

ANALISIS PENINGKATAN PROFITABILITAS SEBELUM DAN SESUDAH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA CV. TIGA PERKASA ABADI

Faradila Sepiana Putri¹, Meilani Purwanti²

Program Studi Akuntansi^{1,2}

Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia^{1,2}

Email faradila10221224@digitechuniversity.ac.id¹,

meilanipurwanti@digitechuniversity.ac.id²

Received: 2025-03-17. **Revised:** 2025-04-05. **Accepted:** 2025-04-10. **Issue Period:** Vol.9 No.2 (2025), Pp. 633-639

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana penggunaan e-commerce dan sistem informasi akuntansi berfungsi dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data penelitian diperoleh melalui wawancara terhadap PIC perusahaan, observasi langsung proses bisnis dan pengelolaan keuangan, serta dokumentasi. Analisis informasi dilakukan dengan menggunakan teknik reduksi informasi, penyajian informasi, dan penarikan kesimpulan. Menurut penelitian ini, penggunaan e-commerce membantu perusahaan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendorong pertumbuhan volume penjualan. Selain itu, penerapan sistem informasi akuntansi terintegrasi telah meningkatkan keakuratan dan ketepatan waktu pelaporan keuangan, sehingga memudahkan manajemen untuk menganalisis kinerja keuangan dan mengambil keputusan strategis. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan sinergis pada penggunaan e-commerce dan sistem informasi akuntansi dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah untuk memperkaya literatur tentang pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Kata kunci: E-commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Profitabilitas.

Abstract: The purpose of this research is to see how the use of e-commerce and accounting information systems function in increasing the company's profitability. The method used in this research is qualitative. Research data were obtained through interviews with the company's PIC, direct observation of business processes and financial management, and documentation. Information analysis was carried out using information reduction techniques, information presentation, and conclusion drawing. According to this study, the use of e-commerce helps companies expand market reach, improve operational efficiency, and drive sales volume growth. In addition, the implementation of an integrated accounting information system has improved the accuracy and timeliness of financial reporting, making it easier for management to analyze financial performance and make strategic decisions. The findings of this study indicate that the synergistic use of e-commerce and accounting information systems can increase company profits. The theoretical implication of this study is to enrich the literature on the utilization of digital technology to improve corporate financial performance.



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1858

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Keywords: E-commerce, Accounting Information System, Profitability.

I. PENDAHULUAN

Berbagai industri termasuk industri pakaian sudah mengalami perubahan besar sebagai akibat dari kemajuan teknologi digital (Pedro Lorca, 2019) Dengan membuat transaksi lebih mudah dan meningkatkan efisiensi pencatatan keuangan, e-commerce dan sistem informasi akuntansi (SIA) memainkan peranan krusial dalam meningkatkan profitabilitas bisnis. Penerapan e-commerce yang intensif dapat secara langsung meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Penetrasi pengguna Internet di Indonesia terus mengalami peningkatan menurut artikel detikinet Agus Tri Haryanto [1] Berdasarkan hasil Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2024, tingkat penetrasi internet di Indonesia meningkat hingga mencapai 79,5%. Maka dari itu, terdapat 221.563.479 orang dari total 278,6 juta jiwa penduduk yang terhubung dengan internet. Tren ini menunjukkan bahwa e-commerce telah menjadi platform yang sangat penting bagi bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih besar dan meningkatkan penjualan. Selain penggunaan perdagangan elektronik, penerapan sistem informasi akuntansi terintegrasi menjadi semakin penting bagi perusahaan untuk mengelola keuangan dan memantau kinerja.

Perusahaan pakaian dapat mengurangi biaya operasional, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan efisiensi manajemen rantai pasokan dengan menggunakan e-commerce. Berbagai perusahaan fashion telah beralih ke platform digital dalam beberapa tahun terakhir untuk menjadi lebih kompetitif di pasar global. Penggunaan sistem informasi akuntansi dalam operasional bisnis juga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan dengan memberikan data real-time yang membantu pengambilan keputusan yang lebih baik menurut Mohammad Ahmar Khan [2].

Sebagaimana lini usaha yang sedang berkembang pesat, maka organisasi atau perusahaan yang bergerak di bidang e-commerce juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Persaingan bisnis yang ketat dengan kompetitor bisnis lainnya menjadi tantangan besar yang mesti dihadapi, dan untuk konsisten meningkatkan penghasilan serta mencapai target keberhasilan organisasinya diperlukan sumber daya manusia (SDM) yang produktif menurut Annisa [3]. Kualitas SDM yang mumpuni sangat diperlukan khususnya bagi sektor yang paling meningkat pesat saat ini seperti e-commerce menurut Lingga [4]. SDM adalah aset terpenting perusahaan, dan perusahaan yang memahami kebutuhan para karyawannya berpotensi mendorong semangat para karyawan dalam mengerjakan tugas pekerjaannya dengan perasaan yang positif menurut Ginanjar [5].

II. METODE DAN MATERI

Bagian ini memberikan pedoman bagi penulis tentang elemen-elemen penulisan dan ilustrasi saat Objek dari penelitian ini akan mengaplikasikan penerapan SIA dan e-commerce sebagai peningkatan profitabilitas pada CV. Tiga Perkasa Abadi karena banyak sekali strategi yang lebih baik dan efisien untuk meningkatkan laba perusahaan, salah satunya adalah penerapan e-commerce pada CV. Tiga Perkasa Abadi.

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono [6], jenis penelitian kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian dalam situasi ilmiah (eksperimen), dan menggunakan teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif, yang lebih bersifat mencerahkan makna. Individu atau kelompok dalam penelitian ini menggunakan aktivitas sosial, sikap, dan persepsinya.

Dalam Penelitian ini peneliti memperoleh sumber data yang diperoleh data primer. Data Primer menurut Sugiyono [7] bahwa data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan kuesioner. Data ini bersifat orisinal dan relevan dengan tujuan penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari informasi yang diberikan oleh informan dalam bentuk tertulis atau lisan, fenomena, peristiwa, perilaku, pengetahuan, atau objek penelitian menurut Sekaran [8].

Menurut Moleong [9] bahwa wawancara adalah interaksi verbal antara peneliti dan informan yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur,



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1858

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

semi terstruktur, dan tidak terstruktur sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Indiriantoro [10], dokumentasi merupakan salah satu jenis data penelitian yang dapat berupa jurnal, surat, faktur, memo, notulen rapat, atau laporan program. Dokumentasi merupakan rekaman kejadian yang telah lalu Sugiyono [7]. Dalam penelitian kualitatif, penelitian dengan metode dokumentasi ditambahkan pada metode pengumpulan data wawancara. Peneliti menggunakan laporan penjualan e-commerce CV. Tiga Perkasa Abadi untuk mengumpulkan data dokumentasi.

Miles dan Huberman mengatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai dengan selesai, hingga data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi yang dilakukan dari bulan Desember-Februari 2025 kemudian dilakukan tahapan wawancara pada bulan 2025.

2. Reduksi data

Tahapan selanjutnya adalah melakukan transkrip wawancara yang telah dilakukan kepada informan melalui wawancara langsung. Kemudian dilakukan pengumpulan data sesuai dengan fokus permasalahan dalam penelitian ini hasil tersebut dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

3. Penyajian data

Kemudian tahapan selanjutnya adalah penyajian data dari hasil observasi dan dokumentasi kemudian ditulis secara naratif kemudian didukung pula oleh data berdasarkan Bab II dalam penelitian ini yaitu konseptual dan dilihat melalui Teori yang digunakan.

4. Kesimpulan dan verifikasi

Kemudian tahapan terakhir adalah menarik kesimpulan sesuai dengan pertanyaan dari penelitian. Dan memverifikasinya dengan uji validitas melalui Trigulasi. Trigulasi yang digunakan oleh peneliti adalah Trigulasi metode yaitu dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumen untuk mendapatkan data yang valid dan bisa dipertanggungjawabkan dan Trigulasi Metode dengan wawancara mendalam.

III. PEMBAHASA DAN HASIL

Merujuk pada hasil observasi beserta wawancara yang dilaksanakan oleh Narasumber Dimas Pangestu pada tanggal 27 Februari 2025, E-commerce yang digunakan adalah Marketplace Shopee, Tiktok, Lazada, Tokopedia, dan Web yang sudah dimulai di 2020, e-commerce memudahkan transaksi dengan berdagang secara online, dan memudahkan pembeli untuk mencari informasi produk yang di inginkan dan saat ini dibebberapa marketplace sudah ada pengiriman instant untuk pengiriman hari itu juga untuk sesama kota, yang memudahkan pembelian yang fleksibel.

Termasuk pendapatan dan keamanan data keuangan dalam sistem SIA. Pengaruh SIA terhadap pengambilan keputusan strategis, kecepatan dan kemudahan dalam mengakses laporan keuangan melalui SIA. Analisis Rasio keuangan dapat dihasilkan oleh SIA untuk mengevaluasi profitabilitas. Dampak penggunaan SIA terhadap profitabilitas adalah membantu mengurangi kesalahan pencatatan yang berdampak pada laporan laba rugi.

Merujuk pada laporan keuangan yang mencakup laporan penjualan pada Tabel 1 serta laporan laba bersih pada Tabel 2.

Tabel 1
Penjualan Tahun 2019-2025

Nama Bulan	Tahun						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Januari	Rp 6.500.000,00	Rp 8.214.000,00		Rp 2.020.152.281,00	Rp 1.655.381.608,03	Rp 1.396.718.484,00	Rp 760.886.840,00
Februari	Rp 5.025.000,00	Rp 9.260.000,00		Rp 1.724.374.252,00	Rp 1.518.300.328,03	Rp 1.185.811.047,00	Rp 721.411.562,00
Maret	Rp 7.230.000,00	Rp 9.351.000,00		Rp 2.369.188.256,00	Rp 2.231.465.668,03	Rp 3.227.504.964,00	
April	Rp 7.125.000,00	Rp 8.890.000,00		Rp 7.329.922.060,99	Rp 4.366.461.804,04	Rp 2.071.107.562,00	
Mei	Rp 6.700.000,00	Rp 9.521.000,00		Rp 1.174.345.000,00	Rp 1.304.913.918,00	Rp 1.041.045.630,00	
Juni	Rp 8.126.000,00	Rp 10.110.000,00		Rp 1.433.966.200,00	Rp 1.345.892.224,99	Rp 1.134.477.191,00	
Juli	Rp 8.256.000,00	Rp 12.253.000,00	Rp1.102.404.300,00	Rp 1.757.233.400,00	Rp 1.409.128.366,00	Rp 1.199.940.525,00	
Agustus	Rp 7.540.000,00	Rp 11.221.000,00	Rp1.572.319.720,00	Rp 1.570.538.500,00	Rp 1.466.118.580,00	Rp 1.199.151.463,00	
September	Rp 6.025.000,00	Rp 14.400.000,00	Rp2.035.598.996,00	Rp 1.647.306.682,00	Rp 1.599.512.088,00	Rp 1.134.722.021,00	
Oktober	Rp 7.125.000,00	Rp 15.885.000,00	Rp2.553.380.464,00	Rp 1.672.411.237,00	Rp 1.232.791.107,00	Rp 980.015.454,00	
November	Rp 8.300.000,00	Rp 16.235.000,00	Rp2.726.080.787,00	Rp 1.780.328.061,00	Rp 1.437.850.328,00	Rp 975.223.633,00	
Desember	Rp 8.250.000,00	Rp 18.342.000,00	Rp3.312.208.174,00	Rp 2.332.152.996,36	Rp 2.306.085.433,00	Rp 1.156.515.672,00	

DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1858

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Berdasarkan tabel penjualan tahun 2019-2025, terlihat adanya fluktuasi dalam tingkat penjualan setiap tahunnya. Meskipun terdapat peningkatan pada periode awal, tren penjualan menunjukkan perubahan signifikan dalam beberapa tahun berikutnya. Secara umum, penjualan mengalami peningkatan antara tahun 2019 dan 2021, tetapi setelah itu mulai mengalami penurunan yang cukup hingga tahun 2025.

Pada tahun 2019, penjualan masih dalam angka jutaan rupiah per bulan, dan mengalami sedikit peningkatan pada tahun 2020. Peningkatan ini karena perusahaan mulai menggunakan e-commerce dan SIA belum terlaksana dengan baik karena karyawan masih beradaptasi dalam penggunaan e-commerce dan SIA. Kemudian, perubahan paling mencolok terjadi pada tahun 2021, di mana terjadi lonjakan signifikan dalam nilai penjualan, yang meningkat hingga miliaran rupiah. Kenaikan ini di sebabkan penggunaan e-commerce dan SIA yang sudah terlaksana maksimal, serta pada tahun tersebut terjadi pandemi Covid-19 yang mengakibatkan segala aktivitas dilaksanakan secara digital, sehingga pemasaran e-commerce lebih efektif.

Setelah mencapai puncaknya pada tahun 2021, penjualan mulai mengalami penurunan pada tahun 2022 dan 2023. Meskipun masih berada dalam skala miliaran rupiah, angka penjualan tidak setinggi tahun sebelumnya. Penurunan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk meningkatnya persaingan pasar, perubahan regulasi, atau pergeseran pola konsumsi pelanggan. Tren ini berlanjut hingga tahun 2024 dan 2025, di mana terjadi penurunan lebih lanjut dalam nilai penjualan.

Dengan melakukan analisis terkait e-commerce yang dapat dilihat dari laporan penjualan pada Tabel 1 dan laporan laba bersih pada Tabel 2, maka dapat diketahui profitabilitas perusahaan pada periode sebelum dan sesudah menggunakan e-commerce dan sistem informasi akuntansi itu sendiri., sehingga kita bisa mengamati perbedaan antara sebelum serta sesudah penerapan e-commerce dan sistem informasi akuntansi. Laba bersih pada tahun 2019-2025 adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Laba bersih Tahun 2019-2025

Nama Bulan	Tahun						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Januari	Rp. 3.500.000	Rp. 4.214.000		Rp 791.248.308	Rp 592.675.608	Rp 544.027.984	Rp 299.952.340
Februari	Rp. 2.025.000	Rp. 4.260.000		Rp 732.820.252	Rp 538.184.828	Rp 420.824.047	Rp 347.286.062
Maret	Rp. 4.230.000	Rp. 5.351.000		Rp 974.647.756	Rp 776.264.168	Rp 1.136.189.464	
April	Rp. 3.125.000	Rp. 4.890.000		Rp 2.851.655.561	Rp 1.366.448.804	Rp 745.356.562	
Mei	Rp. 2.700.000	Rp. 5.521.000		Rp 490.339.000	Rp 434.963.918	Rp 379.138.630	
Juni	Rp. 4.126.000	Rp. 5.110.000		Rp 609.664.700	Rp 497.965.225	Rp 428.709.191	
Juli	Rp. 4.256.000	Rp. 7.253.000	Rp 411.830.800	Rp 725.328.900	Rp 522.264.866	Rp 438.313.525	
Agustus	Rp. 3.540.000	Rp. 7.221.000	Rp 587.947.720	Rp 660.581.000	Rp 564.403.580	Rp 423.845.963	
September	Rp. 3.025.000	Rp. 9.400.000	Rp 742.329.899	Rp 641.934.182	Rp 605.175.588	Rp 412.360.021	
Oktober	Rp. 4.125.000	Rp. 9.885.000	Rp 963.387.021	Rp 634.839.737	Rp 468.453.607	Rp 377.629.454	
November	Rp. 4.300.000	Rp. 10.235.000	Rp 1.047.703.976	Rp 640.061.561	Rp 549.108.828	Rp 375.225.633	
Desember	Rp. 4.250.000	Rp. 10.342.000	Rp 1.248.322.838	Rp 738.295.996	Rp 782.757.933	Rp 423.281.672	

Sumber: CV. Tiga Perkasa Abadi

Berdasarkan data pada Tabel 2. laba bersih perusahaan mengalami fluktuasi yang cukup signifikan dari tahun 2019 hingga 2025. Pada awal periode ini, laba bersih tahun 2020 meningkat dibandingkan tahun 2019, dengan kenaikan yang cukup besar pada bulan Juni dan Desember, yang masing-masing mencapai Rp 5.110.000,00 dan Rp 10.342.000,00, masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif dan manajemen biaya operasional yang efektif dapat meningkatkan pendapatan.

Namun, laba bersih menunjukkan tren penurunan yang cukup tajam dari 2021 hingga 2023. Sebagai contoh, laba bersih hanya mencapai Rp 791.248.308 pada Januari 2022, jauh lebih rendah dari tahun sebelumnya. Hal serupa terjadi pada bulan Maret dan April, di mana laba bersih hanya mencapai Rp 2.851.655.956 dan Rp 1.466.484.808 pada tahun 2023.

Meskipun demikian, pada tahun 2024 dan 2025, laba bersih mulai menunjukkan pemulihan. Beberapa bulan seperti Maret dan April mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun masih belum kembali ke angka yang sama seperti tahun 2020. Misalnya, laba bersih bulan Maret 2025 mencapai Rp 776.484.808, lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya, yang hanya Rp 538.748.152.



Pada rentang tahun 2019 hingga 2025 terjadi peningkatan dan penurunan, dari peningkatan laba bersih karena adanya peluncuran produk baru dan inovasi baru untuk memperluas pasar serta meningkatkan retensi pelanggan. Menerapkan strategi pemasaran dari melakukan promosi jualan seperti diskon dan menggunakan pemasaran digital melalui media sosial dan iklan online guna mencapai jangkauan audiens yang lebih luas seperti memanfaatkan platform instagram beserta tiktok untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan.

Berikut alasan penurunan laba bersih pada tahun 2019 hingga 2025 yaitu adanya persaingan yang ketat dan perubahan preferensi konsumen. Permintaan dapat menurun jika preferensi dan selera pelanggan berubah.

Dengan penerapan sistem berbasis e-commerce dan sistem informasi akuntansi dapat di dukung keefektifan, efisiensi, dan kemudahan yang tentunya berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

E-commerce sendiri meliputi Shopee, Tiktok, Tokopedia, Lazada dan Web yang dimana e-commerce menjangkau pelanggan diseluruh wilayah Indonesia, Hal ini meningkatkan potensi penjualan yang signifikan.

Dengan e-commerce, toko online dapat beroperasi 24 jam sehari, memungkinkan pelanggan untuk berbelanja kapan saja dan tanpa terikat oleh jam seperti halnya toko offline.

E-commerce juga memudahkan proses transaksi dan pengiriman barang. Pembeli dapat melakukan pembayaran secara elektronik dan melacak pengiriman secara online, meningkatkan pengalaman berbelanja

Untuk menjangkau audiens yang lebih luas e-commerce juga memungkinkan penggunaan berbagai strategi pemasaran digital, seperti iklan/promosi di media sosial, guna menjangkau audiens yang lebih luas serta mempertinggi visibilitas merek.

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yang digunakan adalah Semi-Digital. Sistem akuntansi yang sudah terdigitalisasi meliputi kegiatan, pencatatan transaksi penjualan, penghitungan pendapatan & laba, biaya produksi produk (cost of goods sold), perhitungan pajak. Platform yang digunakan adalah DealPOS. Sementara untuk perhitungan biaya tetap (fixed cost) & biaya operasional perusahaan masih menggunakan sistem konvensional, berupa pencatatan & pembukuan secara manual.

SIA Digital membantu pekerjaan menjadi lebih efisien & akurat di berbagai aspek dibandingkan dengan pencatatan keuangan secara konvensional, namun dari sisi keamanan dengan adanya risiko penyalahgunaan data (hacking), maka perusahaan tetap menjaga beberapa aspek pencatatan keuangan menggunakan sistem konvensional.

Dengan menggunakan SIA Digital maka ini dapat membantu analisis keuangan perusahaan dengan memproyeksikan estimasi pendapatan dan kebutuhan perusahaan untuk beberapa bulan bahkan beberapa tahun kedepan, sehingga ini bisa mempengaruhi pihak manajemen dalam mengambil langkah kedepannya.

SIA Digital terhubung langsung dengan setiap e-commerce yang digunakan oleh perusahaan. Untuk setiap transaksi yang masuk pada semisal pada salah satu platform e-commerce maka SIA akan secara otomatis mendownload transaksi tersebut ke dalam pembukuan digital yang ada pada SIA, lalu SIA akan menyinkronisasi ketersediaan barang di semua platform e-commerce lain secara real-time agar tidak terjadi ketidaksesuaian/kelebihan stok di platform e-commerce. Penggunaan SIA cukup efektif di tengah banyaknya platform e-commerce yang harus dikelola oleh perusahaan, sehingga perusahaan tidak perlu melakukan penyesuaian data platform secara satu per satu melainkan hanya satu data saja yaitu melalui SIA Digital.

Pekerjaan akan mejadi lebih efisien dan tidak membutuhkan banyak tenaga pekerja, sehingga dapat meminimalisir biaya tetap perusahaan (fixed cost). SIA Digital akan menyajikan laporan yang lebih akurat perihal laba-rugi dibandingkan dengan sistem manual karena tidak ada nya faktor human error.

Berikut dapat dilihat perbandingan Rasio Net Profit Margin pada tabel 3 dibawah ini:



Tabel 3
Rasio Net Profit Margin Tahun 2019-2025

Nama Bulan	Tahun						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Januari	54%	51%		39%	36%	39%	39%
Februari	40%	46%		42%	35%	35%	48%
Maret	59%	57%		41%	35%	35%	
April	44%	55%		39%	31%	36%	
Mei	40%	58%		42%	33%	36%	
Juni	51%	51%		43%	37%	38%	
Juli	52%	59%	37%	41%	37%	37%	
Agustus	47%	64%	37%	42%	38%	35%	
September	50%	65%	36%	39%	38%	36%	
Oktober	58%	62%	38%	38%	38%	39%	
November	52%	63%	38%	36%	38%	38%	
Desember	52%	56%	38%	32%	34%	37%	

Sumber: Data diolah

Berdasarkan data pada Tabel 3, rasio profitabilitas margin laba bersih (Net Profit Margin) mengalami fluktuasi dari tahun 2019 hingga 2025. Secara umum, rasio ini mengalami kenaikan pada tahun 2020 dibandingkan dengan 2019, yang menunjukkan peningkatan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualan. Namun, setelah periode tersebut, rasio laba bersih cenderung mengalami ketidakstabilan hingga tahun 2025.

Pada tahun 2020, kenaikan rasio Net Profit Margin terlihat cukup signifikan, terutama pada bulan Agustus dan Desember yang mencapai 64% dan 63%, jauh lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menandakan adanya peningkatan efektivitas perusahaan dalam mengelola biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas.

Tren ini terus berlanjut hingga tahun 2023, di mana rasio laba bersih mengalami penurunan yang lebih signifikan, terutama pada bulan Maret dan April yang hanya mencapai 31% dan 39%. Penurunan ini dapat disebabkan oleh peningkatan biaya operasional, penurunan volume penjualan.

Pada tahun 2024 dan 2025, rasio Net Profit Margin mulai menunjukkan sedikit perbaikan, dengan beberapa bulan mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya. Misalnya, bulan Januari 2025 mencapai 39% dibandingkan 35% di tahun 2023. Namun, secara keseluruhan, rasio laba bersih masih lebih rendah dibandingkan tahun 2020. Melalui penggunaan e-commerce beserta sistem informasi akuntansi dapat dilihat e-commerce dan sistem informasi akuntansi menjadi penunjang guna memaksimalkan penjualan serta berdampak pada profitabilitas perusahaan.

Alasan peneliti memilih NPM (Net Profit Margin) karena NPM merupakan rasio untuk mengukur margin laba atas penjualan.

IV. KESIMPULAN

Merujuk pada hasil dan diskusi yang sudah dibahas dalam Bab IV, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan e-commerce dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) secara signifikan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Di era komputer dan internet saat ini, sistem informasi akuntansi membantu bisnis mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien, akurat, dan terorganisir. Studi ini menyelidiki pengaruh penerapan e-commerce dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) terhadap profitabilitas CV. Tiga Perkasa Abadi dari tahun



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1858

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

2019 hingga 2025. Hasilnya menunjukkan bahwa, meskipun ada perbedaan yang perlu diperhatikan, integrasi teknologi digital ini mengubah kinerja keuangan perusahaan secara signifikan.

Perusahaan mengalami peningkatan penjualan dan laba bersih pada awal tahun 2021. Peningkatan ini juga disebabkan oleh optimalisasi penggunaan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan TikTok, serta penerapan SIA sebagian digital melalui DealPOS. Kondisi pandemi COVID-19 juga mendorong aktivitas digital. Dengan kemampuan untuk mengotomatiskan pencatatan transaksi dan sinkronisasi data, SIA telah terbukti berhasil dalam manajemen aktivitas di berbagai platform e-commerce. Tren positif ini, bagaimanapun, tidak akan bertahan lama. Penjualan dan laba bersih akan turun tahun 2022–2025. Ini disebabkan oleh hal-hal seperti persaingan pasar yang ketat, perubahan preferensi pelanggan, dan peningkatan biaya operasional. Net Profit Margin, yang melonjak di tahun 2020, juga turun.

Namun, penelitian ini menemukan bahwa SIA dan e-commerce masih memainkan peran penting dalam meningkatkan profitabilitas bisnis. Platform e-commerce memperluas jangkauan pasar, sementara SIA meningkatkan efisiensi operasional dan akurasi data keuangan. Namun, perusahaan harus terus mengevaluasi dan mengembangkan sistem mereka agar mereka tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan kondisi pasar, seperti menjaga keamanan data dan beradaptasi dengan teknologi baru.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa menggunakan sistem informasi akuntansi dan e-commerce meningkatkan profitabilitas bisnis. Bisnis dapat meningkatkan daya saing, meningkatkan peluang keuntungan, dan menjaga kestabilan keuangan dalam jangka panjang dengan strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang lebih luas dan fleksibel. Demi mempertahankan serta meningkatkan hasil yang sudah diraih, perusahaan harus terus berinovasi dalam teknologi, memperkuat sistem keamanan informasi, dan mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis digital.

REFERENASI

- [1] Agus Tri Haryanto. (2024). APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- [2] Mohammad Ahmar Khan, M. I. Y. W. M. S. A.-S. (2020). The Impact of Electronic Commerce on the Accounting Information System.
- [3] Annisa, T. (2021, September 8). 8 Cara tepat meningkatkan produktivitas karyawan. Ekrut Media. <https://www.ekrut.com/media/5-cara-tepat-meningkatkan-produktivitas-karyawan>.
- [4] Lingga, M. A. (2019, Februari 12). E-commerce kian berkembang, Indonesia harus benahi SDM. Kompas. <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/02/12/135532426/e-commerce-kian-berkembang-indonesia-harus-benahi-sdm>.
- [5] Ginanjar, S. (2021, April 22). Karyawan adalah aset terbesar perusahaan. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/ginasuryadinata/5c696c9ec112fe32ad5e9515/karyawan-adalah-aset-terbesar-perusahaan>.
- [6] Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, penerbit Alfabeta, Bandung.
- [7] Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- [8] Sekaran. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian.
- [9] Moleong. (2017). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [10] Indriantoro. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis untuk akuntansi & Manajemen.



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1858

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).