

## SISTEM INFORMASI AKUNTANSI FORMAL-KULTURAL: STUDI CRITICAL ACTION RESEARCH

Aji Dedi Mulawarman \*  
Muhammad Fadhil Abdullah Ido Lamase  
Meryana Rizky Ananda  
Febrina Nur Ramadhani

Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono No 165, Malang, Indonesia  
\*ajidedim@ub.ac.id

### ARTICLE INFO

Article history:

Received October 9, 2022

Revised January 11, 2023

Accepted January 16, 2023

### Key words:

**Critical Action Research; Sistem Akuntansi Formal; Sistem Akuntansi Kultural**

DOI:

<https://doi.org/10.33508/jako.v15i1.4196>

### ABSTRACT

**Research Purpose.** This study aims to design an accounting information system by integrating formal structure and cultural system in a book publishing business.

**Research Methods.** The research was conducted with a critical action research approach which includes planning, action, critical observation, and critical reflection and redesign.

**Research Result and Findings.** Based on the research results, the researcher proposes two things in the design of formal information systems, namely: (1) the use of Open Monograph Press (OMP) in the operational process; and (2) rearranging the flowchart according to the OMP-based operational system so that all functions become clearer and do not overlap. The cultural information system is designed based on family values and trust which turns out to have more important contribution than the formal accounting information system.

### ABSTRAK

**Tujuan Penelitian.** Penelitian ini bertujuan untuk mendesain sistem informasi akuntansi dengan mengintegrasikan struktur formal dan kultural pada sebuah usaha penerbitan buku.

**Metode Penelitian.** Penelitian dilakukan dengan pendekatan critical action research yang meliputi perencanaan, aksi, observasi kritis, serta refleksi dan redesain kritis.

**Hasil dan Temuan Penelitian.** Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti mengusulkan dua hal dalam desain sistem informasi formal, yakni: (1) penggunaan Open Monograph Press (OMP) dalam proses operasional; dan (2) penyusunan kembali diagram alur (flowchart) sesuai sistem operasional berbasis OMP agar semua fungsi menjadi lebih jelas dan tidak tumpang tindih. Sistem informasi kultural didesain berdasarkan nilai kekeluargaan dan kepercayaan yang ternyata memiliki kontribusi tidak kalah penting dari struktur informasi akuntansi formal.

### PENDAHULUAN

Sistem informasi akuntansi menjadi kebutuhan yang tak terelakkan di tengah kemajuan teknologi informasi dalam rangka mempercepat proses layanan untuk meningkatkan *customer value* (Kucia et al., 2021). Jika suatu sistem dipahami sebagai suatu praksis ilmu yang sarat nilai, maka ia sangat diwarnai oleh nilai budaya di mana sistem dibentuk.

Hidayah (2018) mengungkapkan kemunculan model bisnis baru sebagai suatu inovasi. Terjadi peralihan paradigma dari pemasaran konvensional (*face to face*) menjadi pemasaran modern menggunakan media digital (*screen to face*). Proses

jual beli secara konvensional yang mewajibkan penjual dan pembeli bertatap muka, kini mampu dimediasi oleh media digital sehingga menghasilkan tren pemasaran yang baru. Menjamurnya toko daring, grup dagang daring, platform e-commerce dan model e-business lainnya adalah bukti nyata bahwa masyarakat saat ini menginginkan sesuatu yang mudah, efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Teknologi dibuat agar dapat memberikan manfaat, kemudahan, serta sebagai metode baru dalam melakukan aktifitas kehidupan.

Teknologi, khususnya internet, memungkinkan manusia untuk melakukan aktivitas dengan

mudah, efektif, dan efisien terutama dalam bersosialisasi, memperoleh berbagai informasi, membaca buku, berbelanja termasuk membantu bisnis, jual beli, serta kegiatan pemasaran secara online. Perkembangan teknologi informasi secara signifikan mempengaruhi aktivitas para pelaku usaha. Sistem informasi digunakan untuk mencapai hasil yang lebih baik, namun suatu sistem yang dikonstruksi berbasis budaya tentu tidak hanya akan sukses diterapkan di lingkungan tertentu, namun akan mampu memperkuat penjagaan budaya.

Penelitian ini mengangkat isu sistem informasi yang berbasis formal-kultural karena sistem informasi yang hanya bersifat formal semata tidak selalu efektif untuk membantu organisasi menjalankan operasinya. Penelitian Dumay & Dai (2017) menjelaskan bahwa cara berpikir yang terintegrasi, baik formal maupun kultural justru akan memperkuat kualitas sistem informasi yang dikembangkan.

Berdasarkan data yang dirilis Riyanto (2021), Indonesia berada di posisi ke-8 (delapan) dalam daftar negara paling lama menghabiskan waktu berselancar di internet. Selama tahun 2021, pengguna internet di Indonesia rata-rata berselancar di dunia maya selama 8 jam 52 menit per hari. Fenomena ini mengindikasikan suatu peluang besar bagi pengusaha termasuk usaha penerbit buku untuk mengoptimalkan penjualan demi keberlangsungan usaha penerbit.

Beberapa penelitian sistem informasi akuntansi dengan penjualan berbasis website telah dilakukan dengan fokus penelitian yang berbeda-beda. Rahmansyah & Darwis (2020) melakukan penelitian pada CV Anugrah PS dengan tujuan untuk menelusuri sistem informasi akuntansi pengendalian internal terhadap penjualan. Dari penelitian tersebut diperoleh informasi bahwa Sistem yang dibangun dapat membantu CV. Anugrah PS dalam mengetahui data akuntansi penjualan ataupun laba yang didapat secara cepat tanpa harus melihat nota satu-persatu dikarenakan dapat mencetak laporan pendapatan secara periode. Usulan penggantian sistem akuntansi penjualan manual menjadi sistem akuntansi penjualan berbasis web juga telah dilakukan oleh Aji (2021). Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa sistem akuntansi berbasis manual membutuhkan waktu lebih dalam pengolahan laporan serta data yang disajikan tidak akurat. Oleh karena itu, pada penelitian tersebut, Aji (2021) memberikan usulan berupa rancangan sistem baru yang bersifat komperterisasi dengan Java Script, dan CSS sebagai bahasa pemrograman MySQL dan PhpMyAdim se-

bagai basis data, dengan harapan dapat membantu mempermudah atau memperlancar proses kerja dan meningkatkan kualitas dalam pengolahan data yang terjadi pada CV. Raval Garmino Bekasi khususnya di bagian pengolahan data penjualan barang.

Langkah serupa juga dilakukan oleh Iqbal & Hoba (2021) yang membantu SAIIPROJECT Jambi dalam melakukan perancangan sistem akuntansi penjualan berbasis website agar memudahkan perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan. Pengaruh teknologi informasi terhadap kualitas sistem informasi akuntansi juga telah diteliti oleh Meiryani & Susanto (2018). Dari hasil penelitiannya, disimpulkan bahwa kualitas sistem informasi akuntansi dipengaruhi oleh penggunaan teknologi Informasi.

Mencatat pentingnya budaya dan kebutuhan akan pengembangan suatu sistem informasi akuntansi, peneliti tertarik untuk mendesain sistem informasi akuntansi, khususnya sistem penjualan, dengan mengintegrasikan struktur formal dan kultural pada sebuah usaha penerbitan buku. Studi ini dilakukan pada sebuah penerbit buku yang sedang berkembang dari hanya mempublikasikan 2 judul buku di tahun 2015, kini telah menghasilkan lebih dari 80 judul buku. Sistem informasi akuntansi sederhana yang dimiliki bersifat strukturalis fungsional, dan khusus untuk penjualan sementara hanya memaksimalkan *contact person admin* semata untuk menjangkau pembeli. *Website* yang dimiliki oleh penerbit buku hanya menampilkan judul-judul buku yang telah terbit yang kurang bermanfaat dalam konteks sistem informasi akuntansi.

## KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Kajian Literatur

#### *Sistem Informasi Formal Kultural*

Sistem informasi seringkali dipandang sebagai sebuah sistem formal dengan struktur akuntabilitas yang jelas, namun sebenarnya tidak bisa disangkal bahwa "*information flows and information technologies are often closely inter twined with culture*" (Leidner & Kayworth, 2006), karena sebuah sistem pasti hidup dalam organisasi yang di sana melekat budaya. Menjadi wajar penelitian Choe (2004) terhadap dua organisasi dengan budaya unik masing-masing yaitu Korea dan Australia menghasilkan permintaan atas fungsi sistem informasi yang tidak sama. Choe (2004) menggunakan kriteria budaya dari Hofstede (2011) dan menemukan salah

satunya bahwa budaya Korea memiliki *power distance index* yang lebih tinggi dari Australia. Sebagai konsekuensi, organisasi Korea membutuhkan informasi yang lebih beragam, sedangkan Australia membutuhkan sistem informasi yang lebih fleksibel. Penelitian Kwarteng & Aveh (2018) di Ghana juga menyoroti bagaimana budaya memiliki pengaruh signifikan pada pembentukan sistem informasi akuntansi.

Sistem informasi akuntansi merupakan sistem yang memproses data dan transaksi guna menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengoperasikan bisnis (Krismiaji, 2010). Sistem informasi akan membantu perusahaan dalam rangka mengambil keputusan strategis yang tepat, jika sistem tersebut menghasilkan informasi yang dibutuhkan secara tepat. Salah satu sistem informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan adalah sistem penjualan. Penjualan merupakan aktivitas memperjualbelikan barang dan jasa kepada konsumen (Puspitawati & Anggadini, 2011).

Sistem dan prosedur penjualan merupakan urutan kegiatan sejak diterimanya pesanan dari pembeli, pengiriman barang, pembuatan faktur (penagihan), dan pencatatan penjualan. Mardi (2011) mengungkapkan prosedur penjualan termasuk dalam siklus pendapatan. Ia mendefinisikan bahwa semua yang berkaitan dengan rangkaian aktivitas bisnis dan kegiatan pemrosesan informasi yang terjadi secara berulang-ulang terkait dengan penyerahan barang dan jasa kepada para pelanggan dan menerima semua bentuk pelunasan yang diterima dari pelanggan dapat diartikan sebagai siklus pendapatan. Menyediakan barang atau jasa sesuai dengan kesepakatan antara penjual dengan pembeli pada waktu dan tempat serta harga yang sesuai merupakan aktivitas utama dalam kegiatan siklus pendapatan. Dengan demikian, prosedur penjualan termasuk dalam siklus pendapatan yang dapat diartikan sebagai aktivitas penjualan. Aktivitas ini penting dievaluasi sebagaimana tujuan didirikan suatu perusahaan agar mendapatkan laba melalui transaksi yang dilakukan oleh perusahaan serta mempertahankan eksistensi perusahaan.

#### *Website sebagai Desain Penjualan Penerbit Buku*

Sejak diperkenalkannya komputer di sekitar tahun 1990 dan internet di sekitar tahun 2000, proses adopsi pemasaran ke dalam dunia digital sudah merambah ke banyak negara dan banyak pengguna di tahun 2022 ini. Proses adopsi tersebut berjalan dengan berbagai penyesuaian dan dengan

proses yang cepat. Pemasaran digital merupakan praktek mempromosikan produk dan layanan dengan cara yang inovatif, terutama menggunakan saluran distribusi berbasis database untuk menjangkau konsumen dan pelanggan secara tepat waktu, relevan, dan hemat biaya. Sistem pengaksesan informasi dalam Internet yang paling terkenal adalah World Wide Web (www) atau biasa dikenal dengan istilah Web.

Web pertama kali diciptakan tahun 1991 di CERN, Laboratorium Fisika Partikel Eropa, Jenewa, Swiss. Tujuan awalnya adalah untuk menciptakan media yang mudah untuk berbagi informasi di antara para fisikawan dan ilmuwan (Kadir, 2008). Web adalah cara paling umum untuk menjelajah internet yang terdiri atas ratusan ribu halaman atau dokumen yang saling terkoneksi. Hasilnya terciptalah sebuah standar baru yaitu HTTP dan HTML. Dengan munculnya standar baru tersebut, popularitas internet mulai berkembang pesat. HTTP (Hypertext Transfer Protocol) membuat pengaksesan informasi melalui protokol TCP/IP menjadi lebih mudah dari sebelumnya. HTML (Hypertext Markup Language) memungkinkan orang menyajikan informasi yang secara visual lebih menarik.

Penggunaan web sebagai sarana penjualan didesain sesuai dengan realitas yang diharapkan pengguna. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan aktivitas penjualan penerbit buku. Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama setiap perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Selanjutnya, jika sasaran penjualan yang diharapkan bisa tercapai maka pendapatan pun akan bertambah. Penjualan sebagai sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Secara praktis, penggunaan website sebagai desain penjualan untuk penerbit buku dapat memberikan banyak manfaat, di antaranya:

1. Aksesibilitas: Website dapat diakses oleh siapapun, kapan saja dan di mana saja selama terkoneksi dengan internet, sehingga meningkatkan aksesibilitas ke produk yang dijual.
2. Kemudahan dalam pencarian: Website menyediakan fitur pencarian yang mempermudah konsumen dalam menemukan buku yang diinginkan.
3. Kemudahan dalam pembelian: Website menyediakan fitur pembelian online seperti

- keranjang belanja dan checkout, yang mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian.
4. Kemudahan dalam promosi: Website mempermudah dalam mempromosikan produk yang dijual karena dapat di share dengan mudah.
  5. Analisis data: Website dapat digunakan untuk menganalisis data pembelian dan pengunjung, sehingga dapat membantu penerbit dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif.
  6. Integrasi dengan media sosial: Website dapat diintegrasikan dengan media sosial seperti facebook, twitter dan instagram, yang mempermudah dalam mempromosikan produk yang dijual.
  7. Kemudahan dalam Distribusi: Website mempermudah dalam distribusi produk yang dijual karena dapat di akses dengan mudah.
  8. Kemudahan dalam Konten: Website mempermudah dalam penyampaian konten.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih untuk dapat menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan adalah *critical action research*. *Critical action research* merupakan pengembangan dari metode *action research*. Reason & Bradbury (2007) mendefinisikan *action research* sebagai proses partisipatif yang berkaitan dengan pengembangan pengetahuan praktis. Hal ini dimaksudkan untuk menyatukan tindakan dan refleksi, teori dan praktik, dalam memberikan solusi praktis atas permasalahan yang menjadi perhatian utama serta meningkatkan kualitas kelompok dan individu pada kelompok tersebut, yang secara sistematis menyelidiki situasi sosial tertentu dan menemukan solusi atas permasalahan yang muncul dengan partisipasi kolaboratif (Burns, 2015). Selanjutnya, *critical action research* adalah metode penelitian yang berusaha untuk memahami dan mengubah sistem sosial dan politik yang telah ada melalui tindakan kolektif dan kolaborasi. Ini sering digunakan oleh aktivis, pengorganisasi komunitas, dan individu atau kelompok lain yang bekerja menuju perubahan sosial. Metode ini juga dikenal sebagai Penelitian Tindakan Partisipatif, Penelitian Berbasis Komunitas, Penelitian Tindakan, dan Penelitian Pembebasan.

*Critical action research* berakar pada keyakinan bahwa metode riset tradisional sering kali memihak mereka yang berkuasa, dan bahwa komunitas yang terpinggirkan harus menjadi peserta aktif dalam proses riset untuk mencapai hasil yang benar-benar transformatif. Metode ini menekankan kolaborasi, reflektivitas (yaitu kemampuan untuk merefleksikan bias dan asumsi sendiri), dan komitmen untuk mengambil tindakan untuk mengatasi ketidaksetaraan sosial.

Proses penelitian ini biasanya melibatkan identifikasi masalah-masalah yang menjadi perhatian, membentuk tim penelitian, terlibat dalam pengumpulan dan analisis data, dan menggunakan temuan untuk menginformasikan tindakan kolektif dan perubahan kebijakan. Tujuannya tidak hanya untuk menghasilkan pengetahuan, tetapi juga untuk menciptakan perubahan di dunia nyata.

Penelitian dilakukan pada salah satu penerbit di Kota Malang. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi serta dokumentasi. Mengingat sistem informasi akuntansi pada aktivitas penjualan meliputi pihak penjualan dan pemasaran, maka wawancara dilakukan dengan melibatkan bagian penjualan, pemasaran, dan penerimaan kas penjualan buku. Wawancara dengan direktur penerbit buku dilakukan untuk memperoleh pemahaman tentang jenis buku, idealism nilai buku yang dapat diterbitkan, proses penjudulan buku baik secara online melalui market place dan web resmi penerbit serta penjualan yang dilakukan pada saat acara tertentu, serta kebijakan harga jual buku. Studi dokumentasi, dilakukan dengan mengidentifikasi dan menelaah catatan penerimaan pesanan pembelian buku dan penerimaan kas dari penjualan melalui market place, laman penerbit, dan acara tertentu. Sebagai bagian dari studi kasus, hasil riset akan disosialisasikan dan dievaluasi terkait kemudahan penggunaannya dalam sebuah *Focussed Discussion Group* (FGD) yang dihadiri oleh semua bagian di penerbit buku. FGD ini dilakukan secara daring maupun luring karena manajemen penerbitan berbasis sistem informasi tidak selalu berada di satu tempat yang sama. Analisis data kualitatif dilakukan dengan mengadopsi teknik kodifikasi data kualitatif dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi untuk mengidentifikasi sistem informasi akuntansi penjualan sebagai bahan untuk merumuskan sistem informasi akuntansi penjualan dengan nilai yang diusung penerbit.

Adapun tahapan dalam sebuah penelitian action research menurut Davison et al. (2004), yakni *diagnosing, action planning, action taking, evaluating, dan learning*. Dalam konteks penelitian ini, tahapan penelitian dikembangkan dari empat tahapan penelitian pada action research menjadi enam tahapan, yakni *diagnosing, action planning, action taking, analize, reflection, implementation, dan evaluating*. Pengembangan tahapan penelitian perlu dilakukan karena *critical action research* menekankan pada proses berkesinambungan di mana refleksi dan perbaikan dilakukan secara berkala, sehingga penelitian dapat mengarah pada solusi yang bermanfaat bagi komunitas atau organisasi yang diteliti.

Tahap I: Melakukan diagnosa (*diagnosing*). Langkah ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah yang akan diteliti dan merupakan dasar dari penelitian ini. Pada penelitian ini, diagnosa dilakukan dengan cara mengidentifikasi transaksi penjualan terbitan buku, item-item penjualan, serta harga setiap item untuk mengetahui berbagai kendala dan permasalahan yang dihadapi penjualan buku terkait sistem informasi.

Tahap II, membuat rencana tindakan (*action planning*). Ini merupakan tahapan persiapan untuk melakukan penelitian. Pada tahap ini, peneliti merancang sistem informasi akuntansi penjualan berdasarkan hasil diagnose permasalahan pada tahap sebelumnya. Peneliti melakukan konstruksi sistem informasi akuntansi terintegrasi dengan memadukan aspek fungsional dan budaya.

Tahap III, melakukan tindakan (*action taking*). Langkah ini melibatkan pelaksanaan tindakan yang ditentukan oleh hasil penelitian, serta pengumpulan data melalui teknik yang sesuai, seperti wawancara, observasi, dan pengumpulan data kualitatif. Tindakan ini dilakukan melalui sosialisasi penggunaan sistem penjualan yang telah dirancang oleh peneliti.

Tahapan IV, analisis (*analize*). Langkah ini melibatkan analisis data yang diperoleh dan interpretasi hasil penelitian. Pada tahapan ini dilakukan analisis tahap awal atas hasil implementasi sistem informasi akuntansi penjualan.

Tahapan V, refleksi (*reflection*). Langkah ini melibatkan refleksi atas tindakan yang dilakukan dan hasil yang diperoleh, serta pembuatan rencana perbaikan untuk tindakan selanjutnya. Dalam konteks penelitian ini, refleksi dilakukan atas sistem informasi akuntansi penjualan yang diusulkan.

Tahapan V, implementasi (*implementation*). Langkah ini melibatkan penerapan hasil analisis

dan refleksi dalam praktik keseharian untuk memperbaiki kondisi atau masalah yang diteliti. Pada tahapan ini dilakukan perbaikan atas sistem informasi akuntansi penjualan yang belum sesuai dengan aspek fungsional dan budaya penerbit yang diteliti.

Tahapan VI, evaluasi (*evaluating*). Langkah ini melibatkan evaluasi atas efektivitas tindakan yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang diharapkan dan pengembangan penelitian lebih lanjut jika diperlukan. Tahapan ini dilaksanakan melalui *Focused Group Discussion* (FGD) dengan para partisipan yang telah memperoleh sosialisasi sistem penjualan. Evaluasi dimaksudkan untuk mengukur kemudahan penggunaan sistem penjualan bagi para partisipan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Diagnosa Masalah (Diagnosing)

Peneliti telah melakukan diagnosa (*diagnosing*) sebagai tahap awal penelitian melalui wawancara dan observasi mengenai sistem informasi akuntansi penerbitan buku. tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi adanya kemungkinan kendala atau masalah yang dihadapi penerbit. prosedur penerbitan hingga prosedur penjualan buku digambarkan melalui model *fishbone* dan alur pada gambar 1 dan 2. Terdapat lima bagian yang berjalan dalam prosedur penerbitan buku mulai dari permintaan klien hingga bedah buku, yaitu bagian pemasaran (jasa penerbit), operasional, administrasi dan keuangan, digital affair, dan pemasaran (buku terbit). sementara prosedur penjualan buku dimulai dari informasi launching buku baru, pre-order, bedah buku, upload *e-book*, upload ke *marketplace*, dan prosedur yang terakhir adalah pemesanan oleh pembeli hingga pengiriman buku.

Jika diperhatikan, keenam prosedur penjualan buku yang pada Gambar 1 sebetulnya telah digambarkan dan menjadi bagian dari model *fishbone* prosedur penerbitan buku (*digital affair* dan pemasaran), kecuali alur keenam penjualan yaitu pemesanan oleh pembeli hingga pengiriman buku. jika penerbit bermaksud memisahkan gambaran prosedur penjualan dengan prosedur penerbitan buku untuk keperluan kemudahan evaluasi dan pengendalian (*controlling*), maka seharusnya penerbit memperhatikan bagian-bagian yang menjadi wilayah penerbitan, pemasaran, dan penjualan. apakah bagian pemasaran dan penjualan adalah satu kesatuan? apakah keduanya menjadi bagian dari prosedur penerbitan buku atau saling terkait namun perlu pemisahan pola? poinnya adalah,



Gambar 1. Prosedur penerbitan buku

perlu adanya pembagian yang jelas dan terperinci diantara bagian-bagian tersebut, karena pada model fishbone prosedur penerbitan dan alur penjualan yang digambarkan penerbit di atas belum menggambarkan pembagian yang jelas dan terperinci serta masih tumpang tindih.

Perlunya pembagian yang jelas antara fungsi-fungsi bagian penerbitan, pemasaran, dan penjualan yang dipaparkan peneliti merupakan satu dari sekian persoalan yang selanjutnya disarankan untuk menjadi perhatian dan bila perlu perbaikan. adapun beberapa persoalan yang peneliti coba diagnosa antara lain:

- Penerbit belum memiliki sistem informasi akuntansi yang terpola dengan baik untuk prosedur penerbitan dan penjualan bukunya
- Fungsi-fungsi pada beberapa bagian dalam prosedur penerbitan dan prosedur penjualan yang masih tumpang tindih seperti, Apakah pemasaran atas jasa yang ditawarkan penerbit tepat menjadi bagian dari prosedur penerbitan buku?; Dua bagian pemasaran yang berada pa-

da satu prosedur penerbitan menjadi rancu; Apakah fungsi-fungsi pemasaran dan penjualan penerbit sama; Atau keduanya seharusnya dibedakan dengan pembagian fungsi yang jelas; Bagaimana integrasi kedua bagian ini dalam prosedur penerbitan; Bagaimana budaya membentuk pola produksi dan penjualan buku?

- Model prosedur penerbitan dan penjualan belum menunjukkan integrasi antar bagian
- Tidak menggambarkan aktivitas keuangan penerbit pada model fishbone prosedur penerbitan dan alur prosedur penjualan

Sistem informasi akuntansi bagaimanapun sangat diperlukan dalam operasional penerbit, karena dengan sistem informasi akuntansi dapat mempermudah penerbit untuk melakukan fungsi pengendalian (*controlling*) dan evaluasi (*evaluating*) atas aktivitas keuangan penerbit yang terintegrasi dalam prosedur penerbitan hingga penjualan buku. *website* penerbit yang telah tersedia dapat dimaksimalkan dan dikembangkan untuk mendukung sistem informasi tersebut.



Gambar 2. Prosedur penjualan buku baru

Temuan yang menarik adalah bagaimana penerbit memiliki ‘hubungan kedekatan’ dengan pelanggan yang tak memungkinkan sebuah sistem formal dapat berjalan utuh. seorang informan bagian penjualan menjelaskan bagaimana pembeli enggan untuk menggunakan sistem informasi karena lebih senang langsung membeli dari pihak dari penerbit yang mereka kenal:

“Saat saya sampaikan [ibu] bisa langsung beli saja dari *website* atau lapak di *marketplace* kami, ibunya bilang- *nggak ah ruwet, sama kamu aja- memang nggak bisa langsung sama kamu?*”

Budaya kedekatan ini juga memungkinkan seorang pembeli memiliki kesempatan untuk melakukan penawaran atas harga, khususnya saat mereka membeli dalam jumlah banyak, yang tidak diakomodasi oleh sistem informasi akuntansi. informan yang merupakan bagian penjualan juga menyatakan, pendekatan kultural memudahkannya untuk merayu pembeli membeli lebih banyak buku.

“Kalau dari sistem, misal seseorang mau beli buku dengan jumlah sepuluh atau tiga puluh, *nggak* mungkin muncul diskon, tapi dengan saya, tawar menawar bisa dilakukan, sehingga

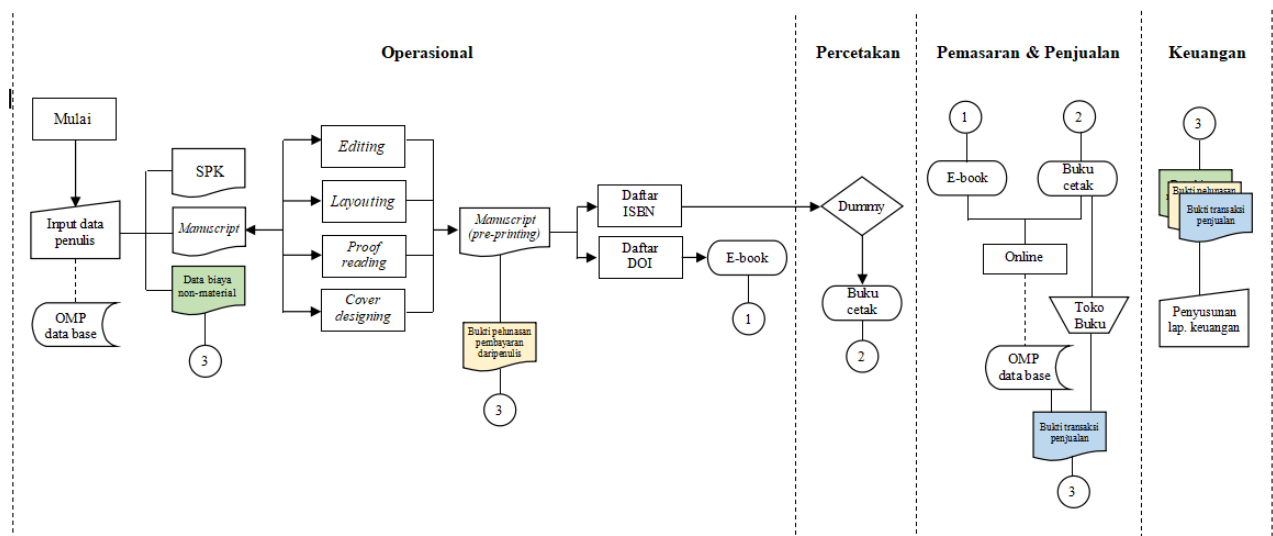
memudahkan kami mendapatkan kesepakatan harga yang saling menguntungkan.”

Sistem informasi akuntansi yang bersifat algoritmis tidak memberikan fasilitas ini pada penetapan transaksi jual-beli buku. hal ini menjadi perhatian dalam desain sistem informasi akuntansi penerbit.

#### Rencana Tindakan (action planning)

Berdasarkan hasil evaluasi dan diagnosa masalah atas sistem penerbitan dan penjualan buku, peneliti mengusulkan sistem informasi akuntansi yang digambarkan melalui *flowchart* pada Gambar 3. peneliti membagi tiga blok utama dalam sistem informasi akuntansi penerbit buku, yaitu bagian operasional, percetakan, pemasaran dan penjualan, serta keuangan. bagian operasional berkaitan dengan proses pra-cetak buku, mulai dari penulis melengkapi data diri, melakukan kesepakatan penerbitan, hingga *launching* e-book.

Selama ini, penerbit menggunakan sistem manual di mana terdapat berbagai dokumen seperti surat perintah kerja (spk) yang dikomunikasikan melalui surat elektronik maupun komunikasi melalui *handphone*.



Gambar 3. Flowchart Sistem Informasi Akuntansi Penerbitan dan Penjualan Buku

Proses ini menyulitkan karena sering sekali terjadi miskomunikasi dan berdampak pada keterlambatan dalam proses editing. Seorang informan editor penerbit menyampaikan:

“Kadang email penugasan numpuk walau sudah diingatkan. dan bahkan walaupun saya sudah selesai mengerjakan *editing*, lalu saya email kembali, gantian sana yang numpuk, emailnya *nggak* dibaca.”

Selain itu, tidak jarang karena banyaknya naskah yang masuk email, terjadi ‘kehilangan’ naskah di antara naskah-naskah yang lain. tentu ini akan sangat buruk dampaknya pada kepuasan pelanggan yang akan menerbitkan buku, karena diminta mengirimkan kembali naskahnya.

Jika sebelumnya proses ini dilakukan secara manual oleh penerbit, maka dalam desain sistem baru peneliti mengusulkan agar serangkaian aktivitas operasional dilakukan melalui *open monograph press* atau *OMP Platform* ini adalah platform tak berbayar yang dapat diunduh dan diinstall pada komputer penerbit. OMP adalah besutan *public knowledge project* (pkp), yang memungkinkan penulis dapat menginput data diri termasuk manuskrip buku yang diajukan kepada penerbit secara *online*. melalui omp penulis juga dapat menelusuri secara

berkala sudah pada tahap mana progres penerbitan bukunya. Open Monograph Press (OMP) merupakan jenis sistem penerbitan buku elektronik yang menyediakan sarana untuk menerbitkan, menyimpan, dan mendistribusikan monografi (buku tunggal) secara online dan gratis. OMP menyediakan sarana untuk menerbitkan buku yang tidak diterima oleh penerbit tradisional atau yang tidak sesuai dengan kriteria penerbitan tradisional. OMP biasanya didukung oleh universitas atau lembaga riset dan dikelola oleh staf akademik atau profesional penerbitan. Dalam penerapannya, OMP dapat membantu pengarang dan peneliti dalam menyampaikan hasil penelitian mereka kepada audiens yang lebih luas, serta memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemeliharaan dan pengembangan literatur ilmiah.

Secara keseluruhan, OMP dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemeliharaan dan pengembangan literatur ilmiah. Ada beberapa manfaat dari menggunakan Open Monograph Press (OMP) dalam penerbitan buku:

1. Penyebaran ilmu: OMP dapat membantu dalam penyebaran ilmu pengetahuan dan hasil penelitian kepada audiens yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan pengakuan dan pengaruh peneliti dan pengarang.





Gambar 4. Tampilan Open Monograph Press

2. Dukungan teknologi: OMP menyediakan dukungan teknologi untuk meng-host dan menyimpan buku elektronik, serta fasilitas editing, desain, dan layout, yang memudahkan pengarang dan peneliti dalam penerbitan buku.
3. Kemudahan dalam distribusi : OMP menyediakan akses yang mudah dalam distribusi buku yang diterbitkan.
4. Keluasan Audience: OMP memungkinkan penulis dan peneliti untuk menyebarkan hasil karya mereka ke audiens yang lebih luas, termasuk pembaca di negara-negara berkembang yang mungkin memiliki keterbatasan akses ke buku-buku cetak yang diterbitkan oleh penerbit tradisional.
5. Kemudahan dalam Promosi : OMP mempermudah dalam pemrosesan buku yang diterbitkan karena dapat dibagikan dengan mudah.
6. Kemudahan dalam Pencarian : OMP mempermudah dalam pencarian buku yang diterbitkan karena dapat dicari dengan mudah.
7. Pemeliharaan : OMP dapat membuat buku yang diterbitkan dapat diperbaharui dan diperbanyak secara cepat, sehingga memudahkan proses pemeliharaan dan pengembangan karya.
8. Terindex dan terakreditasi : OMP juga dapat digunakan sebagai sarana untuk menyimpan karya yang telah terindex oleh database ilmiah dan terakreditasi oleh lembaga riset yang

berwenang.

Gambar 4 menunjukkan tampilan OMP yang diambil dari laman pkp. peneliti tidak mendapat izin dari penerbit untuk menampilkan laman omp penerbit, sehingga Gambar 4 adalah ilustrasi yang dapat mewakili bentuk OMP penerbit, untuk menjaga etika publikasi. OMP juga sekaligus menjadi media pemasaran dan penjualan online seluruh buku yang diterbitkan. OMP menyediakan satu laman yang memungkinkan penerbit menampilkan semua *market place* seperti google-book (untuk versi e-book), shopee, myedisi.

Terkait dengan akomodasi budaya 'kedekatan', OMP menyajikan suatu akses pada para pemasar dengan nomor telepon *mobile* yang dapat dihubungi. dengan demikian sebuah sistem OMP memungkinkan baik sistem kultural maupun formal untuk dapat diterapkan.

Melakukan Tindakan (Action Taking) dan Analisis (Analyze)

Pada tahap melaksanakan tindakan (*action taking*), peneliti memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada pengurus penerbit bagaimana menjalankan OMP. peneliti memberikan gambaran efektivitas penggunaan OMP dan bagaimana system ini akan lebih memudahkan proses pengendalian (*controlling*) dalam operasional penerbit. setelah itu evaluasi secara berkala terus dilakukan peneliti guna menilai efektivitas penerapan sistem yang diusulkan.

Setelah dilakukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan OMP, peneliti melakukan analisis atas tindakan sebelumnya. Hasil analisis memperlihatkan bahwa Penerbit sebetulnya sudah memiliki website yang membantu aktivitas pemasaran dan penjualan buku-buku terbitannya. Pengembangan website yang sudah ada sebagai OMP diharapkan dapat memaksimalkan otomatisasi proses penerbitan hingga penjualan buku yang memungkinkan keseluruhan data tersinkronisasi dalam satu database.

#### Implementasi (Action Taking) dan Evaluasi (Evaluating)

Dari beberapa kendala yang dihadapi, maka pada tahap implementasi peneliti mengusulkan kepada pihak penerbit untuk melakukan integrasi website, media penjualan buku elektronik (e-book), dan marketplace penerbit dengan OMP. Selain itu, untuk merapikan database buku-buku yang sebelumnya telah diterbitkan secara konvensional, maka peneliti mengusulkan kepada penerbit untuk melakukan submisi naskah ke OMP secara bertahap sehingga database benar-benar tertata dengan baik.

Terakhir adalah tahap (*evaluating*). Tahapan ini dilaksanakan melalui *Focussed Group Discussion (FGD)* dengan para partisipan yang telah memperoleh sosialisasi sistem penjualan. Evaluasi dimaksudkan untuk mengukur kemudahan penggunaan sistem penjualan bagi para partisipan.

#### **SIMPULAN**

Sistem informasi akuntansi tidak lepas dari budaya di mana sistem dibangun. Budaya seringkali bersifat subjektif, tidak logis dan hal ini akan menyulitkan dalam proses pemrograman suatu sistem. Peneliti mendesain tiga blok sistem yang diusulkan kepada penerbit buku, yang ditunjukkan melalui *flowchart*, memungkinkan kemudahan dan efektivitas penerbit dalam melakukan pengendalian (*controlling*) atas aktivitas operasionalnya mulai dari pengajuan penerbitan dari penulis hingga penjualan buku baik secara online maupun offline. Khususnya penjualan offline berbasis pendekatan kultural diperlukan untuk tetap menjaga dan meningkatkan tingkat penjualan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada ketidakmampuan FGD daring dalam mengungkapkan secara utuh ekspresi kebutuhan pengguna, dalam hal ini penerbit, terkait sistem informasi yang diusulkan. Hal ini sudah dicoba

diatasi dengan melakukan FGD lebih dari sekali untuk mengonfirmasi temuan. Melalui studi kritis tindakan, peneliti mengusulkan OMP yang memungkinkan pembagian fungsi-fungsi pada setiap bagian yang tergambar dengan jelas dan saling terhubung satu sama lain. OMP selain berfungsi sebagai media pemasaran dan penjualan *online* buku-buku penerbit, berfungsi juga dalam pengendalian proses operasional penerbitan buku. Penulis menginput data secara online dan dapat secara berkala mengikuti tahapan dari proses penerbitan bukunya. Sistem ini dapat diterima oleh pihak penerbit dan evaluasi secara berkala terus dilakukan karena terintegrasinya aspek kultural dan fungsional pada sistem informasi akuntansi.

#### **REFERENCES**

- Aji, A. M. B. (2021). Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Berbasis Web pada CV Raval Gramindo. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(3), 680-691. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.493>.
- Burns, A. (2015). Action Research. Dalam Brown, J. D. & Coombe, C. (Ed.). *The Cambridge Guide to Research in Language Teaching and Learning* (h. 99-104). Cambridge: Cambridge University Press.
- Choe, J. M. (2004). The Consideration of Cultural Differences in the Design of Information Systems. *Information and Management*, 41(5), 669-684. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.08.003>.
- Davison, R., Martinsons, M. G., & Kock, N. (2004). Principles of Canonical Action Research. *Information System Journal*, 14, 65-86. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2004.00162.x>.
- Dumay, J., & Dai, T. (2017). Integrated Thinking as a Cultural Control?. *Meditari Accountancy Research*, 25(4), 574-604. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-07-2016-0067>.
- Hidayah, N. (2018). Analisis Strategi Digital Marketing dalam Membantu Penjualan Living Space dan EFO Store. (Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia). Didapatkan dari <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/10007>.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-26. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>.

- Iqbal, J., & Hoba, Y. L. (2021). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Berbasis Web pada SAIOPROJECT Jambi. *JAAB: Jurnal of Applied Accounting And Business*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.37338/jaab.v3i1.162>.
- Kadir, A. (2008). *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Krismiaji. (2010). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu YKPN.
- Kucia, M., Hajduk, G., Mazurek, G., & Kotula, N. (2021). The Implementation of New Technologies in Customer Value Management – A Sustainable Development Perspective. *Sustainability*, 13(2), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su13020469>.
- Kwarteng, A., & Aveh, F. (2018). Empirical Examination of Organizational Culture on Accounting Information System and Corporate Performance: Evidence from a Developing Country Perspective. *Meditari Accountancy Research*, 26(4), 675–698. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-01-2018-0264>.
- Leidner, D. E., & Kayworth, T. (2006). A Review of Culture Toward a Theory of Information Culture Technology. *MIS Quarterly*, 30(2), 357–399. <https://doi.org/10.2307/25148735>.
- Mardi. (2011). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Meiryani, M., & Susanto, A. (2018). The Influence of Information Technology on the Quality of Accounting Information System. *Prosiding. 2<sup>nd</sup> High Performance Computing and Cluster Technologies Conference: Beijing*.
- Puspitawati, L., & Anggadini, S. D. (2011). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rahmansyah, A. I., & Darwis, D. (2020). Sistem Informasi Akuntansi Pengendalian Internal terhadap Penjualan: Studi Kasus CV Anugrah PS. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informaasi (JTSI)*, 1(2), 42–49. <https://doi.org/10.33365/jtsi.v1i2.388>.
- Reason, P., & Bradbury, H. (2007). *The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice*. London: SAGE Publication.
- Riyanto, A. D. (2021). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021. Didapatkan dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>.