

Analisa Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengaruh Sosial Media Sebagai Media Promosi Penjualan Rotte Bakery Pekanbaru

Afrianti Kartika Putri^{1*}, Septiana Srinandini², Muhammad Richard Ginting³, Zul Azmi⁴

¹⁻⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Riau

*Korespondensi penulis: afriantikartikaputri@gmail.com

Abstract: The purpose of this study was to determine and analyze the accounting information system and the influence of social media as a promotional medium on the sales of Rotte Bakery, Pekanbaru. The target object of this research is Rotte Bakery Pekanbaru. This research uses a descriptive method with a qualitative approach with primary data obtained from observations and interviews with the director of the IT department and the marketing department at Rotte Bakery. Based on the results of observations and interviews, this study shows the results that the analysis of accounting information systems and the influence of social media as a promotional medium to increase sales at Rotte Bakery is very helpful for companies in running their business. The sales accounting information system developed by Rotte Bakery, namely Dreampost.id, aims for an ERP (Enterprise Resource Planning) system, there are several sections such as logistics, profit sharing and payroll, cashiers, and sales that have been collected into one in this application. With this application, it helps companies integrate their sales. In addition, social media also plays a role in increasing sales at Rotte Bakery. By making social media a promotional platform, sales at Rotte Bakery increased from 2019 by an average of 30-60%. This shows that social media is very influential on Rotte Bakery's marketing.

Keywords: Accounting Information System, Social Media, Promotion, Sales

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa sistem informasi akuntansi dan pengaruh sosial media sebagai media promosi pada penjualan Rotte Bakery, Pekanbaru. Objek sasaran penelitian ini adalah Rotte Bakery Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan direktur bagian IT dan bagian marketing di Rotte Bakery. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa analisa sistem informasi akuntansi dan pengaruh sosial media sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan di Rotte Bakery sangat membantu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Sistem informasi akuntansi penjualan yang dikembangkan oleh Rotte Bakery yaitu Dreampost.id bertujuan untuk sistem ERP (Enterprise Resource Planning), terdapat beberapa bagian seperti logistik, bagi hasil dan penggajian, kasir, dan penjualan yang sudah terkumpul menjadi satu di aplikasi ini. Dengan adanya aplikasi ini membantu perusahaan dalam mengintegrasikan penjualannya. Selain itu, Sosial media juga berperan dalam meningkatkan penjualan di Rotte Bakery. Dengan menjadikan sosial media sebagai wadah promosi, penjualan di Rotte Bakery meningkat dari 2019 dengan rata-rata 30- 60%. Hal ini menunjukkan bahwa sosial media sangat berpengaruh terhadap pemasaran Rotte Bakery.

Kata kunci: Sistem Informasi Akuntansi, Sosial Media, Promosi, Penjualan

PENDAHULUAN

Sistem informasi akuntansi adalah suatu sistem yang mengumpulkan, mencatat, dan mengolah data keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan transaksi keuangan untuk menghasilkan informasi untuk pengambilan keputusan (Ardana, 2020a). Nugraha et al., (2023) mengemukakan bahwa sistem informasi akuntansi adalah suatu sistem yang mengumpulkan dan memproses data transaksi serta menyajikan informasi keuangan kepada para pemangku kepentingan. Dengan memperkenalkan sistem informasi akuntansi akan mempermudah operasi akuntansi. Perusahaan dapat dengan mudah dan cepat mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk setiap siklus, antara lain siklus produksi, penjualan, penyimpanan, dan

pembelian. Selain sistem informasi akuntansi, peran perkembangan media sosial juga mempengaruhi tingkat penjualan pada suatu proses bisnis. Dengan berkembangnya media sosial saat ini, para pelaku bisnis tidak perlu lagi khawatir akan batasan, jarak, ruang, dan waktu. Media sosial memiliki keunggulan dalam memudahkan para pebisnis untuk berkolaborasi dengan para pengusaha lain, karena berpotensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Media sosial saat ini sedang menjadi tren dalam komunikasi pemasaran.

Saat ini, berbagai aplikasi media sosial digunakan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hiburan tetapi juga sebagai sarana untuk mempromosikan kegiatan bisnis perusahaan. Di antara berbagai jenis media sosial yang saat ini sedang diminati masyarakat Indonesia antara lain YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, Twitter, dan lainnya. Para pebisnis membutuhkan media pemasaran yang efektif untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Media sosial sebagai salah satu alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran mencakup bauran pemasaran, yang juga mencakup promosi. Tujuan utama promosi adalah agar lebih banyak masyarakat mengetahui produk yang dipromosikan. Semakin banyak orang mengetahui produk yang dipromosikan, maka akan semakin baik kinerja penjualannya. Hal terpenting dalam promosi adalah membuat pesan menarik yang efektif menarik perhatian konsumen. Strategi penyampaian pesan yang efektif adalah pesan yang dapat mengkomunikasikan tujuan promosi. Dengan strategi pemasaran dan media yang tepat, perusahaan dapat menggunakan media sosial untuk menjangkau kelompok sasaran yang inginkan sehingga dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan. Penggunaan media sosial sebagai media promosi sangat populer karena murah dan bahkan tanpa dikenakan biaya (Sulianta, 2015). Kotler and Keller (2012) lebih lanjut menjelaskan bahwa media sosial adalah media dimana konsumen berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video satu sama lain, dengan perusahaan dan sebaliknya. Setiap media sosial mempunyai ciri khas tersendiri dalam mempromosikan produk kepada konsumen. Contohnya Instagram yang merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk pemilik Instagram itu sendiri. Dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah media di Internet yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan menciptakan ikatan sosial virtual. Tujuan pada penelitian ini adalah Mengetahui sistem informasi akuntansi pada Rotte Bakery dan bagaimana pengaruh sosial media sebagai media promosi pada penjualan Rotte Bakery.

LANDASAN TEORI

Dalam membangun suatu sistem informasi akuntansi, perlu disediakan informasi yang diperlukan secara cepat dan tepat waktu untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Sistem informasi akuntansi harus dirancang dengan fokus terhadap biaya, menjamin keamanan aset perusahaan, dan menjadi sistem yang relatif hemat biaya. Media sosial adalah suatu media online seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya yang memungkinkan penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Media sosial adalah media di internet dimana penggunanya dapat mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial dengan pengguna lain secara virtual (Nasrullah, 2015).

Sistem informasi akuntansi dan media sosial dapat berinteraksi dalam berbagai cara. Perusahaan menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, mendengarkan masukan pelanggan, dan membangun citra merk mereka. Sistem informasi akuntansi dapat menggunakan data dari aktivitas media sosial untuk analisis keuangan dan perencanaan strategis. Selain itu, informasi akuntansi yang transparan dapat mempengaruhi persepsi positif pelanggan di seluruh platform media sosial. Saat ini, seiring dengan semakin terfokusnya kebutuhan sehari-hari masyarakat pada makanan siap saji, perkembangan usaha semakin pesat dan beragam, dan produknya pun sudah tersedia. Saat ini industri kuliner khususnya industri roti sedang berkembang pesat sehingga banyak bermunculan pesaing tidak hanya dari kalangan usaha kecil dan menengah saja namun juga dari perusahaan-perusahaan besar yang mulai berdiri di Kota Pekanbaru. Salah satu industri roti yang berkembang pesat adalah usaha Rotte Bakery yang didirikan oleh bapak Syafrizal Abdul Rasyid sejak tahun 2016 yang telah berkomitmen untuk selalu memproduksi produk yang halal enak, dan lembut dengan harga terjangkau tanpa mengurangi kualitas produk.

Seperti halnya Rotte Bakery, perusahaan tersebut juga menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produknya dan sebagai alat promosi yang memberikan keunggulan kompetitif bagi toko rotinya, dengan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan tanpa media sosial. Padahal, pemasaran merupakan aktivitas utama sebuah perusahaan. Sebab tanpa adanya pemasaran maka produk yang dihasilkan tidak ada gunanya. Memproduksi barang dan menjual barang yang dihasilkan memerlukan koordinasi antara sumber daya manusia yang tersedia, keterampilannya, dan alat yang digunakan untuk menjual media tersebut. Pemasaran dikatakan berhasil bila mampu memaksimalkan volume penjualan dan menghasilkan keuntungan jangka panjang. Volume penjualan adalah angka atau ukuran

yang menunjukkan banyaknya barang atau jasa yang terjual. (Daryono,2011 dalam Indriastuti 2019)

Pemanfaatan media sosial pada usaha roti memberikan manfaat seperti membantu meningkatkan volume penjualan roti, peningkatan volume penjualan paling banyak dirasakan sebuah usaha sebesar 30-60%. Sedangkan Menurut (Rosyid 2010:8 dalam Indriastuti 2019) Volume penjualan adalah suatu produk yang dijual dalam bentuk uang dalam jangka waktu tertentu dan mempunyai strategi pelayanan yang baik. Volume penjualan sangat ditentukan oleh penerapan strategi pelayanan perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Dimana strategi ini diperlukan untuk meraih pasar dengan memperhatikan kelemahan dan kelebihan perusahaan sejenis. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang diuraikan dalam artikel yang berjudul “Analisa Sistem Informasi Akuntansi dan Pengaruh Sosial Media Sebagai sarana Promosi Penjualan Rotte Bakery,Pekanbaru “.

Pada penelitian ini, penulis menentukan studi kasusnya yaitu adalah toko yang didalamnya menjual produk roti-rotian. Menurut (Berisha 2011 dalam Wati and Hwihanus 2023), Sistem informasi ada dalam dunia bisnis dan manajemen untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan. Oleh karena itu teknologi sistem informasi harus lebih diperhatikan karena berdampak besar terhadap keberhasilan sistem manajemen perusahaan menjadi lebih baik.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Objek penelitian merupakan Toko Rotte Bakery yang beralamat di Kulim, Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru Riau. Alasan memilih objek penelitian tersebut karena pada Toko Rotte Bakery terdapat pembaharuan sistem informasi akuntansi dan peningkatan penjualan pada produk mereka yaitu dengan melakukan promosi dengan menggunakan media sosial WhatsApp, Instagram, tiktok, dan Facebook sebagai alat promosi agar mempermudah dalam melakukan promosi, jangkauan lebih luas dan berkomunikasi lebih mudah.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi Studi Literatur dan Studi Penelitian Lapangan. Studi Literatur digunakan untuk mengumpulkan informasi yang pada topik penelitian ini, dengan membaca dokumen pendukung penulisan utama seperti buku, artikel, dan website khususnya mengenai sistem informasi akuntansi, pengaruh sosial media, dan penjualan. Studi Penelitian Lapangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara merupakan suatu strategi untuk mengumpulkan informasi yang menggunakan teknik tanya jawab untuk mengumpulkan informasi secara

langsung antara pewawancara dengan individu atau responden untuk tujuan penelitian. Survei dapat dianggap sebagai pertemuan yang terstruktur.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk penelitian ilmu ekonomi, khususnya sistem informasi akuntansi dan media sosial sebagai sarana promosi dan dapat menjadi referensi dalam penelitian berikutnya mengenai “Analisa sistem informasi akuntansi dan pengaruh sosial media sebagai saran promosi pada penjualan”. Penelitian ini diharapkan juga dapat dijadikan sebagai pengetahuan bagi para pebisnis untuk memanfaatkan media sosial dalam mengembangkan usahanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem informasi memegang peranan paling penting dalam perusahaan. Sistem informasi harus digunakan sebagai alat pendukung keputusan untuk mengumpulkan, mengoptimalkan, dan menganalisis data, menemukan kesalahan saat ini, dan memprediksi langkah selanjutnya dalam pengembangan proyek. Sistem informasi dapat terkomputerisasi dan dapat berbentuk spreadsheet Excel. Selanjutnya data tersebut dapat dilihat dan diolah oleh lembaga internal dan eksternal. Dalam hal ini, sistem informasi digunakan secara lebih efisien dan produktif. Sistem informasi akuntansi yang baik dan karyawan yang dapat menggunakan sistem informasi akuntansi secara efektif dapat memprediksi penyimpangan yang mungkin terjadi dalam proses bisnis suatu perusahaan. Komunikasi dan pengembangan sistem informasi akuntansi memfasilitasi pertukaran informasi yang tepat untuk menentukan kebutuhan sistem dan membuat upaya pengembangan sistem berhasil.

Menurut (Karisma, 2023) komponen suatu sistem informasi akuntansi terdiri dari: (1) Input pada sistem informasi adalah data yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan, seperti informasi awal dari aktivitas transaksi penjualan. Informasi awal ini dapat diperoleh dari dokumen sumber atau lampiran formulir bisnis. (2) Proses mengacu pada langkah pengolahan data untuk memperoleh informasi. Proses yang digunakan dalam perusahaan tentu berbeda-beda. Proses-proses ini dapat dilakukan secara online (berbasis komputer) atau secara manual. Proses yang dimaksud adalah proses pengolahan data sejak awal dan proses dalam menyimpan data transaksi secara manual atau terkomputerisasi yang berkaitan dengan proses kegiatan bisnis. (3) Output adalah informasi yang diperoleh dari hasil pengolahan data. Informasi dapat dilihat dalam format hardcopy, file, dan hardcopy laporan.

Usaha Rotte Bakery didirikan pada tahun 2015 oleh Bapak Shahrizal. Sebelumnya beliau sudah memulai bisnis rotinya pada tahun 2007, namun hanya membuat kue kering dan donat saat bulan Ramadhan. Rotte Bakery resmi hadir melayani masyarakat dengan

memasarkan berbagai macam roti berkualitas dengan harga terjangkau. Usaha Rotte Bakery ini terletak di Kulim, Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru Riau. Rotte Bakery juga sudah mendapatkan izin usaha P-IRT No. 206141010358-19. Usaha Rotte Bakery terdiri dari delapan kategori produk yaitu, Cake, Donat, Fit-O, Gandum, Roti Manis, Pillow, Tawar, Selai dan Isian.

Sistem informasi akuntansi yang digunakan di Rotte Bakery saat ini masih dalam proses pengembangan. Saat ini Rotte Bakery masih menggunakan excel dalam melakukan pencatatan laporan keuangannya, belum ada aplikasi khusus dalam sistem informasi akuntansi yang ada di Rotte Bakery. Namun saat ini sistem informasi akuntansi untuk penjualan di outlet-outlet sudah menggunakan sistem yang diciptakan sendiri oleh Rotte Bakery bernama Dreampost.id (Dream Point of Sale). Dreampost rilis bulan juli 2023, berbentuk web base application Tujuan diciptakannya aplikasi ini untuk pengembangan pada sistem bagi hasil yang dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien.

Aplikasi ini dibuat dengan tujuan untuk sistem ERP (Enterprise Resource Planning), aplikasi ini terdiri dari beberapa bagian seperti logistik, bagi hasil dan penggajian, kasir, dan penjualan tersedia dalam satu aplikasi. Dreampost.id ini dapat di akses oleh kasir outlet-outlet Rotte Bakery, area manajer, kepala cabang di setiap outlet, serta admin bagian IT. Akses aplikasi setiap bagian berbeda-beda, pada area manajer aplikasi ini digunakan untuk laporan ketika pekerja toko menginput produk, stok, ataupun menginput penjualannya. Pada bagian ini tugas manajer merekap laporan dan dibandingkan dengan keuangan yang ada di kasir tersebut sesuai atau tidak dengan laporan yang terinput dalam aplikasi. Kemudian untuk kepala cabang tugasnya melakukan inputan seperti laporan stok produk dan dapat menginput pengeluaran yang ada di outlet cabang. Kepala cabang dan leader juga dapat melakukan transaksi penjualan ataupun pembelian. Sedangkan kasir hanya dibatasi khusus pengkasiran saja, hal ini untuk mencegah agar tidak terjadinya kecurangan yang dilakukan pada tiap outlet. Dreampost.id dapat akses ke bagian logistik untuk melakukan pengorderan bahan baku, lalu nantinya bahan baku ini akan dikirimkan ke outlet, karyawan outlet hanya membuat daftar bahan baku apa saja yang diperlukan dan dikirim melalui email ke bagian logistik.

Selain Dreampost.id, Rotte Bakery juga sudah memiliki aplikasi untuk absensi karyawan. Absensi di Rotte Bakery sudah menggunakan sistem geolocation dengan memasang titik koordinat di setiap outlet agar hanya dapat diakses didekat titik koordinat yang telah ditentukan saja, yang berguna untuk menghindari kecurangan pada absensi kehadiran karyawan. Dengan dibuatnya aplikasi penjualan dan absensi dapat mengefisiensi pengeluaran perusahaan. Sebelum adanya aplikasi ini perusahaan mengeluarkan biaya untuk vendor

sebesar 12 juta per bulan hanya untuk menyewa aplikasi penjualan yang mencakup 40 outlet Rotte Bakery. Sedangkan untuk biaya absensi perusahaan harus membayar sebesar 4,7 juta ke vendor untuk sebulan. Absensi di rotte sudah menggunakan sistem geolocation dengan memasang titik koordinat di setiap outlet agar hanya dapat diakses didekat titik koordinat yang telah ditentukan saja, yang berguna untuk menghindari kecurangan pada absensi kehadiran karyawan. Dengan diciptakannya aplikasi ini dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh Rottte Bakery.

Menurut (Bagas et al., 2018) saat ini, ada dua jenis pemasaran yaitu pemasaran offline dan pemasaran online. Pemasaran offline adalah pemasaran tradisional yang melibatkan pelanggan dan pencarian pelanggan atau klien secara langsung dengan mereka yang tertarik menjadi calon pelanggan dan klien. Pemasaran online telah mengubah beberapa bisnis menggunakan media sosial. Dengan memanfaatkan media sosial, dapat mengurangi beban besar biaya iklan yang terkait dengan peluncuran dan pemasaran produk dan layanan yang ditawarkan. Elemen kunci yang mendukung proses ini adalah pemanfaatan fasilitas teknologi informasi, termasuk media sosial. Media sosial telah menjadi bagian integral dari pemasaran bagi banyak bisnis dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien (Indriastuti, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Rotte Bakery melakukan perkembangan dalam mempromosikan produknya. Perkembangan yang telah dilakukan adalah dengan beralih menerapkan digital marketing dengan menggunakan sosial media dalam proses pemasarannya, dari yang semula menggunakan cara konvensional atau secara langsung, lalu berpindah dengan menerapkan digital marketing secara online melalui beberapa media sosial.

(Safko & Brake, 2009) menyatakan bahwa media sosial adalah alat yang paling efektif untuk layanan pelanggan dan menawarkan aplikasi dengan kegunaan yang jelas dalam pemasaran, penjualan, hubungan masyarakat, dan komunikasi. Menurut (Rangkuti, 2009) promosi dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mengiklankan keberadaan suatu produk dan memberikan kepercayaan kepada pembeli terhadap manfaat produk tersebut. Promosi merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan volume penjualan.

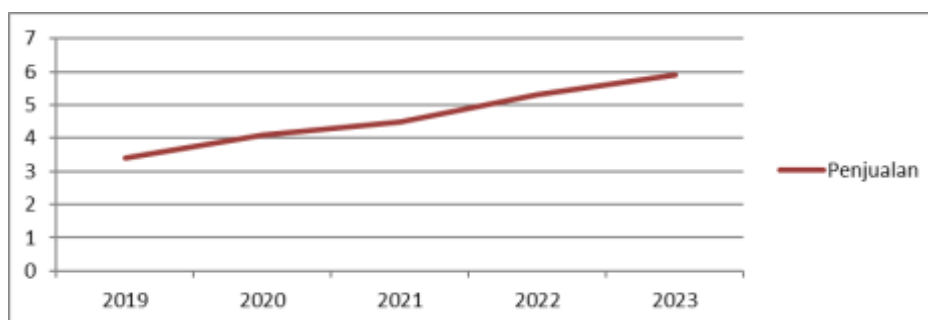
Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan peneliti mengenai penerapan digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk Rotte Bakery. Rotte Bakery menggunakan konsep bauran pemasaran dalam proses pemasarannya. Yaitu, (1) Harga, menjual produk dengan harga yang relatif murah, (2) Produk, memiliki variasi produk dan kualitas terjamin, (3) Tempat, memiliki lokasi yang strategis, (4) Promosi, menggunakan digital marketing dalam

pemasaran, (5) SDM, memiliki sumber daya dengan keterampilan yang diperlukan, dan (6) Proses, memperhatikan proses dan konsumen.

Rotte Bakery juga membangun divisi media untuk membuat video konten terkait promosi produk Rotte Bakery agar semakin dikenal dimasyarakat. Selama ini Rotte Bakery belum melek terhadap promosi di sosial media karena dulu hanya berfokus pada acara dakwah dan kegiatan sosial lainnya. Rotte aktif memanfaatkan sosial media pada tahun 2019. Rata rata persentase dari sebelum dan sesudah menggunakan sosial media sebesar 30-60%. Sebelumnya Rotte Bakery lebih fokus mengikuti kegiatan offline seperti bazar dan kerjasama dengan perguruan tinggi. Selain sosial media Rotte Bakery juga sudah memasarkan produknya lewat kerja sama dengan stakeholder seperti pemasaran produknya di supermarket.

Saat ini persaingan bisnis semakin ketat dan semua perusahaan saling bersaing satu sama lain. Rotte Bakery dapat bertahan, berdaya saing dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal. Rotte Bakery mampu menghasilkan produk-produk inovatif, berkualitas tinggi dengan harga terjangkau dan mampu mengatasi keadaan tersebut dengan mengelola dan memanfaatkan sumber daya perusahaan dengan baik.

Pemasaran dengan melalui sosial media memiliki memiliki 3 keuntungan (Lesmana, 2012 Bagas et al. 2018) : (1) Media sosial tidak hanya membantu pemasar dalam memasarkan produk dan jasanya, tetapi juga berguna untuk mendengarkan keluhan dan saran konsumen. (2) Media sosial sangat memudahkan pemasar dalam mengidentifikasi konsumen berdasarkan kelompok yang dapat mempengaruhi opininya mengenai suatu merk. (3) Media sosial dijalankan tanpa biaya yang besar.



Grafik (1) Grafik Penjualan Rotte Bakery

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan penjualan dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 mengalami peningkatan yang signifikan dengan bertambahnya penjualan pada setiap tahunnya. Artinya promosi yang dilakukan berhasil menarik minat pelanggan untuk membeli produk Rotte Bakery. Promosi yang dilakukan berupa melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: Sistem Informasi Akuntansi adalah sebuah sistem yang bertujuan untuk mengumpulkan data tentang aktivitas perusahaan dan mengubah data tersebut menjadi Informasi serta menyediakan informasi bagi pengguna internal dan eksternal perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai sistem informasi akuntansi pada Rotte Bakery, Rotte Bakery masih melakukan pencatatan laporan keuangannya secara manual. Tetapi dengan mengimplementasikan perangkat lunak akuntansi Microsoft Excel, Rotte Bakery dapat meningkatkan kinerjanya. Rotte Bakery juga memiliki aplikasi bernama Dreampost.id yang digunakan untuk sistem bagi hasil yang dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien. Dreampost.id ini juga memudahkan penginputan transaksi di outlet-outlet cabang, dengan adanya aplikasi ini dapat mengatasi masalah human error dalam penghitungan penjualan dan persediaan serta menghasilkan informasi penjualan yang akurat dan terpercaya. Adanya pengaruh positif dan signifikan pada saat Rotte Bakery menerapkan promosi melalui media sosial terhadap volume penjualan. Media sosial yang sering digunakan Rotte Bakery adalah Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter. Menurut Rotte Bakery manfaat dari media sosial antara lain dapat membuat komunikasi dengan konsumen menjadi lebih lancar dan efisien, dapat mengurangi biaya promosi dan efektif, serta mampu memberikan informasi produk yang akurat. Dan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan volume penjualan.

DAFTAR REFERENSI

- Ardana, H. &. (2020a). BAB 2 Landasan Teori 2.1 Sistem Informasi Akuntansi. Studylibid, Diakses pada 25 Oktober 2020.
- Ardana, H. &. (2020b). BAB 2 Landasan Teori 2.1 Sistem Informasi Akuntansi. Studylibid, Diakses pada 25 Oktober 2020. <https://studylibid.com/doc/878691/bab-2-landasan-teori-2.1-sistem-informasi-akuntansi-2.1.1>
- Bagas, A., Irianto, P., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2018). Pemanfaatan Social Media Untuk Meningkatkan Market Share Ukm PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA. July 2015.
- Indriastuti, P. W. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP VOLUME PENJUALAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (Studi Pada Pengrajin Tas dan Koper di Desa Kludan, Tanggulangin-Sidoarjo). STIE MAHARDHIKA.
- KARISMA, N. I. K. A. D. W. I. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA) PADA LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD) DI KECAMATAN ABIANSEMAL. Universitas Mahasaraswati Denpasar.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated marketing communication. *Language*, 11(273p), 20cm.
- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban sosial media*. Elex Media Komputindo.
- Wati, A. S., & Hwihanus, H. (2023). PERANAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (MICROSOFT EXEL) PADA KINERJA KEUANGAN TOKO KUE ACHI'S CAKE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 123–136.