

Analisis Perlakuan Akuntansi atas Pendapatan dan Beban pada Perusahaan E-Commerce

Saepul Anwar¹, Hesti Zia Amalia², Fitri Melani³

¹²³Universitas Djuanda, Program Studi Akuntansi, Indonesia

saeful.anwar@unida.ac.id hesti.ziaamelia@unida.ac.id , fitri.melani@unida.ac.id

ABSTRAK

Analisis perlakuan pendapatan dan beban merupakan kerangka analisis yang dilakukan terhadap pendapatan dan beban yang bertujuan untuk mendapatkan perhitungan laba yang wajar, oleh karena itu perlu diperhatikan mengenai penentuan dasar untuk dapat menentukan pengakuan atas pendapatan dan beban. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif dengan data yang digunakan berupa data sekunder. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pendapatan dan beban yang dikeluarkan oleh PT. Shopee Internasional Indonesia dan seberapa banyak keuntungan atau kerugian yang diperoleh perusahaan tersebut. Pengakuan pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga pada PT Shopee Internasional Indonesia diakui menggunakan metode *cash basis* dimana pendapatan diakui atau dicatat pada saat kas benar-benar diterima atau adanya penerimaan uang. Pengakuan Beban atas beban penyisihan dan penyusutan pada PT Shopee Internasional Indonesia diakui menggunakan metode *accrual basis* dimana seluruh biaya diakui sebagai beban pada laporan laba rugi di periode terjadinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa shopee merupakan salah satu *marketplace* dengan jenis bisnis e-commerce atau disebut C2C. Shopee menerapkan sistem bisnis sebagai pihak ke tiga yang memfasilitasi antara penjual dan pembeli demi kelancaran serta keamanan transaksi. Pendapatan dan Beban pada PT Shopee Internasional Indonesia menunjukkan adanya kenaikan dan penurunan di setiap tahunnya, dimana pada tahun 2023 pendapatan lini bisnis e-commerce Shopee meningkat dua kali lipat, berdasarkan hal tersebut maka PT Shopee Internasional Indonesia mengalami peningkatan laba pada tahun tersebut. Sedangkan pada tahun 2019 beban yang dikeluarkan lebih besar dari pada pendapatan yang diperoleh, maka dari itu PT Shopee Internasional Indonesia mengalami penurunan laba dan mengalami kerugian pada tahun tersebut.

Kata Kunci: Analisis, Beban, Pendapatan, Perlakuan Akuntansi

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan suatu organisasi dimana sumber daya (input) seperti bahan baku dan tenaga kerja diproses untuk menghasilkan barang atau jasa (output) bagi pelanggan, yang memanfaatkan berbagai macam sumber-sumber ekonomi yang terbatas untuk dapat memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Tujuan utama dari perusahaan baik yang berskala besar maupun kecil tentunya untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang dan memperoleh laba maksimal. Agar tujuan ini tercapai, sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan harus dikelola secara efektif dan efisien guna menghindari pengangguran dan pemborosan dana. Strategi Perusahaan sangat penting dalam penyusunan dan penyajian laporan keuangan perusahaan karena laporan keuangan digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dalam mengambil keputusan (Ham dkk, 2018).

Pendapatan merupakan salah satu akun arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas dari pengiriman barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan (Hery, 2013). Sementara itu Hendriksen (2002) menyatakan bahwa pendapatan merupakan hasil dari suatu perusahaan, hal itu biasanya diukur dalam satuan harga pertukaran yang berlaku. Pendapatan sangat berperan aktif bagi suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (Prakoso, 2013).

Penggolongan atau kategori dari akun pendapat berdasarkan konsep Artaman (2015) diantaranya yaitu sebagai berikut: 1) Gaji dan Upah, merupakan imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam satuan waktu tertentu. 2) pendapatan dari usaha sendiri, yaitu nilai total yang diperoleh dari hasil produksi yang telah dikurangi dengan beban-beban

yang dibayar yang berasal dari jenis usaha yang sifatnya milik sendiri atau private keluarga. 3) pendapatan dari usaha lain, yaitu jenis pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain yaitu pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki seperti rumah dan lain semisalnya.

Konsep Beban merupakan aliran keluar terukur dari barang atau jasa, yang kemudian ditandingkan dengan pendapatan untuk menentukan laba atau sebagai penurunan dalam aktiva bersih sebagai akibat dari penggunaan jasa ekonomis dalam menciptakan pendapatan atau pengenaan pajak oleh badan pemerintah (Soemarso, 2013). Sementara itu Kieso dan Warfield (2016) definisi beban adalah pengertian penggunaan lain dari aset atau jaminan utang dalam periode tertentu untuk mengirimkan, memproduksi barang, pemberian pelayanan atau lain sebagainya yang berkaitan dengan operasi utama perusahaan yang sedang berlangsung.

Soemarso (2013) membagi kategori beban dikelompokkan menjadi: 1) beban penjualan (*selling expenses*) merupakan biaya yang dikeluarkan guna memperkenalkan barang kepada masyarakat dan memasarkan barang tersebut seperti kegiatan promosi, penjualan dan pengangkutan barang-barang yang dijual. 2) beban Administrasi dan Umum (*General and Administratif expenses*) Beban yang bersifat umum dalam perusahaan. 3) Beban Lain-Lain (*Other Expense*) Seluruh beban yang tidak ada hubungan secara langsung dan pasti dengan kegiatan utama perusahaan (perdagangan) dikelompokkan kedalam beban lain-lain (*other expenses*) atau beban non-usaha (*non operating expenses*).

Sihotang & Harahap (2021) Pengakuan pendapatan dan beban adalah mekanisme untuk mendapatkan perhitungan laba yang wajar, berdasarkan hal tersebut maka penting untuk diperhatikan mengenai penentuan dasar dalam menentukan pengakuan atas pendapatan dan beban. Dengan demikian pendapatan dan beban yang akan diakui dalam suatu tahun tertentu dipengaruhi oleh pendapatan dan beban yang sudah diakui. Sementara itu Lumingkewas (2013) menyatakan bahwa komponen yang tercantum pada laporan laba rugi terdiri dari

semua pendapatan ataupun beban yang dilaporkan pada periode yang bersangkutan. Pendapatan yang telah menjadi hak tetapi belum diterima ataupun beban yang telah menjadi kewajiban tetapi belum dibayar harus dilaporkan pada periode yang bersangkutan. Adapun pendapatan yang belum menjadi hak tetapi sudah diterima ataupun beban yang mempunyai kegunaan pada masa yang akan datang tetapi sudah dibayar harus dikeluarkan pada periode yang bersangkutan. Berdasarkan dinamika tersebut maka diperlukan upaya untuk penyesuaian atas pendapatan maupun beban agar laporan keuangan yang disajikan dapat dinyatakan secara wajar dan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum (Sutopo dkk,2021).

Perkembangan internet di Indonesia saat ini memunculkan tren baru yaitu berbelanja online, dimana tren belanja online merupakan satu model baru yang digemari masyarakat saat ini. Hal tersebut dikarenakan konsumen tidak perlu mendatangi toko untuk membeli suatu barang, tetapi cukup dengan mengakses situs belanja online dan mencari barang yang ingin dibeli. Tren ini memicu kemunculan jenis bisnis baru yaitu *electronic commerce* atau disingkat *e commerce*. Perkembangan bisnis di Indonesia pada tahun terakhir memang diprediksi menjerus kepada *e-commerce* karena kemudahan yang ditawarkan serta target pasar yang luas (Sudrajat & Ant, 2021).

Shopee merupakan salah satu perusahaan berbasis digital yang bergerak di bidang e-commerce, dimana mulai memasuki pasar Indonesia pada akhir penghujung tahun 2015 dan berada di bawah naungan PT Shopee Internasional Indonesia. Shopee sendiri merupakan anak perusahaan SEA Group yang sebelumnya bernama Garena Group yang berkantor pusat di Singapura dengan pendiri yang bernama Forrest Li. Misi yang diemban oleh SEA Group adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan para konsumen dan pengusaha kecil supaya menjadi lebih baik dengan memanfaatkan teknologi. SEA Group sendiri terdaftar di NYSE (New York Stock Exchange) atau bursa efek New York dibawah simbol SE (Radhinda, 2020).

Puspita dkk (2022) Pada tahun 2015, Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura meluncur sebagai marketplace *consumer to consumer* (C2C). Namun kini mereka telah beralih ke model hibrid C2C dan *business to consumer* (B2C) semenjak meluncurkan Shopee Mall yang merupakan platform toko daring untuk brand ternama. Sementara itu pada tahun 2017, platform ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari empat juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif. Pada kuartal keempat tahun 2017, Shopee melaporkan nilai perdagangan bruto (GMV) sebesar US\$1,6 miliar, naik 206 persen dari tahun sebelumnya. Shopee memiliki nilai total GMV pada tahun 2018 sebesar US\$2,7 miliar, naik 153 persen dari tahun 2017 (Wulandari & Anwar,2021).

Perkembangan di negara lain misalnya di Malaysia, Shopee menjadi portal perdagangan elektronik ke-3 yang paling banyak dikunjungi di Q4 2017, menggantikan Lelong dan melampaui peringkat Lazada sebagai aplikasi terbaik di Google Play dan iOS App store (Aprilila,2022). Tak terkecuali untuk kalangan konsumen di Indonesia, survei yang dilakukan pada bulan Desember 2017 oleh The Asian Parent mengungkapkan bahwa Shopee adalah platform belanja pilihan pertama bagi para ibu di Indonesia (73%), diikuti oleh Tokopedia (54%), Lazada (51%), dan Instagram (50 %) (Suhendra & Krisnadi, 2020).

Seiring berjalannya waktu perkembangan perusahaan e-commerce ini pada April 2020, Shopee Indonesia mulai mempromosikan penjualan makanan siap saji di platform Shopee untuk menjadi pemain ketiga yang bersaing dengan Gofood dan GrabFood. Program yang diberi nama ShopeeFOOD ini telah merekrut lebih dari 500 penjual makanan di wilayah Jakarta (Irawati,2022).

Berdasarkan rangkaian fenomena yang terjadi sebagaimana penulis sampaikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pendapatan dan beban yang dikeluarkan oleh PT. Shopee Internasional Indonesia dan seberapa banyak keuntungan atau kerugian yang diperoleh perusahaan tersebut melalui konsep analisis pendapatan dan beban.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif, dimana Nugrahani (2014) penelitian kualitatif adalah penelitian yang berguna dalam hal mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah masalah kemanusiaan atau sosial, keterlibatan upaya-upaya seperti menyusun prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para informan, mengajukan pertanyaan, memverifikasi, menganalisis, mereduksi, dan menafsirkan atau menangkap makna yang berasal dari konteks masalah yang diteliti merupakan komponen yang diperlukan dalam proses penelitian kualitatif.

Sementara itu data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dimana data sekunder ini merupakan data yang diperoleh dari pihak pendukung seperti jurnal, laporan, dokumentasi, dan sumber-sumber pustaka lainnya (Melin,2015). Dalam hal teknik pengumpulan, teknik yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan adalah studi literatur atau kepustakaan (Sari & Asmendri).

Teknik penelitian studi literatur adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penelaahan terhadap catatan, buku, literatur, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang hendak dipecahkan. Studi literatur menyelesaikan masalah dengan cara menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Sumber-sumber yang telah didapat kemudian dijadikan sebagai bahan studi literatur dan disusun dengan memperhatikan kaidah penulisan ilmiah (Sari & Asmendri). Beberapa metode yang dapat dilakukan untuk melakukan studi literatur adalah mengupas (*criticize*), membandingkan (*compare*), meringkas (*summarize*), dan mengumpulkan (*synthesize*) suatu literatur (Nuryana et al., 2019).

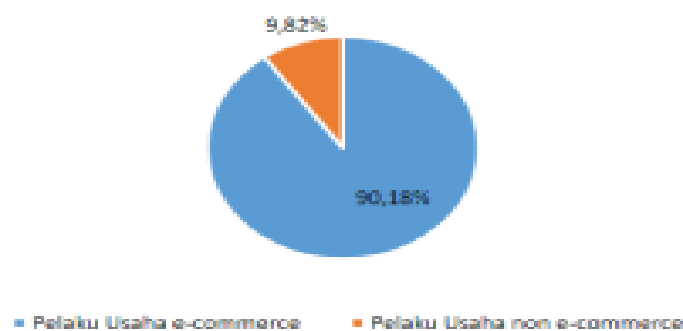
HASIL DAN PEMBAHASAN

Shopee merupakan salah satu marketplace dengan jenis bisnis e-commerce C2C. Shopee menerapkan sistem bisnis sebagai pihak ke tiga yang memfasilitasi antara

penjual dan pembeli demi kelancaran serta keamanan transaksi. Siklus pendapatan berhubungan dengan segala aktivitas di perusahaan yang berkaitan dengan penerimaan pendapatan. Shopee menerima pendapatannya melalui beberapa saluran yang berbeda, yaitu dari fitur iklanku, toko resmi, jasa pengiriman, dan bunga endapan saldo di rekening tiap terjadinya transaksi. Siklus pendapatan yang bersumber dari beberapa penerimaan yang telah diuraikan, terjadi pada sistem terintegrasi yang berinteraksi secara langsung dengan penggunanya (Radhinda, 2020).

Perkembangan teknologi yang terus berlangsung telah memunculkan peluang baru bagi pebisnis. Hampir seluruh elemen yang ada dalam kegiatan bisnis memanfaatkan teknologi yang ada. Berbagai upaya dilakukan oleh pelaku bisnis demi menaikkan tingkat penjualan serta mengambil minat pasar dengan melakukan inovasi yang memanfaatkan teknologi yang ada. Kegiatan bisnis yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi internet disebut dengan e-commerce (Irawati, 2022).

Yulianto et.al (2015) *e-commerce* adalah suatu pertukaran atau proses menjual, membeli, mentransfer informasi, pelayanan, dan produk dengan melalui jaringan komputer termasuk internet. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa e-commerce ialah proses pengembangan, penjualan, pembayaran, pemasaran, pengiriman, dan pelayanan berbagai produk dan jasa yang diperjualbelikan dalam pasar global berjangkauan para pelanggan dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis di seluruh dunia.



Sumber : Badan Pusat Statistik

Gambar 1. Statistik *E-commerce* Indonesia 2020

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa hasil survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2020) menunjukkan bahwa dari 16.277 sampel usaha yang tersebar pada 34 provinsi di seluruh Indonesia sebanyak 90,18% melakukan usaha *e commerce*. Data tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* sudah merajai pasar Indonesia. Indikator pendukung lainnya adalah semakin bermunculannya marketplace di indonesia. Dimana marketplace adalah model bisnis yang didesain sedemikian rupa dengan tujuan untuk menyederhanakan proses bisnis yang kompleks sehingga dapat tercipta efisiensi dan efektivitas dengan tidak hanya membantu mempromosikan barang, tetapi juga memfasilitasi transaksi pembayaran secara daring (Yustiani & Yunanto, 2017).

Tabel 1. Data Marketplace Indonesia dalam Kuartal Ke-4 Tahun 2020

Marketplace	Jumlah Kunjungan (dalam satuan juta)
Shopee	129,32
Tokopedia	114,66
Bukalapak	38,58
Lazada Indonesia	36,26
Blibli	22,41
Orami	6,19
Bhinneka	4,44
Ralali	4,33
JD.id	4,16
Sociolla	3,09

Sumber : wijaya & Nirvana (2021)

Pada kuartar keempat tahun 2020, marketplace yang paling sering dikunjungi oleh konsumen dengan 129,32 juta kunjungan adalah Shopee (Nurhayati, 2021). Menjadi marketplace dengan urutan pertama dalam hal banyaknya kunjungan tidak

terjadi tanpa alasan. Yang membuat shopee menjadi marketplace yang dominan adalah karena shopee sanggup menyediakan sebuah mobile application atau aplikasi smartphone. Oleh karena itu, aplikasi mobile shopee menempati peringkat pertama sebagai aplikasi shopping terpopuler pada perangkat berbasis android dan ios (Wulan et al., 2019). Dengan keunggulan dalam hal aplikasi belanja, shopee meningkatkan ketertarikan konsumen e-commerce untuk mengunduh aplikasi mobile shopee. Shopee merupakan salah satu marketplace yang menggunakan model consumer to consumer atau model C2C di Indonesia. Dikatakan model C2C karena marketplace yang dimiliki oleh shopee menjadi penengah atau perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi bisnis. Produk yang dijual di shopee bervariasi mulai dari kebutuhan sehari-hari, pakaian, makanan, hingga perangkat elektronik yang dilengkapi dengan layanan pengiriman, metode pembayaran, serta fitur komunikasi dengan penjual yang sudah terintegrasi menjadi satu. Tidak terbatas pada barang berwujud, shopee juga menawarkan barang tidak berwujud seperti lisensi perangkat lunak, pulsa telefon genggam, pulsa listrik, kuota data, hingga voucher belanja.

Analisis Pendapatan PT Shopee Internasional Indonesia

Pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga pada PT. Shopee Internasional Indonesia diakui menggunakan metode *cash basis* dimana Pendapatan diakui atau dicatat pada saat kas benar-benar diterima atau adanya penerimaan uang. Pengukuran pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga provisi pada PT Shopee Internasional Indonesia diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima. Penyajian pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga provisi pada PT Shopee Internasional Indonesia disajikan dalam Laporan Keuangan Laba Rugi Perusahaan. Disamping disajikan dalam Laporan Laba Rugi pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga provisi pada PT Shopee Internasional Indonesia

harus diungkapkan pada catatan atas laporan keuangan, sedangkan pengakuan pendapatan atas pendapatan operasional lain pada PT Shopee Internasional Indonesia diakui menggunakan metode *accrual basis* dimana pada saat manfaat ekonomi yang akan diterima perusahaan dimasa yang akan datang. Pengukuran pendapatan atas pendapatan operasional lain pada PT Shopee Internasional Indonesia diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima. Penyajian pendapatan atas pendapatan operasional lain pada PT Shopee Internasional Indonesia disajikan dalam laporan laba Rugi Perusahaan. Selain itu juga disajikan dalam laporan laba rugi pendapatan atas pendapatan operasional lain pada PT Shopee Internasional Indonesia harus diungkapkan pada catatan atas laporan keuangan tersebut .

Analisis Beban PT. Shopee Internasional Indonesia

Beban atas beban penyisihan dan penyusutan pada PT Shopee Internasional Indonesia diakui menggunakan metode *accrual* basis dimana seluruh biaya diakui sebagai beban pada laporan laba rugi di periode terjadinya. Pengukuran beban atas beban penyisihan dan penyusutan pada PT Shopee Internasional Indonesia diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima. Penyajian beban atas beban penyisihan dan penyusutan pada PT Shopee Internasional Indonesia disajikan dalam laporan keuangan laba rugi perusahaan. disamping disajikan dalam laporan laba rugi beban atas beban penyisihan dan penyusutan pada PT Shopee Internasional Indonesia harus diungkapkan pada catatan atas laporan keuangan. Kedua, yaitu beban pemasaran didalamnya terdapat biaya iklan dan biaya promosi. Pengakuan akuntansi atas beban pemasaran pada PT Shopee Internasional Indonesia mengakui seluruh biaya sebagai beban pada laporan laba rugi di periode terjadinya. Sementara itu pengukuran akuntansi atas beban pemasaran pada PT Shopee Internasional Indonesia diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima. Penyajian Beban atas Beban Pemasaran pada PT Shopee

Internasional Indonesia disajikan dalam Laporan Keuangan Laba Rugi Perusahaan, selain itu juga disajikan pada catatan atas laporan keuangan. Poin perhatian berikutnya adalah pada beban administrasi dan umum yang didalamnya terdapat biaya meterai, beban alat kantor, beban alat kebersihan kantor, beban listrik dan air, beban telepon dan fax, dan biaya fotokopi, dimana perlakuan akuntansi atas beban administrasi dan umum tersebut mengakui seluruh biaya sebagai beban pada laporan laba rugi di periode terjadinya. Selanjutnya pengukuran Beban atas Beban Administrasi dan Umum diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima, adapun penyajiannya mengikuti perlakuan akuntansi pada akun beban lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan deskriptif yang telah dijelaskan terkait analisis perlakuan akuntansi atas Pendapatan dan Beban pada Perusahaan e-commerce Studi Kasus PT Shopee Internasional Indonesia yang telah dijelaskan sebelumnya dapat diambil simpulan bahwa Shopee merupakan salah satu *marketplace* dengan jenis bisnis e-commerce C2C. Sistem bisnis yang diterapkan berperan sebagai pihak ketiga yang memfasilitasi antara penjual dan pembeli demi kelancaran serta keamanan transaksi. Sementara itu Siklus pendapatan berhubungan dengan segala aktivitas di perusahaan yang berkaitan dengan penerimaan pendapatan, penerimaan pendapatannya melalui beberapa saluran yang berbeda, seperti: fitur iklanku, toko resmi, jasa pengiriman, dan bunga endapan saldo di rekening tiap terjadinya transaksi. Siklus pendapatan ini terjadi pada sistem terintegrasi yang berinteraksi secara langsung dengan penggunanya.

Pendapatan dan Beban pada PT Shopee Internasional Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan di setiap tahunnya, hal ini berdampak pada laba PT Shopee Internasional Indonesia dimana pada tahun 2023 pendapatan lini bisnis e-commerce Shopee meningkat dua kali lipat, berdasarkan hal tersebut maka PT Shopee

Internasional Indonesia mengalami peningkatan laba pada tahun tersebut. Sedangkan pada tahun 2019 beban yang dikeluarkan lebih besar dari pada pendapatan yang diperoleh, maka dari itu PT Shopee Internasional Indonesia mengalami penurunan laba dan mengalami kerugian pada tahun tersebut.

REFERENSI

- Aprilia, K. R. (2022). faktor-faktor affiliate marketing dan kepercayaan serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di era pandemi covid-19 (Studi pada konsumen Shopee di daerah Bandung) (Doctoral dissertation, Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama).
- Artaman, Dewa Made Aris. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pusat Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar, (Denpasar, Thesis Tidak Diterbitkan)
- Ham, F. C., Karamoy, H., & Alexander, S. (2018). Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02).
- Irawati, R. (2022). Pengaruh E-Marketing Mix UMKM Kuliner Malang terhadap Minat Beli Generasi Millenial pada Start-Up Food Delivery Online di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 7(1), 50-66.
- Lumingkewas, V. A. (2013). Pengakuan Pendapatan dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada PT. Bank Sulut. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Melin, S. (2015). Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan Sebagai Faktor Pendukung Pengungkapan Biaya Lingkungan Dalam Laporan Keuangan Perusahaan Pada PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero) Unit PMS Parindu. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura*, 4(1), 41-68.

- Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67-74.
- Radhinda, P. A. (2020). Penerapan Proses Employer Branding Pada Perusahaan E-Commerce (Studi Kasus pada Shopee Indonesia). *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 1(3), 185-204.
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA*, 6(1), 41-53.
- Sihotang, I. M., & Harahap, M. (2021, October). Analisis Pengakuan Dan Pengungkapan Pendapatan Menurut Psak No. 28 Pada PT Asuransi Ramayana Tbk, Cabang Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 206-216).
- Soemarso. 2013. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Salemba Empat. Jakarta.
- Suhendra, G., & Krisnadi, I. (2020). Kekuatan Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler Di Indonesia Saat Ini. *Universitas Mercu Buana* (29).
- Sutopo, S., Istanti, E., & Firmansyah, M. R. (2021). peranan prinsip konsistensi dalam metode pengakuan pendapatan terhadap laporan laba rugi pada PT. Indo Zinc Diecasting Di Gresik. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 83-92.
- Sudrajat, A., & Ant, S. (2016). Fenomena perilaku belanja online sebagai alternatif pilihan konsumsi di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Paradigma*, 4(03).
- Wijaya, S., & Nirvana, A. P. (2021). Pajak Pertambahan Nilai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Studi Kasus PT Shopee Internasional Indonesia). *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(3), 245-256.
- Wulan, W. N. N. (2019). *Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).

- Wulandari, A., & US, K. A. (2021). Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee Dan Tokopedia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 295-301.
- Yulianto, Y., Alfiah, F., Harahap, E. P., Pahad, B. A., Andriyanto, A., Azhari, I. A., & Saputra, R. S. (2015). Analisa Peranan Teknologi Internet Sebagai Media Transaksi E-Commerce Dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi. *Semnasteknomedia Online*, 3(1), 4-1.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43-48.