutama dalam kaitannya dengan pentuan startegi penjualan. Dikatakan demikian karena dengan informasi-informasi yang ada manajemen dapat menentukan startegi yang paling bagus dalam melukan penjualan produk di E-commerce. Dengan begitu, maka usaha yang bersangkutan tidak mengalami kewalahan ketika terdapat kompetitor yang berusaha menyangi penjualan produk dari usaha yang bersangkutan.

B. Meningkatkan kualitas dam mengurangi biaya produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dalam kaitannya dengan pentuan strategi penjualan di E-commerce peningkatan kualitas produk adalah hal yang penting untuk dilakukan mengingat belakangan ini ada begitu banyak produk yang memiliki fungsi dan model yang sama tetapi memiliki tingkat penjualan yang berbeda karena yang pasti bahwa setiap konsumen memilih produk yang berkualitas tinggi. Dengan demikian, startegi yang tepat agar penjualan tetap bagus ialah konsisten dalam mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu, salah satu manfaat dar sistem informasi akuntansi yang dijelaskan pada poin ini adalah mengurangi biaya produk ataupun jasa yang dihasilkan. Apabila ini dapat terjadi, maka cukup mudah untuk menentukan strategi penjuln di E-commerce karena ketika biaya ditekan seminimal mungkin, maka harga yang ditawarkan pada suatu produk pun relatif lebih murah. Dengan demikian produk yang berkualitas dengan harga yang cukup murah tentunya akan mempertahankan kositensi penjualan produk pada E-commerce.

C. Meningkatkan kemampuan dalam dalam pengambilan keputusan

Salah Satu manfaat sistem informasi adalah meningkatkan kemampuan pada pengambilan keputusan. Berkaitan dengan poin ini tentunya telah panjang lebar dijelaskan pada poin sebelumnya dan sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa manfaat ini bisa menjadi salah satu staretgi yang bagus dalam pentuan penjualan produk di E-commerce.

D. Menambah efisiensi kerja

Tingginya efisiensi kerja setiap bagian tentunya akan mempermudah jalannya suatu usaha. Berkaitan dengan penentuan strategi penjualan, efisiensi kerja dari bagian pemasaran sangat dibutuhkan karena semakin tinggi tingkat keefisienan dari bagian ini, maka dapat kemungkinan munculnya strategi yang pemasaran yang bagus dan bermanfaat semakin besar.

KESIMPULAN

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah sebuah sistem yang bertugas untuk menyiapkan informasi yang diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan data transaksi yang berguna bagi semua pemakai baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Hadirnya sistem ini dalam suatu perusahaan jelas membawa peranan dan manfaat yang penting karena dengan sistem ini, pemilik usaha dapat menentukan strategi-strategi yang bagus dalam melakukan penjualan produk di E-commerce. Oleh karena itu, penggunaan sistem ini harus lebih masif lagi mengingat belakangan ini e-commerce telah menjadi wadah promosi dan transaksi jual beli yang paling diminati oleh masyarakat dan pelaku usaha. Dengan demikian, strategi-strategi penjualan yang kreatif dan inovatif adalah satu-satunya cara yang dapat dianadalkan agar produk yang ditawarkan tetap eksis di pasaran.

SARAN

➤ **Bagi Pengguna SIA**

Keberadaan sistem informasi akuntansi jelas memberikan peranan dan manfaat yang besar bagi suatu bisnis atau perusahaan. Oleh karena itu, para pengguna SIA diharapkan dapat menggunakan sistem ini dengan baik demi tercapainya laba maksimum dan penjualan yang tinggi dari bisnis yang bersangkutan.

➤ **Bagi Pelaku Usaha pada umumnya**

Bagi pelaku usaha pada umumnya diharapkan dalam melakukan penjualan produk di pasar mana pun tetap memperhatikan etika dalam memasarkan produk dan juga selalu menghasilkan strategi yang kreatif dan inovatif demi terjagannya eksistensi produk di pasaran.

➤ **Bagi Mahasiswa**

Mahasiswa diharapkan bisa memahami manfaat dan peranan SIA ini dalam suatu bisnis, usaha, atau dalam suatu perusahaan dan tekun untuk mempelajari penggunaan sistem ini sehingga kelak disaat sudah memiliki bisnis sendiri bisa menggunakan sistem ini untuk menentukan strategi-strategi pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.kompasiana.com/levena09613/5ed6fcd1097f36136d0fc192/peran-sistem-informasi-akuntansi-sia-untuk-menentukan-strategi-bisnis>

<https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-dan-fungsi-sistem-informasi-akuntansi-dalam-perusahaan/>

<https://market.bisnis.com/read/20211010/189/1452670/kinerja-ekspor-sido-muncul-sido-melejit-ini-sebabnya>