

**Alberto Jhoan
Firmando
Lumbantobing¹
Rido Alvaro
Zulkarnain
Hutauruk²
Nicolas Tito
Sihombing³
Frans Theofillus
Tampubolon⁴
Hamonangan
Siallagan⁵**

PENGGUNAAN AKUNTANSI MANAJEMEN DALAM PERKEMBANGAN E-COMMERCE (KHUSUSNYA TIKTOK)

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap perdagangan global, khususnya dengan munculnya platform e-commerce berbasis konten seperti TikTok Shop. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran akuntansi manajemen dalam mendukung pengambilan keputusan strategis oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di lingkungan bisnis TikTok Shop. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode wawancara semi-terstruktur dan analisis dokumen dari lima UMKM yang aktif di platform tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip akuntansi manajemen, seperti analisis margin kontribusi, break-even point, dan pengendalian biaya promosi, memberikan dampak signifikan terhadap efektivitas operasional dan profitabilitas. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi tantangan dalam pencatatan biaya digital dan integrasi sistem informasi. Oleh karena itu, integrasi antara teknologi dan akuntansi manajemen modern menjadi solusi utama dalam menjawab dinamika pasar e-commerce yang cepat dan kompetitif. Penelitian ini menyarankan perlunya penguatan sistem akuntansi internal berbasis teknologi untuk meningkatkan daya saing UMKM dalam ekosistem digital seperti TikTok Shop.

Kata kunci: Akuntansi Manajemen, TikTok Shop, E-Commerce, UMKM, Pengendalian Biaya

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed the global trade landscape, particularly through the emergence of content-based e-commerce platforms such as TikTok Shop. This study aims to explore the role of management accounting in supporting strategic decision-making among micro, small, and medium enterprises (MSMEs) operating within the TikTok Shop ecosystem. The research employs a descriptive qualitative approach, using semi-structured interviews and document analysis from five MSMEs actively selling on the platform. The findings reveal that the application of management accounting principles—such as contribution margin analysis, break-even point calculation, and promotional cost control—significantly enhances operational effectiveness and profitability. However, most MSMEs still face challenges in digital cost recording and information system integration. Therefore, the integration of modern management accounting with digital technologies is a key solution to address the fast-paced and competitive nature of the e-commerce market. This study recommends strengthening technology-based internal accounting systems to enhance the competitiveness of MSMEs in digital platforms such as TikTok Shop.

Keywords: Management Accounting, TikTok Shop, E-Commerce, UMKM, Cost Control

^{1,2,3,4,5)} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas HKBP Nomensen
email: alberto.lumbantobing@student.uhn.ac.id¹, rido.hutauruk@student.uhn.ac.id²,
nicolassihombing@student.uhn.ac.id³, franstampubolon@student.uhn.ac.id⁴,
monangsiallagan@gmail.com⁵

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dekade terakhir telah mendorong transformasi besar dalam sektor perdagangan, yang ditandai dengan pesatnya pertumbuhan e-commerce. Platform-platform digital kini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana transaksi jual beli secara langsung. Salah satu platform yang mengalami perkembangan pesat dalam konteks ini adalah TikTok melalui fitur TikTok Shop. Berbeda dari platform e-commerce konvensional, TikTok Shop menggabungkan kekuatan konten video singkat, interaksi real-time, dan sistem penjualan langsung dalam satu ekosistem yang terintegrasi. Fenomena ini telah menciptakan peluang baru sekaligus tantangan bagi pelaku usaha, khususnya pelaku UMKM dan brand lokal di Indonesia, dalam pengelolaan operasional dan keuangan bisnis mereka.

Dalam dinamika tersebut, akuntansi manajemen memainkan peran krusial sebagai alat bantu strategis untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis secara tepat dan berbasis data. Akuntansi manajemen tidak hanya menyajikan informasi keuangan, tetapi juga menganalisis aktivitas operasional dan kinerja keuangan secara internal guna membantu manajemen merencanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi strategi bisnis. Menurut Ikhsan (2022), akuntansi manajemen berfungsi sebagai sistem informasi yang menyediakan data relevan untuk pengambilan keputusan manajerial dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif. Dalam konteks e-commerce berbasis konten seperti TikTok Shop, akuntansi manajemen menjadi sangat penting dalam menilai efektivitas kampanye pemasaran digital, menghitung margin kontribusi produk yang dipromosikan oleh influencer, serta mengevaluasi return on investment (ROI) dari berbagai aktivitas promosi dan diskon.

Lebih lanjut, perkembangan model bisnis berbasis digital menuntut adanya integrasi antara sistem akuntansi dan teknologi informasi. Seperti dijelaskan oleh Wahyuni (2023), pelaku usaha di era e-commerce harus mampu mengadaptasi metode akuntansi yang lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar yang sangat cepat. Dalam praktiknya, akuntansi manajemen modern di TikTok Shop dapat digunakan untuk menganalisis performa penjualan harian, memonitor biaya iklan digital secara real-time, serta memprediksi tren permintaan melalui data analitik yang disediakan oleh platform. Oleh karena itu, manajer keuangan dituntut untuk tidak hanya memahami laporan keuangan konvensional, tetapi juga mampu menerjemahkan metrik-metrik digital seperti engagement rate, conversion rate, dan average order value ke dalam strategi pengendalian biaya dan penetapan harga.

Studi yang dilakukan oleh Hery (2024) juga menyoroti bahwa banyak UMKM yang mengalami peningkatan omzet secara signifikan setelah bergabung dengan TikTok Shop, namun sebagian besar dari mereka belum memiliki sistem pencatatan dan analisis biaya yang memadai. Kondisi ini menyebabkan kesulitan dalam memisahkan biaya tetap dan variabel, serta ketidaktepatan dalam menetapkan harga jual yang menguntungkan. Dalam hal ini, penerapan prinsip-prinsip akuntansi manajemen seperti analisis break-even, budgeting fleksibel, dan activity-based costing menjadi solusi penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis di tengah fluktuasi pasar digital.

Dengan demikian, penggunaan akuntansi manajemen dalam ekosistem e-commerce seperti TikTok Shop tidak hanya menjadi kebutuhan teknis, tetapi juga menjadi strategi adaptif dalam menjawab tantangan bisnis modern. Kebutuhan akan sistem informasi yang andal, analisis biaya yang akurat, serta pengambilan keputusan yang cepat dan berbasis data menjadi semakin mendesak seiring dengan ketatnya persaingan di pasar digital. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana akuntansi manajemen dapat diintegrasikan dalam praktik bisnis berbasis e-commerce untuk meningkatkan efisiensi, akurasi, dan profitabilitas pelaku usaha di era ekonomi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan akuntansi manajemen dalam aktivitas bisnis pelaku e-commerce yang memanfaatkan platform TikTok Shop. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur kepada lima pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang aktif berjualan di TikTok Shop selama minimal satu tahun. Selain itu, data sekunder diperoleh dari dokumentasi laporan internal pelaku usaha terkait pencatatan biaya, laporan penjualan, serta analisis performa promosi digital mereka. Teknik analisis data yang

digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, serta pengecekan keabsahan interpretasi hasil wawancara kepada responden secara langsung (member check). Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis bagaimana informasi biaya, margin kontribusi, dan pengukuran kinerja berbasis akuntansi manajemen digunakan oleh pelaku usaha dalam pengambilan keputusan harga, evaluasi efektivitas promosi, dan pengendalian biaya operasional di lingkungan bisnis digital TikTok Shop.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Akuntansi Manajemen dalam Pengelolaan Penjualan TikTok Shop

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM yang menggunakan TikTok Shop belum sepenuhnya memahami dan menerapkan prinsip akuntansi manajemen secara sistematis. Meski demikian, terdapat upaya untuk mencatat biaya dan memantau kinerja keuangan, terutama terkait promosi, pengemasan, dan margin keuntungan dari setiap transaksi. Sebagian besar responden mengakui bahwa sistem TikTok Shop yang berbasis konten video mendorong mereka untuk meningkatkan frekuensi promosi, namun belum diikuti dengan pencatatan biaya yang akurat, seperti biaya endorsement influencer, biaya diskon, dan biaya pengiriman.

Menurut Mulyadi (2020), akuntansi manajemen merupakan sistem informasi yang bertujuan untuk menyediakan data yang relevan bagi manajer dalam proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Dalam konteks TikTok Shop, kebutuhan akan informasi biaya yang tepat semakin mendesak karena fluktuasi harga, variasi konten, dan perubahan tren sangat mempengaruhi keberhasilan penjualan. Pelaku usaha yang tidak memiliki data biaya variabel dan tetap yang jelas akan kesulitan menetapkan harga jual dan menghitung margin keuntungan yang sesungguhnya. Beberapa responden mengakui bahwa mereka sering merugi karena tidak menghitung seluruh biaya terkait promosi digital, padahal biaya tersebut menyerap sebagian besar anggaran operasional.

Peran Akuntansi Manajemen dalam Evaluasi Promosi dan Penetapan Harga

Salah satu temuan penting adalah bahwa para pelaku usaha yang mulai menerapkan analisis margin kontribusi dalam aktivitas promosi melalui TikTok cenderung memiliki strategi penetapan harga yang lebih rasional dan menguntungkan. Mereka menghitung biaya variabel utama seperti bahan baku, kemasan, ongkos kirim, dan komisi influencer untuk menetapkan harga jual minimum yang tetap menghasilkan margin positif. Hal ini sejalan dengan pandangan Simamora (2021) yang menyatakan bahwa margin kontribusi adalah alat penting dalam akuntansi manajemen untuk menilai profitabilitas suatu produk atau segmen pasar secara individual.

Namun, tidak semua pelaku usaha melakukan perhitungan ini secara rutin. Beberapa dari mereka masih menggunakan metode intuisi atau mengikuti harga pesaing tanpa memperhitungkan struktur biaya internalnya. Akibatnya, mereka mengalami kerugian terutama saat mengikuti flash sale besar atau memberi diskon tinggi tanpa dasar perhitungan. Di sinilah letak pentingnya integrasi akuntansi manajemen dengan data digital. Dengan menggunakan laporan real-time dari TikTok dan dikombinasikan dengan perhitungan biaya, pelaku usaha bisa membuat keputusan harga yang lebih efisien.

Keterbatasan dalam Sistem Informasi dan Pencatatan Biaya

Penelitian ini juga menemukan bahwa salah satu kendala utama penerapan akuntansi manajemen di TikTok Shop adalah tidak adanya sistem pencatatan terintegrasi yang mudah digunakan oleh pelaku UMKM. Sebagian besar masih menggunakan pencatatan manual atau spreadsheet sederhana, yang sering kali tidak diperbarui secara rutin. Akibatnya, banyak transaksi tidak tercatat dengan baik, terutama pengeluaran yang bersifat digital seperti biaya iklan TikTok Ads, komisi sistem, dan refund.

Menurut Supomo dan Indriyo (2022), sistem informasi biaya yang baik harus mampu mencerminkan aktivitas operasional secara akurat dan mendukung pengendalian internal. Ketidakhadiran sistem akuntansi manajemen yang andal menyebabkan pelaku UMKM mengalami kebingungan dalam menghitung keuntungan bersih serta kesulitan dalam membuat anggaran promosi berikutnya. Dalam kondisi ini, mereka menjadi reaktif, bukan proaktif, dalam merespon dinamika pasar di TikTok Shop yang sangat cepat.

Analisis Break-Even dan Proyeksi Penjualan

Beberapa pelaku usaha yang lebih maju telah mencoba menggunakan analisis break-even untuk menentukan batas minimal penjualan agar tidak mengalami kerugian. Mereka menghitung titik impas berdasarkan total biaya tetap (seperti gaji admin, biaya produksi konten, dan sewa gudang) serta biaya variabel (kemasan, pengiriman, dan diskon). Pendekatan ini terbukti membantu mereka dalam merencanakan kampanye promosi yang lebih realistik dan menghindari perang harga.

Wahyuni (2023) menekankan bahwa dalam era digital, akuntansi manajemen tidak lagi terbatas pada pelaporan biaya, tetapi harus mampu memproyeksikan dampak strategis dari keputusan manajerial berbasis data. Oleh karena itu, penggunaan analisis break-even, proyeksi penjualan berbasis tren, dan simulasi margin sangat penting diterapkan oleh pelaku e-commerce seperti TikTok Shop agar mereka tidak hanya fokus pada pertumbuhan penjualan, tetapi juga pada keberlanjutan usaha.

Integrasi Teknologi dan Akuntansi Manajemen: Solusi Masa Depan

Melihat tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam mencatat dan menganalisis biaya di TikTok Shop, maka integrasi antara sistem akuntansi manajemen dan teknologi digital menjadi solusi utama. Beberapa pelaku usaha yang menggunakan aplikasi pembukuan digital seperti BukuKas, Jurnal, atau bahkan dashboard TikTok yang diolah ulang melalui spreadsheet otomatis menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengontrol arus kas, menghitung laba rugi, serta menilai efektivitas promosi.

Dengan kata lain, efektivitas akuntansi manajemen dalam konteks e-commerce sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi. Hal ini sejalan dengan pendapat Hery (2023) yang menyebutkan bahwa akuntansi manajemen modern harus terintegrasi dengan teknologi informasi agar bisa menghadirkan laporan yang cepat, relevan, dan strategis bagi pelaku usaha yang beroperasi di dunia digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, dapat disimpulkan bahwa penerapan akuntansi manajemen memainkan peran strategis dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional pelaku usaha di platform e-commerce, khususnya TikTok Shop. Dengan menerapkan prinsip-prinsip akuntansi manajerial seperti analisis biaya-volume-laba, perhitungan margin kontribusi, dan pengendalian biaya, para pelaku usaha mampu mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat, seperti dalam menentukan harga jual, volume penjualan minimum (break-even), serta alokasi biaya promosi yang efisien.

Temuan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam margin kontribusi dan pemahaman terhadap struktur biaya setelah pelaku usaha menggunakan alat bantu akuntansi manajerial. Penggunaan informasi biaya secara internal juga terbukti membantu pelaku usaha dalam menghadapi tantangan persaingan yang ketat di era digital, terutama di tengah tingginya komisi platform dan biaya promosi online.

Selaras dengan pendapat Nugroho (2023) dan Siregar (2024), akuntansi manajemen bukan hanya alat pelaporan, tetapi juga menjadi alat analisis yang dapat meningkatkan nilai bisnis berbasis digital. Oleh karena itu, pelaku UMKM maupun perusahaan skala menengah yang terlibat dalam e-commerce disarankan untuk mengintegrasikan sistem akuntansi manajemen secara menyeluruh dalam strategi bisnis digital mereka, demi mendukung keberlanjutan usaha dan keunggulan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Hery. (2023). *Akuntansi Biaya: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Grasindo. Mulyadi. (2020). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, D. A. (2023). *Manajemen Biaya dalam Bisnis Digital: Strategi UMKM di Era E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Siregar, L. R. (2024). *Penggunaan Akuntansi Manajerial dalam Platform Digital: Studi Kasus pada TikTok Shop*. Bandung: Alfabeta.
- Simamora, H. (2021). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Supomo, B., & Indriyo, G. (2022). *Perencanaan dan Pengendalian Produksi: Perspektif Akuntansi Biaya*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, S. (2023). *Penerapan Biaya Variabel dan Penyerapan dalam Menunjang Efisiensi Biaya Produksi*. Surabaya: Graha Ilmu.