

**IMPLEMENTASI DIGITALISASI AKUNTANSI UNTUK PENGGUNAAN
E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KEBERLANJUTAN
USAHA UMKM DI KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

**NURUL FITRI RAMADHANI
105731120921**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

KARYA TUGAS AKHIR SEMESTER

JUDUL PENELITIAN

**IMPLEMENTASI DIGITALISASI AKUNTANSI DAN E-COMMERCE TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA
UMKM
DI KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

NURUL FITRI RAMADHANI
105731120921

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**“Jika bukan karena Allah yang Mampukan, Aku mungkin sudah lama Menyerah”
(QS. Al-Insyirah: 5-6)**

“Setiap langkah punya tujuan, setiap nafas ada kehidupan, setiap harapan ada kepastian, dan setiap doa punya jawaban, setiap orang memiliki perjuangan hidup sendiri. Selesaikan satu persatu dengan tenang, tanpa perlu membandingkan dengan orang lain, teruslah berjalan dijalur takdirmu sendiri”

PERSEMBAHAN

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan keberkahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. “Sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai taladan hidup bagi umat manusia”.

Sebagai tanda bakti, hormat dan kasihku yang tiada terhingga, kupersembahkan karya kecil ini kepada Ayah dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan cinta kasih. Suatu kebanggaan bisa terlahir sebagai anakmu. Semoga ini menjadi awal untuk

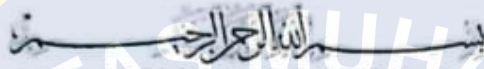
meringankan beban di Pundak

ayah dan ibu.



**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Implementasi Digitalisasi Akuntansi Untuk Penggunaan E commerce Dalam Meningkatkan Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Makassar

Nama Mahasiswa : Nurul Fitri Ramadhani
No. Stambuk/NIM : 105731120921
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi strata (S1) pada tanggal 30 Agustus 2025 di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

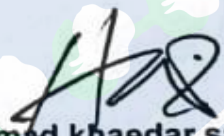
Makassar, September 2025

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. idil rakhmat susanto, SE., M.Ak
NIDN. 0929059201


Muhamad khaedar sahib, SE., M.Ak
NIDN. 0930087503

Mengetahui

Ketua Program Studi


Dekan

Dr. Edi Jusriadi SE., M.M
NBM. 1038166


Muhamad khaedar sahib, SE., M.Ak
NBM. 1190048



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Nurul Fitri Ramadhani, Nim 105731120921 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0005/SK-Y/6020/091004/2025 M, Tanggal 05 Rabiul Awal 1446 H/ 28 Agustus 2025 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 30 Dzulqa'dah 1446 H
30 Agustus 2025 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suami, S.E., M.ACC
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Mira, SE., M.Ak.,Ak (.....)
2. Muhammad Khaedar Sahib, S.E., M. Ak' (.....)
3. Asriani Hasan, SE., M.Sc (.....)
4. Nurhidayah, SE.,M.Ak (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Dr. Edi Jusriadi, SE., M.M
NBM : 1038166



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Fitri Ramadhani

Stambuk : 105731120921

Program Studi : Akuntansi

Judul Skripsi : Implementasi Digitalisasi Akuntansi Untuk Penggunaan *E commerce* Dalam Meningkatkan Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia, menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, September 2025

Yang Membuat Pernyataan,



[Signature]
Nurul Fitri Ramadhani
105731120921

Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi

[Signature]
Dekan
Dr. H. Edi Jusladi, SE., M.M
NBM : 1038166

[Signature]
Muhammad Khaedar Sahib, S.E., M.Ak
NBM : 1190048



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 makassar

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Fitri Ramadhani
NIM : 105731120921
Program Studin: Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Implementasi Digitalisasi Akuntansi Untuk Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Makassar"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, September 2025

Yang Membuat Pernyataan


METERAN
TEMPEL
CUT DAANX037660699
NIM : 105731120921

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta' ala atas Rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Begitu pula sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya sampai akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Implementasi Digitalisasi Akuntansi Untuk Penggunaan E- Commerce Dalam Meningkatkan Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Makassar"

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua saya Bapak Suhartono dan Tayu, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya, dua orang yang selalu mengusahakan anak-anaknya bisa menempuh pendidikan yang setinggi-tingginya meskipun mereka berdua hanya bisa menempuh pendidikan sampai tahap dasar. Untuk ibu saya, terima kasih atas segala motivasi, pesan, doa, dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah dan ikhtiar anakmu untuk menjadi seseorang yang berpendidikan, terima kasih atas kasih sayang tanpa batas yang tak pernah lekang oleh waktu, atas kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup saya, terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi, serta pelita yang tak pernah padam dalam setiap langkah yang saya tempuh. Terakhir, terima kasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung jumlahnya.

Saudara-saudariku tercinta seayah dan seibu. Keluarga besarku yang selama ini telah membantu dan memberikan supportnya dalam penyusunan skripsi ini baik dari segi materi maupun nonmateri.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi disampaikan dengan hormat kepada;

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Dr. Mira, S.E., M.Ak, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Idil Rakhmat Susanto, S.E., M.Ak, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Muhammad khaedar sahib, S.E., M.Ak, selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
6. Ibu Indriana, S.E., M.Ak, selaku Dosen Penasehat Akademik yang senantiasa membantu dan membimbing selama masa perkuliahan.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Terimakasih kepada keluarga besarku yang sudah memberikan semangat dan membantu penulis dalam hal apapun dan juga senantiasa mendoakan penulis.

10. Saudara-saudari Seperjuanganku tercinta AK21G dan MA21A Angkatan 2021, yang selalu memberikan motivasi dan perhatian selama penulisan skripsi ini.
11. Terimakasih untuk Tiaraa, Nur Anisa Putri dan Emy Kusuma Ningsi yang selalu menemani dan memberikan motivasi yang tiada henti kepada penulis sampai dalam penyusunan Skripsi ini.
12. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.
13. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah bertahan dan tidak menyerah dalam setiap proses Panjang ini. Untuk setiap kegagalan yang dijadikan sebagai Pelajaran, untuk setiap lelah yang tidak membuat menyerah, dan segala tantangan yang dihadapi menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini. Skripsi ini adalah bukti ketekunan, kesabaran, dan keyakinan kepada diri saya sendiri yang mampu mengantarkan Langkah kecil ini menjadi sebuah pencapaian yang besar

Penulis dengan sepenuh hati menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi metode, maupun penyajiannya, sehingga kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan untuk menjadi bahan pembelajaran dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, September 2025

Nurul Fitri Ramadhani

ABSTRAK

NURUL FITRI RAMADHANI. 2025. *Implementasi Digitalisasi Akuntansi Dan E-Commerce Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Di Kota Makassar*. Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Idil Rakhmat Susanto dan Muhammad Khaedar Sahib.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi digitalisasi akuntansi untuk penggunaan e-commerce dalam meningkatkan keberlanjutan usaha UMKM di Kota Makassar. Era digitalisasi telah mengubah cara bisnis dijalankan, khususnya dalam sektor UMKM yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Digitalisasi akuntansi mengacu pada penerapan teknologi untuk mengotomatisasi proses akuntansi, meningkatkan efisiensi dan akurasi pencatatan keuangan, sementara e-commerce memberikan akses pasar yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan enam informan yang merupakan pemilik UMKM di Kota Makassar, meliputi sektor kuliner, fashion, kosmetik, dan jasa. Teknik analisis data menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari pengalaman informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi digitalisasi akuntansi dalam penggunaan e-commerce memberikan dampak positif signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Manfaat yang diperoleh meliputi peningkatan efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar, peningkatan transparansi keuangan, dan kemampuan adaptasi yang lebih baik terhadap perubahan pasar. Selama masa pandemi, sistem digital terbukti menjadi penyelamat bagi keberlangsungan usaha UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi akuntansi dan e-commerce merupakan faktor krusial dalam menjamin keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di era modern, dengan memberikan fondasi yang kuat untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: *Digitalisasi akuntansi, e-commerce, UMKM, keberlanjutan usaha, Makassar*

ABSTRACT

NURUL FITRI RAMADHANI. 2025. *The Implementation of Accounting Digitalization and E-Commerce on the Sustainability of Micro, Small and Medium Enterprises in Makassar City*. Thesis. Department of Faculty Accounting Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by : Idil Rakhmat Susanto and Muhammad Khaedar Sahib.

This study aims to analyze the implementation of accounting digitization for the use of e-commerce to improve the sustainability of Micro Small and Medium Enterprises in Makassar City. The era of digitization has changed the way business are run, especially in the Micro Small Medium Enterprises sector, which is the backbone of the Indonesian economy. Accounting digitalization refers to the application of technology to automate accounting processes, improve efficiency and accuracy in financial record-keeping, while e-commerce provides broader market access. This study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data was collected through in-depth interviews with five informants who are Small Medium Enterprises owners in Makassar City, covering the food, fashion, cosmetics, and services sectors. Data analysis techniques use thematic analysis to identify patterns and themes emerging from the informants' experiences.

The results of the study indicate that the implementation of accounting digitization and e-commerce has a significant positive impact on the sustainability of Micro Small Medium Enterprises. The benefits include increased operational efficiency, expanded market reach, improved financial transparency, and better adaptability to market changes. During the pandemic, digital systems proved to be a lifeline for the sustainability of Small Medium Enterprises businesses. This study concludes that accounting digitalization and e-commerce are crucial factors in ensuring the sustainability and growth of Small Medium Enterprises in the modern era, providing a strong foundation for sustainable business development.

Keywords: Accounting digitalization, e-commerce, Small Medium Enterprises, business sustainability, Makassar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ASBTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pemikiran	25
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Fokus penelitian.....	27
C.Situs dan Waktu Penelitian	28
D.Jenis Data dan Sumber Data.....	28

E. Informan	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	310
G. Metode Analisis Data.....	31
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
B. Hasil Penelitian	277
C. Pembahasan	49
BAB V. KESIMPULAN	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	24
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram <i>E-commerce</i> 2024	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Penelitian.....	63
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian.....	86
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian.....	89
Lampiran 4 Surat Balasan Penelitian.....	90
Lampiran 5 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Digitalisasi telah menjadi salah satu pendorong utama transformasi di berbagai sektor, termasuk akuntansi dan *e-commerce*. Di Kota Makassar, perkembangan ini memiliki dampak yang signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi dalam bidang akuntansi dan *e-commerce* tidak hanya mengubah cara bisnis dijalankan, tetapi juga memberikan pengaruh besar terhadap inovasi dalam pengambilan keputusan (Julianto dkk., 2022)

Digitalisasi akuntansi mengacu pada penerapan teknologi untuk mengotomatisasi proses akuntansi, yang dapat meningkatkan efisiensi serta akurasi dalam pencatatan keuangan. Dengan sistem akuntansi digital, UMKM dapat mengakses data keuangan secara real-time, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat. Namun, masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi modern, khususnya dalam hal akuntansi dan pemasaran online (Badan Pusat Statistik, 2022).

Penelitian menunjukkan bahwa penerapan sistem akuntansi digital dapat mengurangi kesalahan dalam pelaporan dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, digitalisasi juga mendukung transparansi laporan keuangan, yang sangat penting untuk membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan.

Dengan adanya digitalisasi, perusahaan akuntansi kini memiliki akses ke alat akuntansi digital, platform berbagi pengetahuan, dan saluran komunikasi yang lebih efektif (Bygren, 2016). Namun, perkembangan ini juga menuntut karyawan untuk memiliki pengetahuan yang lebih luas dibandingkan dengan era bisnis analog serta keterampilan khusus yang lebih tinggi (Savic 2023).

Beberapa keterampilan akuntansi utama yang harus dikuasai pengusaha meliputi pengelolaan arus kas, menjaga neraca keuangan, mengidentifikasi jalur menuju profitabilitas, memahami laporan keuangan, dan membuat keputusan keuangan yang tepat (Kumaratih & Wijaya, 2018).

Digitalisasi informasi akuntansi juga berdampak signifikan pada profitabilitas dan produktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Zahrah Buyong, 2020). Pengadopsian digitalisasi akuntansi menjadi sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi dalam prosedur akuntansi, mempermudah proses pembukuan, pembuatan faktur, audit, dan perpajakan (Wijaya dkk., 2023).

Pemanfaatan teknologi digital dalam akuntansi keuangan dan manajemen memungkinkan UMKM untuk menghitung, melaporkan, mengirim, dan menganalisis data keuangan dengan lebih cepat, efisien, dan efektif, sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan maupun non-keuangan mereka (Jans dkk., 2022; Julianto dkk., 2022; Knudsen, 2020).

Saat ini, UMKM mulai mengadopsi perangkat lunak akuntansi yang hemat biaya dan mudah disesuaikan, termasuk sistem Enterprise Resource Planning (ERP) berbasis cloud (Munfaredi dkk., 2022). Sistem ini membantu mereka merampingkan catatan keuangan, mengotomatisasi tugas administratif, dan memberikan waktu lebih untuk fokus pada fungsi inti bisnis (Dewi dkk. 2022).

Sementara itu, *e-commerce* menyediakan platform bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan platform online, UMKM di Makassar dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah dan cepat, sekaligus meningkatkan visibilitas produk mereka. *E-commerce* tidak hanya

memperluas cakupan pasar tetapi juga menyederhanakan proses transaksi, sehingga membantu meningkatkan efektivitas kinerja keuangan (Susanti, 2021).

Berikut adalah diagram yang menunjukkan bahwa *e-commerce* sudah tidak asing lagi kalangan UMKM.



ambar 1.1 Daftar E-commerce yang paling sering digunakan UMKM 2024

Sumber : cnbc Indonesia (2024)

Berdasarkan hasil diagram di atas, terlihat bahwa Shopee adalah platform *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh UMKM di Indonesia, dengan persentase penggunaan sebesar 96%. Ini menunjukkan bahwa Shopee memiliki pangsa pasar yang sangat besar di kalangan UMKM. Diikuti oleh TikTok dengan persentase penggunaan sebesar 87%, kemudian Lazada dengan 71%, dan Tokopedia dengan 62%. Ini menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia cenderung bervariasi dalam pemilihan platform *e-commerce* yang mereka gunakan, tetapi Shopee tetap menjadi yang paling dominan.

Dalam konteks pandemi COVID-19, *e-commerce* menjadi penyelamat bagi banyak UMKM yang terdampak oleh pembatasan fisik. Kombinasi digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dalam pengambilan keputusan bisnis. Data yang dihasilkan dari sistem akuntansi digital serta transaksi *e-commerce* memungkinkan UMKM melakukan analisis mendalam terhadap kinerja bisnis mereka. Selain itu, pembatasan sosial yang diterapkan pemerintah turut menyebabkan penurunan signifikan dalam pendapatan UMKM (Agnesia & Saputra, 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Makassar. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), jumlah UMKM di Indonesia mencapai 66 juta unit, dengan kontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Di Kota Makassar sendiri, UMKM menunjukkan pertumbuhan signifikan dengan rata-rata peningkatan 5-7% per tahun (Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar, 2023).

Era digital telah membawa perubahan besar pada lanskap bisnis, termasuk bagi UMKM. Dua aspek penting yang memengaruhi perkembangan UMKM di era ini adalah digitalisasi akuntansi dan *e-commerce*. Digitalisasi akuntansi memungkinkan UMKM mengelola keuangan mereka secara lebih efisien dan akurat, sementara *e-commerce* membuka peluang baru dalam pemasaran serta penjualan produk. Keunggulan digitalisasi akuntansi antara lain adalah kemudahan dalam pencatatan transaksi secara real time, peningkatan transparansi, serta meminimalkan kesalahan manual yang sering terjadi pada pembukuan tradisional. Hal ini membantu pelaku UMKM dalam mengambil keputusan berbasis data yang lebih cepat dan tepat. Sementara itu, *e-commerce*

menawarkan keunggulan berupa jangkauan pasar yang lebih luas, biaya operasional yang relatif rendah dibandingkan toko fisik, serta kemampuan untuk menjalin interaksi langsung dengan konsumen melalui platform digital. Dengan demikian, kedua aspek ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat daya saing UMKM di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Penelitian Sari dkk. (2024) menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan akurasi pelaporan keuangan UMKM. Namun, tingkat adopsi teknologi ini di Makassar masih bervariasi. Di sisi lain, e-commerce telah mengubah cara UMKM berinteraksi dengan pelanggan, memperluas jangkauan pasar mereka. Bank Indonesia (2023) bahkan memproyeksikan nilai transaksi e-commerce akan mencapai Rp487 triliun pada tahun 2024, menunjukkan potensi besar yang dapat dimanfaatkan UMKM.

Walaupun digitalisasi menawarkan berbagai peluang, masih banyak UMKM di Makassar yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi ini. Beberapa tantangan yang dihadapi meliputi rendahnya pemahaman terhadap teknologi, keterbatasan sumber daya, dan resistensi terhadap perubahan (Sari, 2024).

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada fokus analisis yang menggabungkan dua aspek digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan e-commerce secara simultan dalam konteks UMKM di Kota Makassar. Penelitian-penelitian terdahulu umumnya hanya menyoroti salah satu aspek secara terpisah, misalnya hanya meneliti pengaruh digitalisasi akuntansi terhadap efisiensi pelaporan, atau hanya membahas peran e-commerce dalam memperluas pasar. Penelitian ini berbeda karena menelaah bagaimana kedua aspek tersebut saling melengkapi dalam mendorong inovasi, pengambilan keputusan, dan keberlanjutan usaha

UMKM. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi adaptasi UMKM terhadap era digital sekaligus mengisi kekosongan literatur yang masih terbatas di lingkup lokal Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana efektivitas pemanfaatan digitalisasi akuntansi terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Kota Makassar?
2. Bagaimana efektivitas pemanfaatan *e-commerce* terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui efektivitas pemanfaatan digitalisasi akuntansi terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui efektivitas pemanfaatan *e-commerce* oleh UMKM di Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi UMKM: Memberikan pemahaman mengenai pentingnya penerapan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* sebagai strategi untuk meningkatkan efisiensi dan memperkuat daya saing usaha secara berkelanjutan.
 - b. Bagi Pemerintah: Menjadi dasar evaluasi dan pertimbangan dalam menyusun kebijakan atau program pendampingan digitalisasi UMKM yang lebih tepat sasaran.

- c. Bagi Penulis dan pembaca: Penelitian ini dapat bermanfaat untuk memperluas keilmuan dan wawasan mengenai digitalisasi akuntansi, *e-commerce* dan penggunaan digitalisasin akuntansi serta sebagai acuan bilamana akan mengimplementasi secara langsung.

2. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang akuntansi digital, *e-commerce*, dan keberlanjutan bisnis UMKM.
- b. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji integrasi teknologi digital dalam penguatan UMKM di era transformasi digital.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Defenisi UMKM

Defenisi mengenai Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai umkm adalah perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang aau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”.

Pengusaha kecil umumnya kurang memperhatikan strategi bisnis bahkan tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Mereka hanya berfokus bagaimana menjual barang tanpa memikirkan bagaimana melakukan perbaikan kepada produk yang mereka pasarkan agar lebih baik. Kebanyakan pengusaha UMKM berfokus hanya pada penjualan barangnya dan hasil usaha yang mereka dapatkan biasanya akan dihabiskan untuk konsumsi pribadi dan keluarganya.

Dapat kita bayangkan, jika semua pelaku UMKM menghabiskan seluruh keuntungannya hanya untuk konsumsi pribadi tentu tidak akan ada perkembangan usahanya. Usaha yang dijalankan hanya jalan ditempat, tidak mandiri dan hanya menunggu bantuan suntikan dana (Krisna dkk., 2021).

Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok (Bank Indonesia, 2015), yaitu:

- a. UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
- b. UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin tetapi kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya

- c. Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) serta ekspor.
- d. Fast Moving Enterprise adalah UMKM yang memiliki kewirausahaan dengan cakap dan sudah siap bertransformasi menjadi usaha besar (Krisna dkk., 2021).

2. Karakteristik UMKM

Ciri-ciri usaha kecil di antaranya ditunjukkan oleh beberapa karakteristik berikut.

- a. Pada umumnya, telah melakukan pembukuan/manajemen keuangan. meskipun masih sederhana, tetapi keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dari keuangan keluarga dan sudah membuat neraca usaha.
- b. SDM-nya sudah lebih maju dengan rata-rata pendidikan SMA dan sudah memiliki pengalaman usaha.
- c. Pada umumnya, sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
- d. Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, tetapi belum dapat membuat business planning, studi kelayakan, dan proposal kredit kepada bank sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultan/pendamping.
- e. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki antara 5 sampai 19 orang (Sri Handini Sukesu Hartati Kanti, 2019)

3. Digitalisasi Akuntansi

Digitalisasi akuntansi merujuk pada pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan proses akuntansi, termasuk pencatatan, pelaporan, dan analisis

keuangan. Melalui digitalisasi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kesalahan manual, serta mempercepat proses pelaporan keuangan.

(Hall, 2020) menyatakan bahwa digitalisasi akuntansi memungkinkan transparansi yang lebih baik dan memberikan akses real-time terhadap data keuangan, yang sangat penting bagi pengusaha untuk membuat keputusan berbasis data. Selain itu, (Sutton dkk., 2021) menyoroti bahwa transformasi digital dalam akuntansi menciptakan fondasi yang kokoh untuk inovasi di sektor usaha kecil.

Dengan mengadopsi teknologi seperti perangkat lunak akuntansi berbasis cloud, UMKM dapat menjadi lebih tanggap terhadap dinamika pasar. Digitalisasi telah menjadi topik yang sangat penting dalam bidang akuntansi, dengan banyak penelitian yang mengkaji dampaknya terhadap usaha kecil dan menengah UMKM (Moller dkk., 2023).

Pemanfaatan teknologi informasi, termasuk digitalisasi dalam akuntansi, dapat meningkatkan profitabilitas dan produktivitas UMKM (Zahrah, 2020). Namun, keterbatasan sumber daya pada UKM sering kali membuat kecanggihan teknologi tidak sepenuhnya dapat dimanfaatkan secara optimal.

Sebuah tinjauan literatur oleh (Ulrich dkk. 2022) menyimpulkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam akuntansi manajemen, serta mengubah peran akuntan manajemen, khususnya dalam proses pelaporan. Studi ini juga menekankan pentingnya akuntan manajemen untuk mengembangkan keterampilan baru guna beradaptasi dengan perubahan lanskap teknologi. Selain itu, tinjauan terstruktur lainnya oleh (Stoica dkk., 2021).

Menunjukkan bahwa akuntan dan auditor di seluruh dunia menghadapi tantangan percepatan digitalisasi yang dapat mendorong profesi ini keluar dari paradigma tradisionalnya. Penelitian tersebut menggarisbawahi perlunya akuntan untuk mengadopsi teknologi digital dan meningkatkan keterampilan baru agar tetap relevan dalam profesinya.

Secara keseluruhan, literatur menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi berpotensi memberikan dampak positif bagi UMKM. Namun, keterbatasan seperti kurangnya sumber daya, pengetahuan, dan keterampilan dapat menjadi hambatan dalam penerapan teknologi yang lebih canggih. Dampak digitalisasi terhadap profesi akuntansi juga menjadi bidang kajian penting, dengan fokus pada kebutuhan akuntan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi (Apriyanti dkk., 2021).

Digitalisasi juga memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas informasi akuntansi dengan mengurangi kesalahan dan meningkatkan akurasi (Apriyanti dkk., 2021). Meski demikian, adopsi teknolog digital oleh UKM masih terbatas akibat berbagai faktor, seperti kurangnya sumber daya, resistensi terhadap perubahan, serta minimnya pengetahuan dan keterampilan yang memadai (Anatan, 2021).

Oleh karena itu, disarankan agar UMKM mulai mengintegrasikan teknologi digital dalam manajemen dan akuntansi untuk meningkatkan kinerja, khususnya selama masa pandemi COVID-19 (Stoica dkk., 2021).

4. Manfaat Digitalisasi Akuntansi Untuk UMKM

Manfaat yang ditawarkan digitalisasi bagi UMKM, seperti benchmarking pasar, karena melalui digitalisasi, UMKM dapat lebih memahami pasar mereka sendiri. Melalui media sosial dan platform ecommerce, UMKM dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah, termasuk pasar internasional. Tindakan ini tidak hanya meningkatkan volume penjualan tetapi juga memberi pelanggan baru kesempatan untuk membangun hubungan (Setiawan, 2020).

Digitalisasi memungkinkan proses bisnis diotomatisasi, mengurangi biaya dan waktu operasional (efisiensi operasional). Dengan sistem manajemen yang terintegrasi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan inventaris, layanan pelanggan, dan pemeliharaan. Otomatisasi ini juga memungkinkan pemilik bisnis untuk lebih berkonsentrasi pada pengembangan strategi bisnis mereka (Quayle, 2002).

Teknologi digital memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan. Dengan informasi ini, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggannya serta meningkatkan produk dan layanannya, sehingga terjadi peningkatan kualitas produk dan layanan (Kurniawan dkk., 2023).

5. E-commerce

Electronic commerce merupakan salah satu teknologi yang sedang berkembang pesat. Menurut Jaya dan Raya (2022) *E-commerce* merupakan jaringan online yang dapat diakses seseorang dalam berbisnis dan juga berguna bagi konsumen yang membutuhkan informasi dengan menggunakan bantuan teknologi.

E-commerce kini hadir melalui fasilitas internet bukan hanya melalui website, tetapi konsumen kini dihadapkan pada berbagai aplikasi *e-commerce* yang bisa diinstal pada setiap smartphone. Aplikasi *e-commerce* saat ini antara lain Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp web, Bukalapak, Tokopedia, Shopee,. Aplikasi *e-commerce*, sebagai platform yang berguna untuk bisnis, tidak hanya datang dari perusahaan namun juga dari pedagang perseorangan (Istiqomah, 2020).

6. Jenis-Jenis *E-commerce* Yang Umum Digunakan UMKM

- a. Marketplace (Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak).
- b. Media sosial (Instagram, Facebook, Tiktok Shop).
- c. Website pribadi

Menurut (Widayanti 2017) *E-commerce* adalah penggunaan situs web untuk melakukan transaksi online atau memfasilitasi penjualan produk dan layanan, dan juga dapat digunakan sebagai alat membeli dan menjual produk atau layanan menggunakan sistem komputer melalui Internet untuk meningkatkan efisiensi secara keseluruhan suatu perusahaan. Biasanya mencakup transaksi yang dilakukan melalui kunjungan pembeli ke situs web penjual dan transaksi online.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *ecommerce* adalah suatu sistem untuk melakukan jual beli barang maupun jasa secara elektronik yang sangat mempermudah transaksi antara penjual dan pembeli.

7. Klasifikasi e-commerce

Menurut (Romindo et al. 2019), klasifikasi e-commerce ada 5 yakni:

a. Business to business e-commerce (B2B E-commerce)

Business to business e-commerce (B2B E-commerce), jenis ecommerce yang dilakukan antar perusahaan dengan perusahaan. Kebanyakan pedagang tradisional lebih sering menggunakan jenis ini. Pada jenis ini transaksi yang digunakan yakni EDI (*Electronic Data Interchange*) dan email. Contoh perusahaan B2B salah satunya yakni Alibaba, yakni layanan e-commerce yang menghubungkan berbagai usaha kecil maupun menengah.

b. Business to consumer (B2C E-commerce)

Business to consumer (B2C E-commerce), merupakan perdagangan antara perusahaan dari konsumen, melibatkan konsumen dalam pengumpulan informasi, pembelian barang fisik atau barang informasi dan untuk barang informasi, menerima produk-produknya melalui jaringan elektronik.

B2C merupakan bentuk kedua terbesar dari ecommerce. Penjualan dilakukan secara eceran dari perusahaan langsung ke konsumen akhir. Contoh perusahaan semacam ini salah satunya yakni Amazon.com, perusahaan ini merupakan pengecer daring terbesar di dunia.

c. Business to Government (B2G E-commerce) rrr

Business to government e-commerce merupakan perdagangan antar perusahaan dan sektor publik atau pemerintahan, seperti penggunaan internet dalam pengadaan, prosedur perijinan dan kegiatan lain yang melibatkan pemerintah. B2G e-commerce memiliki dua syarat: pertama,

sector publik diasumsikan sebagai pemegang kendali utama dalam menjalankan *e-commerce*, kedua yakni diasmsikan bahwa sektor publik sangat membutuhkan sistem pengadaan yang lebih efektif.

Saat ini, ukuran pasar *e-commerce* B2G sebagai komponen dari total *e-commerce* masih belum signifikan, karena sistem *e-commerce* pemerintah masih dalam proses perkembangan. Contoh B2G yakni *IBM Center for the Business of Government* menghubungkan penelitian manajemen publik dengan praktek.

d. *Consumer to consumer*

Consumer to consumer merupakan perdagangan antar individu (sektor swasta) dengan konsumen, dapat didefinisikan juga sebagai transaksi dimana konsumen menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya. Transaksi C2C melibatkan lelang terbalik, di mana konsumen merupakan kekuatan yang dapat menjalankan proses transaksi.

Transaksi yang dilakukan dalam aktivitas C2C ini dilakukan oleh pihak ketiga yang menyediakan aplikasi atau platform online sebagai media transaksi, maka dari itu penjual dan pembeli bisa langsung berjualan dan membeli barang pada aplikasi atau platform telah disediakan oleh pihak ketiga tersebut. Terdapat tiga jenis C2C, antara lain:

- 1) Lelang disafilitas di portal tertentu, seperti e Bay, yang memungkinkan penawaran secara real time pada produk/jasa yang dijual di situs web.
- 2) Peer to peer sistem, seperti model Napster (sebuah protokol untuk dapat membagi file antara pengguna dengan menggunakan forum chat seperti IRC), petukaran fie dan perukaran mata uang asing.

3) Mengklasifikasikan iklan pada situs portal seperti *Excite Classifieds* dan *eWanted* (sebuah tempat jual beli online yang interaktif di mana pembeli dan penjual melakukan negosiasi melalui fitur “*Buyer Leads & Want Ads*”).

e. *Mobile Commerce (m-commerce)*

m-commerce (mobile commerce) merupakan pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui teknologi nirkabel yaitu, perangkat genggam seperti *Personal Digital Assistant (PDA)*. Jepang merupakan salah satu pemimpin global dalam *m-commerce* ini.

Industri yang dapat dipengaruhi oleh *m-commerce* meliputi:

- 1) Financial Services, termasuk mobile banking
- 2) Telekomunikasi, di mana perubahan jasa, pembayaran, tagihan dan akun review dapat dilakukan dalam satu alat yang sama, mobile phone.
- 3) Layanan/ ritel, konsumen diberikan kemampuan untuk menempatkan dan membayar pesanan on-the-fly.
- 4) Layanan Informasi, termasuk entertainment, berita finansial, olahraga dan update traffic yang dikirimkan ke mobile phone
- 5) Manfaat *E-commerce* Bagi Bisnis dan Konsumen

Dari sudut pandang bisnis, *E-commerce* memberikan banyak sekali manfaat bagi para pengusaha. Beberapa manfaat *e-commerce* dalam dunia bisnis diantaranya:

1. Manfaat *E-commerce* Bagi Pelaku Bisnis

- a. Kemudahan dalam aktivitas jual beli
- b. Mengurangi biaya pemasaran

- c. Kemudahan dalam berkomunikasi dengan konsumen dan produsen
- d. Dapat menjangkau target market yang lebih luas
- e. Penyebaran informasi lebih mudah dan cepat
- f. Proses pembayaran menjadi lebih mudah dan cepat

2. Manfaat *E-commerce* Bagi Konsumen

- a. Konsumen dapat berbelanja dengan lebih mudah selama 24 jam sehari sepanjang tahun
- b. Konsumen dapat melihat berbagai pilihan produk yang dianggap terbaik dengan harga yang paling sesuai
- c. Konsumen dapat membeli produk dan jasa dengan biaya yang lebih mudah setelah melakukan perbandingan dengan berbagai ecommerce.

8. Definisi Keberlanjutan UMKM

a. Keberlanjutan UMKM

Inovasi Keberlanjutan usaha UMKM Keberlanjutan bisnis merupakan tingkat keberhasilan perusahaan dalam melakukan inovasi, pengelolaan karyawan serta pengelolaan berbagai aspek- aspek yang diperlukan untuk menunjang keberhasilan pencapaian target-target UMKM sehingga tingkat eksistensi dan Keberlanjutan UMKM dapat terjaga secara jangka panjang (Fitria et al., 2018).

Keberlangsungan usaha UMKM merupakan tindakan-tindakan para pelaku usaha untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada didalam

suatu usaha melalui cara-cara kreatif yang diimplementasikan guna menjaga keberlanjutan bisnis UMKM (Widayanti et al., 2017).

Keberlanjutan UMKM merupakan keberlangsungan periode jangka panjang UMKM dalam menjalankan perputaran usahanya untuk bertahan menghadapi persaingan bisnis yang ketat serta perubahan perilaku konsumen yang dinamis dari waktu ke waktu (Shields dkk., 2015).

Keberlanjutan UMKM menurut (Widjaja et al., 2018) merupakan jalannya bisnis yang dilakukan UMKM pada periode waktu tertentu dimana di dalam periode waktu ini pelaku UMKM terkait dapat memberikan penilaian dan evaluasi mengenai tingkat efektivitas dan kemajuan UMKM apakah sudah sesuai target yang diharapkan atau tidak. Keberlanjutan usaha juga menjadi aspek yang begitu penting serta menjadi pertimbangan kedepan apakah roda bisnis UMKM dapat terus berjalan atau tidak (Sloan et al., 2013).

Berdasarkan pada penjelasan dan penjabaran tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa keberlanjutan UMKM atau *sustainability* UMKM merupakan kapabilitas para pelaku UMKM dalam menjaga keberlangsungan usahanya melalui pengelolaan faktor-faktor penting mencakup faktor keuangan, tenaga kerja, sumber daya dan pemasaran dengan tujuan mempertahankan usaha sehingga UMKM yang bersangkutan secara konsisten mampu memperoleh eksistensi jangka pendek dan jangka panjang

b. Teori SDGS (*Sustainable Development Goals*)

(Hidayatullah, 2021) menjelaskan bahwa *sustainable development goals* sebagai suatu teori telah berkembang selama bertahun-tahun, teori ini lahir menjadi sintesa atau reaksi terhadap dialektika proses pembangunan dalam aspek produksi ketika tujuan pembangunan berkelanjutan diperiksa *dari* ditinjau dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungannya.

Sustainable Development Goals yang berangkat dari aspek lingkungan dan kesejahteraan sosial secara harfiah sudah mulai disandingkan sejak 1972, saat Thomas Malthus melakukan analisis terhadap ketersediaan lahan sebagai sumber penghasil pangan untuk memenuhi:

1. Pesatnya ledakan penduduk di Inggris. Dalam *sustainable development goals* terdapat dua elemen penting yang harus diperhatikan: pola pembangunan dan konsumsi mesti mengacu didasarkan pada keerbatasan sumber daya alam dan lingkungan. Kedua, ada hubungannya dengan kesejahteraan (*well-being*) generasi yang diakan datang. Oleh karena itu prinsip pembangunan berkelanjutan memiliki tiga poin penting di antaranya; Perlakuan masa kini dan masa mendatang, dengan menempatkan nilai positif dalam jangka panjang
2. Mengakui bahwa aset lingkungan berkontribusi terhadap kemakmuran ekonomidan (c) mengetahui kendala akibat implikasi yang timbul akibat aset lingkungan.

Sustainable development goals adalah sebuah gugus teori baru muncul pada akhir tahun 2015 di atas konsensus 193 negara dan pemerintahan. *SDGs (sustainable development goals)* yang lahir belakangan ini mengusung tiga aspek penting yang akan mendapatkan perhatian lebih dalam kebijakan-kebijakan yang akan lahir, ketiga unsur penting itu adalah; ekonomi, sosial dan lingkungan.

Ketiga pilar ini yang menjadi inti dari pembangunan modelberkelanjutan. Dari ketiga pilar tersebut penting untuk dicatat bahwa ekonomi dan lingkungan merupakan faktor yang saling mempengaruhi satu sama lain. Misalnya, dalam aspek ekonomi yang dimaksud adalah untuk menciptakan kepekaan terhadap potensi dan batas pertumbuhan ekonomi, implikasinya kepada masyarakat dan lingkungan, konsumsi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Sementara dalam pilar lingkungan memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran akan sumber daya dan kerapuhan fisik kaitannya dengan aktivitas manusia dengan lingkungan, perubahan iklim, perlindungan lingkungan dan keragaman hayati. Terdapat 17 elemen penyusun teori *sustainable development goals* antara lain:

1. *No Poverty*, Mengentaskan berbagai macam kemiskinan di setiap lini.
2. *Zero Hunger*, Menanggulangi dan mengakhiri penderitaan akan kelaparan, dengan cara mencapai ketahanan pangan dan perbaikan nutrisi, serta menggalakkan aktivitas pertanian model berkelanjutan.

3. *Good Health*, Mewujudkan kehidupan yang sehat dan mendukung kesejahteraan semua usia.
4. *Education*, Pendidikan yang layak dan terbuka yakni mendorong kesempatan belajar bagi semua orang selama hidup.
5. *Gender Equality*, Memberdayakan perempuan dan ibu serta mencapai kesetaraan gender.
6. *Clean Water*, Memastikan ketersediaan air bersih dan sanitasi yang dapat dijangkau semua orang.
7. *Clean Energy*, Menjamin ketersediaan sumber energy yang dapat dijangkau, terpercaya, berkelanjutan dan modern untuk semua orang.
8. *Economic Growth*, Mendukung berkembangnya ekonomi yang berkelanjutan, lapangan kerja yang produktif serta pekerjaan yang layak untuk semua orang.
9. *Industry and infrastructure*, Mendorong infrastruktur yang berkualitas, mendorong peningkatan industri yang berkelanjutan serta mendorong inovasi.
10. *Sustainability*, Membangun kota-kota serta pemukiman yang berkualitas, aman serta berkelanjutan.
11. *Responsible consumption*, Menjamin keberlangsungan konsumsi dan produksi.
12. *Climate action*, Bertindak sigap dalam menanggulangi perubahan iklim beserta dampak yang akan ditimbulkannya.
13. *Life on land*, melindungi, mengembalikan, dan menjaga keberlangsungan pemakaian ekosistem darat, mengolah hutan

secara berkelanjutan, mengurangi tanah tandus serta tukar guling tanah.

14. *Peace & justice*, Menyediakan akses keadilan bagi setiap lapisan masyarakat, lembaga yang bertanggung jawab untuk semua kalangan, meningkatkan perdamaian masyarakat untuk pembangunan berkelanjutan.

15. *Partnership*, Memperkuat implementasi serta menghidupkan kembali kemitraan global untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.

16. *No inequality*, Mengurangi angka ketidaksetaraan baik didalam sebuah negara maupun sesama negara-negara di dunia.

17. *Life underwater*, Melestarikan dan menjamin keberlangsungan laut dan kehidupan sumber daya laut demi pengembangan berkelanjutan.

c. Teori Keberlanjutan

Teori keberlanjutan oleh (Mathis dkk., 2017) didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan atau meningkatkan keadaan dan ketersediaan bahan atau kondisi yang diinginkan dalam jangka panjang. Dengan mempertahankan karakteristik keberlanjutan dan pembangunan berkelanjutan yang sering dikutip sebagai berorientasi pada jangka panjang, ini juga mencakup identifikasi dasar untuk mempertahankan kondisi atau bahan tertentu sebagai menjaga atau memeliharanya.

Teori keberlanjutan menekankan mempertahankan aspek yang diinginkan dari alam dan/atau kondisi sosial dan, bila memungkinkan, memperbaiki kondisi tersebut, termasuk status sumber daya alam.

Definisi ini diterapkan pada kepentingan, serta untuk setiap skala spasial.

Teori keberlanjutan atau pembangunan berkelanjutan menyiratkan bahwa tujuannya adalah untuk mempertahankan atau meningkatkan kondisi yang menguntungkan untuk mempertahankannya, terutama dengan peningkatan kapasitas untuk memperpanjang kondisi yang diinginkan dalam jangka panjang terutama dengan peningkatan kapasitas untuk memperpanjang kondisi yang diinginkan dalam jangka panjang.

Keberlanjutan dapat dianggap sebagai konsep yang lebih luas daripada pembangunan berkelanjutan. Keberlanjutan dapat difokuskan pada ekosistem atau status keanekaragaman hayati, misalnya dengan atau tanpa perhatian eksplisit pada kesejahteraan manusia atau mungkin terfokus pada aspek tertentu dari sistem manusia seperti pemerataan pendidikan, atau bahkan kesehatan keuangan.

Secara singkat teori keberlanjutan berorientasi pada perlakuan jangka panjang terhadap sumber daya alam, sistem sosial, dan orang dengan cara yang konsisten dengan kesejahteraan manusia dan stabilitas sistem dinamis.

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan judul penelitian Implementasi Digitalisasi Akuntansi Dan *E-commerce* Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Makassar, adapun beberapa temuan penelitian terdahulu yang dikaitkan dengan judul tersebut, yaitu :

Tabel 2.1 Peneliiian Terdahulu

No	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Irmah halimah bachrir (2023)	Pemberdayaan Masyarakat Pemula UMKM Mie Basah Kelurahan Paccerakkang Kota Makassar Melalui Digitalisasi	Kualitatif	Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra sudah mampu membuat laporan keuangan sederhana, mitra mampu melakukan pemasaran digital melalui berbagai aplikasi online, serta kemasan baru dari mie basah manga tiga telah dilengkapi label produk yang didalamnya sudah dengan izin usaha dan sertifikat halal.
2	Rahmayanti citra ayni kamaruddin (2024)	Analisis Penggunaan Aplikasi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Kuliner Di Kota Makassar	Kuantitatif, Deskriptif	Penggunaan e-commerce dan media social terbukti meningkatkan pendapatan umkm kuliner di kota Makassar. Digitalisasi mempermudah promosi dan pemasaran, yang mendorong peningkatan produksi dan keuntungan usaha.
3	Hindong Ika Putri (2024)	Analisis Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar	Kuantitatif, Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, aplikasi e-commerce dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar apabila pemanfaatan dilakukan secara optimal dengan memberikan promo bagi para konsumen.
4	Mike Mayasari Nurainun (2023)	Implementasi Penerapan Digitalisasi Akuntansi Terhadap Profitabilitas Umkm Batik Aksara Incung Sungai Penuh	Deskriptif, Kualitatif	Pemilik UMKM Batik Aksara Incung memahami pentingnya digitalisasi akuntansi dan dampaknya terhadap profitabilitas. Pengimplementasian sistem akuntansi digital terbukti meningkatkan efisiensi, transparansi,

				serta pengambilan keputusan, yang pada akhirnya memperkuat keberlanjutan dan daya saing usaha di era digital.
5	Gita Apsari Dewi (2024)	Digitalisasi Sistem Informasi Akuntansi Pada Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Di Indonesia	Deskriptif,Kualitatif	Digitalisasi Sistem Informasi Akuntansi (SIA) membantu UMKM memantau performa keuangan dan memberikan dampak signifikan terhadap proses bisnis. Kinerja UMKM yang diukur melalui keuntungan menunjukkan bahwa digitalisasi SIA menjadi aspek krusial dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

C. Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* berdampak pada keberlanjutan usaha UMKM di Kota Makassar. Untuk mencapai tujuan ini, peneliti akan mengumpulkan informasi membutuhkan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam serta temuan langsung dengan pemilik UMKM yang telah atau belum menggunakan teknologi digital dan *e-commerce* dalam operasinya.

Data yang diperoleh akan menggambarkan sejauh mana pemanfaatan sistem akuntansi digital dan platform *e-commerce* dapat menunjang efisiensi operasional, pengambilan keputusan, dan daya saing UMKM. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai hubungan antara digitalisasi dan keberlanjutan usaha UMKM di Kota Makassar.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa ucapan dan tulisan yang dilihat atau diamati sendiri oleh peneliti dalam setting secara keseluruhan.

Penelitian menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau ucapan yang dilihat atau diamati sendiri oleh peneliti secara langsung. Metode kualitatif membuat peneliti memperoleh pemahaman yang sesuai dengan kenyataan di lapangan yang akan menjadi fokus penelitian (Basrowi dkk., 2008).

B. Fokus Penelitian

Untuk menjadikan fokus penelitian lebih tajam dan dapat memberikan kontribusi yang lebih kuat terhadap literatur dan praktik, saya menyarankan untuk memilih salah satu dari dua fokus berikut yang menurut saya lebih spesifik:

1. Tantangan dan Hambatan dalam *Implementasi Digitalisasi Akuntansi dan E-commerce*, fokus pada masalah nyata yang dihadapi UMKM dalam penerapan dua teknologi ini dan bagaimana mereka mengatasinya. Penelitian ini bisa sangat berguna untuk kebijakan lokal atau program pemberdayaan UMKM.

Dengan fokus pada tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengimplementasikan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce*, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang faktor-faktor penghambat yang harus diatasi agar UMKM dapat bertahan dan

berkembang di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis yang berguna bagi UMKM di Kota Makassar, serta memperkuat pemahaman tentang digitalisasi dalam konteks UMKM secara lebih luas.

C. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Lokasi ini dapat terjadi di area tertentu atau suatu lembaga tertentu dalam masyarakat. Penelitian dilakukan di Kota Makassar selama satu bulan pada bulan Juli-Agustus tahun 2025 untuk memperoleh data awal.

D. Jenis Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer atau data yang terkait langsung dalam penelitian. Data primer adalah sumber data yang memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono 2014). Ada tiga metode yang digunakan peneliti untuk data primer, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi adalah tiga cara peneliti mendapatkan data primer.

Data ini berawal dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan sumber atau informan. Peneliti saat mendapatkan data ini adalah bertujuan untuk memperoleh informasi langsung mengenai pergeseran orientasi seniman jaranan. Data dikumpulkan melalui dari hasil wawancara langsung dengan komunitas UMKM. Kota Makassar.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang dikumpulkan oleh individu atau lembaga lain secara tidak langsung melalui media perantara, seperti artikel, jurnal, buku, atau dokumentasi yang berkaitan dengan subjek penelitian. Data sekunder sendiri memiliki arti untuk memperkaya, menjelaskan, dan memperkuat data primer. Data sekunder berfungsi untuk memperkaya, menjelaskan dan memperkuat data primer.

E. Informan

Informan yang akan dilibatkan dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM di Kota Makassar yang telah atau sedang mengimplementasikan sistem digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* dalam operasional usaha mereka. Pilihan informan dilakukan secara purposive dengan berdasarkan kriteria-kriteria yang relevan dengan fokus penelitian. Informan yang terlibat dalam penelitian ini akan terdiri dari:

1. Pemilik UMKM yang telah mengimplementasikan digitalisasi akuntansi.
2. Pemilik UMKM yang menggunakan *e-commerce* untuk pemasaran dan Penjualan.

Kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini berdasarkan di dasarkan kriteria sebagai berikut :

- a. Relevansi, informan harus memiliki pengalaman langsung dalam mengimplementasikan digitalisasi akuntansi dan/atau *e-commerce* dalam kegiatan usaha mereka.
- b. Variasi Usaha, informan yang dipilih akan mencakup berbagai jenis UMKM, baik yang bergerak di sektor perdagangan, jasa, makanan dan minuman, maupun sektor kreatif.

- c. Keterbukaan untuk Berbicara, informan yang bersedia berbagi pengalaman, tantangan, serta manfaat yang mereka rasakan terkait dengan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce*.
- d. Beragam Tingkat Pengalaman, informan dengan berbagai tingkat pengalaman dalam digitalisasi (dari yang baru memulai hingga yang sudah sangat berpengalaman).

Pemilihan jumlah informan ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran yang representatif dan cukup mendalam mengenai implementasi digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* di UMKM Kota Makassar.

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian dalam penelitian ini menggunakan teknik penggalan data berisi:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang secara lisan dengan tatap muka untuk mendapatkan sebuah data atau informasi. Wawancara dilakukan dalam penelitian untuk mendapatkan data tentang keyakinan dan opini (Fathor 2015). Wawancara dilakukan secara terbuka dengan dua orang berbicara satu sama lain untuk mengajukan berbagai pertanyaan tentang subjek penelitian.

Peneliti memilih metode wawancara ini karena ingin mendapatkan informasi yang lengkap dan mendapatkan sikap yang terbuka baik dari informan maupun peneliti sendiri, agar menciptakan suasana yang santai, akrab, dan tidak terkesan kaku antara peneliti dan informan selama wawancara.

2. Observasi

Metode pengumpulan data yang dikenal sebagai observasi menggunakan penginderaan dan pengamatan untuk mengumpulkan data penelitian (Satori 2011). Peneliti tidak terlibat dalam jaranan untuk menyempurnakan aktivitas pengamatan studi kasus ini. Peneliti melihat aktivitas UMKM UMKM sebagai kejadian yang unik dalam masyarakat.

3. Dokumentasi

Menurut (Sudarto 2002), Dokumentasi adalah metode pengumpulan data (informasi) dengan berwujud sumber data tertulis atau gambar. Sumber tertulis atau gambar tersebut dapat berupa dokumen resmi, buku, majalah, arsip, dokumen pribadi, dan fotofoto. Peneliti menggunakan bantuan alat komunikasi seperti kamera, rekorder, dan hp untuk melakukan proses dokumentasi dalam penelitian terkait UMKM Kota Makassar.

G. Metode Analisis Data

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan (Satori 2011). Untuk menyempurnakan aktivitas pengamatan studi kasus ini, peneliti tidak ikut serta terlibat dalam jaranan. Peneliti melihat suatu kejadian yang unik dalam suatu masyarakat, mengamati kegiatan yang dilakukan pada UMKM Kota Makassar.

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini bukan hanya kegiatan teknis, tetapi merupakan bagian integral dari proses berpikir ilmiah yang mendukung validitas dan keandalan hasil penelitian mengenai peran

digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Makassar.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah cara yang dilakukan untuk proses analisis data dari lapangan. Dengan cara membuat ringkasan, mencari data pokok, dan fokus pada hal yang penting dengan mencari pola dan tema pemilihan data. Setelah data mengalami proses reduksi, maka akan ditemukan gambaran yang jelas terkait penelitian yang dilakukan.

3. Penyajian Data

Langkah yang paling akhir dalam menganalisis data adalah menarik kesimpulan dari semua data yang telah didapatkan dan melakukan verifikasi data (Afifuddin 2009). Peneliti kemudian mengecek lagi proses dalam penyajian data untuk memastikan tidak adanya kesalahan yang dilakukan oleh peneliti (Afrizal 2014). Pada tahap kesimpulan, peneliti menyimpulkan hasil analisis penelitian.

4. Kesimpulan Dan Rekomendasi

a. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa penerapan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* memiliki dampak positif terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Digitalisasi akuntansi membantu UMKM dalam mengelola keuangan dengan lebih efektif dan efisien, sedangkan *e-commerce* membantu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.

Namun, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengimplementasikan digitalisasi akuntansi dan *e-*

commerce, seperti keterbatasan sumber daya dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital. Oleh karena itu diperlukan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengimplementasikan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

b. Rekomendasi

1. Pelaku umkm diharapkan mulai memperimbangkan adopsi system digital akuntansi dan pemanfaatan platform *e-commerce* dalam opsional bisnis untu menciptakan efsiensi, transparansi, dan jangkauan pasar
2. Akademisi dapat menjadikan hasil penelitian sebagai referensi untuk pengembangan kajian lanjutan yang lebih mendalam, khususnya yang berkaitan dengan teknologi digital dan pengaruhnya terhadap sector umkm secara berkelanjutan
3. Pemerintah daerah instansi terkait disarankan untuk menyediakan pelatihan serta pendampingan berkelanjutan bagi pelaku umkm dalam mengimplementasikan teknologi digital, agar transformasi digital tidak hanya bersifat teknis tetapi juga strategis.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Makassar

Penelitian ini dilakukan pada beberapa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kota Makassar. Kota Makassar sebagai salah satu Kota metropolitan di Indonesia Timur memiliki pertumbuhan UMKM yang signifikan, terutama pada sektor kuliner, fesyen, dan kerajinan. Perkembangan teknologi turut mendorong pelaku UMKM untuk mengadopsi digitalisasi dalam pengelolaan usaha mereka, termasuk digitalisasi akuntansi dan penggunaan platform *E-commerce* sebagai media pemasaran dan transaksi.

Kota Makassar merupakan salah satu Kota di Indonesia dan juga merupakan Ibu Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Berdasarkan Peraturan Nomor 13 Tahun 1965, (Lembaran Negara Tahun 1965 Nomor 94), dan selanjutnya berdasarkan Peraturan Nomor 8 Tahun 1965, daerah Tingkat II Kota Makassar diubah menjadi Daerah Tingkat II Daerah Makassar.

Kota Makassar berpenduduk 1.168.258 jiwa dengan luas wilayah 175,77 km² dan luas wilayah 128,18 km². Secara geologis, Makassar terletak antara 119°24'17"38" Bujur Timur dan 5°8'6"19" Lingkar Selatan, berbatasan dengan Rezim Maros di utara, Pemerintahan Gowa di selatan, dan Jalur Air Makassar di barat pada ketinggian yang bergeser antara 0 - 25 meter dari permukaan laut dengan suhu antara 20o C hingga 32oC. Kota Makassar terbagi menjadi 14 kelurahan, 143 kelurahan, 885 RW, dan 4.446 RT. Di antaranya: Kecamatan Tamalanre, Biringkanaya, Manggala,

Panakkang, Tello, Ujung Tanah, Bontoala, Wajo, Mamajang, Mariso, Rappocini, Tamalate, Makassar, dan Ujung Wajan (<https://makassarkota.go.id/geografis-2>)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Kota Makassar. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Sulawesi Selatan, jumlah UMKM di Makassar terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai produk dan jasa. UMKM di kota ini tidak hanya menjadi penyedia lapangan kerja bagi masyarakat, tetapi juga berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi daerah melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

UMKM di Makassar bergerak pada berbagai sektor, mulai dari kuliner, minuman, fashion, jasa, hingga sektor kreatif. Dari keseluruhan sektor tersebut, usaha makanan dan minuman mendominasi karena tingginya konsumsi masyarakat perkotaan yang cenderung praktis dan cepat. Selain itu, sektor jasa seperti rias, penyewaan alat, hingga hiburan juga berkembang pesat seiring perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan. Keberagaman sektor ini menunjukkan bahwa UMKM di Makassar memiliki potensi yang besar untuk terus tumbuh, terutama bila mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Kendati memiliki potensi besar, UMKM di Kota Makassar juga menghadapi sejumlah tantangan. Beberapa kendala yang sering muncul adalah keterbatasan modal, rendahnya literasi keuangan, serta minimnya pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital. Hal ini membuat sebagian UMKM masih bergantung pada cara konvensional dalam

pencatatan keuangan maupun strategi pemasaran. Kondisi ini dapat memengaruhi daya saing UMKM di tengah ketatnya persaingan bisnis, baik dengan sesama pelaku usaha lokal maupun dengan perusahaan besar yang telah memiliki sistem lebih modern.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka. Digitalisasi akuntansi, misalnya, memungkinkan pelaku usaha melakukan pencatatan transaksi secara lebih efisien, akurat, dan transparan. Sementara itu, pemanfaatan e-commerce telah membuka akses pasar yang jauh lebih luas, sehingga produk UMKM di Makassar tidak hanya dikenal di lingkup lokal, tetapi juga dapat menembus pasar regional dan nasional. Tren ini semakin relevan seiring meningkatnya penggunaan internet dan media sosial di kalangan masyarakat, yang menjadikan platform digital sebagai salah satu sarana utama transaksi jual beli.

Gambaran umum UMKM di Kota Makassar memperlihatkan adanya dualitas antara potensi besar dan tantangan yang dihadapi. Di satu sisi, UMKM menjadi motor penggerak ekonomi daerah dengan keberagaman sektor yang dimiliki. Namun di sisi lain, masih terdapat hambatan dalam hal adaptasi teknologi yang perlu mendapat perhatian. Kondisi inilah yang menjadikan penelitian mengenai digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan e-commerce dalam konteks UMKM di Kota Makassar menjadi penting, sebab dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai sejauh mana pelaku usaha lokal mampu memanfaatkan teknologi digital untuk keberlanjutan bisnis mereka.

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana implementasi digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan *E-commerce* mempengaruhi keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Makassar. Untuk memperoleh data yang mendalam dan relevan, penulis melakukan wawancara terhadap delapan pelaku UMKM dari delapan jenis usaha berbeda, yaitu: makanan, minuman, konveksi sablon, make up, butik fashion, bengkel, dan rental PlayStation (PS).

Pemilihan informan ini bertujuan untuk mencerminkan keberagaman sektor UMKM yang berkembang di Kota Makassar, serta memberikan pandangan yang komprehensif mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam praktik bisnis sehari-hari. Tiap informan diwawancarai berdasarkan panduan pertanyaan yang mencakup tiga aspek utama, yaitu: (1) digitalisasi akuntansi, (2) penggunaan *E-commerce*, untuk keberlanjutan usaha, serta satu bagian penutup berupa harapan dan saran terhadap ekosistem UMKM digital.

1. Golqi Chicken

Berdasarkan pengumpulan data melalui informan dari UMKM kota makassar yakni Golqi Chicken adalah usaha kuliner yang berfokus pada olahan ayam crispy kekinian, berdomisili di Kecamatan Dg. Tata, Kota Makassar. Usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2018 secara mandiri dengan sistem produksi rumahan dan pemasaran skala lokal. Berdasarkan instrument wawancara yang dilakukan pada tanggal 15 Juli 2025, pemilik Golqi Chicken memaparkan berbagai aspek terkait pemanfaatan digitalisasi

akuntansi dan pemanfaatan E-commerce dalam menunjang keberlanjutan usahanya.

Golqi Chicken awalnya menggunakan aplikasi digital berupa Majo, seiring waktu mereka beralih ke aplikasi ESB, yang di gunakan secara rutin pada saat melakukan penjualan, agar mempermudah proses pengelolaan administrasi serta palaporan keuangan. Berdasar hal tersebut sejalan dengan pernyataan kordinator Golqi Chicken pada saat wawancara.

a. Digitalisasi Akuntansi

“Kami mulai menggunakan sistem pencatatan keuangan digital sejak pertengahan tahun 2022 dengan aplikasi Majo, yang dinilai sederhana dan mudah digunakan tapi di awal bulan Juli ini kami upgrade ke ESB yang dirancang khusus untuk kuliner seperti ini. Alasan utama penggunaan aplikasi digital adalah untuk memisahkan keuangan pribadi dengan usaha agar lebih tertata, sekaligus memantau keuntungan secara lebih akurat. Pada awal penerapan, para karyawan sempat mengalami kebingungan, terutama karena istilah-istilah keuangan yang belum familiar. Numun yang menjadi kendala ketika jaringan internet gangguan, maka semua transaksi di catat manual. Menurut keterangan kasir, sistem pencatatan digital membuat keuangan lebih tertib, membantu mengetahui pos pengeluaran terbesar, serta memudahkan dalam penyusunan laporan, terutama ketika dibutuhkan untuk pengajuan bantuan atau modal usaha.”

b. E-commerce

“Sejak awal tahun 2021, usaha kami ini mulai bergabung dengan Shopee Food Grab Food, serta memanfaatkan Instagram dan WhatsApp Business untuk promosi. Kami rutin mengunggah foto menu di Instagram dan menerima pesanan melalui WhatsApp. Langkah ini dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak melakukan pemesanan secara online. E-commerce sangat membantu memperluas jangkauan konsumen, bahkan ada pelanggan yang memesan untuk keperluan acara kampus atau komunitas. Kami juga aktif melakukan promosi melalui story Instagram dan status WhatsApp, seperti diskon spesial dan paket hemat. Tantangan dalam membuat konten promosi yang menarik serta banyaknya chat pelanggan yang harus ditangani secara bersamaan.”

Dapat peneliti simpulkan bahwa, pengalaman Golqi Chicken memperlihatkan bahwa integrasi digitalisasi akuntansi dan e-commerce dapat saling melengkapi. Digitalisasi akuntansi membantu menjaga

keteraturan keuangan dan mendukung perencanaan usaha, sementara e-commerce memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Kedua aspek ini menjadi kunci dalam memperkuat keberlanjutan usaha di era digital, meskipun masih diperlukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam hal literasi digital dan strategi promosi.

2. Mixue

Informan kedua dalam penelitian ini adalah Pak Bayu, sebuah merek minuman populer yang telah menjamur di berbagai kota, termasuk di Makassar. Outlet Mixue miliknya terletak strategis di Jalan Dg. Tata Raya, Makassar, dengan target pasar anak muda, pelajar, dan masyarakat sekitar yang mencari minuman es krim dan teh dengan harga terjangkau. Wawancara dilakukan untuk menggali bagaimana Pak Bayu mengadopsi sistem digitalisasi akuntansi dan e-commerce dalam operasional bisnisnya, serta bagaimana penerapan teknologi ini mendukung keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang ketat.

a. Digitalisasi Akuntansi

"Kami sejak awal membuka franchise Mixue, dan menggunakan sistem digital dalam pencatatan keuangan. Aplikasi yang dipakai antara lain Mixue Pos, yang sudah terintegrasi dengan sistem Point of Sales (POS) Mixue pusat. Dengan sistem tersebut, semua transaksi penjualan tercatat secara otomatis sehingga pendapatan harian dapat dipantau bahkan dari rumah. Sistem ini sangat membantu menjaga akurasi dan efisiensi dalam pencatatan arus kas masuk maupun keluar. Alasan utama penggunaan sistem digital ini adalah karena standar operasional Mixue pusat memang mewajibkan penggunaan POS terintegrasi. Kami juga menyadari bahwa pencatatan manual berisiko tinggi, baik karena potensi kehilangan data maupun rawan terjadi human error. Digitalisasi membuat pencatatan lebih rapi, profesional, dan mudah dikontrol. Kalau staf tinggal input pesanan, selebihnya otomatis, ujunya. Keuntungan utama yang ia rasakan sejak menerapkan sistem digital adalah transparansi laporan keuangan, kemudahan memantau performa harian, serta penyusunan laporan bulanan yang lebih praktis untuk keperluan perpajakan maupun evaluasi usaha. Kami juga memiliki tantangan yang dihadapi. Salah satunya adalah keterbatasan SDM yang mampu memahami laporan digital secara utuh.

“Anak-anak muda biasanya cepat belajar, atau staf baru kadang harus diajari dulu,” ungkap Pak Bayu. Selain itu, kendala teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil kadang menghambat sinkronisasi data harian.”

b. E-Commerce

“Kami memanfaatkan berbagai platform e-commerce seperti GoFood, GrabFood, serta Instagram untuk keperluan promosi. Kami menggunakan marketplace seperti Tokopedia atau Shopee karena produk Mixue bersifat fresh dan tidak cocok untuk pengiriman antar kota. Layanan pesan-antar merupakan saluran yang paling berdampak terhadap penjualan. Sejak awal pandemi tahun 2020, Kami mulai memaksimalkan penggunaan platform digital. “Saat orang tidak berani keluar rumah, justru penjualan kami meningkat melalui GoFood dan GrabFood,” ujarnya. Dari situ, kami menyadari pentingnya adaptasi teknologi dalam mendukung keberlangsungan usaha. Penggunaan platform e-commerce sangat membantu memperluas jangkauan pelanggan. Jika sebelumnya pembeli hanya berasal dari sekitar toko, kini pesanan bisa datang dari radius lebih dari 5 kilometer melalui aplikasi. Penjualan juga meningkat signifikan, terutama pada waktu sore dan malam hari. Selain mengandalkan listing produk, juga aktif membuat konten promosi di Instagram serta memberikan diskon dan voucher melalui platform layanan antar. Kami yakin bahwa keberadaan di media sosial sangat penting untuk menjaga loyalitas pelanggan. Namun demikian, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi. Perubahan algoritma media sosial sering membuat jangkauan promosi tidak konsisten. Selain itu, persaingan harga dan review pelanggan yang kadang tidak objektif juga menjadi hambatan tersendiri. “Kadang ada yang komplain hanya karena driver terlambat datang, padahal itu di luar kendali kami.”

Peneliti menyimpulkan, pengalaman Mixue memperlihatkan bahwa digitalisasi akuntansi dan e-commerce menjadi dua pilar yang saling mendukung dalam operasional bisnis. Sistem akuntansi digital memastikan pengelolaan keuangan lebih rapi, sedangkan e-commerce memperluas pasar sekaligus menjaga keberlanjutan usaha di tengah dinamika perilaku konsumen. Kendati demikian, keberhasilan pemanfaatan teknologi tetap memerlukan dukungan literasi digital, kemampuan adaptasi SDM, serta strategi promosi yang kreatif agar daya saing usaha tetap terjaga.

3. Arutala Barbershop

Informan ketiga dalam penelitian ini adalah Mas Adit, pemilik usaha barbershop “Arutala Barbershop” yang telah beroperasi selama delapan tahun di Kota Makassar. Wawancara dilakukan untuk menggali praktik digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan *E-commerce* dalam menjaga keberlanjutan usahanya.

a. Digitalisasi Akuntansi

“Kami menggunakan aplikasi Mini Servis untuk kasir dan manajemen transaksi, serta Google Spreadsheet untuk pencatatan keuangan secara lebih rinci. Sistem ini membantu mengontrol arus kas masuk dan keluar, sekaligus merekap pembayaran dari klien. Kebutuhan akan transparansi dan efisiensi menjadi pendorong utama dalam beralih ke sistem digital. Sebelumnya, ketika masih menggunakan pencatatan manual, sering terjadi selisih kas maupun kehilangan jejak transaksi. Dengan penerapan digitalisasi, semua transaksi dapat tercatat otomatis sehingga lebih mudah ditelusuri. Pada awalnya, penggunaan aplikasi ini cukup membingungkan, terutama saat data mulai menumpuk. Namun, seiring berjalannya waktu, kami merasakan manfaat besar karena aplikasi tersebut terintegrasi dengan laporan bulanan dan bisa diakses melalui ponsel. Kami menambahkan bahwa sistem digital sangat membantu dalam pembuatan laporan keuangan, penjadwalan pembayaran kepada vendor, serta perhitungan margin keuntungan dari setiap pesanan secara real-time. Dengan demikian, proses manajemen usaha menjadi lebih praktis, akurat, dan terkontrol.”

b. E-Commerce

“Kami juga memanfaatkan Bukalapak untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Selain itu, membuka layanan pemesanan melalui WhatsApp Business yang dilengkapi katalog produk serta fitur auto-reply untuk memudahkan komunikasi dengan pelanggan. Penggunaan e-commerce secara aktif baru pada awal tahun 2025, dan langkah ini membawa dampak signifikan. Banyak klien dari luar Makassar yang sebelumnya tidak mungkin dijangkau, kini mulai mencoba layanan styling rambut di sini. Dalam hal pemasaran, harus aktif membuat konten kreatif seperti video proses styling rambut (behind the scenes), testimoni pelanggan, hingga promosi bundling yang dipublikasikan melalui Instagram Reels dan TikTok. Strategi promosi aktif jauh lebih efektif dibandingkan sekadar mengunggah katalog produk. Kami juga menyadari adanya beberapa tantangan. Salah satunya adalah keterlibatan fisik yang tinggi karena jasa styling menuntut kehadiran langsung, sehingga berbeda dengan produk yang bisa dijual secara fleksibel melalui marketplace. Selain itu, keterbatasan jenis layanan yang

ditawarkan membuat strategi pemasaran digital perlu lebih kreatif agar tetap menarik perhatian pelanggan.”

Dapat peneliti simpulkan bahwa, pengalaman Mas Adit memperlihatkan bahwa integrasi digitalisasi akuntansi dengan strategi pemasaran digital melalui e-commerce memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usahanya. Sistem akuntansi digital meningkatkan keteraturan keuangan dan efisiensi operasional, sedangkan e-commerce memperluas jangkauan pasar sekaligus memperkuat citra merek. Walau masih menghadapi keterbatasan terkait model bisnis jasa dan kapasitas SDM, upaya adaptasi Mas Adit menunjukkan bahwa UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif apabila diiringi dengan kreativitas dan kemauan belajar.

4. Makeup

Informan kelima adalah Mba Sabrina, seorang pelaku UMKM yang menjalankan usaha skincare dan makeup di daerah Alauddin, Kota Makassar. Usaha ini telah dia tekuni dari tahun 2021, dengan layanan seperti penjualan skincare dan makeup. Penelitian ini bertujuan menggali bagaimana pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan E-commerce berperan dalam menunjang keberlanjutan usahanya.

a. Digitalisasi Akuntansi

“Kami telah menggunakan aplikasi Olsera POS untuk pencatatan keuangan sejak tahun 2022. Perubahan sistem pencatatan ini dirasakan sangat membantu, karena ia dapat memantau laporan harian maupun bulanan, serta merekap pengeluaran untuk produk alat makeup dengan lebih terstruktur. Selain itu, aplikasi ini juga memudahkan dirinya dalam menyusun laporan ketika ingin mengajukan kerja sama ataupun mengikuti program pelatihan dari Dinas Koperasi. Pada awal penerapannya, Mba Sabrina sempat mengalami kebingungan, terutama dalam membuat kategori transaksi yang sesuai. Namun, setelah mengikuti pelatihan UMKM melalui webinar online, ia mulai memahami cara melakukan input data

dengan benar. Hal tersebut membuat pengelolaan keuangannya menjadi lebih rapi, transparan, dan mudah dikendalikan.”

b. E-Commerce

“Mba Sabrina aktif memanfaatkan Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk mempromosikan layanan serta menampilkan hasil riasan pelanggannya. Ia belum menggunakan platform marketplace, karena menurutnya jasa rias lebih efektif dipasarkan secara visual dan personal. Media sosial terbukti sangat membantu, terutama setelah ia mulai rutin membuat konten seperti before-after makeup, reels rias pengantin, dan testimoni pelanggan. Dari pengalamannya, sekitar 70% pelanggan baru datang melalui media sosial. Bahkan, ia pernah mendapatkan klien rias pengantin dari luar kota, seperti Gowa dan Maros. Biasanya, pelanggan tersebut menemukan akunnya melalui pencarian hashtag di Instagram. Hal ini membuktikan bahwa strategi promosi visual di media sosial berperan penting dalam memperluas jangkauan layanan dan menarik pelanggan baru.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mba Sabrina, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan aplikasi Olsera POS telah memberikan dampak positif dalam pencatatan keuangan usahanya, sebab laporan keuangan menjadi lebih rapi, transparan, dan mudah dipantau. Selain itu, strategi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business terbukti sangat efektif dalam memperluas jangkauan pelanggan, di mana sekitar 70% pelanggan baru berasal dari platform tersebut, bahkan hingga dari luar kota. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi akuntansi dan e-commerce memiliki peran penting dalam meningkatkan profesionalisme sekaligus mendukung keberlanjutan usaha Mba Sabrina.

5. Butik Fashion Hijab

Informan keenam adalah Ibu Hajrah, seorang pelaku UMKM yang mengelola butik fashion pakaian wanita dan muslimah di wilayah Mallengkeri, Kota Makassar. Usahanya telah berdiri sejak tahun 2020 dan fokus pada penjualan baju jadi, gamis, serta pakaian pesta wanita.

Penelitian ini mengkaji bagaimana digitalisasi akuntansi dan *E-commerce* diimplementasikan dalam menunjang keberlanjutan usahanya.

a. Digitalisasi Akuntansi

"Ibu Hajrah menjelaskan bahwa ia menggunakan aplikasi Majoo dalam pencatatan dan pengelolaan usahanya. Melalui aplikasi tersebut, ia terbiasa membuat laporan stok barang secara lebih efisien. Penerapan sistem digital menurutnya sangat membantu dalam mengontrol persediaan, mencatat utang-piutang pelanggan, serta mengevaluasi omzet baik mingguan maupun bulanan. Selain itu, pencatatan digital juga memberikan manfaat praktis ketika ia mengajukan pinjaman modal ke koperasi, karena data laporan keuangan sudah terdokumentasi dengan rapi dan mudah diakses. Dengan demikian, penggunaan aplikasi digital tidak hanya memudahkan pengelolaan operasional sehari-hari, tetapi juga mendukung kebutuhan administrasi usaha secara lebih profesional.i."

b. E-Commerce

"Ibu Hajrah aktif memanfaatkan berbagai platform digital seperti Shopee, TikTok Shop, dan Instagram untuk memasarkan produknya. Sejak tahun 2023, ia mulai fokus pada penjualan online, dan saat ini sekitar 60% penjualannya berasal dari pembeli melalui platform digital. Ia rajin membuat konten kreatif seperti video try-on, live streaming di TikTok, serta kolaborasi dengan karyawan untuk menarik perhatian pelanggan. Selain itu, ia juga aktif merespons chat pelanggan dengan cepat guna meningkatkan performa penjualan. Menurut Ibu Hajrah, digitalisasi berperan penting dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya, baik dari sisi pencatatan keuangan maupun penjualan online. Melalui platform digital, jangkauan pasarnya semakin luas, tidak hanya mencakup luar kota, tetapi juga hingga luar pulau. Strategi yang ia terapkan antara lain menghadirkan desain produk yang up-to-date, menawarkan harga yang kompetitif, memberikan pelayanan maksimal, serta melibatkan anak-anaknya agar terbiasa dan melek teknologi."

Peneliti menyimpulkan bahwa Ibu Hajrah, pemilik butik fashion di Makassar, telah memanfaatkan digitalisasi akuntansi melalui aplikasi Majoo untuk pencatatan keuangan dan stok, serta aktif menggunakan e-commerce seperti Shopee, TikTok Shop, dan Instagram. Penerapan digitalisasi ini terbukti memudahkan pengelolaan usaha, memperluas pasar hingga luar pulau, dan meningkatkan penjualan dengan strategi konten kreatif serta pelayanan responsif.

6. bengkel sepeda motor

Informan ketujuh adalah Bapak Saparuddin, pemilik sebuah bengkel sepeda motor yang berlokasi di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar. Usaha bengkel ini telah berdiri sejak tahun 2015 dan melayani berbagai kebutuhan servis ringan hingga berat, termasuk ganti oli, tune-up, servis rem, hingga penggantian spare part. Penelitian ini mengungkap bagaimana digitalisasi akuntansi dan *E-commerce* diadopsi oleh pelaku usaha bengkel tradisional dalam menjaga keberlanjutan usahanya.

a. Digitalisasi Akuntansi

“Bapak Saparuddin menjelaskan bahwa ia menggunakan aplikasi Kasir Pintar, terutama untuk mencatat pembelian sparepart dan pemasukan dari jasa servis bengkel. Dengan aplikasi tersebut, ia dapat mengetahui secara jelas berapa besar pengeluaran untuk onderdil dan berapa pemasukan dari jasa servis, sehingga kondisi untung-rugi usahanya lebih mudah dipantau. Sebelum menggunakan aplikasi digital, pencatatan keuangan usahanya masih bercampur dengan keuangan pribadi, sehingga sulit membedakan arus kas usaha secara akurat. Ia mengakui bahwa keterbatasan pemahaman teknologi sempat menjadi hambatan. Namun, berkat bantuan anaknya yang sedang duduk di bangku kuliah, ia mulai terbiasa melakukan input data dan menyusun laporan sederhana.”

b. E-Commerce

“Bapak Saparuddin menyampaikan bahwa ia belum sepenuhnya memanfaatkan e-commerce untuk penjualan jasa bengkel. Namun demikian, ia mengandalkan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp sebagai sarana promosi serta untuk menerima pesanan sparepart. Selain itu, ia juga memasarkan beberapa jenis sparepart motor melalui Tokopedia, khususnya barang-barang yang sulit ditemukan di daerah. Ia mencontohkan, pernah ada pelanggan dari Parepare yang memesan kampas rem melalui Tokopedia. Menurutnya, pemasaran online terbukti membantu memperluas jangkauan pelanggan, terutama di kalangan anak muda dan pengemudi ojek online yang sering mencari informasi bengkel melalui Google atau media sosial. Dengan demikian, meskipun jasa servis belum sepenuhnya dipasarkan secara digital, penggunaan platform online tetap memberikan kontribusi positif dalam menarik pelanggan baru.”

Peneliti menyimpulkan bahwa Bapak Saparuddin selaku pemilik bengkel motor telah menerapkan digitalisasi akuntansi melalui aplikasi

Kasir Pintar untuk mencatat pemasukan jasa servis dan pembelian sparepart, sehingga arus kas usaha dapat dipantau lebih jelas meskipun sempat terkendala keterbatasan pemahaman teknologi. Dalam aspek e-commerce, ia belum sepenuhnya memasarkan jasa bengkel secara digital, namun sudah memanfaatkan media sosial dan Tokopedia untuk menjual sparepart, yang terbukti mampu memperluas jangkauan pelanggan hingga luar daerah.

7. Play Station

Informan kesembilan adalah Mas Rahmat Hidayat, pemilik usaha rental PlayStation (PS) yang berlokasi di daerah Kumala, Kota Makassar. Usaha ini sudah berjalan sejak tahun 2024, awalnya hanya dengan satu unit PS3, dan kini telah berkembang menjadi tiga unit PS4 dengan fasilitas ruangan ber-AC dan koneksi internet untuk permainan online. Dalam wawancara ini, Mas Rahmat menjelaskan bagaimana digitalisasi akuntansi dan E-commerce ikut menopang keberlanjutan usahanya.

a. Digitalisasi Akuntansi

“Mas Rahmat menggunakan aplikasi Kasir Pintar untuk mencatat jam sewa, pengeluaran bulanan, dan pemasukan harian. Baginya, aplikasi ini lebih praktis dibanding pencatatan manual yang sering terlewat. Dengan sistem digital, ia bisa langsung memantau pemasukan harian maupun bulanan, serta lebih mudah mengontrol keuangan. Hal ini membantunya menentukan waktu servis unit PS, mengganti stik rusak, hingga upgrade game terbaru. Pencatatan rapi juga menjadi pendukung penting saat mengajukan.”

b. E-Commerce

“Mas Rahmat memanfaatkan Instagram dan TikTok untuk promosi dengan membuat konten kreatif, seperti turnamen mini di rentalnya. Ia juga aktif di grup WhatsApp dan Facebook komunitas game lokal untuk menyebarkan promo dan event. Strategi ini terbukti efektif karena banyak pelanggan baru datang melalui media sosial atau rekomendasi teman. Lewat story IG, ia rutin mengumumkan promo jam malam dan bonus main, sehingga rentalnya makin dikenal dan ramai. Menurutnya, pembaruan konten game

dan kenyamanan tempat adalah kunci keberlanjutan usaha. Ia juga menggunakan fitur antrian digital dan reservasi via WhatsApp agar layanan lebih efisien. Teknologi, baginya, sangat berperan dalam promosi sekaligus pengaturan jadwal. Ke depan, ia berharap ada pelatihan digital dan subsidi untuk upgrade peralatan, serta berpesan bahwa pelaku UMKM harus terus belajar teknologi agar usaha bisa berkembang dan tidak tertinggal zaman."

Peneliti menyimpulkan bahwa Mas Rahmat selaku pemilik rental PlayStation telah menerapkan digitalisasi akuntansi melalui aplikasi Kasir Pintar untuk mencatat pemasukan, pengeluaran, serta pengelolaan perawatan unit, sehingga keuangan lebih terkontrol dan rapi. Dalam aspek e-commerce, ia memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, dan Facebook untuk promosi, interaksi pelanggan, serta pengaturan reservasi, yang terbukti efektif meningkatkan jumlah pengunjung. Strategi digital ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga mendukung efisiensi operasional, meskipun ia tetap berharap adanya pelatihan dan dukungan teknologi agar UMKM seperti usahanya mampu terus berkembang di era digital.

Berdasarkan temuan di lapangan, implementasi digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan E-commerce oleh Enam pelaku UMKM di Kota Makassar menunjukkan variasi tingkat penerapan, motivasi, dan dampak terhadap keberlanjutan usaha. Secara umum, penggunaan sistem akuntansi digital menjadi titik balik penting bagi para pelaku usaha dalam mengatur keuangan, memisahkan antara dana pribadi dan bisnis, serta meningkatkan akurasi laporan keuangan. Misalnya, Golqi Chicken dan fashion hijab memanfaatkan aplikasi Majoo dan Olsera pos yang terintegrasi dengan POS, sehingga pencatatan penjualan, pengeluaran, dan stok barang dapat diakses secara *real-time*. Kondisi ini berbanding terbalik dengan masa

sebelum digitalisasi, di mana pencatatan manual rawan hilang, tidak terstruktur, dan sulit untuk dievaluasi.

Dari sisi pemasaran, mayoritas informan telah memanfaatkan E-commerce atau media sosial sebagai kanal distribusi utama. Shopee Food, GoFood, GrabFood, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business menjadi platform dominan yang digunakan untuk menjangkau konsumen lebih luas. Hal ini terlihat jelas pada Fashion Hijab, yang mencatat peningkatan penjualan signifikan saat pandemi berkat layanan pesan antar, yang mengandalkan konten visual di Instagram dan TikTok hingga 70% pelanggan barunya datang dari media sosial. Strategi promosi aktif seperti membuat konten video, live streaming, dan diskon periodik terbukti lebih efektif dibanding sekadar listing produk.

Temuan di lapangan juga menunjukkan adanya hambatan. Pelaku usaha seperti Bapak Saparuddin (bengkel) mengaku masih terkendala pemahaman teknologi, terutama dalam membuat konten promosi atau mengelola aplikasi akuntansi secara optimal. Beberapa informan menyebutkan tantangan teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil atau keterbatasan SDM yang paham sistem digital. Meski begitu, semua informan sepakat bahwa adopsi teknologi adalah kunci keberlanjutan usaha, bahkan bagi sektor yang dulunya dianggap tradisional seperti bengkel motor dan jasa penjahitan.

Hasil wawancara ini sejalan dengan penelitian Rahman & Santoso (2022) yang menemukan bahwa digitalisasi akuntansi pada UMKM di Indonesia mampu meningkatkan efisiensi operasional, akurasi laporan, dan akses terhadap pembiayaan karena data keuangan terdokumentasi dengan baik. Selain itu, temuan ini menguatkan studi Pertiwi et al. (2023) yang

menunjukkan bahwa pemanfaatan E-commerce berkontribusi signifikan terhadap perluasan pasar UMKM, terutama saat terjadi pembatasan aktivitas fisik seperti pada masa pandemi. Penelitian Wulandari (2021) juga menegaskan bahwa integrasi pencatatan keuangan digital dan pemasaran online berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha, dengan catatan adanya dukungan pelatihan teknologi untuk mengatasi kesenjangan literasi digital.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa di lapangan, digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan E-commerce bukan sekadar tren, melainkan strategi bertahan hidup dan berkembang bagi UMKM di Makassar. Meski tantangan teknis dan keterbatasan SDM masih ada, pelaku usaha yang konsisten mengadopsi dan mengoptimalkan teknologi cenderung memiliki daya saing dan prospek pertumbuhan yang lebih baik.

C. Pembahasan

1. Implementasi Digitalisasi Akuntansi Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam pelaku UMKM yang bergerak di berbagai sektor usaha di Kota Makassar (makanan, minuman, Make up, butik fashion, bengkel, konveksi sablon, dan rental PlayStation), ditemukan bahwa pemanfaatan digitalisasi akuntansi sudah merata secara menyeluruh, dan juga menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, khususnya di sektor-sektor yang telah terbiasa berinteraksi dengan teknologi digital.

Secara keseluruhan, penggunaan digitalisasi akuntansi berada pada level awal (*entry-level tools*) yang belum terintegrasi secara sistematis,

tetapi menunjukkan adanya kemauan dan arah transformasi ke sistem yang lebih canggih.

Menurut Romney & Steinbart (2018), digitalisasi akuntansi tidak hanya bertujuan untuk menggantikan catatan manual menjadi digital, tetapi juga mengintegrasikan sistem pencatatan keuangan secara *real-time* untuk mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis data. Teori ini menekankan pentingnya sistem akuntansi berbasis teknologi untuk menciptakan akurasi, efisiensi, dan kontrol internal yang lebih kuat.

Hal ini Selaras juga dengan penelitian oleh Gita Apsari Dewi (2024). Bahwa Digitalisasi Sistem Informasi Akuntansi (SIA) membantu UMKM memantau performa keuangan dan memberikan dampak signifikan terhadap proses bisnis. Kinerja UMKM yang diukur melalui keuntungan menunjukkan bahwa digitalisasi SIA menjadi aspek krusial dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

Pemilik usaha Barbershop, mengaku sangat terbantu dengan Google Spreadsheet dalam memantau arus kas harian, mengetahui jumlah pelanggan setiap harinya, serta menyusun laporan mingguan untuk mengevaluasi performa usaha. Hal serupa juga diungkapkan oleh pelaku UMKM (rental PS), yang mengatakan bahwa aplikasi kasir sederhana memudahkannya mencatat jumlah jam sewa dan total pemasukan harian.

Dari sisi efisiensi waktu, pelaku UMKM fashion menyampaikan bahwa pencatatan digital membantu dia untuk tidak lagi menulis secara manual yang memakan waktu dan rawan kesalahan. Ini sejalan dengan prinsip sistem informasi akuntansi digital yang menekankan kemudahan pelacakan transaksi dan otomatisasi proses pencatatan (Gelinas et al.,

2015). Hasil wawancara juga menunjukkan adanya tantangan struktural dan kultural dalam penerapan digitalisasi akuntansi. Tantangan utama meliputi:

- a. Literasi digital yang rendah, seperti disampaikan oleh UMKM konveksi, yang merasa kesulitan memahami aplikasi digital.
- b. Kurangnya pelatihan dan sosialisasi, di mana sebagian besar informan menyatakan belum pernah mengikuti pelatihan khusus tentang pencatatan keuangan digital.

Selain itu, faktor usia juga memengaruhi kecepatan adaptasi. UMKM yang dijalankan oleh pelaku usia muda seperti pelaku UMKM Rental Play Station lebih cepat beradaptasi dibandingkan pelaku yang lebih senior dan terbiasa dengan metode manual.

Sebagian informan menyampaikan bahwa dukungan dari pemerintah, komunitas, atau pihak swasta sangat dibutuhkan. Seperti yang diungkapkan oleh UMKM (MIXUE), pelatihan digitalisasi yang diberikan oleh komunitas wirausaha muda sangat membantu memahami cara mencatat transaksi dan menyusun laporan keuangan sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan dan pelatihan memiliki dampak signifikan terhadap adopsi teknologi.

Jika dikaitkan dengan konsep keberlanjutan usaha, digitalisasi akuntansi merupakan fondasi penting untuk menciptakan pengelolaan bisnis yang sehat dan berorientasi jangka panjang. Dengan pencatatan yang akurat, pelaku UMKM bisa mengetahui posisi keuangan secara *real-time*, merencanakan pengeluaran, menyiapkan dana cadangan, dan mengambil keputusan investasi yang rasional. Tanpa sistem akuntansi

digital yang memadai, UMKM rentan pada kesalahan pencatatan, kehilangan data, dan kegagalan dalam mengontrol keuangan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi akuntansi bukan sekadar pilihan, tapi keharusan bagi UMKM modern, terutama di era kompetitif dan dinamis saat ini. Akan tetapi, keberhasilannya sangat bergantung pada ketersediaan akses, pelatihan, dan keterlibatan pemerintah maupun institusi pendidikan.

Secara keseluruhan peneliti menyimpulkan bahwa, digitalisasi akuntansi terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas manajemen keuangan UMKM di Kota Makassar. Berdasarkan wawancara dengan enam informan dari delapan sektor usaha yang berbeda, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah mengenal dan memanfaatkan bentuk digitalisasi dalam pengelolaan keuangan mereka, meskipun pada level yang beragam.

Seperti UMKM (Golqi Chicken) menyatakan bahwa ia mulai menggunakan aplikasi Majoo dan ESB untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran harian. Hal ini sejalan dengan teori *Digital Accounting Transformation* yang dikemukakan oleh Warren et al. (2020), bahwa penggunaan sistem digital dalam pencatatan keuangan memungkinkan pelaku usaha memperoleh data yang lebih akurat dan *real-time*, sehingga memudahkan pengambilan keputusan. Dengan aplikasi tersebut, pemilik UMKM Golqi merasa lebih terbantu dalam memisahkan keuangan pribadi dan usaha, yang sebelumnya sering bercampur.

Sementara itu, pelaku UMKM dari usaha sablon dan konveksi menggunakan Excel dan WhatsApp Business untuk mencatat pesanan

masuk sekaligus mencatat transaksi keuangan secara sederhana. Ini menunjukkan adanya adopsi parsial digitalisasi, yang meskipun belum kompleks, tetap memberikan manfaat dalam hal keteraturan dan efisiensi.

Dalam konteks ini, Digital Divide Theory oleh Norris (2001) menjadi relevan, yang menekankan bahwa adopsi teknologi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan alat, tetapi juga oleh kompetensi digital dan keterjangkauan pelatihan.

Beberapa tantangan yang dikemukakan oleh informan dalam implementasi digitalisasi akuntansi mencakup keterbatasan pemahaman aplikasi, kurangnya pelatihan teknis. Ini memperkuat temuan bahwa perlu adanya intervensi berkelanjutan dari pemerintah atau pihak ketiga untuk memberikan pendampingan dan pelatihan khusus bagi UMKM dalam bidang digital akuntansi.

2. Implementasi Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM

Pemanfaatan *E-commerce* oleh UMKM tidak bersifat seragam, melainkan sangat dipengaruhi oleh sektor usaha, literasi digital pelaku, serta tujuan penggunaan. Usaha kuliner seperti yang dijalankan oleh (Golqi Chicken) dan (MIXUW) secara aktif menggunakan platform seperti Shopee Food, WhatsApp Business, serta Instagram untuk menjangkau pelanggan. Keduanya mengakui bahwa penjualan meningkat signifikan sejak memanfaatkan *E-commerce*, dan pelanggan luar Kota pun kini mudah mengakses produk mereka.

Pada sektor jasa, seperti (Make up) dan (rental PS), *E-commerce* dimanfaatkan lebih kepada promosi dan interaksi pelanggan. Dari sektor

UMKM PlayStation menyampaikan bahwa kendala dalam membuat sistem booking daring yang efektif masih menjadi hambatan. Ini menunjukkan bahwa *E-commerce* tidak selalu identik dengan transaksi langsung, melainkan bisa juga sebagai channel komunikasi dan branding. Hal ini menguatkan pernyataan dari Laudon dan Traver (2021) bahwa *E-commerce* memiliki fungsi *multi-layer*, bukan hanya transaksi, tapi juga sebagai alat *engagement* dan layanan pelanggan.

Sejalan dengan temuan ini, Fitrah & Yuliati (2023) dalam penelitiannya terhadap 85 pelaku UMKM di Kota Malang juga membuktikan bahwa e-commerce dan sistem informasi akuntansi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap efektivitas kinerja usaha. Begitu pula Andriani dkk. (2023) yang meneliti UMKM di Desa Sidokepong menemukan bahwa penerapan pencatatan keuangan digital dan pemasaran online mampu meningkatkan efisiensi manajemen dan memperluas akses pasar secara signifikan.

Perbedaan pemanfaatan *E-commerce* juga dipengaruhi oleh tingkat literasi digital masing-masing pelaku. Beberapa pelaku usaha juga mengeluhkan soal biaya promosi, pengelolaan konten, dan kurangnya tenaga khusus dalam menangani aktivitas digital. Dalam konteks ini, Teori Keberlanjutan oleh Elkington (1997) memberikan landasan bahwa keberlanjutan bukan hanya soal aspek ekonomi, tetapi juga mencakup aspek sosial dan lingkungan kerja, termasuk kesiapan sumber daya manusia.

Temuan menarik datang dari informan seperti (butik fashion) dan (konveksi sablon), yang menyatakan bahwa *E-commerce* menyelamatkan

usaha mereka. Penjualan yang semula bergantung pada pelanggan offline dan event fisik (seperti pameran atau jasa sablon komunitas), perlahan pulih dengan memaksimalkan pemasaran digital. Hal ini menjadi bukti nyata bahwa *E-commerce* dapat menjadi alat untuk menjaga keberlanjutan usaha dalam situasi krisis, sebagaimana ditegaskan dalam teori Elkington mengenai pentingnya inovasi berkelanjutan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Beberapa pelaku UMKM (Make up) dan (konveksi), mulai menerapkan strategi konten kreatif seperti video tutorial, live streaming produk, dan testimoni pelanggan untuk membangun kepercayaan. Ini selaras dengan hasil penelitian Laudon dan Traver (2021) bahwa salah satu keunggulan *E-commerce* adalah kemampuan untuk memfasilitasi interaktivitas dan personalisasi dengan konsumen. Ketika UMKM mampu beradaptasi dengan pendekatan konten yang menarik, peluang untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan nilai tambah akan semakin besar.

Sebagaimana yang penelitian yang di lakukan oleh Hindong Ika Putri (2024). Bahwa aplikasi *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar apabila pemanfaatan dilakukan secara optimal dengan memberikan promo bagi para konsumen.

Tetapi sebagian lainnya seperti (bengkel) masih minim dalam hal inovasi digital. Promosi hanya dilakukan lewat status WhatsApp dan spanduk. Kurangnya inisiatif dalam membuat promosi daring menyebabkan jangkauan pelanggan tidak berkembang secara signifikan.

Hal ini menunjukkan bahwa ketimpangan dalam digitalisasi berisiko memperlebar kesenjangan pertumbuhan antar pelaku UMKM.

Peneliti menyimpulkan bahwa pemanfaatan *E-commerce* ternyata tidak hanya berdampak pada pelaku usaha itu sendiri, tetapi juga membuka lapangan kerja baru. Beberapa informan mengaku telah mempekerjakan admin khusus untuk mengelola pesanan daring, kurir internal untuk pengantaran, bahkan merekrut konten kreator *freelance* untuk meningkatkan branding. Ini mencerminkan bahwa digitalisasi, jika dimanfaatkan optimal, akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan komunitas sekitar, sejalan dengan prinsip *triple bottom line* (*people, planet, profit*) dalam teori Elkington (1997).

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan dan analisis terhadap enam informan dari berbagai jenis UMKM di Kota Makassar (makanan, minuman, salon, butik fashion, bengkel, konveksi sablon, dan rental PlayStation), diperoleh beberapa poin utama terkait implementasi digitalisasi akuntansi dan E-commerce terhadap keberlanjutan usaha:

1. Digitalisasi Akuntansi Masih Tahap Awal, namun semakin dibutuhkan

Sebagian besar UMKM telah mulai beralih dari pencatatan manual menuju sistem digital sederhana, seperti Excel, Google Spreadsheet, aplikasi kasir (Kasir Pintar, Majoo, Olsera, BukuWarung), namun belum banyak yang menggunakan aplikasi akuntansi profesional. Hal ini menandakan transformasi digital masih pada tahap awal (entry-level). Hambatan yang dihadapi adalah keterbatasan literasi digital, biaya berlangganan aplikasi, dan kurangnya pendampingan teknis. Meski demikian, ada kesadaran bahwa pencatatan digital membantu mengontrol arus kas, menghindari selisih keuangan, hingga mendukung akses pembiayaan ke koperasi atau lembaga keuangan.

2. E-commerce Jadi Pilihan Utama untuk Perluasan Pasar Banyak UMKM

memanfaatkan platform digital seperti GoFood, GrabFood, Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, Instagram, dan WhatsApp Business. Alasan utamanya adalah efektivitas e-commerce dalam memperluas pasar tanpa biaya besar, menjangkau pelanggan di luar jangkauan toko fisik, serta meningkatkan penjualan terutama saat pandemi. E-commerce juga memberi

fitur promosi (voucher, diskon, iklan digital) yang memudahkan menarik pelanggan baru. Namun, sebagian UMKM masih minim pemanfaatan e-commerce karena keterbatasan pemahaman teknologi, produk yang sifatnya jasa/offline, serta keterbatasan SDM untuk mengelola konten secara konsisten.

3. Kontribusi Digitalisasi terhadap Keberlanjutan Usaha Sangat Nyata
Teknologi digital memberi kontribusi jelas dalam:

- a. Manajemen keuangan → pencatatan transaksi lebih rapi, real-time, dan transparan.
- b. Perluasan pasar → jangkauan pelanggan lebih luas, bahkan hingga luar kota/pulau.
- c. Engagement pelanggan → melalui konten kreatif di media sosial, testimoni, promo, hingga interaksi cepat lewat chat.
- d. Efisiensi operasional → reservasi online, manajemen stok, hingga layanan antar lebih mudah dikendalikan.

Dengan demikian, digitalisasi berperan sebagai faktor strategis untuk bertahan di tengah persaingan dan menjadi pondasi ekspansi usaha di masa depan.

4. Tantangan Utama: SDM, Akses Teknologi, dan Konsistensi Meskipun manfaatnya jelas, tidak sedikit UMKM yang masih kesulitan beradaptasi. Hambatan terbesar adalah keterbatasan keterampilan digital, perubahan algoritma media sosial, hingga konsistensi membuat konten. Ini menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM bukan hanya soal infrastruktur, tetapi juga membutuhkan pendampingan berkelanjutan melalui

pelatihan, edukasi literasi digital, dan dukungan kebijakan dari pemerintah serta komunitas bisnis.

Secara keseluruhan, digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan e-commerce terbukti memberi dampak positif dan nyata terhadap keberlangsungan UMKM di Makassar. Meskipun sebagian masih minim dalam penerapannya, tren menunjukkan arah yang jelas: UMKM yang cepat beradaptasi dengan teknologi memiliki peluang lebih besar untuk bertahan, berkembang, dan bersaing dalam ekosistem bisnis modern.

B. Saran

1. Peningkatan Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi bagi UMKM. Pemerintah daerah dan lembaga terkait disarankan untuk rutin mengadakan pelatihan praktis terkait digitalisasi akuntansi dan penggunaan platform *E-commerce*. Hal ini penting agar pelaku UMKM, terutama yang belum melek teknologi, dapat memahami dan menerapkan digital tools secara optimal dalam mengelola usaha mereka.
2. Pengembangan aplikasi akuntansi dan *E-commerce* yang ramah UMKM. Pengembang teknologi disarankan menciptakan aplikasi yang lebih sederhana, murah, dan sesuai kebutuhan UMKM skala mikro dan kecil. Aplikasi ini sebaiknya mendukung pencatatan keuangan, inventori, dan integrasi langsung dengan media sosial atau marketplace.
3. Penguatan Ekosistem Digital Lokal, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, komunitas bisnis, dan institusi pendidikan untuk membangun ekosistem digital yang mendukung UMKM baik melalui inkubasi bisnis digital, promosi lintas sektor, maupun dukungan kebijakan fiskal dan pembiayaan digital berbasis syariah maupun konvensional.

DAFTAR ISI

- Acai Sudirman, (2024) "*Bisnis Digital Untuk Umkm*", (Widina Media Utama, Bandung.
- Dewi (2022).). "*Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Pengambilan Keputusan di UMKM*". *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 23-34. Yogyakarta.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Fitria, (2018). The Effect of Financial Literacy on Growth and Sustainability of SMEs (Small and Medium Enterprises) in the Handicraft Sector in Padang City. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 10(2), 382–393.
- Gita Apsari Dewi, (2024) "*Digitalisasi Sistem Informasi Akuntansi Pada Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Di Indonesia*", (Jurnal Akuntansi Kompetif, Vol. 7, No. 2.
- Gelinas, U. J., Dull, R. B., Wheeler, P., & Hill, M. C. (2015). *Accounting Information Systems* (11th ed.). Cengage Learning.
- Hidayat (2021).). "*Digitalisasi Akuntansi dan Kinerja UMKM*". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*,. Kendari.
- Hidayatullah, F. (2021). Korelasi Teori Sustainable Development Goals Dalam Etika Produksi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam UIN Allaudin*, 2(2), 28–40.
- Hindong Ika Putri,(2024) "*Analisis Pemanfaatan Aplikasi E-commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar*". (Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced Volume 2, No 3.
- I, R. (2023).). "*Pengaruh Teknologi Digital terhadap Inovasi dan Pengambilan Keputusan UMKM*". *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 8(1), 34-50.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, Technology,*

and Society (16th ed.). Pearson Education.

Irmah Halimah Bachtiar, (2023), "*Pemberdayaan Masyarakat Pemula Umkm Mie Basah Kelurahan Paccerakkang Kota Makassar Melalui Digitalisasi*". (Jurdimas, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.

M, Y. (2021). "*E-commerce dan Inovasi dalam Pengambilan Keputusan UMKM*". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 78-89. Palu.

Magdalena Lestari Ginting, M. A. (Februari 2024 Anggota Ikapi No. 225/Jte/2021). *Kewirausahaan Umkm Di Era Dugital*. Jawa Tengah

Mathis, (2017). Sustainability Theory and Conceptual Considerations : A Review of Key Ideas for Sustainability , and the Rural Context. *Papers in Applied Geography*, 2(4), 365–382.

Mike Mayasari, (2023) "*Implementasi Penerapan Digitalisasi Akuntansi Terhadap Profitabilitas UMKM Batik Aksara Incung Sungai Penuh*",(Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Universitas Jambi Vol. 8 No. 4.

Norris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.

Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2021). *Accounting Information Systems* (15th ed.). Pearson Education.

Sari, (JRAK Vol. 15, No. 1, Tahun 2024). *Pengaruh Penggunaan E-commerce, Sistem Informasi Akuntansi*. Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang.

Sri Ayem, F. K. (Liabilities Volume 7 Nomor 2, Agustus 2023|). *Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literature Sistematis* . Yogyakarta.

Sri Handini Sukesu Hartati Kanty (2019), *Manajemen UMKM dan Koperasi*,

Sugiyono, (2023) "*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*"

Sulistyo, (Volume 1, Nomor 4, April 2021). *Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi*. Universitas Sigaperbangsa (Karawang).

Shields, (2015). Integrating Sustainability Into SME Strategy. *Journal of Small Business Strategy*, 25(2), 59–76.

- Sloan, (2013). Towards Sustainability: Examining the Drivers and Change Process within SMEs. *Journal of Management and Sustainability*, 3(2), 19–30.
- Syaputri Intan Muqhni Akhsan, A. S. (Pinisi Journal of Sociology Education Review; Vol. 4; No. 2; Juli 2024). *Pedagang Konvensional Di Era Perkembangan Bisnis Online (Analisis Pedagang Di Pasar Senggol Kecamatan Ujung Kota Pare-Pare)* . Universitas Negeri Makassar .
- Widayanti, (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(2), 153–163.
- Warren, J. D. Jr., Moffitt, K. C., & Byrnes, P. (2015). How big data will change accounting. *Accounting Horizons*, 29(2), 397–407.
- Widjaja, (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 465–476
- Zahra. (2022).). *"Inovasi dalam Pengambilan Keputusan pada UMKM"*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 11(1), 55-70. Sidoarjo.

TRANSKIP WAWANCARA UMKM GOLQI CHICKEN

Golqi Chicken adalah usaha kuliner yang berfokus pada olahan ayam crispy kekinian, berdomisili di Kecamatan Dg. Tata, Kota Makassar. Usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2018 secara mandiri dengan sistem produksi rumahan dan pemasaran skala lokal. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 15 Juli 2025, pemilik Golqi Chicken memaparkan berbagai aspek terkait penerapan digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan *E-commerce* dalam menunjang keberlanjutan usahanya.

Peneliti : Apakah Bapak menggunakan sistem digital dalam pencatatan keuangan? Jika ya, aplikasi atau software apa yang digunakan?

Informan : Pemilik Golqi Chicken menjelaskan bahwa ia mulai menggunakan sistem pencatatan keuangan digital sejak pertengahan tahun 2022. Aplikasi yang digunakan adalah Majo, yang dinilai sederhana dan mudah digunakan. Sebelumnya, pencatatan hanya dilakukan di buku tulis yang sering hilang dan tidak terstruktur.

Peneliti : Apa alasan Bapak mulai menggunakan sistem digital untuk akuntansi?

Informan : Untuk memisahkan keuangan pribadi dan usaha biar lebih tertata. Dan juga memantau keuntungan agar lebih akurat. Dulu semua uang tercampur, susah diatur. Sekarang lebih jelas mana untung, mana modal.

Peneliti : Bagaimana pengalaman bapak dalam menggunakan sistem digital tersebut? Apakah mudah dipahami?

Informan : Para karyawan mengaku sempat kebingung pertama kali menggunakan, terutama dengan istilah-istilah keuangan. Dengan belajar dari internet tutorial, para karyawan pelan-pelan mulai terbiasa.

Peneliti : Apa manfaat yang dirasakan sejak menggunakan sistem digital akuntansi?

- Informan** : Menurut kasir, pencatatan lebih tertib, jadi bisa tahu pengeluaran terbesar, dan memudahkan membuat laporan jika ada permintaan bantuan atau modal usaha.
- Peneliti** : Apakah usaha Bapak telah memanfaatkan platform *E-commerce* (Tokopedia, Shopee, Instagram, dsb)?
- Informan** : Kami telah bergabung dengan Shopee food, dan juga telah memanfaatkan Instagram dan WhatsApp Business untuk pemasaran sejak 2021, saya mulai posting foto ayam crispy di Instagram dan terima pesanan lewat WA.
- Peneliti** : Sejak kapan mulai menggunakan *E-commerce* dalam aktivitas usaha?
- Informan** : Kami menggunakan mulai kisaran awal 2021, sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen yang lebih banyak memesan secara online.
- Peneliti** : Bagaimana pengaruh *E-commerce* terhadap penjualan dan jangkauan pelanggan?
- Informan** : *E-commerce* sangat membantu memperluas jangkauan konsumen, bahkan ada pelanggan yang memesan untuk keperluan acara kampus atau komunitas.
- Peneliti** : Apakah Bapak melakukan promosi digital atau hanya listing produk saja?
- Informan** : Kami juga aktif melakukan promosi melalui story Instagram dan status WhatsApp, seperti diskon spesial dan paket hemat.
- Peneliti** : Apa kendala yang sering dihadapi dalam menjalankan *E-commerce*?
- Informan** : Tantangan dalam membuat konten promosi yang menarik serta banyaknya chat pelanggan yang harus ditangani secara bersamaan
- Peneliti** : Bagaimana pengalaman Ibu dalam mengelola usaha sebelum dan sesudah menerapkan digitalisasi dan *e-commerce*, serta sejauh mana dampaknya terhadap keberlangsungan usaha, strategi yang dijalankan, rencana ke depan, harapan terhadap dukungan pemerintah, dan saran bagi pelaku UMKM lainnya?

Informan : Sebelum menggunakan teknologi, usaha saya berantakan dan pemasaran terbatas. Setelah menerapkan digitalisasi dan *e-commerce*, pencatatan lebih rapi dan penjualan meningkat, bahkan saat omset sempat turun drastis. Teknologi sangat membantu kelangsungan usaha, terutama dalam pengelolaan keuangan dan jangkauan pasar. Saya menjaga kualitas rasa, pelayanan cepat, dan pencatatan rutin sebagai strategi. Ke depan, saya ingin membuka kedai take away dan menambah menu. Saya berharap ada pelatihan digital yang mudah dipahami. Saran saya untuk UMKM lain: jangan takut mencoba teknologi, mulai saja dulu.

TRANSKIP WAWANCARA UMKM MIXUE

Informan kedua dalam penelitian ini adalah Pak Bayu, sebuah merek minuman populer yang telah menjamur di berbagai kota, termasuk di Makassar. Outlet Mixue miliknya terletak strategis di Jalan Dg. Tata Raya, Makassar, dengan target pasar anak muda, pelajar, dan masyarakat sekitar yang mencari minuman es krim dan teh dengan harga terjangkau. Wawancara dilakukan untuk menggali bagaimana Pak Bayu mengadopsi sistem digitalisasi akuntansi dan e-commerce dalam operasional bisnisnya, serta bagaimana penerapan teknologi ini mendukung keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang ketat.

Peneliti : Apakah Pak Bayu menggunakan sistem digital dalam pencatatan keuangan? Jika ya, aplikasi atau software apa yang digunakan?

Informan : Pak Bayu mengungkapkan bahwa ia telah menggunakan sistem digital dalam pencatatan keuangan sejak awal membuka franchise Mixue. Aplikasi yang digunakan antara lain Majoo dan BukuWarung, yang terintegrasi dengan sistem POS (*Point of Sales*) Mixue pusat. Semua transaksi penjualan tercatat otomatis, dan saya bisa memantau pendapatan harian bahkan dari rumah. Sistem ini membantu menjaga akurasi dan efisiensi dalam pencatatan kas masuk dan keluar.

Peneliti : Apa alasan Pak Bayu mulai menggunakan sistem digital untuk akuntansi?

Informan : Alasan utamanya kami menggunakan sistem digital adalah karena standar operasional Mixue pusat memang mewajibkan penggunaan sistem POS yang terintegrasi. Dan dari sisi pribadi, dia menyadari bahwa pencatatan manual sangat berisiko dalam hal kehilangan data dan rawan human error. Digitalisasi membuat semuanya lebih rapi dan profesional”

Peneliti : Bagaimana pengalaman Pak Bayu dalam menggunakan sistem digital tersebut? Apakah mudah dipahami?

Informan : Pak Bayu menyadari bahwa penggunaan sistem ini cukup mudah karena sudah didesain *user-friendly*. Dan juga pemahaman dasar mengenai akuntansi tetap diperlukan agar

bisa membaca laporan keuangan lebih bijak. Kalau staf saya sih tinggal input pesanan, selebihnya otomatis.

Peneliti : Apa manfaat yang dirasakan sejak menggunakan sistem digital akuntansi?

Informan : Keuntungan utama yang dirasakan sejak menerapkan sistem digital adalah transparansi laporan keuangan, pemantauan performa harian, dan kemudahan dalam menyusun laporan bulanan untuk keperluan perpajakan maupun evaluasi usaha. Bahkan dia bilang kalau laporan keuangan digital memudahkan saat pengajuan pinjaman modal ke bank sebab semua data sudah terdokumentasi dengan baik”.

Peneliti : Apakah ada tantangan atau hambatan dalam implementasinya (misal: biaya, SDM, pelatihan)?

Informan : Tantangan terbesar yang dihadapi adalah ketersediaan SDM yang mampu memahami laporan digital secara utuh. Anak-anak muda biasanya cepat belajar, tapi kalau orang tua atau staf baru kadang harus diajari dulu, ucap Pak Bayu. dia juga menyebutkan bahwa kendala teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil sesekali menghambat sinkronisasi data harian.

Peneliti : Apakah usaha Pak Bayu telah memanfaatkan platform *E-commerce* (seperti Tokopedia, Shopee, Instagram, dsb)?

Informan : Pak Bayu memanfaatkan platform *e-commerce* seperti GoFood, GrabFood, dan juga Instagram untuk promosi. Dia belum memanfaatkan marketplace seperti Tokopedia atau Shopee karena produknya bersifat fresh dan tidak cocok untuk pengiriman antar kota. Yang paling berdampak memang layanan pesan antar.

Peneliti : Sejak kapan mulai menggunakan *E-commerce* dalam aktivitas usaha?

Informan : Pak Bayu mulai memaksimalkan platform digital sejak pandemi awal 2020. Saat orang nggak berani keluar rumah, kami justru naik penjualannya lewat GoFood dan GrabFood. Dia sadari pentingnya adaptasi teknologi sejak saat itu.

- Peneliti** : Bagaimana pengaruh *E-commerce* terhadap penjualan dan jangkauan pelanggan?
- Informan** : Menurut Pak Bayu, penggunaan platform *e-commerce* sangat membantu memperluas jangkauan pelanggan. Dulu pelanggan hanya sekitar toko, sekarang bisa sampai 5 kilometer lebih yang pesan lewat aplikasi, katanya. Penjualan juga meningkat secara signifikan terutama pada waktu sore dan malam hari.
- Peneliti** : Apakah Pak Bayu melakukan promosi digital atau hanya listing produk saja?
- Informan** : Pak Bayu tidak hanya mengandalkan listing produk, tetapi juga aktif membuat konten promosi di Instagram, dan memberikan diskon atau voucher melalui platform delivery. Dia percaya bahwa eksistensi di media sosial sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan”.
- Peneliti** : Apa kendala yang sering dihadapi dalam menjalankan *E-commerce*?
- Informan** : Pak Bayu mengaku bahwa algoritma media sosial yang terus berubah seringkali membuat jangkauan promosi tidak konsisten. Dan juga persaingan harga dan review pelanggan yang tidak objektif juga menjadi tantangan tersendiri. Kadang ada yang komplain cuma karena driver lama datang, padahal bukan salah kami.
- Peneliti** : Bagaimana pengalaman Pak Bayu dalam mengelola usaha sebelum dan sesudah menerapkan digitalisasi dan *e-commerce*, serta dampaknya terhadap usaha, strategi, rencana ke depan, harapan, dan sarannya bagi pelaku UMKM?
- Informan** : Sebelum digitalisasi, usaha Pak Bayu masih serba manual dan sering terjadi selisih keuangan. Setelah menerapkan digital dan *e-commerce*, usahanya menjadi lebih rapi, efisien, dan mampu bertahan saat pandemi. Ia bisa menganalisis penjualan, mengatur stok, dan menyusun strategi lebih tepat. Strateginya mencakup inovasi menu, pelatihan staf, dan

promosi digital. Ke depan, ia berencana membuka cabang baru dan membuat aplikasi sendiri. Ia berharap pemerintah memberi pelatihan dan bantuan berbasis digital. Saran untuk UMKM lain: jangan takut mencoba teknologi, mulai saja dulu.



TRANSKIP WAWANCARA UMKM BARBERSHOP

Informan ketiga dalam penelitian ini adalah Mas Adit, pemilik usaha barbershop “Arutala Barbershop” yang telah beroperasi selama delapan tahun di Kota Makassar. Wawancara dilakukan untuk menggali praktik digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan *E-commerce* dalam menjaga keberlanjutan usahanya.

Peneliti : Apakah Mas Adit menggunakan sistem digital dalam pencatatan keuangan? Jika ya, aplikasi atau software apa yang digunakan?

Informan : Mas Adit menjelaskan bahwa dia menggunakan aplikasi Mini servis untuk kasir dan manajemen transaksi, serta Google Spreadsheet untuk pencatatan keuangan secara rinci. Sistem ini digunakan untuk memudahkan kontrol keluar-masuk uang dan rekapan pembayaran dari klien.

Peneliti : Apa alasan Mas Adit, mulai menggunakan sistem digital untuk akuntansi?

Informan : dia mengatakan bahwa kebutuhan untuk transparansi dan efisiensi menjadi pendorong utama. Saat masih menggunakan catatan manual, sering terjadi selisih kas atau kehilangan jejak transaksi. Dengan digitalisasi, semua transaksi tercatat otomatis dan mudah ditelusuri.

Peneliti : Bagaimana pengalaman Mas Adit, dalam menggunakan sistem digital tersebut? Apakah mudah dipahami?

Informan : Awalnya cukup membingungkan, apalagi waktu data menumpuk. Dan seiring waktu, akhirnya kami merasa terbantu karena aplikasi tersebut terintegrasi dengan laporan bulanan dan bisa diakses lewat hp.

Peneliti : Apa manfaat yang dirasakan sejak menggunakan sistem digital akuntansi?

Informan : dia merasa terbantu dalam pembuatan laporan keuangan, penjadwalan pembayaran vendor, dan menghitung margin keuntungan dari setiap pesanan secara real-time.

- Peneliti** : Apakah usaha Mas Adit, telah memanfaatkan platform E-commerce (seperti Tokopedia, Shopee, Instagram, dsb)?
- Informan** : Mas Adit mengandalkan Instagram dan marketplace lokal seperti Bukalapak untuk menjangkau pelanggan. Dan juga dia membuka layanan pemesanan via WhatsApp Business yang dilengkapi katalog produk dan fitur auto-reply.
- Peneliti** : Sejak kapan mulai menggunakan E-commerce dalam aktivitas usaha?
- Informan** : Penggunaan E-commerce secara aktif kami baru mulai di awal tahun 2025.
- Peneliti** : Bagaimana pengaruh E-commerce terhadap penjualan dan jangkauan pelanggan?
- Informan** : E-commerce sangat berpengaruh. Banyak klien dari luar Makassar yang sebelumnya tidak mungkin dan sekarang mulai mencoba untuk styling rambut mereka disini.
- Peneliti** : Apakah Mas Adit, melakukan promosi digital atau hanya listing produk saja?
- Informan** : Dia aktif membuat konten video saat proses styling rambut (behind the scenes), testimoni pelanggan, dan promosi bundling lewat Instagram Reels dan TikTok. Menurutnya, promosi aktif lebih efektif daripada sekadar upload katalog.
- Peneliti** : Apa kendala yang sering dihadapi dalam menjalankan E-commerce?
- Informan** : Mas Adit menyebutkan tantangan seperti keterlibatan fisik, keterbatasan produk.
- Peneliti** : Bagaimana pengalaman Pak Bayu dalam mengelola usaha sebelum dan sesudah menerapkan digitalisasi dan e-commerce, serta dampaknya terhadap usaha, strategi, rencana ke depan, harapan, dan sarannya bagi pelaku UMKM?
- Informan** : Sebelum digitalisasi, usaha Mas Adit stagnan dan sulit dipantau. Setelah menerapkan sistem digital dan e-commerce, usahanya jadi lebih tertata dan berkembang. Teknologi sangat membantu, Strateginya mencakup

peningkatan layanan, diversifikasi produk, serta pelatihan digital. Ke depan, ia ingin mengembangkan platform online serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Ia berharap ada pelatihan dan subsidi digital dari pemerintah, serta menyarankan UMKM lain untuk memanfaatkan media social, mulai dulu, tak perlu tunggu mahir.



TRANSKIP WAWANCARA UMKM HUMARUMA COSMETIC DAN SKINCARE

Informan kelima adalah Mba Sabrina, seorang pelaku UMKM yang menjalankan usaha skincare dan makeup di daerah Alauddin, Kota Makassar. Usaha ini telah dia tekuni dari tahun 2021, dengan layanan seperti penjualan skincare dan makeup. Penelitian ini bertujuan menggali bagaimana pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *E-commerce* berperan dalam menunjang keberlanjutan usahanya.

Peneliti : Apakah Mba menggunakan sistem pencatatan keuangan secara digital?

Informan : Mba Sabrina menyampaikan bahwa pencatatan keuangan dilakukan secara digital menggunakan aplikasi Olsera pos. Dia mulai mengubah sistem pencatatan sejak 2022.

Peneliti : Apa manfaat yang dirasakan dari penggunaan aplikasi akuntansi digital?

Informan : Dia merasa terbantu karena bisa melihat laporan harian, bulanan, dan rekap pengeluaran produk alat makeup. Dan juga memudahkannya saat ingin membuat laporan untuk mengajukan kerja sama atau ikut pelatihan dari Dinas Koperasi.

Peneliti : Apakah ada kendala saat mulai menggunakan digitalisasi akuntansi?

Informan : Dia mengaku sempat bingung di awal, terutama dalam hal membuat kategori transaksi. Setelah mengikuti pelatihan UMKM dari webinar online, Dia mulai memahami cara input yang benar.

Peneliti : Apakah Mba memanfaatkan *E-commerce* atau media sosial untuk promosi dan transaksi?

Informan : Mba Sabrina aktif menggunakan Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk mempromosikan layanan dan hasil riasan pelanggannya. Dia belum menggunakan platform marketplace karena menurutnya, jasa rias lebih cocok dipromosikan secara visual dan personal.

- Peneliti** : Apakah media sosial membantu menarik pelanggan baru?
- Informan** : Sangat membantu, terutama setelah dia mulai membuat konten before-after makeup, reels rias pengantin, dan testimoni pelanggan. Dia menyebut bahwa sekitar 70% pelanggan barunya berasal dari media social.
- Peneliti** : Apakah pernah mendapatkan pesanan luar kota?
- Informan** : Pernah, khususnya untuk rias pengantin luar kota seperti di Gowa dan Maros. Pelanggan biasanya menemukan akunnya dari pencarian hashtag di Instagram.
- Peneliti** : Bagaimana pengalaman Pak Bayu dalam mengelola usaha sebelum dan sesudah menerapkan digitalisasi dan e-commerce, serta dampaknya terhadap usaha, strategi, rencana ke depan, harapan, dan sarannya bagi pelaku UMKM?
- Informan** : Mbak Sabrina yakin teknologi sangat mendukung kelangsungan usahanya. Sejak aktif di Instagram, omzetnya meningkat signifikan. Strateginya adalah meningkatkan kualitas layanan, membangun personal branding, dan mengikuti tren makeup terkini. Ia berencana membuka kelas makeup serta menjual produk skincare lokal secara online. Harapannya, pemerintah mengadakan pelatihan digital lanjutan untuk sektor jasa. Pesannya, UMKM harus berani belajar teknologi karena itu adalah teman untuk berkembang.

TRANSKIP WAWANCARA IBU HAJRAH

Informan keenam adalah Ibu Hajrah, seorang pelaku UMKM yang mengelola butik fashion pakaian wanita dan muslimah di wilayah Mallengkeri, Kota Makassar. Usahanya telah berdiri sejak tahun 2020 dan fokus pada penjualan baju jadi, gamis, serta pakaian pesta wanita. Penelitian ini mengkaji bagaimana digitalisasi akuntansi dan *E-commerce* diimplementasikan dalam menunjang keberlanjutan usahanya.

Peneliti : Apakah Ibu menggunakan sistem pencatatan keuangan digital?

Informan : Ibu Hajrah menjelaskan bahwa dia menggunakan aplikasi seperti Majoo. Dia juga terbiasa membuat laporan stok barang melalui aplikasi tersebut agar lebih efisien.

Peneliti : Apa manfaat utama dari penggunaan sistem akuntansi digital?

Informan : Sistem digital membuatnya lebih mudah untuk mengontrol stok, mencatat utang-piutang pelanggan, dan mengevaluasi omzet mingguan dan bulanan. Dia juga bilang kalau catatan ini membantunya saat mengajukan pinjaman modal ke koperasi.

Peneliti : Apakah Ibu menggunakan *E-commerce* untuk memasarkan produk?

Informan : Ya, Ibu Hajrah aktif menjual melalui Shopee Tiktok Shopee, dan Instagram. Dia juga bilang bahwa 60% dari penjualannya berasal dari pembeli online.

Peneliti : Sejak kapan mulai menggunakan *E-commerce*?

Informan : Dia mulai aktif sejak tahun 2023.

Peneliti : Bagaimana strategi pemasaran Ibu di *E-commerce*?

Informan : Dia rajin membuat konten video *try-on*, live streaming di Tiktok, dan kolaborasi dengan karyawan. Dia juga aktif membalas chat pelanggan dengan cepat untuk meningkatkan performa penjualan .

Peneliti : Bagaimana pengalaman Pak Bayu dalam mengelola usaha sebelum dan sesudah menerapkan digitalisasi dan e-

commerce, serta dampaknya terhadap usaha, strategi, rencana ke depan, harapan, dan sarannya bagi pelaku UMKM?

Informan : Menurut Ibu Hajrah, digitalisasi sangat berperan dalam mempertahankan usahanya, terutama lewat pencatatan keuangan dan penjualan online yang mampu menjangkau pasar luar kota hingga luar pulau. Strateginya meliputi desain up-to-date, harga bersaing, pelayanan maksimal, dan pelibatan anak untuk melek teknologi. Ia berencana membuka cabang online baru untuk produk anak dan hijab serta memperbesar gudang. Ia berharap ada pelatihan digital marketing dan manajemen stok berbasis aplikasi bagi UMKM fashion. Pesannya, jangan takut belajar teknologi karena itu kunci untuk bisa bersaing dan berkembang.

TRANSKIP WAWANCARA UMKM BENGKEL

Informan ketujuh adalah Bapak Saparuddin, pemilik sebuah bengkel sepeda motor yang berlokasi di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar. Usaha bengkel ini telah berdiri sejak tahun 2015 dan melayani berbagai kebutuhan servis ringan hingga berat, termasuk ganti oli, tune-up, servis rem, hingga penggantian spare part. Penelitian ini mengungkap bagaimana digitalisasi akuntansi dan *E-commerce* diadopsi oleh pelaku usaha bengkel tradisional dalam menjaga keberlanjutan usahanya.

Peneliti : Apakah Bapak menggunakan aplikasi pencatatan keuangan dalam operasional bengkel?

Informan : Bapak Saparuddin menjawab bahwa dia baru dua tahun terakhir mulai menggunakan aplikasi seperti Kasir Pintar, terutama pembelian sparepart dan pemasukan dari jasa servis.

Peneliti : Apa manfaatnya menurut Bapak?

Informan : Dia bilang dengan aplikasi itu, saya bisa tahu berapa pengeluaran beli onderdil dan pemasukan dari jasa servis, jadi bisa kelihatan untung ruginya. Dia menambahkan bahwa sebelum menggunakan aplikasi, keuangannya campur aduk antara pribadi dan usaha.

Peneliti : Adakah kendala selama menggunakan sistem ini?

Informan : Dia mengakui bahwa kurangnya pemahaman teknologi sempat menjadi hambatan, tapi anaknya yang duduk di bangku kuliah membantunya mengajari cara input data dan membuat laporan sederhana.

Peneliti : Apakah Bapak memanfaatkan *E-commerce* dalam menjalankan usaha?

Informan : Bapak Saparuddin menyatakan bahwa dia belum menggunakan *E-commerce* secara penuh untuk penjualan jasa, tetapi ia mengandalkan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp untuk promosi dan pemesanan *sparepart*.

Peneliti : Apakah pernah menjual *sparepart* lewat marketplace seperti Tokopedia atau Shopee?

Informan : Dia menjelaskan bahwa ada beberapa sparepart motor yang dia pasarkan lewat Tokopedia, terutama yang sulit dicari di daerah. Ada orang dari Parepare pernah pesan kampas rem lewat saya lewat Tokopedia.

Peneliti : Apa manfaat dari promosi digital ini?

Informan : Dia menyebut bahwa pemasaran online membantu memperluas jangkauan pelanggan, terutama anak muda dan pengemudi ojek online yang sering mencari info bengkel via Google atau media social.

Peneliti : Bagaimana pengalaman bapak dalam mengelola usaha sebelum dan sesudah menerapkan digitalisasi dan e-commerce, serta dampaknya terhadap usaha, strategi, rencana ke depan, harapan, dan sarannya bagi pelaku UMKM?

Informan : Teknologi sangat membantu keberlangsungan bengkel Bapak Saparuddin, terutama dalam pencatatan stok dan promosi melalui media sosial. Strateginya adalah pelayanan cepat, harga bersaing, kejujuran, serta servis gratis rutin untuk driver ojol. Ia berencana memperluas bengkel, menyediakan layanan antar-jemput, dan memasarkan sparepart secara online. Ia berharap ada pelatihan digital khusus untuk pelaku bengkel. Pesannya, jangan malu belajar teknologi ikut zaman agar usaha tidak tertinggal.

TRANSKIP WAWANCARA MAS RENTAL PS

Informan kesembilan adalah Mas Rahmat Hidayat, pemilik usaha rental PlayStation (PS) yang berlokasi di daerah Kumala, Kota Makassar. Usaha ini sudah berjalan sejak tahun 2024, awalnya hanya dengan satu unit PS3, dan kini telah berkembang menjadi tiga unit PS4 dengan fasilitas ruangan ber-AC dan koneksi internet untuk permainan online. Dalam wawancara ini, Mas Rahmat menjelaskan bagaimana digitalisasi akuntansi dan *E-commerce* ikut menopang keberlanjutan usahanya.

Peneliti : Apakah Mas Rahmat menggunakan sistem digital dalam mencatat keuangan usaha?

Informan : Saya pakai aplikasi Kasir Pintar, Aplikasi ini untuk mencatat jumlah jam sewa, pengeluaran bulanan seperti listrik dan internet, serta pemasukan harian. Menurutnya, kalau dicatat manual, sering kelupaan. Semenjak menggunakan aplikasi ini saya bisa langsung lihat berapa pemasukan hari ini dan bulan ini.

Peneliti : Bagaimana dampak pencatatan digital terhadap usaha rental PS ini?

Informan : Mas Rahmat mengakui bahwa dia jadi lebih bisa mengontrol keuangan, termasuk kapan waktunya servis unit PS, ganti stik rusak, atau upgrade game terbaru. Pencatatan yang baik juga membantu ketika ingin mengajukan pinjaman usaha ke koperasi.

Peneliti : Apakah Mas Rahmat memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan rental PS?

Informan : Saya pakai Instagram sama TikTok buat promosi. Kadang bikin konten turnamen mini di rental saya. Anak-anak muda suka tuh. Dan juga aktif di grup WhatsApp dan Facebook komunitas game lokal untuk menginformasikan promo dan event tertentu.

Peneliti : Apakah pemasaran digital tersebut efektif menarik pelanggan?

Informan : Sangat efektif dong. Banyak pelanggan baru yang tahu dari IG atau karena teman mereka nge-tag. Di story saya juga kasih info promo jam malam dan bonus main. Jadi makin dikenal, makin rame.

Peneliti : Bagaimana pengalaman Pak Bayu dalam mengelola usaha sebelum dan sesudah menerapkan digitalisasi dan e-commerce, serta dampaknya terhadap usaha, strategi, rencana ke depan, harapan, dan sarannya bagi pelaku UMKM?

Informan : Mas Rahmat menilai pembaruan konten game dan kenyamanan tempat sebagai kunci utama keberlanjutan usaha. Ia memanfaatkan fitur antrian digital dan reservasi via WA untuk efisiensi layanan. Teknologi berperan besar, terutama dalam promosi dan pengaturan jadwal. Ia berharap ada pelatihan digital dan subsidi untuk upgrade peralatan. Pesannya, pelaku UMKM harus mau belajar teknologi agar usaha bisa terus berkembang dan tidak tertinggal zaman.

CODING WAWANCARA

Coding Key Informan

NRW : Nur Rifki Wahyudi (Golqi Chicken)
 B : Bayu (UMKM MIXUE)
 A : Adit (UMKM Sablon Konveksi)
 A : bapak adi(UMKM Barbershop)
 S : Sabrina (UMKM Make Up dan Skincare)
 H : Hajrah (UMKM Butik Fashion)
 BS : Bpk. Saparuddin (UMKM Bengkel Motor)
 R : Rahmat (UMKM Rental PS)

No	Pertanyaan	Coding	Transkrip
1.	Apakah Bapak/ Ibu menggunakan sistem digital dalam pencatatan keuangan? Jika ya, aplikasi atau software apa yang digunakan?	NRW	Menggunakan sistem digital untuk pencatatan keuangan. Aplikasi yang digunakan adalah Excel dan juga aplikasi keuangan seperti BukuWarung untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran harian.
2.	Apa alasan Bapak/ Ibu mulai menggunakan sistem digital untuk akuntansi?	NRW	Alasannya agar pencatatan keuangan lebih rapi, mudah dipantau, dan tidak rawan hilang seperti pencatatan manual di buku. Selain itu, sistem digital juga mempercepat proses rekap bulanan.
3.	Bagaimana pengalaman bapak/ Ibu dalam menggunakan sistem digital tersebut? Apakah mudah	NRW	Cukup mudah dipahami. Awalnya memang agak bingung, tapi karena aplikasinya <i>user-friendly</i> dan banyak tutorial di YouTube,

	dipahami?		bisa pelan-pelan belajar sendiri.
4.	Apa manfaat yang dirasakan sejak menggunakan sistem digital akuntansi?	NRW	Manfaatnya terasa sekali. Keuangan lebih teratur, bisa melihat untung rugi secara cepat, dan bisa tahu produk mana yang paling laku. Itu sangat membantu untuk strategi stok dan promosi.
5.	Apakah usaha Bapak/ Ibu telah memanfaatkan platform E-commerce (Tokopedia, Shopee, Instagram, dsb)?	NRW	Aktif di Instagram dan Shopee untuk memasarkan produk, terutama untuk jangkauan luar daerah.
6.	Sejak kapan mulai menggunakan E-commerce dalam aktivitas usaha?	B	Sejak tahun 2022, saat mulai berdampak pada penjualan offline, mulai serius mengelola toko online.
7.	Bagaimana pengaruh E-commerce terhadap penjualan dan jangkauan pelanggan?	B	Pengaruhnya sangat besar. Penjualan juga lebih stabil karena tidak tergantung pada pelanggan lokal saja.
8.	Apakah Bapak/ Ibu melakukan promosi digital atau hanya listing produk saja?	B	Aktif melakukan promosi digital, terutama melalui Instagram dan story harian. Dan juga sering membuat konten video untuk menarik perhatian.

9.	Apa kendala yang sering dihadapi dalam menjalankan E-commerce?	B	Kendalanya lebih ke pengiriman dan biaya promosi digital yang kadang mahal. Selain itu, harus aktif membalas chat pelanggan juga cukup mengurus waktu.
10.	Apakah penggunaan sistem digital dan e-commerce berdampak pada efisiensi waktu dan tenaga dalam menjalankan usaha? Bisa diceritakan?	A	Iya, sangat efisien. Bisa mencatat keuangan sambil jualan online dalam satu perangkat. Tidak perlu lagi menulis manual atau keliling promosi secara offline.
11.	Apakah sistem digital membantu Bapak/ Ibu dalam membuat laporan keuangan atau perhitungan laba-rugi secara rutin?	A	Sangat membantu. Saya bisa langsung lihat grafik pemasukan dan pengeluaran mingguan/ bulanan di aplikasi. Jadi lebih mudah menentukan target dan evaluasi usaha.
12.	Bagaimana pandangan pelanggan terhadap penggunaan sistem digital atau platform online dalam usaha Bapak/ Ibu? Apakah mereka merasa lebih mudah?	A	Pelanggan justru merasa lebih nyaman karena mereka bisa melihat katalog produk, harga, dan testimoni langsung dari HP. Pembayaran juga bisa lewat QRIS atau transfer.
13.	Apakah Bapak/ Ibu pernah membandingkan keuntungan usaha sebelum dan sesudah menggunakan sistem	BS	Sudah, dan hasilnya cukup signifikan. Dulu omzet hanya sekitar 5 juta per bulan, sekarang bisa 2 kali lipat karena penjualan online dan pencatatan yang lebih rapi.

	digital dan e-commerce? Bagaimana hasilnya?		
14.	Apakah menurut Bapak/ Ibu penggunaan sistem digital membuat usaha menjadi lebih profesional di mata konsumen atau mitra bisnis?	IA	Sangat berpengaruh. Usaha saya terlihat lebih tertata, profesional, dan dipercaya oleh pelanggan baru karena ada branding dan testimoni digital.
15.	Dalam situasi krisis atau penurunan penjualan, apakah sistem digital dan e-commerce tetap membantu menjaga keberlangsungan usaha?	IA	Selama pandemi dulu, penjualan online menyelamatkan usaha saya. Tanpa sistem digital, mungkin saya sudah berhenti jualan.
16.	Apakah Bapak/ Ibu berencana mengembangkan sistem digital dan e-commerce ke tingkat yang lebih tinggi, misalnya membuat website sendiri atau pakai jasa digital marketing?	IA	Rencananya ingin buat website sendiri agar lebih mandiri dan tidak tergantung Shopee atau Instagram. Juga ingin kerja sama dengan jasa digital marketing untuk promosi lebih luas.

17.	Bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengelola usaha sebelum dan sesudah menerapkan digitalisasi dan e-commerce, serta sejauh mana dampaknya terhadap keberlangsungan usaha, strategi yang dijalankan, rencana ke depan, harapan terhadap dukungan pemerintah, dan saran bagi pelaku UMKM lainnya?	IA	Sebelum digitalisasi, usaha terbatas hanya ke pelanggan sekitar. Setelah digitalisasi dan e-commerce, usaha jadi lebih berkembang dan dikenal luas. Strategi yang dijalankan lebih fokus ke branding digital dan memperluas pasar. Ke depan saya ingin buka cabang online khusus reseller. Saya harap pemerintah lebih banyak beri pelatihan digital gratis dan akses modal. Saran saya untuk UMKM lain jangan takut belajar digital, karena itu kunci bertahan dan berkembang sekarang.
-----	--	----	--

DOKUMENTASI



Dokumentasi Bersama Pak Nur Rifki Wahyudi selaku Koordinator pada UMKM Golqi Chicken cab. Mallengkeri



Dokumentasi Bersama Pak Bayu selaku kepala toko pada umkm minuman Mixue cabang Dg. Tata



Dokumentasi Bersama Triski Hermawan selaku owner pada Fashion liss Hijab cabang Parangtambung



Dokumentasi Bersama Sabrina Selaku Owner Pada UMKM Toko Kosmetik Dan Skincare Humaruma Talasalapang



*Dokumentasi Bersama Adik Dari Owner Pak Adi Pada UMKM
Barbershop Arutala Cabang Veteran*

LAMPIRAN 3

SURA IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 866972 Fax. (0411) 865588 Makassar 90221 e-mail: lp3m@unismuh.ac.id



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 153/LP3M/05/C.4-VIII/VII/1447/2025
Lampiran : 1 (satu) rangkap proposal
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth:

Bapak Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
di-
Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Berdasarkan surat: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, nomor: 47 tanggal: 19 Juli 2025, menerangkan bahwa mahasiswa dengan data sebagai berikut.

Nama : Nurul Fitri Ramadhani
Nim : 105731120921
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Prodi : Akuntansi

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan laporan tugas akhir Skripsi dengan judul: :

"Implementasi Digitalisasi Akuntansi Dan E-commerce Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Di Kota Makassar"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 23 Juli 2025 s/d 23 September 2025.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan jazakumullahu khaeran katziraa.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khaerat.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar

23 Muharram 1447
19 Juli 2025

Ketua LP3M Unismuh Makassar,



Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd.
NBM. 112 7761



Management
System
ISO 21001:2018
www.tuv.com
© 2019/02/18



Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA



Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. (0411) 866972 Fax (0411) 865588 Makassar 90221
E-mail: lp3m@unismuh.ac.id Official Web: <https://lp3m.unismuh.ac.id>

LAMPIRAN 4

SURAT BALASAN PENELITIAN



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jendral Ahmad Yani No. 2 Makassar 90171
Website: dpmpstp.makassarkota.go.id



SURAT KETERANGAN PENELITIAN Nomor: 070/6555/SKP/SB/DPMPSTP/8/2025

DASAR:

- a. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Keterangan Penelitian.
- b. Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah
- c. Peraturan Walikota Nomor 4 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan
- d. Keputusan Walikota Makassar Nomor 954/503 Tahun 2023 Tentang Pendelegasian Kewenangan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Tahun 2023
- e. Surat Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 16891/S.01/PTSP/2025, Tanggal 01 Agustus 2025
- f. Rekomendasi Teknis Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar nomor 6559/SKP/SB/BKBP/VIII/2025

Dengan Ini Menerangkan Bahwa :

Nama	:	NURUL FITRI RAMADHANI
NIM / Jurusan	:	105731120921 / Akuntansi
Pekerjaan	:	Mahasiswa (S1) / Universitas Muhammadiyah Makassar
Alamat	:	Jln Sultan Alauddin No. 259 Makassar
Lokasi Penelitian	:	Terlampir,
Waktu Penelitian	:	01 Agustus 2025 - 01 September 2025
Tujuan	:	Skripsi
Judul Penelitian	:	IMPLEMENTASI DIGITALISASI AKUNTANSI DAN E-COMMERCE TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA UMKM DI KOTA MAKASSAR

Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan selama waktu yang sudah ditentukan dalam surat keterangan ini.
- b. Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai / tidak ada kaitannya dengan judul dan tujuan kegiatan penelitian.
- c. Melaporkan hasil penelitian kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar melalui email bidangekososbudkesbangpolmks@gmail.com.
- d. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak menaati ketentuan tersebut diatas.



Ditetapkan di Makassar

Pada tanggal: 05 Agustus 2025

Ditandatangani secara elektronik oleh
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA MAKASSAR**
H. MUHAMMAD MARIO SAID, S.IP., M.Si.

Tembusan Kepada Yth:

1. Pimpinan Lembaga/Instansi/Perusahaan Lokasi Penelitian;
2. Peringgal,-

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik.

Lampiran Surat Keterangan Penelitian sdr(i) NURUL FITRI RAMADHANI dengan nomor surat 070/6555/SKP/SB/DPMPSTP/8/2025

Lokasi Penelitian:

Dinas Koperasi dan UMKM Makassar



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 866972, 881593, Fax. (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Nurul Fitri Ramadhani

Nim : 105731120921

Program Studi : Akuntansi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	3%	10 %
2	Bab 2	22%	25 %
3	Bab 3	10%	10 %
4	Bab 4	3%	10 %
5	Bab 5	4%	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 28 Agustus 2025

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Nursinah S. Hum, M.I.P
NBM. 964 591

Bab I Nurul Fitri Ramadhani

105731120921

by Tahap Tutup

Submission date: 27-Aug-2025 08:54PM (UTC+0700)

Submission ID: 2736212875

File name: PENDAHULUAN.docx (61.98K)

Word count: 1174

Character count: 8167

Bab I Nurul Fitri Ramadhani 105731120921

ORIGINALITY REPORT

3%
SIMILARITY INDEX

0%
INTERNET SOURCES

5%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 Diah Rachmawatie Novida. "Evolusi Sistem Informasi Akuntansi dalam Era Digital: Tinjauan Literatur tentang Tren, Tantangan, dan Peluang", Jurnal Minfo Polgan, 2025
Publication

3%



Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%

Bab II Nurul Fitri Ramadhani

105731120921

by Tahap Tutup

Submission date: 27-Aug-2025 08:55PM (UTC+0700)

Submission ID: 2736213580

File name: BAB_II-48.docx (56.51K)

Word count: 3113

Character count: 21530

Bab II Nurul Fitri Ramadhani 105731120921

ORIGINALITY REPORT

22%	22%	12%	14%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.umsu.ac.id Internet Source	5%	
2	prin.or.id Internet Source	4%	
3	proceeding.unmuhjember.ac.id Internet Source	3%	
4	blog.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	3%	
5	dindaxsd.tumblr.com Internet Source	2%	
6	repository.ub.ac.id Internet Source	2%	
7	jurnal.buddhidharma.ac.id Internet Source	2%	

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off

Bab III Nurul Fitri Ramadhani

105731120921

by Tahap Tutup

Submission date: 27-Aug-2025 08:57PM (UTC+0700)

Submission ID: 2736214779

File name: BAB_III-53.docx (28.52K)

Word count: 1188

Character count: 8040

Bab III Nurul Fitri Ramadhani 105731120921

ORIGINALITY REPORT

10% SIMILARITY INDEX
8% INTERNET SOURCES
5% PUBLICATIONS
10% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	4%
2	Submitted to stidalhadid Student Paper	3%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
4	www.coursehero.com Internet Source	2%

Exclude quotes Off
 Exclude bibliography Off
 Exclude matches < 2%

Bab IV Nurul Fitri Ramadhani
105731120921

by Tahap Tutup

Submission date: 27-Aug-2025 08:58PM (UTC+0700)

Submission ID: 2736215309

File name: BAB_IV-44.docx (38.79K)

Word count: 5202

Character count: 35220

Bab IV Nurul Fitri Ramadhani 105731120921

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

**digilibadmin.unismuh.ac.id**

Internet Source

3%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%



Bab V Nurul Fitri Ramadhani

105731120921

by Tahap Tutup

Submission date: 27-Aug-2025 08:59PM (UTC+0700)

Submission ID: 2736216224

File name: BAB_V-44.docx (20.32K)

Word count: 548

Character count: 3819

Bab V Nurul Fitri Ramadhani 105731120921

ORIGINALITY REPORT

4%	0%	0%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muhammadiyah Makassar	4%
	Student Paper	

Exclude quotes	Off
Exclude bibliography	Off

Exclude matches



RIWAYAT HIDUP



NURUL FITRI RAMADHANI, lahir di Makassar pada tanggal 29 November 2002 dari pasangan Bapak Rahman dan Ibu Tayu Peneliti merupakan anak kelima dari 6 bersaudara, Peneliti memulai pendidikan formal pada tahun 2009 di SD Inpres No 194 Taipanaorang.

Setelah menamatkan pendidikan di Sekolah Dasar, peneliti melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 1 Galesong Utara pada tahun 2014 dan selesai pada tahun 2017, kemudian pada tahun yang sama peneliti melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 4 Takalar dan selesai pada tahun 2020. Pada tahun 2021 peneliti melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar dan terdaftar sebagai mahasiswa jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.