

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Atas Sistem Akuntansi Penjualan

Sistem akuntansi penjualan adalah prosedur yang digunakan untuk mencatat dan mengelola seluruh transaksi penjualan dalam suatu perusahaan. Menurut Mahartini et al. (2021), penjualan mencakup serangkaian kegiatan yang dimulai dengan diterimanya pesanan dari pembeli, dilanjutkan dengan pengiriman barang, pembuatan faktur atau penagihan, hingga pencatatan penjualan itu sendiri. Sistem ini penting untuk memastikan bahwa setiap transaksi penjualan tercatat dengan baik dan sesuai dengan aturan akuntansi yang berlaku, serta untuk mendukung laporan keuangan yang akurat. Sistem akuntansi penjualan ini haruslah terstruktur dengan baik agar perusahaan dapat memantau arus kas, piutang, dan persediaan barang dengan efisien.

Setiap sistem akuntansi penjualan melibatkan beberapa bagian yang saling terkait untuk memastikan kelancaran proses transaksi. Putra dan Alfian (2016), mengidentifikasi beberapa bagian utama dalam sistem akuntansi penjualan, di antaranya:

1. **Bagian Pesanan Penjualan**

Bertanggung jawab untuk menerima dan memproses pesanan dari pembeli. Bagian ini memastikan bahwa pesanan yang diterima sesuai dengan kebutuhan dan spesifikasi pembeli.

2. Bagian Kredit

Menilai kelayakan kredit dari pembeli, terutama untuk transaksi penjualan kredit. Mereka memeriksa riwayat kredit dan kemampuan pembeli untuk membayar angsuran sesuai dengan kesepakatan.

3. Bagian Gudang

Bertanggung jawab untuk mempersiapkan dan mengirimkan barang sesuai dengan pesanan yang telah diterima. Mereka memastikan barang yang dikirim sesuai dengan pesanan dan dalam kondisi baik.

4. Bagian Pengiriman

Mengatur proses pengiriman barang ke alamat pembeli. Bagian ini juga mencatat tanggal pengiriman dan nomor resi pengiriman untuk keperluan pelacakan.

5. Bagian *Billing*

Membuat faktur atau tagihan yang harus dibayar oleh pembeli sesuai dengan transaksi yang telah dilakukan. Bagian ini juga bertanggung jawab untuk mengelola piutang dan mengirimkan tagihan kepada pelanggan.

Dalam sistem akuntansi penjualan, terdapat beberapa catatan yang digunakan untuk mencatat transaksi penjualan dan memastikan bahwa semua transaksi tercatat dengan baik. Menurut Mas'udia et al. (2022), beberapa catatan akuntansi yang digunakan dalam sistem akuntansi penjualan antara lain:

1. Jurnal Penjualan

Merupakan catatan utama yang mencatat semua transaksi penjualan yang terjadi, baik penjualan tunai maupun penjualan kredit. Jurnal ini mencatat informasi mengenai tanggal transaksi, nama pembeli, jumlah penjualan, dan akun yang terkait.

2. Kartu Piutang

Digunakan untuk mencatat dan memantau piutang perusahaan yang timbul dari penjualan kredit. Kartu ini mencatat jumlah piutang yang harus dibayar oleh pembeli, tanggal jatuh tempo, dan pembayaran yang telah diterima.

3. Kartu Persediaan

Berfungsi untuk mencatat perubahan jumlah persediaan barang yang terjadi akibat penjualan. Kartu ini membantu perusahaan dalam memantau stok barang dan memastikan tidak terjadi kekurangan atau kelebihan persediaan.

4. Kartu Gudang

Digunakan untuk mencatat pergerakan barang keluar masuk gudang, termasuk barang yang dikirim untuk transaksi penjualan. Kartu ini sangat penting untuk memastikan barang yang dikirim sesuai dengan pesanan dan menghindari kesalahan dalam pengiriman.

Maka dalam hal ini sistem akuntansi penjualan berfungsi untuk menjaga kelancaran operasional perusahaan dalam hal pencatatan penjualan dan pengelolaan keuangan, sehingga setiap transaksi tercatat dengan benar

dan dapat dipertanggungjawabkan. Keakuratan dalam pencatatan dan pengelolaan sistem akuntansi penjualan sangat penting untuk menjaga arus kas dan kesehatan finansial perusahaan.

2.2 Kajian Atas Penjualan

2.2.1 Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan utama dalam sebuah bisnis yang melibatkan pertukaran barang atau jasa dengan imbalan uang atau bentuk pembayaran lainnya. Secara umum, penjualan adalah proses yang menghubungkan produsen atau penyedia barang dan jasa dengan konsumen yang membutuhkan. Kegiatan ini sangat penting karena penjualan secara langsung berdampak pada pendapatan dan profitabilitas suatu usaha. Menurut Kotler dan Keller (2016), penjualan adalah bagian dari sistem pemasaran yang mengarahkan barang atau jasa yang diproduksi untuk dijual kepada konsumen yang tepat dengan harga yang sesuai. Penjualan, dalam hal ini, bukan hanya tentang transaksi, tetapi tentang membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Cundiff et al. dalam Simangunsong et al. (2019), menyatakan bahwa penjualan adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk mempengaruhi orang lain agar membeli produk atau jasa, melalui berbagai cara, seperti komunikasi langsung, presentasi, atau negosiasi. Dalam pengertian ini, penjualan lebih dari sekadar transaksi; ini adalah tentang mempengaruhi dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Peter

Drucker, seorang tokoh dalam manajemen, menyatakan bahwa “Tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan.” Dalam konteks ini, penjualan berfokus pada penciptaan dan pemeliharaan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Penjualan, menurut Drucker, bukan hanya tentang menjual produk, tetapi tentang memahami kebutuhan pelanggan dan menawarkan solusi yang sesuai.

William J. Stanton dalam bukunya “*Fundamentals of Marketing*” mendefinisikan penjualan sebagai kegiatan yang melibatkan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli untuk menukar barang dan jasa dengan uang atau bentuk pembayaran lainnya. Dalam hal ini, proses penjualan melibatkan aspek komunikasi dan interaksi yang efektif, guna membangun kepercayaan dan memastikan kebutuhan konsumen terpenuhi. Secara umum, penjualan tidak hanya mencakup transaksi satu kali, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui layanan purna jual yang baik dan upaya untuk terus memenuhi kebutuhan mereka. Dalam dunia bisnis modern, penjualan dapat dilakukan melalui berbagai saluran, baik secara langsung melalui toko fisik, maupun melalui *platform e-commerce*, *telemarketing*, dan berbagai bentuk pemasaran digital lainnya. Maka penjualan adalah kombinasi dari keterampilan interpersonal, teknik pemasaran, serta pemahaman mendalam mengenai produk dan kebutuhan pelanggan. Proses ini mencakup segala hal mulai dari tahap perencanaan pemasaran, promosi, interaksi dengan pelanggan,

hingga akhirnya menghasilkan transaksi yang menguntungkan kedua belah pihak.

2.2.2 Jenis-Jenis Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan utama dalam dunia bisnis yang bertujuan untuk mengalihkan kepemilikan barang atau jasa dari penjual ke pembeli dengan imbalan pembayaran. Dalam proses penjualannya, terdapat berbagai jenis penjualan yang digunakan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pasar. Setiap jenis penjualan memiliki mekanisme dan keuntungan tersendiri, baik bagi penjual maupun pembeli. Beberapa jenis penjualan yang umum diterapkan dalam dunia usaha antara lain penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan cicilan, dan penjualan konsinyasi. Pemilihan jenis penjualan yang tepat sangat penting untuk memastikan kelancaran transaksi, kepuasan konsumen, dan peningkatan pendapatan perusahaan (Fajar et al., 2022). Dengan jenis-jenis penjualan sebagai berikut:

1. Penjualan Tunai

Penjualan tunai adalah jenis penjualan di mana transaksi dilakukan secara langsung dengan pembayaran penuh pada saat barang atau jasa diserahkan. Pembayaran dilakukan menggunakan uang tunai, kartu debit, atau metode pembayaran lainnya yang dapat diselesaikan pada saat itu juga. Jenis penjualan ini sangat umum pada bisnis ritel, di mana konsumen membayar secara langsung dan mendapatkan produk pada saat itu juga.

2. Penjualan Kredit

Penjualan kredit adalah penjualan di mana pembeli dapat membeli barang atau jasa tanpa harus membayar langsung pada saat itu. Sebagai gantinya, pembeli akan melakukan pembayaran secara bertahap sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan, baik itu dalam beberapa bulan atau tahun. Penjualan kredit memungkinkan konsumen untuk membeli produk yang lebih mahal dengan cara mencicil, namun pihak penjual akan menanggung risiko pembayaran yang tertunda.

3. Penjualan Cicilan

Penjualan cicilan mirip dengan penjualan kredit, tetapi lebih spesifik dalam hal pembayaran yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Biasanya, pembayaran dilakukan dalam jumlah angsuran tetap per bulan. Penjualan cicilan sering kali melibatkan perjanjian atau kontrak, di mana konsumen dapat memilih tenor cicilan yang sesuai dengan kemampuan mereka. Produk yang biasanya dijual dengan sistem cicilan termasuk barang elektronik, furnitur, kendaraan, dan lainnya.

4. Penjualan Konsinyasi

Penjualan konsinyasi adalah jenis penjualan di mana penjual (pemasok) menyuplai barang kepada pihak ketiga (biasanya pengecer atau konsinyator) untuk dijual. Barang-barang ini tetap menjadi milik pemasok hingga terjual. Pihak konsinyator akan mendapatkan komisi

atau keuntungan dari hasil penjualan tersebut, dan jika barang tidak terjual dalam jangka waktu tertentu, barang tersebut akan dikembalikan kepada pemasok. Penjualan konsinyasi sering digunakan dalam bisnis ritel untuk produk-produk yang sulit diprediksi permintaannya atau yang membutuhkan waktu lebih lama untuk terjual.

2.2.3 Pencatatan Penjualan

Pencatatan penjualan adalah proses mencatat seluruh transaksi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan atau bisnis, baik itu penjualan barang maupun jasa, dalam sistem akuntansi yang terstruktur. Pencatatan ini mencakup berbagai informasi penting yang terkait dengan transaksi penjualan, seperti jenis dan jumlah barang atau jasa yang dijual, harga jual, metode pembayaran (tunai, kredit, atau cicilan), serta informasi tambahan seperti nama pembeli, tanggal transaksi, dan nomor faktur atau tanda terima. Pencatatan penjualan dilakukan untuk memastikan bahwa semua transaksi yang terjadi tercatat dengan benar dan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku. Tujuan utama dari pencatatan penjualan adalah untuk menghasilkan laporan keuangan yang akurat, seperti laporan laba rugi dan neraca, yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, pencatatan penjualan juga berfungsi untuk memantau piutang usaha, yaitu uang yang masih harus dibayar oleh pembeli, serta mengelola stok barang agar tidak terjadi kekurangan atau kelebihan persediaan (Devara & Rachmawati, 2023).

Secara teknis, pencatatan penjualan dilakukan dengan mencatat transaksi ke dalam jurnal penjualan atau buku besar yang relevan. Didalam jurnal penjualan, setiap transaksi dicatat berdasarkan informasi yang terdapat pada faktur penjualan atau bukti transaksi lainnya. Transaksi yang menggunakan sistem penjualan kredit akan mencatatkan piutang yang harus dibayar dalam periode tertentu. Pencatatan ini juga membantu perusahaan untuk memonitor arus kas, mengevaluasi tingkat efisiensi penjualan, serta mengambil keputusan bisnis yang lebih informasional dan strategis. Selain itu, pencatatan penjualan juga mendukung fungsi kontrol internal dalam perusahaan, karena dapat digunakan untuk mencegah terjadinya kecurangan atau pencatatan yang salah. Dengan sistem pencatatan yang akurat dan terorganisir, perusahaan dapat meningkatkan transparansi, memperkuat proses audit, serta membuat keputusan keuangan yang lebih tepat dalam jangka panjang.

2.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Penjualan adalah hasil dari serangkaian faktor yang berinteraksi dalam suatu pasar. Berbagai faktor dapat mempengaruhi keberhasilan penjualan suatu produk atau jasa, baik itu dari segi internal perusahaan maupun eksternal (Latifah, 2022). Dengan beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk yang

berkualitas baik dan memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen lebih cenderung untuk diterima di pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mendorong pembelian berulang. Sebaliknya, produk yang buruk kualitasnya dapat mengurangi minat beli dan menyebabkan penurunan penjualan.

2. Harga

Harga adalah faktor penentu utama dalam keputusan pembelian. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen merasa tidak puas atau menganggapnya tidak sebanding dengan nilai produk, sementara harga yang terlalu rendah bisa memberi kesan kualitas yang rendah. Penetapan harga yang tepat, yang mencerminkan nilai produk dan daya beli target pasar, sangat penting dalam menarik minat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

3. Promosi dan Pemasaran

Kegiatan promosi dan pemasaran memainkan peranan besar dalam penjualan. Strategi pemasaran yang efektif dapat menarik perhatian konsumen, memperkenalkan produk, dan membujuk mereka untuk membeli. Promosi seperti diskon, penawaran khusus, iklan, dan kegiatan pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas produk dan mendorong pembelian. Selain itu, pemasaran yang tepat dapat memperkuat citra merek dan memperluas jangkauan pasar.

4. Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang efisien memastikan produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan mudah dan tepat waktu. Keberadaan saluran distribusi yang baik, baik secara *offline* (toko fisik) maupun online (*e-commerce*), dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Semakin mudah konsumen mendapatkan produk, semakin besar peluang terjadinya penjualan.

5. Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi yang baik dapat meningkatkan daya beli konsumen dan mendorong pertumbuhan penjualan. Sebaliknya, kondisi ekonomi yang buruk atau resesi dapat menyebabkan penurunan daya beli, yang akan berdampak pada penurunan penjualan. Inflasi, tingkat pengangguran, dan stabilitas ekonomi secara keseluruhan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli konsumen.

6. Persaingan

Keberadaan pesaing di pasar juga sangat mempengaruhi penjualan. Jika banyak pesaing yang menawarkan produk serupa, perusahaan harus lebih kreatif dalam menawarkan keunggulan kompetitif, seperti inovasi produk, harga yang lebih baik, atau layanan pelanggan yang lebih unggul. Persaingan yang ketat dapat menurunkan pangsa pasar, sehingga perusahaan harus memanfaatkan strategi diferensiasi untuk memenangkan persaingan.

7. Perilaku Konsumen

Perilaku dan preferensi konsumen memainkan peranan penting dalam penjualan. Faktor-faktor seperti kebutuhan, keinginan, gaya hidup, dan tren dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Perusahaan yang mampu memahami perubahan dalam perilaku konsumen dan menyesuaikan produk atau layanan mereka dengan preferensi pasar akan lebih berhasil dalam meningkatkan penjualan.

8. Layanan Pelanggan

Layanan pelanggan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian berulang. Layanan pelanggan yang responsif, ramah, dan membantu dalam menyelesaikan masalah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi merek. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat mengurangi minat beli dan menyebabkan penurunan penjualan.

9. Reputasi Merek

Reputasi merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, sehingga mendorong penjualan. Merek yang sudah dikenal dengan kualitas dan nilai positif biasanya memiliki pangsa pasar yang lebih besar, dan konsumen lebih cenderung memilih produk tersebut. Oleh karena itu, penting untuk membangun dan mempertahankan reputasi merek yang baik.

Maka dalam hal ini penjualan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi, baik yang dapat dikendalikan oleh perusahaan maupun

yang berada di luar kendali mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi yang holistik, yang mencakup kualitas produk, pemasaran yang efektif, manajemen harga yang bijaksana, serta pemahaman yang mendalam tentang pasar dan konsumen, agar dapat memaksimalkan penjualan.

2.3 Aplikasi Kasir Pintar



Gambar 2 Aplikasi Kasir Pintar

Kasir Pintar adalah platform *Point of Sale* (POS) berbasis mobile yang mengkhususkan diri dalam pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia. Sebagai sebuah startup SaaS (*Software as a Service*), Kasir Pintar menawarkan solusi teknologi yang dirancang untuk membantu UKM mengelola operasional bisnis mereka dengan lebih efisien dan efektif. Produk utama Kasir Pintar adalah aplikasi POS berbasis mobile yang menggantikan sistem kasir tradisional berbasis desktop, memungkinkan pemilik bisnis untuk mengakses data penjualan dan pengelolaan usaha mereka kapan saja dan di mana saja.

Kasir Pintar pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 dengan visi untuk mempermudah pengelolaan transaksi bisnis, terutama untuk UKM yang umumnya memiliki keterbatasan dalam mengakses teknologi mahal dan rumit. Pada awalnya, sistem kasir berbasis desktop adalah pilihan umum untuk bisnis, namun dengan meningkatnya kebutuhan akan

mobilitas, Kasir Pintar berinisiatif untuk menciptakan solusi yang lebih fleksibel dan dapat diakses melalui perangkat mobile. Sejak peluncurannya, Kasir Pintar telah berhasil memperoleh lebih dari 30.000 merchant di seluruh Indonesia yang mengandalkan aplikasi ini untuk mencatat transaksi, mengelola stok, serta menganalisis laporan keuangan secara *real-time*. Melalui pendekatan yang user-friendly dan fitur yang mudah diakses, Kasir Pintar telah menjadi salah satu solusi POS terkemuka yang banyak digunakan oleh pelaku UKM di Indonesia.

Dengan fitur-fitur yang tersedia dalam kasir pintar sebagai berikut:

1. *Mobile-First Point of Sale*

Kasir Pintar dirancang untuk memberikan kemudahan bagi pemilik usaha dengan menggunakan smartphone atau tablet mereka sebagai sistem kasir. Hal ini memberikan mobilitas lebih tinggi dibandingkan dengan sistem kasir tradisional yang terikat pada komputer desktop.

2. Manajemen Stok dan Inventaris

Kasir Pintar memungkinkan pengguna untuk memantau dan mengelola persediaan barang secara *real-time*. Pengguna dapat melihat jumlah stok yang tersedia, memperbarui status barang, serta mengingatkan saat stok hampir habis.

3. Laporan Keuangan dan Analisis Penjualan

Pengguna dapat dengan mudah membuat laporan penjualan, laba rugi, dan laporan keuangan lainnya, yang memberikan gambaran

jelas tentang kinerja bisnis. Fitur analitik ini sangat berguna untuk pengambilan keputusan yang lebih cerdas dalam mengelola arus kas dan perencanaan keuangan.

4. Integrasi Pembayaran Digital

Kasir Pintar juga menyediakan integrasi dengan berbagai metode pembayaran digital, seperti OVO, GoPay, DANA, dan kartu kredit, mempermudah transaksi dan memperluas pilihan pembayaran untuk konsumen.

5. Pencatatan Transaksi dan Pengelolaan Piutang

Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mencatat transaksi dengan mudah dan memantau piutang usaha. Fitur ini sangat membantu bagi bisnis yang menawarkan penjualan kredit atau cicilan.

6. Pengelolaan Pelanggan

Kasir Pintar juga menyediakan fitur manajemen pelanggan yang memungkinkan pemilik usaha untuk melacak transaksi pelanggan, membuat database pelanggan, dan memberikan diskon atau promosi yang relevan berdasarkan riwayat transaksi.

Kasir Pintar telah membantu lebih dari 30.000 merchant di Indonesia untuk mengelola transaksi penjualan mereka dengan lebih mudah dan efisien. Aplikasi ini memberikan kemudahan dalam hal pencatatan penjualan, pengelolaan arus kas, serta pembuatan laporan keuangan yang membantu pemilik bisnis untuk membuat keputusan yang lebih baik. Salah satu dampak utama dari penggunaan Kasir Pintar adalah peningkatan

produktivitas dan efisiensi operasional bagi para pengusaha UKM. Sebagai contoh, pemilik usaha kini dapat mengakses laporan penjualan dan persediaan barang secara *real-time*, yang sebelumnya sulit dilakukan dengan sistem kasir tradisional. Dengan demikian, mereka dapat mengambil keputusan yang lebih cepat dan lebih tepat, misalnya dalam hal pembelian stok atau penyesuaian harga. Selain itu, Kasir Pintar juga berperan dalam memperkenalkan UKM pada dunia e-commerce dan pembayaran digital, memperluas cakupan pasar mereka. Dengan fitur integrasi pembayaran digital, merchant yang menggunakan Kasir Pintar dapat dengan mudah menerima pembayaran melalui berbagai aplikasi dompet digital, yang semakin diminati oleh konsumen saat ini.

2.4 Shopee



Gambar 3 Logo Aplikasi Shopee

Shopee adalah platform *e-commerce* yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Didirikan pada tahun 2015 oleh Sea Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena), Shopee telah berkembang menjadi salah satu platform *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee menyediakan berbagai produk, mulai dari barang elektronik, fashion, kecantikan, makanan, hingga kebutuhan rumah tangga, yang semuanya dapat dibeli secara online melalui aplikasi atau *website* mereka. Shopee berfokus pada memberikan pengalaman

berbelanja yang mudah, aman, dan menyenangkan, baik bagi konsumen maupun penjual. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang mendukung transaksi yang aman dan nyaman, seperti sistem pembayaran yang terintegrasi (ShopeePay), sistem pengiriman yang efisien, serta program promo yang menarik. Shopee juga menyediakan dukungan pelanggan yang responsif, serta fitur ulasan dan penilaian produk yang membantu pembeli membuat keputusan lebih cerdas. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 sebagai platform *e-commerce* yang fokus pada pasar Asia Tenggara. Keberhasilannya di pasar Singapura membuat Shopee memperluas operasional ke negara-negara lain di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan negara-negara lainnya, serta Taiwan. Seiring berjalannya waktu, Shopee berhasil menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen di tiap negara dan menjadi pilihan utama untuk belanja online. Dalam beberapa tahun terakhir, Shopee telah menguasai pasar *e-commerce* di Asia Tenggara, dengan Indonesia sebagai salah satu pasar terbesar mereka. Platform ini terus berkembang dengan meningkatkan kualitas layanan dan teknologi yang digunakan, serta berinvestasi dalam pengembangan fitur-fitur baru, termasuk integrasi pembayaran digital, alat pemasaran untuk penjual, dan fitur logistik yang efisien.

Dengan beberapa fitur yang diberikan shopee sebagai berikut:

1. ShopeePay

ShopeePay adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan mudah melalui aplikasi Shopee. Pengguna dapat melakukan pembayaran untuk barang yang dibeli, mengisi saldo, serta melakukan transfer uang ke sesama pengguna atau rekening bank.

2. Gratis Ongkir dan Promosi

Shopee dikenal dengan berbagai program promosi, salah satunya adalah "Gratis Ongkir" yang memungkinkan pembeli mendapatkan pengiriman tanpa biaya tambahan. Berbagai voucher diskon dan promosi menarik juga sering kali ditawarkan di platform ini untuk menarik lebih banyak pelanggan.

3. Shopee *Live*

Fitur Shopee *Live* memungkinkan penjual untuk melakukan siaran langsung (live streaming) untuk mempromosikan produk mereka secara real-time. Pembeli dapat berinteraksi langsung dengan penjual dan melakukan pembelian selama siaran berlangsung.

4. Program Penjual

Shopee memberikan banyak alat pemasaran dan dukungan kepada para penjual, mulai dari fitur toko yang bisa disesuaikan, alat analitik untuk memantau penjualan, hingga program loyalitas dan penghargaan yang dirancang untuk meningkatkan penjualan. Penjual juga bisa

mendapatkan pelatihan dan sumber daya untuk membantu mereka berkembang.

5. Sistem Pengiriman yang Terintegrasi

Shopee telah membangun kemitraan dengan berbagai penyedia jasa pengiriman untuk memberikan pengalaman pengiriman yang lebih efisien dan terjamin. Selain itu, Shopee juga menawarkan sistem pelacakan pengiriman secara *real-time*, yang memudahkan pembeli dan penjual untuk memantau status pesanan.

6. Ulasan dan Penilaian

Setiap produk yang dijual di Shopee memiliki sistem ulasan dan penilaian dari pembeli sebelumnya. Fitur ini memberikan gambaran transparan kepada calon pembeli mengenai kualitas dan reputasi produk dan penjual, yang membantu mereka membuat keputusan pembelian yang lebih baik.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rahmat dan Diyani (2024)	Aplikasi Kasir Pintar Berbasis Android Terhadap Laporan	Kualitatif deskriptif Observasi Wawancara Dokumentasi	Penerapan aplikasi kasir pintar berbasis android memudahkan bertransaksi terutama dalam pembuatan pelaporan penjualan,

		Penjualan Di Umkm NN Shop		pencatatan hutang-piutang, dan pencatatan barang yang keluar dan masuk
2	Khakim et al. (2024)	Penerapan Pencatatan Keuangan UMKM Viani Handbag Di Platform Shopee	Kualitatif Deskriptif Wawancara	Setiap penjualan menurut Viani Handbag Bahwasannya Pendapatan dalam akuntansi dan bisnis sangat penting, karena hasil aktivitas ekonomi perusahaan merupakan petunjuk kinerja keuangan.
3	Nurzam et al. (2025)	Penerapan Aplikasi Kasir Pintar Berbasis Android Untuk Penyajian Laporan Keuangan Pada Usaha UMKM Sarapan Pagi	Kualitatif Wawancara Observasi Dokumentasi	Aplikasi kasir berbasis mobile mengurangi kesalahan pencatatan transaksi, meningkatkan efisiensi penjualan

4	Monalisa dan Prabowo (2023)	Analisis Penggunaan Aplikasi Kasir Pada Pelaku UMKM Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Riau	Kualitatif deskriptif	Aplikasi kasir membantu UMKM dalam mengelola transaksi secara efisien dan meningkatkan pengalaman pelanggan.
5	Suheryadi et al. (2019)	Pengembangan Aplikasi Mobile Pencatatan Transaksi Penjualan Olahan Mangga Terintegrasi Berbasis Android	Kualitatif deskriptif	penggunaan aplikasi pencatatan transaksi penjualan berbasis mobile ini telah diterapkan oleh UMKM Kenanga Mandiri. Konsep penerapan sistem ini menggunakan client-server, dengan pembagian hak akses antara lain produsen atau supplier, dan agen atau penjual.
6	Kameliana (2023)	Sistem Informasi Akuntansi	Kualitatif deskriptif	Dengan menerapkan aplikasi qasir di Hellobee store sangat mempermudah dalam

Penjualan kegiatan penjualan.
Tunai Dengan
Menggunakan
Aplikasi Qasir

Sumber: Penelitian Terdahulu