

Efektifitas Sistem Informasi Akuntansi dengan Penerapan Omnichannel dalam Penjualan Marketplace

Maya Mustika¹, Erna Lovita², Adi Rianto³

^{1,2,3}Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Indonesia

mayamustika@stei.ac.id

Info Artikel

Sejarah artikel :

Diterima Februari 2024

Direvisi Maret 2024

Disetujui Maret 2024

Diterbitkan Maret 2024

ABSTRACT

Along with the development of Indonesia's economy in the trading sector, information systems are highly needed for a company to achieve its goals. This research aims to determine the application and effectiveness of using accounting information systems using omnichannel systems through the Jubelio Application. The method used in this research is descriptive qualitative method with a case study of the Online Store Vape Supplies in Sunter, Tanjung Priuk. The research uses primary data with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The data analysis techniques used are data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that the implementation of the Jubelio application can support inventory management of the store so that the availability of stock is always updated, resulting in customer satisfaction in online transactions. Control over inventory recording runs effectively. The Jubelio application also allows integration with various shipping services on the marketplace, so customers can predict the delivery time according to their needs. In terms of information coverage, the connectivity of the Jubelio application to various marketplaces provides convenience for online store owners to expand their market share throughout Indonesia.

Keywords : Accounting Information System; Jubelio Application; Omnichannel System; Sales System Effectiveness.

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan perekonomian Indonesia di sektor dagang, sistem informasi sangat dibutuhkan bagi suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan dan efektifitas penggunaan sistem informasi akuntansi menggunakan sistem omnichannel melalui Aplikasi Jubelio. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan studi kasus Toko Online Vape Supplies di Sunter, Tanjung Priuk. Penelitian menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi aplikasi Jubelio dapat mendukung manajemen persediaan toko sehingga ketersediaan stok barang selalu terbaru, berdampak pada kepuasan pelanggan transaksi online. Kontrol terhadap pencatatan persediaan berjalan dengan efektif. Aplikasi Jubelio juga memungkinkan terintegrasi dengan berbagai jasa pengiriman di *marketplace*, sehingga pelanggan dapat memprediksi lama waktu pengiriman disesuaikan dengan kebutuhannya. Dalam cakupan informasi terkoneksi aplikasi jubelio ke berbagai *marketplace* memberikan kemudahan bagi pemilik toko online untuk memperluas pangsa pasarnya di seluruh wilayah Indonesia.

Kata Kunci : Aplikasi Jubelio; Efektivitas Sistem Penjualan; Sistem Informasi Akuntansi; Sistem Omnichannel.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini teknologi memiliki peranan penting untuk strategi bisnis. Baik perusahaan kecil maupun perusahaan kelas atas menggunakan teknologi dalam menjalankan usahanya. Teknologi yang digunakan sangat beragam, ada perusahaan yang hanya menggunakan teknologi sebagai administrasi semata yakni merubah pencatatan manual menjadi pencatatan terkomputerisasi, ada juga perusahaan yang menggunakan teknologi sebagai alat untuk mengontrol bisnis dan sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan.

Salah satu penerapan teknologi yang penting bagi sebuah usaha besar ataupun kecil adalah teknologi dalam sistem informasi akuntansi (SIA). Teknologi SIA berperan dalam menyediakan dan menyampaikan informasi yang diperlukan oleh semua tingkat manajemen, pemilik, pemegang saham atau bahkan pihak luar seperti pemerintah. Berkat perkembangan pesat teknologi SIA maka kemajuan dunia usaha dapat kita rasakan saat ini, yakni dimana bisnis dimungkinkan dilakukan secara online dan transaksi perdagangan secara *realtime* [1].

Seiring dengan perkembangan perekonomian Indonesia di sektor dagang, sistem informasi sangat dibutuhkan bagi suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapainya. Berkembangnya suatu sistem informasi harus dicermati dan dioptimalkan, terutama perusahaan yang membutuhkan informasi dan data yang berkualitas, akurat, dan terpercaya dalam akses yang cepat dan tidak terbatas. Sistem informasi sangat penting memberi kekuatan bagi perusahaan, agar dapat bersaing dan mendukung perusahaan dalam meningkatkan efektifitas.

Sistem Informasi Akuntansi dapat menjadi dasar atau landasan bagi pengambil keputusan ekonomis dalam pengelolaan usaha kecil, yang di antara lain keputusan mengembangkan pasar, menetapkan harga pasar, mengatur sumber daya, mengelola operasional perusahaan dan lain-lain. Penyediaan informasi akuntansi bagi usaha kecil juga diperlukan dikarenakan untuk kemudahan akses subsidi pemerintah dan tambahan modal bagi usaha kecil dari bank [2].

Belakangan marak para pelaku usaha memanfaatkan *marketplace* untuk melakukan aktifitas perdagangannya. Penelitian Loekanto [3] mengemukakan *Marketplace* adalah toko yang menawarkan barang dan jasa melalui situs internet yang memudahkan pembeli melihat barang-barang di toko secara online. Dalam hal ini, penjual dan pembeli tidak harus bertemu satu sama lain, hanya melalui suatu toko yang tersambung jaringan internet mereka bisa melakukan transaksi jual beli yang bertujuan untuk menjangkau lebih banyak pembeli sehingga penjualan dapat meningkat.

Online marketplace atau *e-marketplace* merupakan sebuah pasar online yang mempertemukan penjual dan pembeli (*seller & buyer*) dengan tidak harus bertatap muka atau bertemu langsung. Salah satu inovasi pembelian saat ini dan dapat dilakukan setiap saat dengan penggunaan data elektronik dan aplikasi untuk perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, distribusi dan harga sebuah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Marketplace di Indonesia merupakan salah satu media penggerak ekonomi nasional dalam rangka menghadapi era globalisasi. Untuk itu, perlu dikembangkan *marketplace* yang teratur, wajar dan efisien. Pada umumnya *marketplace* yang efisien

dapat meningkatkan iklim investasi di perusahaan dan memudahkan arus masuk dan keluar barang [4].

Keberadaan *marketplace* mendorong penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai target penjualan. Omnichannel adalah salah satu skema pemasaran yang dilakukan pemilik bisnis untuk dapat mengetahui keberadaan produknya. Digitalisasi telah secara fundamental mereformasi penyebaran ritel perusahaan dan pola belanja individu, mempercepat transisi dari multichannel ke omnichannel.

Omnichannel dapat didefinisikan sebagai sebuah model operasi yang tersinkronisasi, dimana ada keselarasan antara semua saluran komunikasi perusahaan sehingga perusahaan dapat memberikan “*single face*” kepada pelanggan, bersamaan dengan konsistensi dalam melakukan bisnis [5]. Tak hanya mengenai teknologi, platform dan *tools*, omnichannel mencakup kemampuan perusahaan dalam memahami bagaimana memberikan *customer journey* yang luar biasa dengan menggunakan *tools* tersebut. Berikut adalah ilustrasi Omnichannel.



Gambar 1. Ilustrasi Omnichannel

Dalam penelitian Gao dan Huang [6] memaparkan bahwa *Tools* untuk melakukan pengukuran Omnichannel Maturity dikeluarkan oleh RSR (*Retail System Research*). *Tools* tersebut terdiri dari 6 dimensi (*Customer, Product, Inventory, Order, Locus & Technology*) dan 6 level maturity untuk tiap dimensi namun *tools* tersebut lebih diperuntukkan untuk mengukur Omnichannel Retailing. Terlepas dari kuantitas literatur tentang perilaku omnichannel, tidak ada penelitian sebelumnya yang mengambil sudut pandang digitalisasi dan menyelidiki dampak multifaset digitalisasi di bawah pengaturan Omnichannel.

Dalam penelitian Dimianus [7] menjelaskan bahwa omnichannel menggabungkan berbagai saluran komunikasi yang ada untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang saling terhubung seperti pemasaran lintas platform dengan menyelaraskan berbagai channel atau saluran yang ada sehingga

konsumen mendapatkan pengalaman baru yang memenuhi ekspektasi. Pola konsumsi yang berbeda membuat saluran pemasaran yang digunakan harus terintegrasi satu sama lain. Hal ini bertujuan untuk memberikan paparan yang konsisten terhadap konsumen dengan omnichannel yang akhirnya membeli suatu produk dengan gadget secara mudah.

Salah satu aplikasi terbaru dalam 'ekosistem' Omnichannel yang saat ini banyak digunakan adalah Jubelio. Penerapan Jubelio mendorong seluruh aktivitas operasional bisnis dapat diselesaikan dengan lebih mudah dan efisien. Omnichannel sendiri adalah platform bisnis multiguna yang mengintegrasikan semua kebutuhan bisnis. Penggiat UMKM dengan menggunakan Jubelio dapat mengintegrasikan fitur seperti *Point of Sales* (POS), Management Stock, Accounting dan fitur lainnya untuk mempermudah aktivitas penjualan mereka.

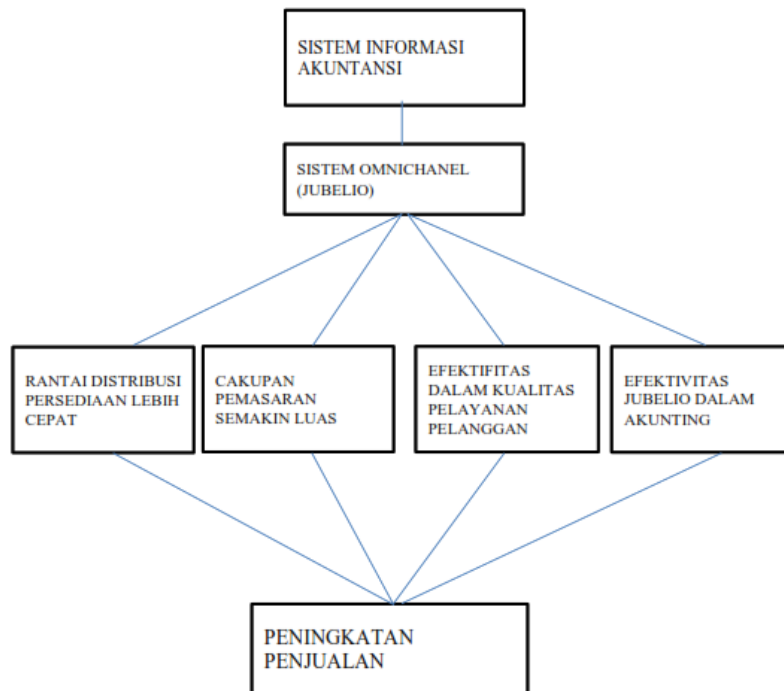
Jubelio merupakan pionir *platform* omnichannel di Indonesia yang mengintegrasikan seluruh proses bisnis, mulai dari *listing* barang ke *marketplace*, kontrol stok dari gudang, jasa pengiriman, pencatatan akuntansi, POS (*Point of Sales*) atau kasir online, hingga yang terbaru *webstore builder*. Lebih dari 3000 toko dan jutaan order dari *marketplace*, *webstore*, dan *offline* store berhasil diselesaikan oleh Jubelio. Saat ini, Jubelio sudah bekerjasama dengan *marketplace* Indonesia seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, Blibli, BukaLapak dan lainnya. Visi Jubelio adalah ingin membantu semua jenis usaha di Indonesia, mulai dari UMKM hingga enterprise dalam mempermudah pengelolaan bisnis mereka melalui satu *dashboard*.

Jindal dkk [8] melakukan sebuah penelitian menggunakan metode survei pada perusahaan yang melakukan riset pasar dengan merekrut populasi acak responden dari panel sampel konsumennya di AS. Hasil penelitian ini adalah setiap pilihan yang tersedia bagi pelanggan telah di standardisasi dengan koefisien (hanya *covariat*) untuk menyimpulkan kekuatan setiap atribut dalam membentuk preferensi pelanggan untuk setiap pilihan. *Model probit multivariat* menggunakan data dari survei pelanggan dan menemukan bahwa penjual offline juga harus fokus pada penyampaian dasar-dasar penjualan kepada pelanggan online dengan pilihan yang lebih besar, harga yang kompetitif, dan kenyamanan pembelian.

Firdaus [9] menyatakan bahwa hasil SIA yang berbasis online pada Rally Variasi menyimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi masih kurang efektif dan efisien sehingga mengakibatkan pendapatan yang kurang dan mengalami perbedaan yang signifikan. Selain itu dokumen yang digunakan sebagai alat informasi belum cukup bisa membantu meningkatkan penjualan. Adapun penelitian Yanuardi [10] memperoleh hasil bahwa Telkom telah melakukan inisiasi implementasi Omnichannel *Customer Experience* dengan diterapkannya platform *single window* yang terintegrasi di semua saluran pelanggan dan dari sembilan dimensi pengukuran *Omnichannel Maturity Model* mayoritas sudah berada pada level *Cross Channel*.

Penelitian Taufique dkk [11] berfokus pada pengembangan kualitas sistem informasi akuntansi layanan omnichannel berbasis data. Penelitian tersebut menjelaskan sistem yang potensial untuk layanan omnichannel dengan mengkonseptualisasikan laporan keuangan sebagai hasil yang berkualitas serta terintegrasi. Kesimpulannya adalah ada dampak positif dari layanan omnichannel serta menjadi penelitian yang masih awam dalam bidang ini.

Jika beberapa penelitian diatas memfokuskan pada keberadaan sistem informasi akuntansi dalam meningkatkan kegiatan operasional perusahaan, maka dalam penelitian ini secara spesifik dikaitkan dengan aplikasi Jubelio. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana penerapan sistem omnichannel menggunakan aplikasi Jubelio dapat meningkatkan efektifitas operasional sehingga mendorong peningkatan omzet penjualan.



Gambar 2. Kerangka konseptual

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan objek penelitian Toko Online Vape Supplies yang beralamat di Harland Residance, Jl. Agung Tengah 4 No. 23, RT.6/RW.12. Operasional transaksi harian menggunakan sistem omnichannel dengan aplikasi Jubelio. Transaksi dimulai dari memproses pesanan dari *market place*, masuk ke menu pesanan dan ke halaman siap proses dan tandai semua pesanan setelah itu lalu pilih item penuh stok dan simpan lalu beralih ke halaman siap kirim dan unduh resi beserta label pesanan serta *packing* barang sebelum di serahkan ke kurir.

Teknik perolehan data pada penelitian ini dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan pada 3 informan, yaitu:

Tabel 1. Daftar Informan

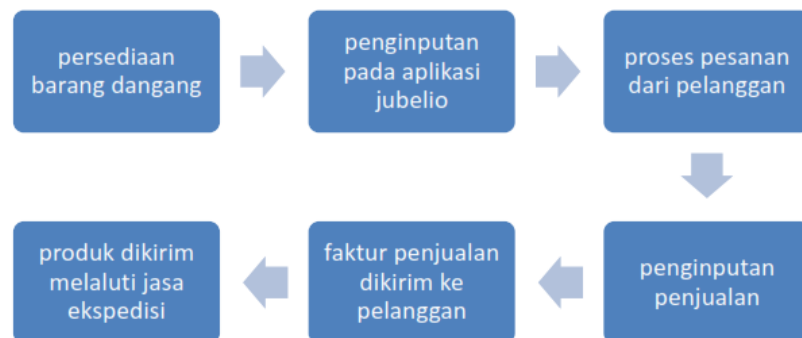
No	Nama	Sebagai
1	Bpk. Pemilik Toko	Pemilik Toko Online Vape Supplies
2	Muhammad Januarizal	Karyawan Toko Online Vape Supplies
3	Yoga	Pelanggan

Teknik analisis yang digunakan menggunakan model Miles and Huberman [12], yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Rantai Distribusi Persediaan

Sistem Persediaan pada aplikasi Jubelio memudahkan karyawan untuk memasukkan data barang yang telah dibeli dari distributor, setelah bagian pembelian memesan barang kepada distributor dan barang telah sampai di toko maka karyawan akan memeriksa kelengkapan barang yang telah dipesan sudah sesuai atau belum dan jika ada kerusakan maka akan segera dikembalikan kepada distributor, lalu barang akan di *entry* ke dalam sistem persediaan di aplikasi Jubelio ini dan stok pada sistem persediaan akan secara langsung bertambah pada sistem. Kemudahan sistem persediaan pada aplikasi Jubelio dimana persediaan pada setiap *marketplace* akan langsung mengikuti persediaan yang ada. Karyawan tidak perlu untuk mengubah persediaan pada setiap *marketplace* secara manual dan hal ini sangat efisien dan tidak memakan banyak waktu untuk proses pembaruan persediaan. Selain itu juga mendorong mekanisme pengendalian persediaan yang lebih baik. Berikut ini merupakan proses rantai pasokan:



Gambar 3. Ilustrasi Rantai Pasokan Persediaan

Aplikasi Jubelio memungkinkan manajemen persediaan menjadi lebih efisien. Saat terjadi transaksi penjualan pada salah satu *marketplace*, karyawan akan memproses pesanan tersebut melalui aplikasi Jubelio, secara otomatis aplikasi akan secara langsung mencatat penjualan tersebut dengan mengeluarkan faktur yang dapat disimpan dalam bentuk *hardcopy* atau *softcopy* dan saat bersamaan setelah tercetaknya faktur persediaan maka jumlah stok persediaan di setiap *marketplace* akan berkurang. Ketika penjual mempunyai banyak *marketplace* dengan satu persediaan yang sama maka tidak perlu merubah persediaan secara manual pada setiap *marketplace* dan sekaligus menjadi kontrol terhadap jumlah stok persediaan. Sebagaimana diketahui, sangat penting menjaga pengendalian persediaan pada bisnis ritel [13].

Rantai distribusi persediaan pada sistem omnichannel Jubelio ini sangat efisien dimulai dari pencatatan pembelian dan pencatatan penjualan. Aplikasi ini sangat mendukung para penjual yang terjun dalam *online shop*, pengoperasian

kegiatan pembelian atau penjualan yang harusnya dikerjakan dalam beberapa langkah, menjadi efisien dengan hanya melakukan satu langkah.

Cakupan Pemasaran pada Aplikasi Jubelio

Terintegrasinya aplikasi Jubelio dengan berbagai *marketplace* yang ada dapat menyinkronkan berbagai platform *marketplace* yang digunakan oleh toko. Sinkronisasi tersebut mendorong tercapainya target pembeli yang besar, karena pada umumnya masyarakat Indonesia cenderung berbelanja online pada satu aplikasi *marketplace* yang menurutnya lebih memberikan banyak keuntungan. Penerapan aplikasi Jubelio memungkinkan penjual menggabungkan beberapa *marketplace* dalam satu sistem sehingga lebih efektif dan efisien dalam pengoperasian dan pemrosesan pesanan.

Database pangsa pasar terpantau dengan sangat baik sehingga meningkatkan kemampuan pemasaran, yakni mampu menjangkau seluruh pembeli dari berbagai daerah di Indonesia. Kendala dalam berbelanja online bagi masyarakat terutama yang berada di luar pulau Jawa adalah ongkos kirim yang cukup besar, namun setiap *marketplace* mampu memberikan promo menarik baik *cashback* maupun gratis ongkos kirim sehingga menguntungkan pembeli, program gratis ongkos kirim dari *marketplace* biasanya menggunakan jasa kirim yang sudah bekerja sama dengan *marketplace*.

Peranan Jubelio dalam hal pengiriman yaitu terintegrasinya Jubelio dengan setiap jasa kirim yang telah bekerja sama dengan *marketplace*. Sebagaimana transaksi lainnya, maka dalam hal pengiriman demikian juga, yakni dengan hanya satu langkah maka secara langsung akan terproses dan akan memberikan nomor resi pengiriman yang akan digunakan oleh jasa kirim untuk mengirim pesannya dalam bentuk label pengiriman. Terkoneksinya Jubelio dengan berbagai *marketplace* dan dengan berbagai jasa kirim yang ada di Indonesia memberikan kemudahan bagi pemilik toko online untuk mencakup pelanggan di berbagai daerah di Indonesia.

Efektifitas Aplikasi Jubelio dalam Kualitas Pelayanan Pelanggan

Setiap pembeli pasti ingin mendapatkan pelayan terbaik dari toko yang mereka kunjungi baik toko offline atau pun toko online. Toko online *vape supplies* selalu mengutamakan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan mereka. Proses pesanan yang cepat merupakan salah satu kepuasan pelanggan berbelanja di toko online. Proses pemesanan yang mudah dan cepat merupakan indikasi bahwa toko tersebut memang memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan [14]. Aplikasi Jubelio mampu meningkatkan kecepatan proses pesanan dengan cara mampu memproses pesanan dari berbagai *marketplace* secara bersamaan serta secara bersamaan penjualan langsung tercatat dalam akun penjual. Jadi proses pesanan di *marketplace* yang dimulai dari menyiapkan barang yang dipesan lalu mengemasnya sesuai dengan SOP toko, setelah pengemasan selesai dan paket telah terpasang label pengiriman maka barang siap untuk dikirim, semua tahapan tersebut dapat dilaksanakan dengan efektif karena aplikasi Jubelio.

Pengiriman barang yang cepat juga menjadi alasan pembeli merasa puas berbelanja di suatu toko online. Toko online *vape supplies* selalu melakukan

pengiriman barang secara cepat dengan langsung mengeluarkan nomor resi saat pesanan sehingga pihak jasa kirim bisa langsung mengambil barang untuk di kirim ke pembeli. Ditambah saat ini jasa kirim instan dan sameday menggunakan ojek online mulai banyak digunakan oleh pembeli yang dekat dengan toko atau berada satu area dengan toko, pembeli dapat menerima barang antara satu sampai tiga jam setelah pemesanan barang atau bisa menerima barang di hari yang sama dengan pembelian. Aplikasi Jubelio sebagai aplikasi yang sudah terkoneksi dengan berbagai jasa kirim yang ada mampu memberikan pengalaman kecepatan pengiriman yang sangat memuaskan bagi pelanggan. Aplikasi mampu mengunduh no resi dari setiap *marketplace* dan juga dari berbagai jasa kirim sehingga paket yang telah dikemas langsung siap untuk dikirim. Hasil observasi terhadap pembelian di toko online vape supplies banyak memberikan ulasan yang positif tentang kecepatan pengiriman barang.

Kontrol ketersediaan stok pada *marketplace* merupakan hal yang utama. Stok yang sesuai antara yang di gudang dengan di *marketplace* sangat mendukung keterlayanan konsumen. Ketersediaan stok kadang menjadi kendala bagi pembeli saat ingin membeli barang yg terpajang di etalase *marketplace* namun saat barang tersebut di pesan dan sudah melakukan pembayaran ternyata barang tersebut kosong, tentu membuat pelanggan kecewa. Hal ini akan menjadikan penjual mendapat rating buruk dari konsumen.

Aplikasi Jubelio sangat berperan dalam mengontrol ketersediaan stok. Toko online vape *supplies* mampu mengendalikan ketersediaan stoknya dengan baik karena rantai distribusi yang efektif dan efisien. Ketika terjadi pembelian dan penjualan, barang yang keluar dan masuk sudah langsung tercatat. Persediaan langsung menyesuaikannya di setiap *marketplace*, sehingga tidak ada istilah barang kosong padahal terlihat di etalase *marketplace*. Pembeli dapat langsung membelinya tanpa takut barangnya kosong.

Kendala berikutnya yang sering dialami oleh pembeli saat berbelanja online adalah barang rusak. Kerusakan barang bisa karena pengiriman atau cacat produksi. Kerusakan karena pengiriman bisa diminimalkan dengan pengemasan yang sesuai standar. Namun untuk kerusakan karena cacat produksi, yang biasanya sering terjadi pada barang elektronik, diberikan fasilitas untuk retur dengan prosedur yang cepat.

Retur di toko online vape supplies tidak memakan waktu lama. Setelah barang sampai di tangan pembeli dan pembeli tersebut membukanya namun barang tersebut dalam keadaan rusak, maka pembeli hanya perlu menghubungi admin toko Vape Supplies di *marketplace* dan menunjukkan video *unboxing* paketnya. Proses verifikasi hanya membutuhkan waktu kurang 1 jam, selanjutnya pembeli dapat mengajukan *complain* di *marketplace* tempat mereka bertransaksi. Setelah proses penukaran barang dengan pembeli selesai, karyawan akan menghubungi distributor untuk melakukan penukaran barang yang rusak tersebut. Tahap terakhir akan membuat penyesuaian sementara untuk barang yang telah dikirimkan kepada pembeli agar tidak ada perbedaan antara persediaan di gudang dan *marketplace*.

Penerapan aplikasi Jubelio di toko online vape supplies sangat mempengaruhi kualitas pelayanan. Sebagaimana diketahui bahwa kepuasan

konsumen merupakan hal yang sensitif dalam bisnis online [15]. Sejauh ini took online vape supplies berhasil menjaga efisiensi dan efektifitasnya, mulai dari proses pemesanan yang mudah, pencatatan penjualan hingga pengendalian persediaan di gudang dan *marketplace*. Demikian pula dengan sistem pengiriman yang terintegrasi sehingga pelanggan merasakan pengalaman belanja yang menarik. Pada akhirnya peningkatan omzet penjualan bisa tercapai sesuai target.

Efektivitas Aplikasi Jubelio dalam Pencatatan Akuntansi

Sistem pencatatan akuntansi disuatu toko online memiliki peran penting yaitu memberikan sebuah informasi yang dapat digunakan oleh pemilik toko. Aktifitas berupa pencatatan, klasifikasi, pengolahan dan penyajian data transaksi menghasilkan informasi keuangan yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Pencatatan transaksi yang akurat karena pesanan yang masuk dari berbagai *marketplace* diproses melalui aplikasi Jubelio, sekaligus pencetakan fakturnya dan faktur yang telah tercetak tersimpan secara rapi di *database*. Penjual juga tidak perlu menyimpan faktur dan data transaksi lainnya dalam bentuk *harcopy*, sehingga tentu lebih praktis dan efisien. Klasifikasi akun dapat dilakukan dengan rapi dan sesuai kaidah akuntansi, sehingga dari proses penjurnalan hingga pembuatan laporan keuangan dapat dipahami oleh pengguna laporan keuangan.

Pengelolaan data transaksi di aplikasi Jubelio sudah sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku di Indonesia. Bagian keuangan dapat memahami implementasi aplikasi dengan mudah, demikian pula dengan penyajian data transaksi mudah dipahami oleh karyawan. Kualitas laporan juga terjamin validitas dan akurasi sehingga menjadi sebuah pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Pemilik toko vape supplies memanfaatkan hasil laporan keuangan dari aplikasi Jubelio untuk pengambilan keputusan mulai dari penetapan tingkat persediaan hingga penetapan harga. Kebijakan tersebut dilakukan untuk menjaga eksistensi toko dari berbagai persaingan toko yang ada di *marketplace*.

PENUTUP

Rantai distribusi persediaan pada sistem omnichannel di aplikasi Jubelio sangat efisien dimulai dari pencatatan, baik pembelian maupun penjualan. Sistem persediaan pada aplikasi jubelio memudahkan penggunaanya karena sangat efisien dan tidak memakan banyak waktu untuk proses pembaruan persediaan. Jadi terdapat kemudahan sistem persediaan sekaligus pengendalian ketersediaan stok, dimana persedian pada setiap *marketplace* akan langsung *ter-update*, karyawan tidak perlu untuk mengubah persediaan pada setiap *marketplace* secara manual dan tentunya resiko kesalahan dapat diminimalkan.

Terintegrasinya aplikasi Jubelio dengan berbagai *marketplace* yang ada dan sinkronisasi berbagai platform *marketplace* yang digunakan, memberikan banyak keuntungan dengan menggabungkan beberapa *marketplace* dalam satu sistem sehingga lebih efektif dan efisien. Terkoneksinya aplikasi Jubelio ke berbagai *marketplace* memberikan kemudahan bagi pemilik toko online untuk mencakup berbagai daerah di Indonesia.

Setiap pembeli ingin mendapatkan pelayan terbaik dari toko yang mereka kunjungi, toko online vape supplies mengutamakan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan mereka dalam berbelanja *online*. Hal tersebut dapat berupa pemrosesan pesanan, pengiriman barang, stok barang tersedia dan pelayanan yang ramah serta terhubungnya dengan berbagai jasa kirim menjadikan aplikasi Jubelio sebagai sebuah aplikasi yang mampu memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi pelanggan dan dapat meningkatkan penjualan toko online tersebut.

Proses pencatatan akuntansi memiliki peranan penting yang dapat memberikan sebuah informasi yang akan digunakan oleh pemilik toko sebagai bahan untuk pengambilan sebuah keputusan. Pencatatan transaksi di jubelio sangat akurat karena pesanan yang masuk dari berbagai *marketplace* diproses melalui aplikasi dan faktur tersimpan dalam *database* sehingga tidak perlu menyimpan faktur dalam bentuk fisik. Klasifikasi akun dilakukan dengan rapi dan sesuai sehingga di setiap penjurnalan atau di setiap laporan keuangan dapat mudah dibaca dan dipahami.

Keterbatasan penelitian ini adalah minimnya informasi mengenai alur proses penggunaan aplikasi Jubelio. Penelitian ini hanya dilakukan di salah satu toko online vape supplies. Penelitian pada beberapa toko atau usaha lain yang menggunakan omnichannel tidak dimungkinkan karena masalah keterbatasan izin pengambilan data. Berdasarkan keterbatasan berikut maka saran untuk penelitian berikutnya adalah penelitian pada toko atau usaha lain yang menerapkan omnichannel guna memperkuat temuan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Du, "The impact of multi-channel and multi-product strategies on firms' risk-return performance," *Decision Support Systems*, 2018. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.01.009>
- [2] E. Lovita and F. Susanty, "Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan," *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, vol. 18, no. 02, 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.437>
- [3] A. Loekamto, "Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping," *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, vol. 1, no. 3, 2012.
- [4] W.A. Siregar, "Strategi Pemasaran Produk @NDY.EYELASH_EXTENSION Melalui Media Online Facebook di Market Place," *Repository, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 2021.
- [5] J. Alonso-Garcia, F. Pablo-Martí, and E. Nunez-Barriopedro, "Omnichannel Management in B2B: Complexity-based model. Empirical evidence from panel of experts based on Fuzzy Cognitive Maps," *Industrial Marketing Management*, vol. 95, pp. 99–113, April 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2021.03.009>
- [6] M. Gao and L. Huang, "Quality of channel integration and customer loyalty in omnichannel retailing: The mediating role of customer engagement and relationship program receptiveness," *Journal of Retailing and Consumer*

- Services, vol. 63, May 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102688>
- [7] D. Dimianus, "Efektivitas Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Pedesaan," *Jurnal Ilmu Pemerintah*, vol. 02, no. 02, 2014, pp. 8-10.
- [8] R. P. Jindal, D. K. Gauri, W. Li, and Y. Ma, "Omnichannel battle between Amazon and Walmart: Is the focus on delivery the best strategy?" *Journal of Business Research*, vol. 122, September 2020, pp. 270–280. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.053>
- [9] R.A. Firdaus, "Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Online Pada CV. Rally Variasi," Repository, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2019.
- [10] A. W. Yanuardi, "Analisis Omnichannel Customer Experience Maturity Di Pt. Telekomunikasi Indonesia," *Jurnal Manajemen Indonesia*, vol. 16, no. 2, 2016. [Online]. Available: <https://doi.org/10.25124/jmi.v16i2.314>
- [11] T. M. Taufique, S. Akter, U. Kattiyapornpong, and S. Fosso, "The Impact of Integration Quality on Customer Equity in Data Driven Omnichannel Services Marketing," *Procedia Computer Science*, vol. 121, 2017, pp. 784–790. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.101>
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- [13] E. Lovita, M. Sudarma, Z. Baridwan, R. Roekhudin, "Building Supplier Loyalty As A Pillar Of Internal Control In Retail's Business," *Eurasia: Economics & Business*, vol. 10, no. 40, pp. 8-17, 2020.
- [14] G. Prabantoro, U. Salim, F. Rohman, and A. S. Husein, "Growth Mindset Of Smes In Utilizing Digital Marketing Towards Global Markets," *Eurasia: Economics & Business*, vol. 11, no. 41, November 2020, DOI: 10.18551/econeurasia.2020-11.
- [15] R. Aprilyanti and G. Prabantoro, "Pengaruh Medsos Instagram, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Online Alat Musik," *Jurnal Manajemen STEI*, vol. 3, no. 01, pp. 50-70, 2020.