

Pengenalan Sistem Informasi Akuntansi dan Sistem Pemasaran melalui Sosial Media dengan Memperhatikan Etika Digital di Lingkungan SMA Negeri 09 Pinrang

Fika Hartina Sari^{1,*}, Rahadian Cahyadi², Rahmawati Rahmawati³

^{1,2)} Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis Teknologi dan Sosial Universitas Almarisah Madani, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

³⁾ Program Studi Informatika, Fakultas Bisnis Teknologi dan Sosial Universitas Almarisah Madani, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: fika.hartina92@gmail.com¹; rahadiancahyadi@univeral.ac.id²; rahmawati@univeral.ac.id³

Cara Mensitasi Artikel ini:

Sari, F. H., Cahyadi, R., & Rahmawati, R. (2024). Pengenalan sistem informasi akuntansi dan sistem pemasaran melalui sosial media dengan memperhatikan etika digital di lingkungan SMA Negeri 09 Pinrang. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 150-158. <https://doi.org/10.46963/ams.v5i2.2337>

DOI

<https://doi.org/10.46963/ams.v5i2.2337>

Sejarah Artikel

Diterima: 16/11/2024

Direvisi: 09/12/2024

Diterbitkan: 30/12/2024

*) Corresponding Author

fika.hartina92@gmail.com

Editorial Address

Kampus Panam (Parit Enam)

STAI Auliaurasyidin, Jl.

Gerilya No. 12 Tembilahan

Barat, Riau, Indonesia, 29213

abdimasy@stai-tbh.ac.id

Kata Kunci:

Sistem Informasi Akuntansi,

Pemasaran Digital, Media

Sosial, Etika Digital

Keywords:

Accounting Information

Systems, Digital Marketing,

Social Media, Digital Ethics

©Authors (2024) under

licensed [CC BY SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License ([CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/))

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan

signifikan di berbagai bidang, termasuk di lingkungan pendidikan. Salah satu dampaknya adalah semakin pentingnya

pengenalan sistem informasi akuntansi dan pemasaran digital melalui media sosial dalam kegiatan di lingkungan sekolah. Pemahaman dan penerapan sistem ini dapat membantu institusi pendidikan, terutama sekolah, dalam mengelola keuangan, administrasi serta meningkatkan jangkauan dan partisipasi melalui pemasaran di media sosial.

Sistem Informasi Akuntansi merupakan jaringan dari seluruh prosedur, formulir-formulir, catatan-catatan, dan alat-alat yang digunakan untuk mengolah data keuangan menjadi suatu bentuk laporan yang akan digunakan oleh pihak manajemen dalam mengendalikan kegiatan usahanya dan selanjutnya digunakan sebagai alat pengambilan keputusan manajemen (Fitriani et al., 2023). Sistem ini memungkinkan sekolah untuk menjalankan kegiatan operasional secara lebih efisien, meningkatkan akuntabilitas, serta memberikan informasi yang relevan kepada pihak-pihak yang berkepentingan, seperti siswa, orang tua, dan pemerintah. Sistem informasi akuntansi ialah sumber daya manusia dan modal dalam organisasi yang bertugas menyusun informasi keuangan dan informasi yang diperoleh dari kegiatan pengumpulan dan pemrosesan transaksi (Shintia & Riduwan, 2021).

Pemasaran adalah sebuah proses manajerial yang mengakibatkan individu atau kelompok yang ingin mendapatkan apa yang mereka butuh kan atau inginkan, yaitu dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang mempunyai nilai kepada pihak lain. Manajemen pemasaran menyangkut sebuah produk yaitu barang

dan jasa agar lebih dikenal oleh masyarakat luas (Ariyanto, 2023). Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Ananda et al., 2024).

Etika digital berperan penting untuk meningkatkan kontrol diri pada para pengguna media digital. Pengguna internet memiliki etika yang baik maka kontrol diri penggunanya pula akan baik, sehingga pengguna mampu mengontrol dirinya dalam menggunakan media digital pada kehidupan sehari-hari (Azzahra et al., 2022). Media sosial ini sangat familier di kalangan milenial saat ini, bukan hanya itu media sosial saat ini seakan sudah menjadi kebutuhan primer bagi kehidupan manusia, karena dengan media sosial kita bisa mendapatkan segala informasi dengan sangat mudah dan sangat cepat (Nurhadi et al., 2022). Dalam era digital ini, tentunya etika digital menjadi aspek penting dalam berinteraksi di dunia maya, terutama di kalangan pelajar. Dengan menerapkan etika digital dalam sistem pemasaran media sosial, sekolah dapat memberikan contoh yang baik bagi siswa dalam menggunakan internet dan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab. Jadi, kesimpulannya etika digital adalah sikap

dan perilaku yang memanfaatkan sistem digital untuk keperluan dan kebutuhan.

Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui sejauh mana siswa dan guru memahami konsep sistem informasi akuntansi dan sistem pemasaran digital. Membantu siswa dan guru menguasai penggunaan *platform* digital untuk keperluan akuntansi dan pemasaran dengan cara yang efektif dan efisien.

Metode ini diawali dengan melakukan studi pustaka melalui pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan dan menganalisis pengenalan sistem informasi akuntansi dan sistem pemasaran melalui media sosial dengan memperhatikan etika digital di lingkungan sekolah.

Adapun manfaat penelitian ini yaitu memberikan kontribusi pada pengembangan teori terkait sistem informasi akuntansi, pemasaran digital, dan etika digital. Serta memperkaya literatur tentang pemanfaatan teknologi dalam pendidikan, khususnya di sekolah menengah atas.

Pengenalan sistem informasi akuntansi dan pemasaran melalui media sosial dengan memperhatikan etika digital ini diharapkan dapat mendukung lingkungan pendidikan yang lebih modern, transparan, dan etis. Pada akhirnya, hal ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap kualitas pendidikan di sekolah.

Kesenjangan dalam akses teknologi sekolah di daerah terpencil sering kali mengalami keterbatasan dalam hal infrastruktur teknologi seperti koneksi internet yang lambat atau tidak tersedia, kurangnya perangkat seperti komputer

atau *smartphone*, dan sumber daya listrik yang tidak stabil.

Kurangnya akses ke perangkat lunak resmi untuk sistem informasi akuntansi atau alat pemasaran digital sering menjadi hambatan. Solusinya perlu ada dukungan dari pemerintah atau pihak swasta untuk menyediakan fasilitas teknologi dasar.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan dan menganalisis pengenalan sistem informasi akuntansi dan sistem pemasaran melalui media sosial dengan memperhatikan etika digital di lingkungan sekolah. Metode ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai implementasi dan dampak dari sistem informasi akuntansi dan pemasaran digital dalam lingkungan pendidikan, serta tantangan yang dihadapi dalam penerapan etika digital.

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan melakukan studi pustaka mengenai sejauh mana pembahasan SIA yang akan di berikan oleh siswa-siswi SMA. Dengan melakukan peninjauan lapangan dan koordinasi dengan pihak sekolah untuk memperoleh izin mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Menyiapkan alat yang akan digunakan dan materi yang akan diberikan oleh peserta untuk mempermudah mereka dalam menerima informasi selama kegiatan berlangsung. Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian bersama dengan tim pelaksana kegiatan pengabdian. Adapun

metode yang digunakan dalam pengabdian adalah:

1. Metode Ceramah, dengan menyampaikan informasi dan pengetahuan secara lisan kepada peserta PKM.
2. Metode Tutorial, dengan melibatkan paduan atau petunjuk praktis dalam pembelajaran.
3. Metode Diskusi, pendekatan dalam berkomunikasi yang melibatkan pertukaran ide, pendapat, dan informasi antara beberapa individu atau kelompok sesuai dengan materi.

Dengan menggunakan Laptop dan TV LED membantu peserta lebih mudah mengingat dan memahami materi yang cukup banyak dengan waktu yang cukup terbatas. Di akhir diskusi anggota PKM memberikan game (tanya-jawab) kepada peserta diskusi untuk menilai sejauh mana pemahaman dan mengingat materi yang sudah diberikan. Kegiatan dilakukan di beberapa tahap meliputi: persiapan, pelaksanaan dan evaluasi (Irmayanti et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dihadiri oleh siswa siswi SMA kelas 12. Dilakukan pengenalan mengenai sistem informasi akuntansi dan sistem pemasaran melalui sosial media dengan memperhatikan etika digital. Di era sekarang di mana siswa dan siswi sudah harus terbiasa dengan sistem berbasis digital apalagi dalam dunia bisnis terutama dalam lingkup akuntansi dan pemasaran.

a. Tahap Persiapan

Kegiatan ini dimulai dengan persiapan yang mengidentifikasi

permasalahan disekolah dengan wawancara dan observasi lingkungan sekolah yang dilakukan pada hari Selasa. Merupakan langkah awal dalam melaksanakan kegiatan pengabdian untuk memastikan kegiatan berjalan dengan baik, terstruktur dan mencapai tujuannya. Dengan memahami kebutuhan siswa dan guru terkait sistem informasi akuntansi, pemasaran digital dan etika digital dari hasil wawancara guru dan kepala sekolah. Dari hasil wawancara tersebut adalah pemahaman awal dan kebutuhan pengajaran. Di mana permasalahan utamanya adalah kurangnya pemahaman tentang privasi digital.

b. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian bertempat di kelas 12 SMA Negeri 09 Makassar yang dilakukan dalam bentuk pendidikan sistem informasi akuntansi di era digitalisasi. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 16 Oktober 2024. Kegiatan ini dihadiri oleh siswa-siswi kelas 12. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengenalan Sistem Informasi Akuntansi dan Sistem Pemasaran melalui Sosial Media dengan Memperhatikan Etika Digital di Lingkungan Sekolah Menengah Atas. Kegiatan ini di ikuti oleh 43 orang siswa, 1 guru mata pelajaran akuntansi, dan Bapak Ramli Basri selaku kepala sekolah dan Dosen Universitas Almarisah Madani Fakultas Bisnis Teknologi dan Sosial, program studi Akuntansi dan Informatika yang merupakan bagian tim pelaksanaan PKM. Peserta sangat antusias dengan kedatangan tim PKM dengan serius mengikuti pemaparan materi dengan seksama dan untuk menjadikan kegiatan

lebih menarik lagi terdapat sesi diskusi tanya jawab 10 peserta yang dapat menjawab pertanyaan pemateri akan mendapat hadiah untuk kepada peserta yang aktif dalam sesi diskusi. Adapun tujuan dalam memberikan hadiah untuk memberikan semangat kepada para siswa-siswi untuk mengikuti materi

pembelajaran diskusi dan juga buat apresiasi kepada peserta diskusi. SMA Negeri 09 Pinrang sudah memiliki sarana dan prasarana yang memadai, yaitu: ruang kelas, ruang laboratorium dan ruang perpustakaan serta masjid, kantin dan toko alat tulis keperluan siswa.



Gambar 1: Pemaparan Materi Sistem Informasi Akuntansi dan Pemasaran



Gambar 2: Pemaparan Materi UU IT

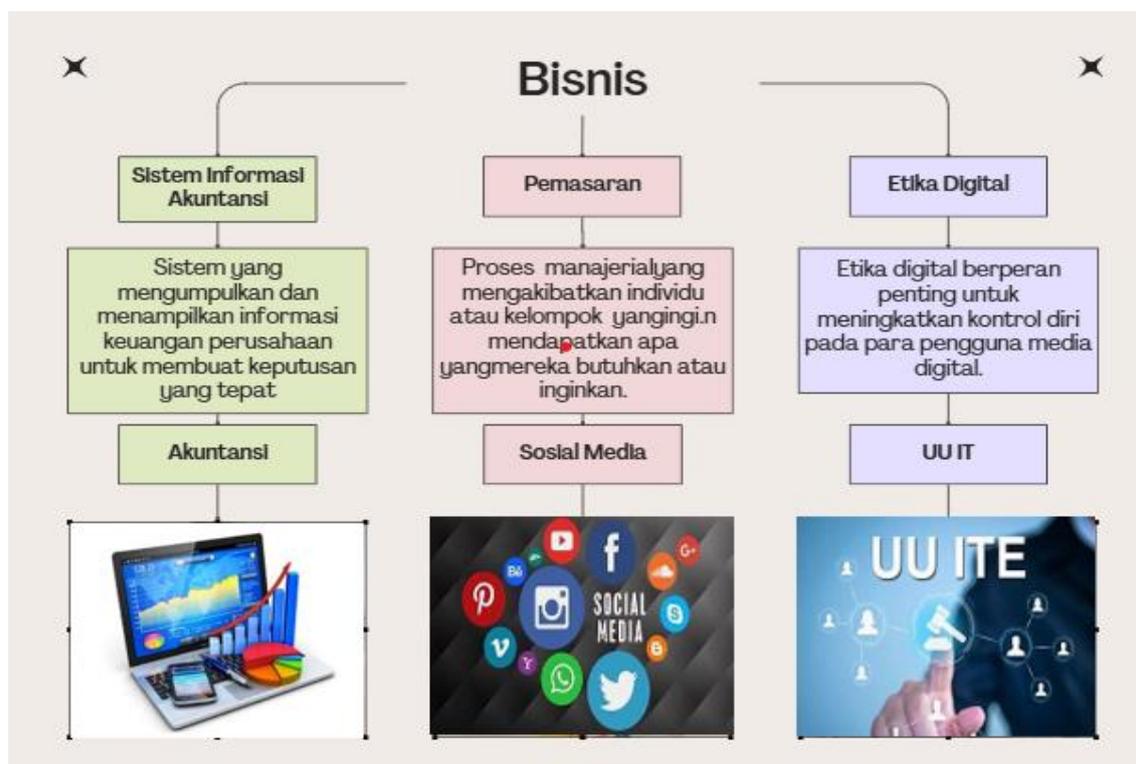
Adapun materi yang disampaikan pengertian akuntansi, sistem informasi akuntansi, dasar proses dan transaksi bisnis dalam SIA, pemasaran sosial media, jenis-jenis sosial media yang digunakan, strategi pemasaran sosial media dalam bisnis dan etika digital. Kegiatan PKM yang berjudul Pengenalan Sistem Informasi Akuntansi dan Sistem Pemasaran Melalui Sosial Media dengan Memperhatikan Etika Digital di Lingkungan Sekolah Menengah Atas. Menyelaraskan dengan mata pelajaran yang di ajarkan di sekolah, tentunya sistem informasi akuntansi adalah hal yang baru mereka pelajari akan tetapi dapat memberikan sedikit gambaran tentang apa itu sistem informasi akuntansi dan pemasaran yang tentunya sangat berkaitannya dengan bisnis. Memasuki era digital tentunya sebagai *Gen Z* harus mengenal dan menggunakan sosial media yang selama ini mereka gunakan bukan hanya sebatas *chatting* dan bercengkerama di dunia maya akan tetap sebagai media pembelajaran dan bisnis.

c. Evaluasi

Dengan memahami sistem informasi akuntansi dan pemasaran sosial media dengan memperhatikan etika digital tentunya akan sangat membantu dan lebih bijak dalam menggunakan sistem informasi dan sosial media. Hal ini juga

dapat memotivasi siswa untuk menyukai menjadi *entrepreneur* yang ahli dalam bidang akuntansi dan IT. Sebab dengan mengikuti zaman yang serba digital kita tidak boleh *gaptek* dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tentunya akan mempermudah dalam bekerja. Di Perusahaan harus mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen agar usahanya dapat terus berjalan (Sari, 2024).

Memindahkan pencatatan pemasukan harian usaha kecil ke aplikasi digital sederhana adalah langkah yang baik untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi risiko kehilangan data. Untuk mengidentifikasi kebutuhan dengan mencatat apa saja yang dibutuhkan misalnya tanggal, jenis barang, jumlah, harga total pemasukan. Setelah itu membuat laporan harian, mingguan atau bulanan. Jika memerlukan fitur tambahan seperti grafik, kategori produk atau catatan stok. Akuntansi keuangan akan menerbitkan informasi keuangan lebih tertib dan secara berkala. Periode pelaporan secara umum adalah satu tahun (1 Januari s/d 31 Desember), atau jika memungkinkan akan menerbitkan informasi keuangan kurang dari satu tahun yang dinamakan informasi keuangan *interim* (per kuartal dan per semester) (Fitriyatul, 2023).



Gambar 3: Hubungan Bisnis dengan Sistem Informasi Akuntansi, Pemasaran dan Etika Digital

Menggunakan aplikasi yang sederhana, gratis atau berbiaya rendah dan sesuai dengan kebutuhan usaha kecil (usaha pemula) seperti *Microsoft Excel* atau *Google Sheets* (untuk fleksibilitas tinggi dan *template* yang siap pakai), aplikasi keuangan (Seperti Buku Kas, catatan keuangan harian, atau *Money Manager*) dan aplikasi **POS** *Poin of Sale* (Seperti Moka, Kasir Pintar, atau Olsera) yang lebih terintegrasi.

Tentunya dalam menggunakan aplikasi tersebut menyiapkan data manual dengan cara mengumpulkan data yang sudah ada dan kelompokkan data berdasarkan tanggal atau kategori agar lebih mudah di input. Untuk aplikasi *Excel/ Google Sheets* dengan membuat kolom terlebih dahulu seperti, tanggal, nama barang, jumlah, harga satuan, total.

Kemudian masukkan data secara manual dan gunakan rumus sederhana misalnya ($=B3*C3$) untuk menghitung total). Untuk aplikasi keuangan biasanya sudah memiliki form yang mudah diisi dengan memasukkan data berdasarkan pencatatan manual. Sedangkan aplikasi POS dengan mengikuti panduan penggunaan aplikasi untuk menginput data penjualan. Tentunya aplikasi ini harus terus dipelajari cara penggunaannya dengan menggunakan aplikasi untuk mencatat harian kedepan dan terus melatih diri atau karyawan untuk mengoperasikan dengan mudah. Tidak lupa memantau dan mengevaluasi dengan memeriksa aplikasi tersebut telah memenuhi kebutuhan usaha jika diperlukan maka *upgrade* ke aplikasi yang lebih lengkap.

Promosi produk *handmade* di Instagram membutuhkan pendekatan yang kreatif yang mampu menonjolkan keunikan produk dengan menulis bio singkat yang menjelaskan identitas bisnis, gunakan logo atau foto yang terbaik dan buat *highlight* seperti produk, promo, testimoni atau *behind the scenes* untuk mempermudah memahami bisnis. Tidak lupa membuat konten yang menarik dengan foto berkualitas tinggi, video pendek dan cerita unik. Jadwal postingan yang konsisten dan interaksi dengan merespons cepat DM. selain itu kolaborasi dan penggunaan *hashtag* (#) yang menarik setiap postingan serta menandai lokasi.

Menghadapi komentar negatif atau *hoaks* di media sosial membutuhkan sikap profesional dan strategi yang bijak untuk melindungi reputasi, menjaga interaksi positif, dan mengatasi dampak negatif. Untuk kritik akui masalah jika benar dan berikan solusi atau informasi tambahan seperti “*Terima kasih atas masukan Anda! Kami akan memperbaiki hal ini segera. Hindari berdebat di ruang publik, jika perlu hapus komentar yang mengandung ujaran kebencian, spam, atau melanggar kebijakan platform. Laporkan akun untuk hoaks atau setangan pribadi yang parah dengan membatasi interaksi gunakan fitur restrict di Instagram atau hide comments di Facebook untuk membatasi visibilitas komentar tanpa memicu konflik.*

Sasaran dalam pengabdian ini adalah siswa SMA 09 Pinrang Sulawesi Selatan. Para tim mengadakan seminar dengan peserta siswa yang antusias untuk mengikuti. Meskipun dalam pengabdian tim PKM menemukan beberapa

permasalahan seperti siswa yang masih kurang paham dengan sistem informasi akuntansi dan pemasaran digital dan etika digital sehingga tim memberikan pemaparan materi yang mudah untuk dipahami oleh siswa. Pengetahuan ini relevan dalam mendorong potensi siswa untuk berwirausaha di era digital.

SIMPULAN

Dengan memahami sistem informasi akuntansi dan pemasaran sosial media dengan memperhatikan etika digital tentunya akan sangat membantu dan lebih bijak dalam menggunakan sistem informasi dan sosial media. Hal ini juga dapat memotivasi siswa untuk menyukai menjadi *entrepreneur* yang ahli dalam bidang akuntansi dan *IT*.

Memahami dasar-dasar pengelolaan keuangan menggunakan sistem informasi sederhana, seperti Pencatatan pemasukan dan pengeluaran. Pemanfaatan aplikasi akuntansi sederhana yang relevan untuk kebutuhan bisnis kecil atau organisasi siswa. Kemampuan ini mendorong kemandirian siswa dalam mengelola laporan keuangan, yang bermanfaat untuk kehidupan akademik maupun profesional.

Mendapatkan wawasan tentang cara membuat dan mengelola konten promosi di media sosial (Instagram, TikTok, dll.). Strategi pemasaran efektif yang dapat meningkatkan daya tarik produk atau jasa. Pentingnya memahami audiens dan algoritma media sosial dalam mencapai tujuan pemasaran.

Memahami tanggung jawab mereka dalam menggunakan media sosial dengan bijak. Menjaga privasi dan keamanan data pribadi. Menghindari penyebaran *hoaks*,

ujaran kebencian, atau perilaku negatif di dunia maya. Memahami dampak hukum dan sosial dari aktivitas online mereka.

Harapan program ini berhasil menjadi langkah awal yang signifikan dalam mempersiapkan siswa SMA untuk menghadapi tantangan dan peluang dunia digital dengan keterampilan dan sikap yang tepat. Kombinasi teknologi, pemasaran, dan etika digital menjadi kunci keberhasilan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ananda, F., Zulvia, D., Tinggi Ilmu Ekonomi KBP, S., & Negeri Padang, P. (2024). Digital Marketing Pada Usaha Kecil dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Pengabdian KBP*, 02(01), 1–10.

Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.

Azzahra, F. K., Muti'ah, T., & Budiarto, S. (2022). Kontrol diri dalam media sosial ditinjau dari etika digital. *Jurnal Spirits*, 12(2), 62–67. <https://doi.org/10.30738/spirits.v12i2.12812>

Fitriani, F. S., Harahap, R. D., & Nurlaila, N. (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia: Peran Pemahaman Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner*, 7(3), 2518–2527. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1427>

Fitriyatul. (2023). *Tujuan Akuntansi*.

Irmayanti, H., Nurhayati, S., & Lubis, R. (2022). Pemasaran Produk Macrame Handycraft Pada. 3(November), 16–21.

Nurhadi, Z. F., Salamah, U., Fadhilah, M. I., & Mogot, Y. D. Y. (2022). Makna Pesan Etika Menggunakan Media Sosial Bagi Santri Di Era Transformasi Digital. *Jurnal Common*, 6(1), 97–115. <https://doi.org/10.34010/common.v6i1>.

7537

Sari, F. (2024). *Management audit of the marketing function*. 5(February), 66–75.

Shintia, I. R., & Riduwan, A. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Motivasi Kerja Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(3), 1–17.