

**Implementasi metode *Activity-Based Costing* (ABC) dalam
Meningkatkan Profitabilitas Penjualan *E-commerce* (Shopee)
Studi Kasus UMKM Tanaman Hias Sakabonsai**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**

Oleh:

TUTUT ARDIANTI

NPM: 21901082201



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI AKUNTANSI**

2025

Abstrak

Ekspansi perdagangan digital memaksa usaha mikro dan kecil untuk menyempurnakan pendekatan perhitungan biaya mereka agar tetap kompetitif. Sistem perhitungan biaya tradisional yang banyak digunakan oleh UMKM seringkali gagal menangkap konsumsi sumber daya riil, terutama untuk iklan *online*, operasi platform, pengemasan, dan aktivitas interaksi pelanggan. Studi ini mengevaluasi penerapan metode *Activity-Based Costing* (ABC) di Sakabonsai, usaha mikro bonsai yang beroperasi di *Shopee*, untuk meningkatkan ketepatan biaya dan pengukuran profitabilitas penjualan. Dengan menggunakan studi kasus kualitatif deskriptif (November–Desember 2024), data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur, dan catatan keuangan dari *Shopee Seller Centre*. Perhitungan ABC mengungkapkan biaya unit sebesar Rp62.541 (Kecil), Rp258.164 (Menengah), dan Rp499.566 (Besar), menghasilkan keuntungan masing-masing sebesar Rp12.459; Rp71.836; dan Rp150.434. Nilai-nilai ini secara signifikan lebih rendah daripada yang dihasilkan oleh perhitungan biaya tradisional, yang mencerminkan dimasukkannya biaya *overhead* digital dan aktivitas operasional oleh ABC. Tren laba bulanan menunjukkan defisit pada bulan November karena iklan yang tidak efisien, diikuti oleh pemulihan margin pada bulan Januari–Februari setelah penyesuaian promosi. Hasil menunjukkan bahwa bonsai ukuran Sedang dan Besar menyerap biaya *overhead* lebih efektif dan menghasilkan pengembalian yang stabil, sementara produk ukuran Kecil lebih sensitif terhadap biaya dan berfungsi lebih baik sebagai barang pengantar daripada penggerak pendapatan utama. Secara keseluruhan, ABC memberikan informasi biaya yang lebih akurat dan mendukung keputusan strategis terkait penetapan harga, anggaran promosi, dan prioritas produk untuk UMKM di pasar digital.

Kata kunci: *Activity-Based Costing*, UMKM, *Profitabilitas*, *Shopee*, Bisnis Hortikultura

Abstract

Digital commerce expansion forces micro and small businesses to refine their cost-calculation approaches to remain competitive. Traditional costing systems widely used by MSMEs often fail to capture real resource consumption, especially for online advertising, platform operations, packaging, and customer interaction activities. This study evaluates the adoption of the Activity-Based Costing (ABC) method in Sakabonsai, a bonsai micro-enterprise operating on Shopee, to improve cost precision and sales profitability measurement. Employing a descriptive qualitative case study (November–December 2024), data were obtained through field observation, semi-structured interviews, and financial records from Shopee Seller Centre. The ABC calculation revealed unit costs of Rp62,541 (Small), Rp258,164 (Medium), and Rp499,566 (Large), producing profits of Rp12,459; Rp71,836; and Rp150,434 respectively. These values were notably lower than those produced by traditional costing, reflecting ABC's inclusion of digital overhead and operational activities. Monthly profit trends showed a deficit in November due to inefficient advertising, followed by margin recovery in January–February after promotional adjustments. Results indicate that Medium and Large bonsai absorb overhead more effectively and yield stable returns, while Small products are more cost-sensitive and function better as introductory items rather than primary revenue drivers. Overall, ABC provides more accurate cost information and supports strategic decisions related to pricing, promotional budgets, and product prioritization for MSMEs in digital marketplaces.

Keywords: Activity-Based Costing, UMKM, Profitabilitas, Shopee, Horticulture Businessst



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Paradigma pemasaran saat ini dipegang kuat oleh peran dari *e-commerce* terutama pada produk UMKM (Rivki et al., 2024). *E-commerce* berhasil memberikan pengaruh yang signifikan dalam pemasaran digital dengan meningkatkan omzet penjualan (Uva et al. 2024). Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia serta kemudahan dalam mengunduh aplikasi menjadi faktor yang signifikan dalam keberhasilan *e-commerce* memainkan peran mempermudah kegiatan jual beli di transformasi digital bisnis (Evi et al. 2022).

Tercatat sebesar 34,25% pelaku UMKM dalam menjalankan jualan secara *online* memilih menggunakan aplikasi media sosial serta *e-commerce* berdasarkan survei INDEF (*Institute for Development of Economics and Finance*) yang meneliti terkait peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia. Selain itu, penelitian tersebut menemukan bahwa lebih dari 50% UMKM menggunakan *Shopee* sebagai platform utama untuk menjalankan bisnis secara *online* Aditiya, (2023). Penelitian tersebut menyampaikan aplikasi belanja *Shopee* untuk saat ini mendominasi pasar *e-commerce* Christy, (2024).



Gambar 1. 1 Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024

Terdapat tiga alasan utama menurut peneliti dari *Center of Digital Economy and SMEs INDEF*, Izzudin Farras, penerapan digitalisasi pada UMKM, yaitu 69,69%

adanya peluang bisnis tumbuh lebih cepat, 72,83% trafik dan eksposur meningkat, serta 79,13% kepraktisan dalam sistem penjualan berbasis *online*. Meskipun adanya peningkatan jumlah dan kesadaran UMKM dalam penggunaan platform digital dan manfaat digitalisasi bagi bisnis. UMKM tetap akan menghadapi beberapa tantangan yaitu keterbatasan tenaga kerja 83,46% dan ketatnya persaingan antar pelaku usaha 96,46% ARM, (n.d.).

Dalam penelitian (Firdiyansyah et al., 2024) menjelaskan bagaimana promosi di pasar *online Shopee* dapat memengaruhi peningkatan penjualan UMKM di Indonesia. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya penjual mengetahui preferensi pembeli dan apa yang diinginkan. Saroyo (2023) menyebutkan fleksibilitas produksi hingga pengiriman produk, efisiensi waktu serta minimnya biaya transaksi menjadi tambahan keuntungan dari penggunaan media digital. UMKM dapat mengatasi tantangan penjualan di era *e-commerce* dengan menggunakan digitalisasi manajemen pemasaran, pengembangan produk dan layanan berkualitas tinggi (Johansyach et al., 2024). (Uria Yanita Situmorang, 2022) menjelaskan keputusan pembelian konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh hubungan antara promosi dan biaya, serta peningkatan volume penjualan juga dipengaruhi oleh efektivitas strategi promosi hingga kompetitif harga.

Dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, dasar sektor perekonomian dimainkan oleh peran penting dari UMKM, yang mampu mendorong adanya kemandirian dan berkembangnya masyarakat secara khusus. Menurut Penjelasan UU No 20 tahun 2008, UMKM memiliki kemampuan dalam menciptakan stabilitas nasional dan meningkatkan lapangan kerja Kaukab, (2019), serta dalam PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM). UMKM di Indonesia tersebar dalam banyak sektor yang beragam, mulai dari kuliner, fashion, pertanian, hingga jasa dan kerajinan tangan.

Setiap sektor memiliki karakteristik dan peluang unik yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian.

Saka Bonsai merupakan salah satu UMKM di bidang tanaman hias bonsai, yang menawarkan banyak peluang untuk pengembangan bisnis yang menjanjikan. Saka bonsai sendiri merupakan salah satu sektor usaha kecil yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya lokal. Namun, UMKM ini menghadapi keterbatasan kemampuan manajemen bisnis dalam meningkatkan profitabilitas penjualan di *platform e-commerce Shopee* meliputi, akurasi perhitungan harga pokok produksi yang krusial untuk penentuan harga tanaman bonsai, identifikasi aktivitas spesifik seperti perawatan tanaman, pemangkasan, dan pengemasan bonsai menyulitkan alokasi biaya *overhead* secara akurat. Adanya kesulitan dalam pengumpulan data biaya yang detail, serta kompleksitas dalam mengaitkan aktivitas dengan biaya produk secara tepat untuk menentukan harga jual yang kompetitif namun tetap menguntungkan.

Dalam sektor ini Pancarpus (2024) menjelaskan bonsai sebagai jenis tanaman hias yang telah banyak dikenal memiliki potensi ekonomi tinggi, terutama karena nilai estetika dan nilai seni yang tinggi serta keunikan perpaduan pengetahuan, seni, dan hortikultura. Sejak masuknya teknologi modern progresivitas usaha bonsai mengalami perubahan besar. Bisnis bonsai membawa peluang signifikan, seperti dalam meningkatkan *visibilitas* dan jangkauan pasar, edukasi dan pembekalan pengetahuan teknis untuk memaksimalkan pemanfaatan teknologi, serta kerjasama dengan komunitas bonsai untuk memperluas jaringan dan membangun kepercayaan Ardiansyah et al., (2022).

Adapun keterbatasan usaha ini di era digital seperti kurangnya pemahaman dalam teknologi pemasaran digital, pasar yang semakin kompetitif, kesulitan dalam

menciptakan produk berkualitas tinggi, dan mempertahankan *brand image* dalam menjaga kepercayaan pelanggan. Dengan banyaknya perubahan yang terjadi di pasar bonsai saat ini, para pebisnis usaha bonsai harus memikirkan tantangan dan memanfaatkan peluang agar dapat bertahan dan berkembang (Agro, 2023). Karena hal tersebut agar profitabilitas stabil, pelaku UMKM tanaman bonsai perlu melakukan identifikasi dalam pengoptimalan biaya untuk memilih aktivitas yang bernilai tambah tinggi. Metode *Activity-Based Costing* (ABC) menjadi salah satu rekomendasi metode yang dapat diaplikasikan dengan tujuan tersebut. Menurut Sivadiyanti (2023) metode ABC memberikan akurasi pengelolaan biaya dalam usaha serta mampu manajemen hingga mengelola dengan baik demi terciptanya profitabilitas yang diharapkan.

Menurut Rudianto (2019) metode biaya berbasis aktivitas (ABC) menjadi metode perhitungan biaya yang lebih unggul daripada metode tradisional dalam tingkat akurasi dan efisiensi. Murnitasari & Tomu (2019) menjelaskan bahwa metode ABC menghasilkan relevansi yang tinggi dalam sistem pengelolaan biaya ke lini aktivitas bisnis yang dijalankan sebab sifatnya yang lebih terfokus. Keakuratan informasi atas penggunaan dan pengelolaan biaya produksi hingga distribusi memberikan efek positif dalam meningkatkan profitabilitas sebab perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih bijak (Asheforklift, 2023). Dengan menggunakan metode biaya berbasis aktivitas (ABC), usaha kecil dan menengah (UMKM) dapat menemukan kesalahan penganggaran biaya dari suatu aktivitas bisnis, produk, hingga proses produksi per departemen (Nur, 2020).

Menurut penelitian Haryanti et al., (2022) menunjukkan bahwa penggunaan biaya berdasarkan aktivitas dapat meningkatkan profitabilitas penjualan *e-commerce* dengan cara setiap produk dibebankan biaya *overhead* sesuai dengan aktivitas dan keperluan sumber daya yang diperlukan pada aktivitas tersebut. Kaukab (2019) dalam

penelitiannya menyebutkan bahwa metode ABC efektif untuk diterapkan dalam menentukan besaran HPP produksi di UMKM Bengkel Tralis di Kabupaten Wonosobo, serta mampu mempengaruhi laba perusahaan. Ini menandakan, penggunaan metode ABC dapat mengurangi distorsi biaya dan meningkatkan keakuratan pengalokasian biaya. Menurut penelitian Ratih, (2022) bahwa dengan indikator kepercayaan, kenyamanan, dan keamanan yang tinggi, *Shopee Marketplace* dapat meningkatkan penjualan UMKM di Palembang. Untuk menarik lebih banyak penjual, terutama UMKM, dan meningkatkan penjualan melalui platform ini, perlu untuk terus mengupdate fitur dan fasilitas Pasar *Shopee*.

Dalam beberapa penelitian tersebut menjelaskan bagaimana metode ABC dapat meningkatkan akurasi perhitungan biaya dan mengoptimalkan pengelolaan sumber daya, membantu meningkatkan profitabilitas penjualan di *platform* seperti *Shopee* dengan mengidentifikasi bagian penting dari proses produksi dan distribusi dan mengatur biaya dengan lebih akurat berdasarkan jumlah sumber daya yang digunakan. Oleh karena itu, UMKM Tanaman Hias Sakabonsai dapat menganalisis seberapa besar metode ABC dapat mempengaruhi profitabilitas penjualan usahanya.

Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul ***Implementasi Metode Activity-Based Costing (ABC) dalam Meningkatkan Profitabilitas Penjualan E-commerce (Shopee) Studi Kasus UMKM Tanaman Hias Sakabonsai***. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan metode biaya berbasis aktivitas (ABC) dapat meningkatkan profitabilitas penjualan di platform *e-commerce* seperti *Shopee*, serta seberapa efektif metode ABC dalam menghitung biaya produksi dan distribusi dengan lebih akurat. Dengan demikian, penelitian ini akan membantu UMKM tanaman hias Sakabonsai mengoptimalkan sistem perhitungan biaya dan meningkatkan kemampuan untuk bersaing dengan platform *e-commerce* seperti *Shopee*.

1.2 Rumusan Masalah

- 1 Bagaimana kondisi biaya yang saat ini digunakan oleh UMKM Tanaman Hias Sakabonsai dalam menghitung harga pokok produksi dan bagaimana pengaruhnya terhadap profitabilitas penjualan?
- 2 Apakah implementasi metode ABC pada UMKM Tanaman Hias Sakabonsai dapat meningkatkan profitabilitas penjualan?
- 3 Apakah metode *Activity-Based Costing* (ABC) dapat diterapkan pada UMKM Tanaman Hias Sakabonsai untuk meningkatkan akurasi perhitungan biaya dan kinerja laba?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1 Untuk mengidentifikasi dan menganalisis sistem biaya yang saat ini digunakan oleh UMKM Tanaman Hias Sakabonsai dan mengetahui dampaknya terhadap profitabilitas penjualan.
- 2 Untuk mengimplementasikan metode ABC pada UMKM Tanaman Hias Sakabonsai dan mengevaluasi apakah implementasi tersebut dapat meningkatkan profitabilitas penjualan.
- 3 Untuk menganalisis kemampuan metode *Activity-Based Costing* (ABC) dalam meningkatkan akurasi perhitungan biaya dan kinerja laba pada UMKM Tanaman Hias Sakabonsai.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, antara lain:

1 Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam teori akuntansi dan manajemen biaya dengan mengembangkan pemahaman tentang implementasi metode *Activity-Based Costing* (ABC) dalam konteks *e-commerce*, terutama pada UMKM tanaman hias. Temuan penelitian dapat menjadi referensi akademik terkait efektivitas ABC dalam mengidentifikasi biaya berdasarkan aktivitas nyata yang terjadi dalam proses bisnis berbasis *e-commerce*, seperti pada marketplace Shopee, yang merupakan contoh aplikasi praktis dari teori ABC dalam lingkungan bisnis modern.

2 Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini menawarkan wawasan dan panduan bagi UMKM, khususnya pelaku usaha tanaman hias seperti Sakabonsai. Dengan menerapkan metode ABC, UMKM dapat meningkatkan ketelitian pembebanan biaya, mengurangi distorsi biaya, dan meningkatkan efisiensi operasional. Informasi ini akan sangat berguna bagi UMKM terutama dalam membuat pengelolaan biaya secara akurat, sehingga dapat memperkuat posisi kompetitif dalam pasar tanaman hias. Implementasi ABC juga dapat membantu UMKM menentukan strategi bisnis hingga ketepatan dalam pengambilan keputusan terutama dalam meningkatkan profitabilitas penjualan melalui platform *e-commerce*, seperti *Shopee*.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa perhitungan biaya, penentuan *cost driver* memainkan peran krusial dalam mengalokasikan biaya secara lebih akurat ke setiap aktivitas bisnis. Dalam Saka Bonsai *cost driver* teridentifikasi ada 3 jenis yaitu kategori small, medium, dan large yang terbukti efektif mengatasi variasi karakteristik kualitas dan harga yang tinggi, sehingga menghasilkan penentuan HPP yang lebih akurat dibandingkan metode konvensional. Analisis perhitungan Metode *Activity Based Costing* (ABC) tiap periode mengalami kenaikan konstan yang di tunjukkan oleh volume produksi berbanding terbalik dengan biaya perunit, yang dimana bahwa semakin besar volume produksi semakin efisien biaya yang di keluarkan untuk setiap produk yang ditanam. Maka dengan begitu bisa di tarik kesimpulan bahwa Metode ABC dalam Saka bonsai untuk dalam *cost driver* maupun bahan baku yang sesuai dengan data penelitian diatas menunjukkan bahwa penjualan meningkat di setarakan dengan *profitabilitas* perusahaan yang stabil diimbangi dengan kinerja terbaik yang di jadikan acuan perencanaan strategi penjualan kedepan untuk mempertahankan peningkatan pendapatan dan profit secara konsisten seperti dalam data pengamatan pada bulan Januari perbandingan dengan bulan Februari dan bulan selanjutnya.

Analisis Profitabilitas terhadap Perhitungan *Activity Based Costing* (ABC) dalam kasus Saka Bonsai di peroleh penarikan kesimpulan bahwa perbandingan pendapatan bersih yang diterima setelah dikurangi biaya ABC terhadap total pendapatan menunjukkan tingkat profit usaha mengalami *fluktuasi* yang cukup signifikan di ambil dari data bulan Oktober hingga Periode Februari, dimana tiap periodenya mengalami peningkatan margin yang konsisten sehingga dapat membangun sistem operasional yang lebih efisien, terukur dan berkelanjutan. Perbandingan dengan perhitungan secara konvensional yang ada di Saka Bonsai membutuhkan banyak pembekakan dana selama produksi yang dalam perlakuannya mengalami *distorsi* dalam penetapan harga pokok produk serta potensi penyimpangan dalam pengendalian biaya yang menjadi sangat

rendah di informasi biaya yang tersedia dengan tidak didukungnya pengambilan keputusan secara tepat .

Maka dari kasus Saka Bonsai implementasi dari *Activity Based Costing* (ABC) dapat jadi rekomendasi dalam dunia bisnis dikarenakan metode tersebut memiliki banyak keunggulan dan keuntungan meliputi : akurasi biaya yang lebih tinggi, peningkatan pengambilan keputusan strategis, identifikasi biaya tersembunyi, dan peningkatan efisiensi operasional. Metode ini mengalokasikan biaya berdasarkan aktivitas yang sebenarnya dikonsumsi, sehingga menghasilkan penetapan harga yang lebih tepat dan pemahaman yang lebih mendalam tentang profitabilitas produk. Meskipun ABC sangat memungkinkan dan bermanfaat untuk UMKM tanaman hias bonsai, keberhasilannya bergantung pada kesiapan sumber daya, pelatihan, dan dukungan manajemen untuk mengatasi tantangan tersebut. Namun, untuk orang lain yang bekerja dalam bisnis, ada banyak kelebihan dan kekurangan dari metode Konvensional dan ABC.

5.2 Keterbatasan

Dari Penelitian ini memiliki keterbatasan meliputi :

1. Penelitian ini hanya dilakukan dalam 1 lokasi yaitu berada di Saka Bonsai , Pujon Kidul , Kota Batu.
2. Penelitian ini hanya menggunakan data primer pada bulan November sampai dengan Desember tahun 2024 .

5.3 Saran

Saran dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk Peneliti Selanjutnya dapat menggunakan lokasi penelitian selain yang berada di Saka Bonsai , Pujon Kidul , Kota Batu.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya dapat menambahkan data pengamatan selain pada bulan November sampai dengan Desember tahun 2024.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, M. (2023). *E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023*.
- Agro. (2023). Peluang Bisnis Bonsai Semakin Meningkat, Jenis Tanaman dan Bagaimana Cara Merawatnya ? <https://www.Agroniaga.Com/>.
- Amin, M., & Lodhi, K. (2020). *Activity-Based Costing (ABC): Implementation and Success in Pakistani Companies*. <https://www.researchgate.net/publication/340979342>
- Ardiansyah, D., Yuliandari, D., Walim, W., Ilham, S., Lase, M., Banten No, J., Karawang Barat, K., Karawang, K., & Barat, J. (2022). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Tanaman Bonsai Berbasis Web. *Information Management for Educators and Professionals*, 6(2), 111–120.
- ARM, I. (n.d.). Shopee Jadi Platform Favorit UMKM untuk Berjualan Online. 2024.
- Asheforklift. (2023). *Activity Based Costing Adalah: Komponen, Manfaat, dan Batasan*.
- Audina, Y., & Lestari, U. P. (2021). Penerapan Activity Based Costing untuk Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/10.33795/jraam.v5i1.007>
- Aulia, Naibaho, N., & Nurbaiti, W. A. (2021). Survival Strategy and the Role of Technology in Measures of E-Business Progress in E-Commerce Applications. *JURNAL EMBA REVIEW*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.53697/emba.v1i2>
- Balisa, D., Leffia, A., & Shino, Y. (2024). *Karya ini berlisensi di bawah Creative Commons Attribution 4.0 (CC BY 4.0) Memanfaatkan Fungsi Sistem Informasi Manajemen: Prospek dan Tantangan di Dunia Bisnis*. 2(2), 123–133. <https://journal.pandawan.id/mentari/article/view/452>
- Christy, F. E. (2024). *Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024*.
- Evi, M., Octavia, L., Dewi, A., & Amarjupi, D. S. (2022). Pengaruh Strategi Marketing E-Commerce Shopee Dan Media Tiktok Dalam Perspektif Nilai Edukasi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(3), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i3.3522/http>
- Firdiansyah, I., Riki, ., & Rina, . (2024). *Revolutionizing Indonesian SMES: A Comprehensive Analysis of Shopee Online Marketplace's Promotional Strategies in Driving Sales Growth*. 49–52. <https://doi.org/10.5220/0012606800003798>
- Haryanti, Mursalim Laekkeng, & Suriyanti. (2022). Penerapan Activity Based Costing untuk Meningkatkan Profitabilitas pada PT. Bank Sulselbar di Makassar. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(3), 218–223. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v5i3.413>
- Johansyach, M. W., Abadi, T. W., & Febriana, P. (2024). Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha UMKM Tanaman Hias Bonsai. *Jurnal Abdimas Madani Dan Lestari (JAMALI)*, 06(June 2023), 46–52. <https://doi.org/10.20885/jamali.vol6.iss1.art6>
- Kaukab, M. E. (2019a). Implementasi Activity-Based Costing Pada UMKM. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 2(1), 69–78. <https://doi.org/10.32500/jematech.v2i1.576>
- Kaukab, M. E. (2019b). Implementasi Activity-Based Costing Pada UMKM. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 2(1), 69–78. <https://doi.org/10.32500/jematech.v2i1.576>

- Khalid, W., Shihab, W. K., & Prasad, S. (2022). ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM. *Article in International Journal of Scientific Research*. <https://doi.org/10.24327/ijrsr.2017.0807.0484>
- Laekkeng, M. (2022). Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi 5(2) (2022) | 218 Penerapan Activity Based Costing untuk Meningkatkan Profitabilitas pada PT. Bank Sulselbar di Makassar. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(3).
- Mey Hariyanti. (2019). Analisis Data Kualitatif Miles dan Huberman . *Article*.
- Murnitasari, & Tomu, A. (2019). Analisis Penggunaan Activity Based Costing (ABC) Untuk Menentukan Harga Pokok Produk Dan Harga Jual Pada Kedai Roti Maros Timika. *Jurnal Ulet*, III(1), 1–21.
- Nasution, M. A., Putri, T. M. S., Sani, A., & Syamsul Bahri, S. B. (2023). The Influence of Cash Flow, Profitability, and Sales Growth on Stock Prices With Capital Structure as Intervening Variables in Banking Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2015-2019. *International Journal of Economics and Management*, 1(01), 37–46. <https://doi.org/10.54209/iem.v1i01.5>
- Nur, H. (2020). ANALISIS PENERAPAN METODE ACTIVITY BASED COSTING DALAM PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI (STUDI KASUS RAIHAN BAKERY AND CAKE SHOP MEDAN). 3(1), 94.
- Nurjayanti, T., & Amin, A. M. (2022). ANALISIS RASIO PROFITABILITAS UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PT. WIJAYA KARYA (PERSERO) TBK.
- Oktaviani, E., Asrinur,), Wasono, A., Prakoso, I., Madiisriyatno, H., Manajemen, M. M., & Jakarta, P. (2023). TRANSFORMASI DIGITAL DAN STRATEGI MANAJEMEN. *Jurnal Oikos-Nomos*, 16, 2023.
- Pancarpos. (2024). *Kur Bri siap manjakan umkm naik kelas dari hobi koleksi bonsai bisa untung ratusan juta rupiah*.
- Pashkevich, N., von Schéele, F., & Haftor, D. M. (2023). Accounting for cognitive time in activity-based costing: A technology for the management of digital economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 186. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122176>
- Putuhena, H., & Kamarudin, S. F. (2024). Activity Based Costing-Sebuah Kajian. *Owner*, 8(2), 1101–1107. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2027>
- Quesado, P., & Silva, R. (2021). Activity-based costing (ABC) and its implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010041>
- Ratih, S. (2022). *Pengaruh Marketplace Shopee Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Umkm Di Palembang*.
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., & 2024. (2024). *E-commerce dan Transformasi Pemasaran : Strategi Menghadapi Era Digital* (Issue 112).
- Saroyo, D. P. (2023). Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 20–26. <https://ebfelepma.ums.ac.id/2023>
- Simamora, J. M., Sipayung, R., & Januardani, F. D. (2022). Penerapan Metode Activity Based Costing System Untuk Meningkatkan Keakuratan Penghitungan Profitabilitas Pada Hotel Sapadia Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 4(1). <https://doi.org/10.36985/jia.v4i1.354>

- Siscus Kaldianto Lingga, D., & Tirok, J. (2020). EMPIRICAL STUDIES ON EVA AND PROFITABILITY RATIOS ASSOCIATION WITH ANNUAL STOCK RETURN FOR INDONESIA COMPANIES. In *J/Journal of Applied Finance and Accounting* (Vol. 4, Issue 2).
- Sivadiyanti, L. M. (2023). *PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PEKALONGAN MENURUT PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH Oleh : LIENTA MUTIARA SIVADIYANTI Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSITITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO 1444 H / 2023 M.*
- Sopiyan AR. (2019). *KONSEP DAN IMPLEMENTASI ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM.*
- Sufyan, A., & Krisnadi, I. (2024). *PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PENJUALAN PADA TOKO.*
- Suliyanti, N., Studi Manajemen, P., & YPPI Rembang, U. (2022). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia.*
- Teresya, R., Rahmah Nabiilah, R., Tunnajah, S., & Penulis, K. (2022a). *LITERATURE REVIEW E-COMMERCE: PROFITABILITAS, TEKANAN EKSTERNAL DAN KEMUDAHAN PENGGUNA.* 3(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Teresya, R., Rahmah Nabiilah, R., Tunnajah, S., & Penulis, K. (2022b). *LITERATURE REVIEW E-COMMERCE: PROFITABILITAS, TEKANAN EKSTERNAL DAN KEMUDAHAN PENGGUNA.* 3(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Tu Tran, U., & Thi Tran, H. (2022). Factors of application of activity-based costing method: Evidence from a transitional country. *Asia Pacific Management Review*, 27(4), 303–311. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.01.002>
- Uria Yanita Situmorang. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Di Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. *Repository.Uma.Ac.Id.*
- Uva, I. M., Eva Ariati, M.Ruslan Amiruddin, Dicka Tegarismandy, & Wulan Furie. (2024). Creative Communication Strategy for Digital Marketing and E-Commerce in Product Sales (Case Study, Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop). *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 3(3), 537–554. <https://doi.org/10.55927/modern.v3i3.9448>
- Wahyuni, I., Aris Pasigai, M., & Adzim, F. (2019). ANALISIS RASIO PROFITABILITAS SEBAGAI ALAT UNTUK MENGUKUR KINERJA KEUANGAN PADA PT.BIRINGKASSI RAYA SEMEN TONASA GROUPJL. POROS TONASA 2 BONTOA MINASATE'NE PANGKEP. In *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* (Vol. 3). <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>
- Yang, Z. F., Shi, Y., Wang, B., & Yan, H. (2014). Website quality and profitability evaluation in ecommerce firms using two-stage DEA model. *Procedia Computer Science*, 30, 4–13. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2014.05.375>