

Optimalisasi Pencatatan E-commerce pada Perusahaan: Input Data Shopee ke Google Sheets

Syarifah Nadia¹, Chairil Anwar^{1*}

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pencatatan penjualan *e-commerce* di platform *Shopee* menggunakan *Google Sheets*. Permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah kesulitan dalam mengelola pencatatan transaksi secara manual yang sering kali memakan waktu dan rentan terhadap kesalahan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan observasi langsung terhadap proses pencatatan di PT Aliyan Jaya Perkasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi data penjualan *Shopee* ke *Google Sheets* dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan data penjualan secara *real-time*. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengembangan proses pencatatan digital yang lebih terstruktur bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

Kata kunci

Google Sheets; Integrasi Data Penjualan; Optimalisasi Pengelolaan Keuangan; Pencatatan *E-commerce*

Abstract

This study aims to optimize e-commerce sales recording on the Shopee platform using Google Sheets. The problem faced by the company is the difficulty in managing manual transaction recording which is often time-consuming and prone to errors. The research method used is a qualitative approach with direct observation of the recording process at PT Aliyan Jaya Perkasa. The results of the study indicate that the integration of Shopee sales data into Google Sheets can improve efficiency and accuracy in managing sales data in real time. The contribution of this study lies in the development of a more structured digital recording process for small and medium businesses.

Keywords

Google Sheets; Sales Data Integration; Financial Management Optimization; E-commerce Recording

Korespondensi
Chairil Anwar
chairilanwar.agn@unusida.ac.id

Pendahuluan

Pertumbuhan sektor *e-commerce* di Indonesia dan global telah mencapai tingkat yang signifikan, didorong oleh semakin banyaknya masyarakat yang beralih ke belanja daring serta kemunculan platform-platform seperti *Shopee*, tokopedia, dan bukalapak. Menurut Kusuma et al., (2024) *e-commerce* didefinisikan sebagai penyebaran, penjualan, pemasaran, dan pembelian barang atau jasa melalui sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, dan internet. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 200 juta, dengan sebagian besar di antaranya menggunakan internet untuk melakukan transaksi online (Kartikasari et al., 2023). Di tingkat global, platform seperti *Shopee* telah berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan pesat *e-commerce*, memfasilitasi jutaan transaksi harian dan didukung oleh infrastruktur digital yang semakin baik. Pertumbuhan ini menggarisbawahi pentingnya pengelolaan *e-commerce* yang efisien, khususnya melalui optimalisasi pencatatan transaksi menggunakan alat digital seperti *Google Sheets*, mampu meningkatkan akurasi dan efisiensi dalam pengolahan data transaksi secara *real-time* (Akbar & Ariesta, 2021; Darmayasa & Kumontoy, 2022).

Seiring dengan pertumbuhan pesat *e-commerce*, tantangan dalam pengelolaan keuangan menjadi semakin kompleks, terutama dalam hal pencatatan penghasilan yang akurat. Pencatatan yang sistematis tidak hanya berfungsi sebagai catatan transaksi, tetapi juga sebagai alat untuk menganalisis kinerja bisnis dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Banyak pelaku usaha, khususnya bisnis kecil dan menengah (UMKM), sering menghadapi kesulitan dalam mencatat transaksi dalam jumlah besar secara manual, yang dapat menyebabkan kesalahan (Gao et al., 2023; Zubaidah et al., 2024). Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi menjadi kunci dalam mengoptimalkan pengelolaan keuangan. Salah satu solusi yang relevan adalah mengintegrasikan data transaksi *e-commerce* dari platform seperti *Shopee* ke *Google Sheets*, yang memungkinkan pencatatan dan analisis data secara otomatis dan *real-time*. Dengan menggunakan *Google Sheets*, para pelaku usaha dapat memantau kinerja bisnis mereka secara lebih efektif tanpa perlu menginvestasikan biaya besar dalam perangkat lunak yang mahal (Erstiawan et al., 2021).

Kesalahan dalam pencatatan penghasilan dapat menyebabkan kebingungan dalam laporan keuangan, yang pada akhirnya berdampak pada pengambilan keputusan strategis. Tanpa analisis yang tepat terhadap data penjualan, pelaku usaha mungkin tidak menyadari produk mana yang paling menguntungkan atau kapan waktu terbaik untuk meningkatkan pendapatan, sehingga peluang untuk memaksimalkan keuntungan bisa terlewatkan. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan penggunaan alat pengelolaan data yang efisien (Nuryahya et al., 2019). *Google Sheets*, sebagai aplikasi spreadsheet berbasis cloud, menawarkan solusi yang praktis dengan kemampuannya mengorganisir, menganalisis, dan berbagi data secara *real-time* (Dharmawan, 2023). Fitur kolaboratifnya memungkinkan tim untuk bekerja bersama, meningkatkan transparansi dan akurasi pencatatan. Dalam konteks *e-commerce*, pencatatan digital semakin mendesak, terutama dengan meningkatnya volume data. Mengotomatiskan input data dari *Shopee* ke *Google Sheets* mengurangi kesalahan manusia, meningkatkan akurasi, dan mempercepat proses pengambilan keputusan, menjadikannya alat penting dalam pengelolaan bisnis yang efisien (Widyastuti et al., 2023).

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan berharga tentang efektivitas pengoptimalan sistem pencatatan *e-commerce*. Melalui wawancara dan observasi pada PT. Aliyan Jaya Perkasa, peneliti dapat mengeksplorasi tantangan yang dihadapi bisnis dalam mengadopsi solusi digital seperti *Google Sheets*. PT. Aliyan Jaya Perkasa dapat belajar cara mengakses laporan penjualan, menyiapkan data dengan benar, serta menggunakan rumus dan fungsi dalam *Google Sheets* untuk melakukan analisis yang lebih mendalam. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman mendetail tentang pengalaman pengguna dan identifikasi area yang perlu ditingkatkan dalam proses input data (Hidayatulloh et al., 2021). Selain itu, studi kualitatif mengungkap faktor kontekstual yang memengaruhi keberhasilan implementasi ini, yang menyoroti manfaat dan keterbatasannya (Faris & Ratnawat, 2023). Oleh karena itu, analisis kualitatif merupakan pendekatan yang menjanjikan untuk penelitian ini. Pelatihan dalam menginput data penghasilan dari *Shopee* ke *Google Sheets* memberikan wawasan berharga tentang bagaimana optimalisasi pencatatan dapat dilakukan. Dalam pengalaman ini, penjual belajar cara mengakses laporan penjualan, menyiapkan data dengan benar, serta menggunakan rumus dan fungsi dalam *Google Sheets* untuk melakukan analisis yang lebih mendalam.

Studi sebelumnya telah meneliti digitalisasi dalam akuntansi, tetapi hanya sedikit yang berfokus pada integrasi spesifik data *Shopee* dengan *Google Sheets*. Sebagian besar penelitian di bidang ini membahas manajemen data e-commerce umum daripada berfokus pada aplikasi praktis alat untuk usaha kecil dan menengah (Mashuri & Ermaya, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan menganalisis efisiensi penggunaan *Google Sheets* untuk entri data *Shopee* (Anjarwati et al., 2023). Studi ini berupaya memahami adopsi global metode ini dan dampaknya terhadap bisnis, yang berkontribusi pada badan pengetahuan dalam akuntansi digital (Fauzi et al., 2023).

Metode

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik, proses, atau fenomena tertentu, dalam hal ini adalah optimalisasi pencatatan e-commerce melalui input data *Shopee* ke *Google Sheets* (Saputra et al., 2023). Metode ini berfokus pada pemahaman dan penjelasan mengenai prosedur pengelolaan data di PT. Aliyan Jaya Perkasa, khususnya dalam hal pencatatan penjualan dari platform *Shopee* secara digital. Penelitian dilakukan di PT. Aliyan Jaya Perkasa yang berlokasi di Jl. Raya Modong No. 28, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Durasi penelitian berlangsung selama satu bulan, dimulai dari pelaksanaan praktek kerja lapangan hingga penyelesaian pengolahan data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari observasi partisipatif dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memantau langsung proses pencatatan transaksi dan integrasi data *Shopee* ke *Google Sheets* (Ummah, 2019). Dokumentasi meliputi pengumpulan data dari laporan penjualan, catatan keuangan, serta dokumen pendukung lain yang relevan dengan pencatatan transaksi. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai efektivitas dan efisiensi proses pencatatan ini.

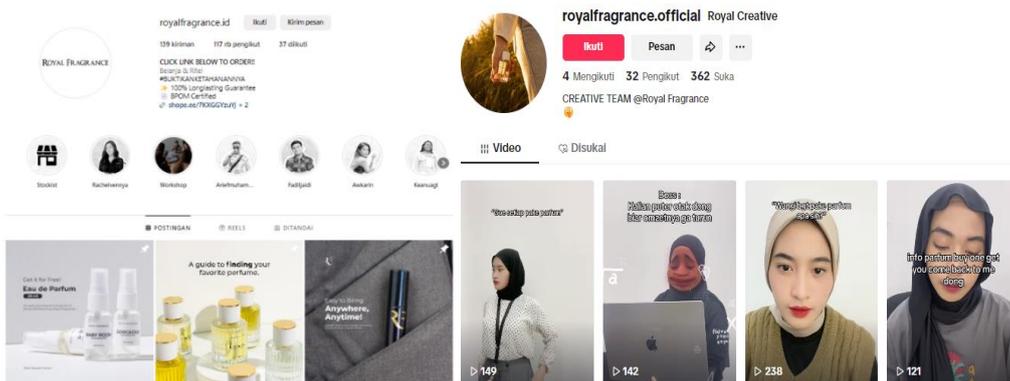
Hasil dan Pembahasan

Hasil

Optimalisasi pencatatan e-commerce melalui integrasi data penjualan *Shopee* ke dalam *Google Sheets*. Berdasarkan hasil pengumpulan data, penggunaan *Google Sheets* sebagai alat pencatatan digital berbasis *cloud* terbukti mampu meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan data penjualan. Proses pencatatan manual yang sebelumnya memakan waktu dan rentan terhadap kesalahan manusia kini dapat diminimalkan dengan fitur otomatisasi yang ditawarkan oleh *Google Sheets*. Kemampuan untuk mengakses dan memperbarui data secara *real-time* memungkinkan pelaku usaha mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi penjualan mereka, mendukung pengambilan keputusan strategis yang lebih cepat dan tepat.

Integrasi data *Shopee* ke *Google Sheets* dapat meningkatkan transparansi dalam pengelolaan keuangan. Pencatatan transaksi yang lebih sistematis dan terstruktur membantu pelaku usaha menyusun laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu. Selain itu, kemampuan *Google Sheets* untuk memungkinkan kolaborasi antar anggota tim dalam pengelolaan data secara simultan meningkatkan efisiensi operasional tanpa mengorbankan keakuratan informasi. Fitur ini sangat bermanfaat bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang sering kali memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya manusia dan teknologi, namun tetap membutuhkan pengelolaan keuangan yang efektif dan transparan.

PT Aliyan Jaya Perkasa, yang berdiri pada tahun 2019 di Tulangan, Sidoarjo, adalah contoh perusahaan yang telah merasakan manfaat dari optimalisasi pencatatan transaksi e-commerce. Perusahaan ini fokus pada produksi parfum berkualitas dengan harga terjangkau dan memanfaatkan berbagai marketplace seperti *Shopee*, Tokopedia, Lazada, dan TikTok Shop untuk menjual produknya secara online. Sebelum menggunakan *Google Sheets*, PT Aliyan Jaya Perkasa menghadapi kendala dalam pencatatan penjualan dari marketplace yang dilakukan secara manual. Dengan strategi pemasaran digital dan promosi aktif melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, perusahaan ini berhasil membangun kehadiran online yang kuat. Optimalisasi pencatatan transaksi melalui integrasi data *Shopee* ke *Google Sheets* membantu PT Aliyan Jaya Perkasa meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan data penjualan, memperkuat transparansi, dan mendukung pertumbuhan bisnis mereka di pasar yang kompetitif.

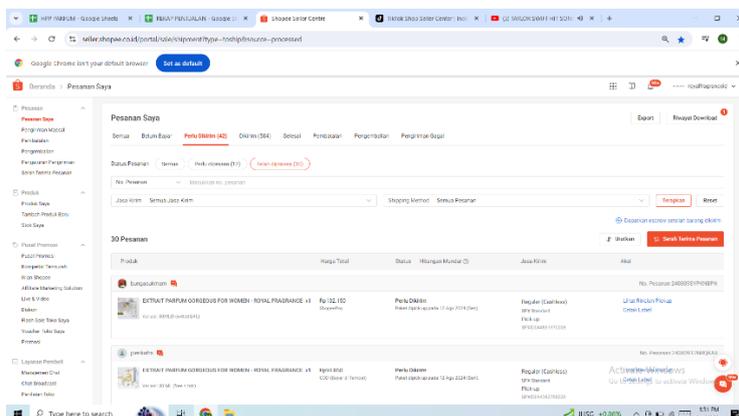


Gambar 1. Akun Instagram dan Tik tok @royalfragrance.id dan @royalfragrance.official

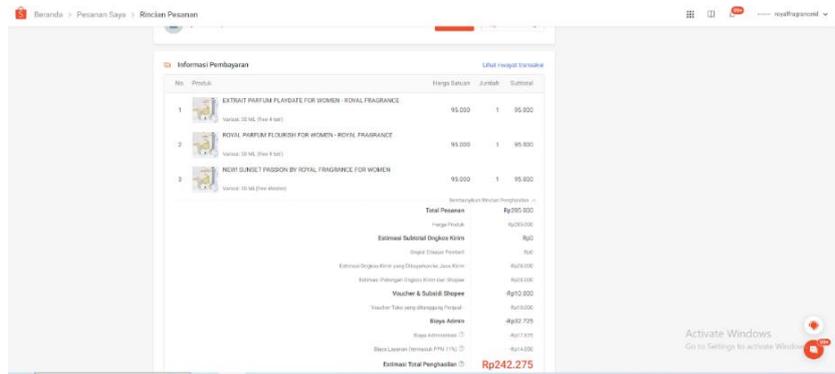
Berdasarkan gambar 1. yang menampilkan akun Instagram dan TikTok dari Royal Fragrance, terlihat bahwa bisnis ini memiliki kehadiran di media sosial untuk mendukung kegiatan e-commerce. Akun Instagram menampilkan beragam produk, ulasan, dan informasi mengenai parfum yang ditawarkan, sedangkan akun TikTok menampilkan konten yang lebih interaktif melalui video singkat yang mungkin ditujukan untuk meningkatkan *awareness* dengan audiens. Media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi elemen penting untuk mendukung penjualan produk secara online. Aktivitas promosi di media sosial ini berkaitan langsung dengan peningkatan jumlah pesanan yang harus dicatat secara rapi dan akurat di *Shopee*. Oleh karena itu, penting bagi Royal Fragrance untuk tidak hanya fokus pada strategi pemasaran tetapi juga pada optimalisasi pencatatan transaksi yang dihasilkan dari berbagai platform *e-commerce*. Dalam hal ini, *Google Sheets* menjadi platform yang ideal untuk memantau penjualan dari *Shopee* secara akurat, terutama mengingat bahwa bisnis seperti Royal Fragrance yang memanfaatkan banyak kanal penjualan memerlukan pencatatan yang terstruktur.

Pembahasan

Untuk menginput penjualan dari *Shopee* dapat dilakukan dengan membuka akun *Shopee seller center*, kemudian pilih “pesanan saya” dan lihat di keterangan perlu dikirim. Terdapat empat pilihan dalam menu perlu dikirim yaitu, status pesanan, semua, perlu diproses, dan telah diproses. Penjualan yang masuk hari ini dapat dilihat di pilihan telah diproses. Untuk melihat rincian penghasilan yang didapat yaitu dengan mengklik produk yang dibeli. Kemudian akan muncul beberapa informasi terkait pembelian tersebut, seperti produk yang dibeli, harga satuan produk, kuantitas produk yang dibeli, dan juga rincian-rincian penghasilan yang didapat yang dapat dilihat di gambar di bawah ini.



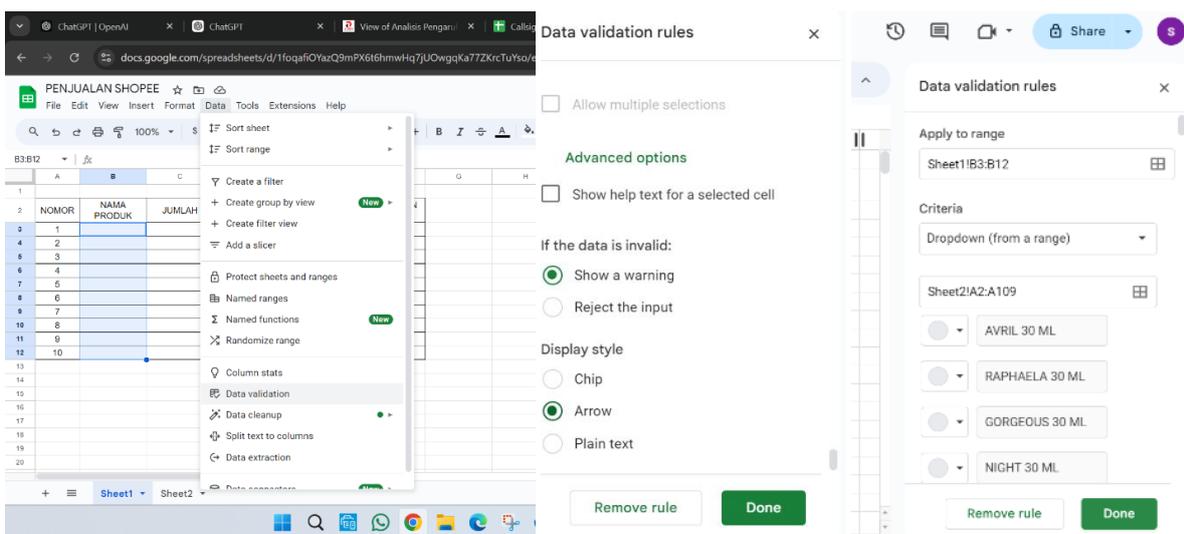
Gambar 2. Halaman “pesanan saya” pada *Shopee Seller Center*



Gambar 3. Halaman rincian penghasilan *marketplace*

Setelah mengetahui penghasilan yang didapat dari shopee, hal selanjutnya yang penulis lakukan adalah menginput ke *Google Sheet*. Berikut adalah tahapan-tahapan yang penulis lakukan untuk menginput penjualan ke *Google Sheet*:

1. Membuat tabel yang berisi nomor, nama produk, jumlah, penghasilan marketplace, HPP, dan penghasilan bersih.
2. Membuat list yang berisi nama produk dan HPP setiap produk untuk memudahkan dalam proses penginputan. Kemudian sorot tabel tersebut lalu pilih menu data kemudian named range untuk memberi nama pada suatu range. Berilah nama “HPP” untuk range yang berisi nama produk dan HPP dan juga berilah nama “produk” untuk range yang hanya berisi nama produk saja.
3. Untuk memudahkan dalam penginputan nama produk, dapat menggunakan cara data validation. Membuat daftar atau list data yang bisa dimasukkan ke dalam sel serta menampilkan pesan tentang jenis data yang bisa dimasukkan ke dalam sel excel dengan cara pilih menu data lalu klik data validation.
4. Untuk memudahkan mengisi kolom HPP dapat menggunakan formula Vlookup seperti berikut =VLOOKUP(nilai pencarian, rentang yang berisi nilai pencarian, nomor kolom dalam rentang yang berisi nilai yang dikembalikan, Perkiraan kecocokan (TRUE) atau Kecocokan Persis (FALSE)). Maka dapat digunakan sebagai berikut =VLOOKUP(B2,HPP,2,0)*C2.



Gambar 3. Langkah - Langkah untuk Data Validation

NOMOR	NAMA PRODUK	JUMLAH	PENGHASILAN MARKETPLACE	HPP	PENGHASILAN BERSIH
1	GORGEOUS	3	252,779	=VLOOKUP(B3,HPP,2,0)*C3	
2	HISTORY 30	1	81,820		
3	SUNSET PA'	1	115,735		
4	GORGEOUS	1	81,895		
5	JUICY 30 ML	1	83,695		
6	COOL MAN :	1	81,419		
7	SUNSET PA'	1	165,187		
8	EDP SO SEM	1	41,726		
9	SPACIOUS 1	1	87,219		
10	GORGEOUS	1	122,899		
JUMLAH		12	1,114,374		

Gambar 4. Penginputan HPP Menggunakan Rumus VLOOKUP

5. Pada kolom penghasilan bersih merupakan hasil pengurangan dari penghasilan marketplace dan penghasilan bersih. Untuk mengisi kolom penghasilan bersih menggunakan rumus =D2-E2.
6. Kemudian untuk menjumlah penghasilan marketplace, HPP, dan penghasilan bersih dapat menggunakan formula SUM.

NOMOR	NAMA PRODUK	JUMLAH	PENGHASILAN MARKETPLACE	HPP	PENGHASILAN BERSIH
1	GORGEOUS	3	252,779	175,512	77,267
2	HISTORY 30	1	81,820	51,142	30,678
3	SUNSET PA'	1	115,735	70,420	45,315
4	GORGEOUS	1	81,895	58,504	23,391
5	JUICY 30 ML	1	83,695	53,032	30,663
6	COOL MAN :	1	81,419	56,704	24,715
7	SUNSET PA'	1	165,187	115,262	49,925
8	EDP SO SEM	1	41,726	14,000	27,726
9	SPACIOUS 1	1	87,219	45,579	41,640
10	GORGEOUS	1	122,899	70,840	52,059
JUMLAH		12	1,114,374	710,995	403,379

Gambar 5. Hasil Akhir Penginputan

Penelitian di masa mendatang dapat mengeksplorasi strategi tingkat mikro dalam *e-commerce* dan pemasaran digital, dengan fokus pada keterlibatan konsumen yang dipersonalisasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam bisnis daring skala kecil. Pada tingkat meso, penelitian dapat menyelidiki bagaimana perusahaan menengah memanfaatkan platform pemasaran digital untuk mengoptimalkan efisiensi rantai pasokan dan meningkatkan penetrasi pasar regional. Pada skala makro, penelitian di masa mendatang dapat menganalisis dampak *e-commerce* yang lebih luas terhadap ekonomi nasional, khususnya meneliti bagaimana tren pemasaran digital memengaruhi perdagangan internasional dan kebijakan ekonomi. Selain itu, memahami peran peraturan pemerintah dalam membentuk ekosistem *e-commerce* di berbagai wilayah akan memberikan wawasan yang berharga. Terakhir, meneliti teknologi yang sedang berkembang seperti AI dan big data dalam strategi pemasaran digital dapat lebih meningkatkan pengambilan keputusan pasar.

Limitasi

Kajian kegiatan ini terbatas pada data transaksi yang hanya diambil dari platform *Shopee* tanpa mempertimbangkan integrasi dari platform *e-commerce* lain yang juga berpotensi mempengaruhi hasil optimalisasi pencatatan secara keseluruhan.

Kesimpulan

Optimalisasi pencatatan *e-commerce* melalui penginputan data penjualan *Shopee* ke *Google Sheets* merupakan langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi, akurasi, dan transparansi dalam pengelolaan data penjualan. Implementasi sistem pencatatan yang efisien tidak hanya memudahkan pelacakan data secara *real-time*, tetapi juga meminimalkan kesalahan manual dan memungkinkan kolaborasi yang lebih baik antar anggota tim. Penggunaan *Google Sheets* sebagai platform berbasis *cloud* memberikan solusi praktis, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang mungkin memiliki keterbatasan anggaran untuk menginvestasikan perangkat lunak yang lebih mahal. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan alat digital seperti *Google Sheets* dapat membantu pelaku usaha menjadi lebih kompetitif di pasar, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha.

Penelitian ini mempertegas pentingnya digitalisasi dalam pencatatan transaksi *e-commerce*, khususnya bagi usaha yang berbasis platform online seperti *Shopee*. Meski demikian, penelitian ini terbatas pada integrasi satu platform saja, sehingga di masa mendatang diperlukan kajian lebih lanjut untuk mengeksplorasi optimalisasi pencatatan dari berbagai platform *e-commerce* lainnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan strategi pencatatan digital yang lebih komprehensif untuk mendukung pertumbuhan bisnis di era digital.

Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada PT Aliyan Jaya Perkasa atas kerjasama dan dukungan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Akbar, M. N., & Ariesta, A. (2021). E-Commerce Based Digital Marketing Using Business Model Canvas. *Inform: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 6(2), 127–132. <https://doi.org/10.25139/inform.v6i2.3985>
- Anjarwati, S., Zaena, R. R., Fitrianiingsih, D., & Sulistiana, I. (2023). Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Efisiensi dan Pengurangan Biaya pada Perusahaan Wirausaha UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 43–58. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.181>
- Darmayasa, I. N., & Kumontoy, M. (2022). Optimizing Income Tax and Value Added Tax on E-Commerce Transaction. *Proceedings of the First Lekantara Annual Conference on Public Administration, Literature, Social Sciences, Humanities, and Education, LePALISSHE 2021, August 3, 2021, Malang, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.3-8-2021.2315147>
- Dharmawan, W. (2023). Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Pengelolaan Keuangan Berbasis Website. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, 4(1), 74–83. <https://doi.org/10.31294/justian.v4i1.1952>
- Erstiawan, M. S., Candraningrat, & Wibowo, J. (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 105–110.
- Faris, M., & Ratnawat, S. (2023). Analisis Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Tokopedia dengan

- Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Jurnal Perangkat Lunak*, 5(2), 210–216. <https://doi.org/10.32520/jupel.v5i2.2629>
- Fauzi, Rahmayana, L., Wulandari, I., & Sugiharto, B. H. (2023). Mengapa Digitalisasi Akuntansi Harus di Lakukan Pada Perusahaan UMKM : Sebuah Tinjauan Pustaka. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 43–56. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.179>
- Gao, J., Siddik, A. B., Khawar Abbas, S., Hamayun, M., Masukujjaman, M., & Alam, S. S. (2023). Impact of E-Commerce and Digital Marketing Adoption on the Financial and Sustainability Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. *Sustainability (Switzerland)*, 15(2). <https://doi.org/10.3390/su15021594>
- Hidayatuloh, S., Kusumaningtyas, R. H., & Aziati, Y. (2021). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application E-Commerce Shopee Menggunakan Model Delone & Mclean. *Applied Information System and Management (AISM)*, 2(2). <https://doi.org/10.15408/aism.v2i2.20159>
- Kartikasari, N., Ambarwati, R., & Pebrianggara, A. (2023). Marketing Content Analysis of Korean Drama Streaming Platforms: Social Network Analysis on Twitter. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*. <https://doi.org/10.33258/birci.v6i2.7561>
- Kusuma, C. S. D., Faradilla, C., Augustinah, F., Haryati, T., Seseli, E. M. I., Panggabean, E. P. A., Ubjaan, J., Sarwani, S., Bagenda, C., Witi, F. L., Khudori, A. N., Grace, E., Fauziah, F., Albab, U., Lesnussa, J. U., Girsang, R. M., & Rosharita, R. (2024). *E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital* (A. Setyawati & A. Sudirman (eds.)). Eureka Media Aksara.
- Mashuri, A. A. S., & Ermaya, H. N. L. (2021). Peningkatan Kualitas Penyusunan Laporan Keuangan Manual Menjadi Digitalisasi Akuntansi Sederhana Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Serang. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i1.9501>
- Nuryahya, E., Ichsana, Y., & Andini, K. M. (2019). Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(3). <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2019.10.3.29>
- Saputra, M., Rahmadani, A., Elvina, A., & Fahlefi, R. (2023). Dampak E-Commerce terhadap Pendapatan Pedagang Sandang di Pasar Batusangkar. *TAMWIL*, 9(2), 101. <https://doi.org/10.31958/jtm.v9i2.11017>
- Ummah, M. S. (2019). Resume: Instrumen Pengumpulan Data. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Widyastuti, L. Y., Maulana, H., Erik, E., Izzah, K. A., & Azzahra, Y. C. (2023). Perluasan Potensi Pasar Produk Lokal dengan E-Commerce pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(2), 376–389. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20279>
- Zubaidah, T. R., Wadhah, A. N., & Muzakki, K. (2024). Optimalisasi Pembudayaan Pengelolaan Keuangan UMKM Melalui Pendekatan Akuntansi. *Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, 2(1), 41–47. <https://doi.org/10.55732/nemr.v2i1.1259>