

Penerapan Sistem Informasi Akuntansi dan *E-Marketing* Bagi UMKM Di Pondok Pesantren Yatim Piatu & Dhuafa Al Matsuroh Karawang

Rohma Septiawati¹, Fista Apriani Sujaya², Saipul Rachman³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang

rohmasseptiawati@ubpkarawang.ac.id¹, fista.apriani@ubpkarawang.ac.id²

saipulrachman@ubpkarawang.ac.id³

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau disebut dengan UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang konsisten berkembang dalam perekonomian nasional. Adanya pandemi covid-19 membuat banyak perubahan dan memerlukan penyesuaian, banyak usaha yang terpengaruh adanya pandemi Covid-19 terutama berdampak pada UMKM. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan sistem informasi akuntansi dan strategi *e-marketing* pada UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu & Dhuafa Al Matsuroh Karawang. Pengabdian ini menggunakan kegiatan pemaparan, penjelasan dan pengarahannya berkaitan dengan sistem informasi akuntansi dan strategi *e-marketing*. Waktu Pengabdian dilakukan pada bulan Juli-September 2021.

Kata Kunci : UMKM, sistem informasi akuntansi, dan *e-marketing*.

1.1. Latar Belakang

Teknologi Informasi pada era modern saat ini sangat berkembang dilihat dari banyaknya *online marketplace* yang sudah ada, seperti tokopedia, shopee, bukalapak dll, dengan adanya *online marketplace* diharapkan membantu para pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam memperlebar pangsa pasar penjualan. Selain *online marketplace* Sistem Informasi Akuntansi untuk pelaku UMKM juga sangat penting, yang berfungsi untuk melakukan pencatatan transaksi penjualan maupun pembelian.

Berdasarkan undang-undang nomor 20 Tahun 2008 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak

perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha kecil sebagaimana yang dimaksud undang-undang adalah usaha yang kriterianya Rp 50.000.000 sampai 500.000.000 dengan omzet antara Rp 300.000.000 sampai 2.500.000.000. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara maju maupun negara berkembang (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tentang Usaha Mikro, Kecil, 2008).

Perkembangan bisnis UMKM yang semakin kompetitif telah memicu perubahan berbagai metode pengelolaan usaha untuk mengefisienkan biaya-biaya dan meningkatkan kualitas produk. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang makanan, sepatu, sandal, pakaian, dan sebagainya memerlukan inovasi-inovasi baru untuk dapat bertahan ditengah era baru atau new normal, dimana usaha dagang berskala mikro kecil menengah perlu membuat pencatatan keuangan dan laporan keuangan yang baik. UMKM biasanya melakukan pencatatan transaksi secara manual, seperti mengisi dokumen secara manual dan perhitungan yang dilakukan secara manual, rentan terhadap kesalahan yang disebabkan oleh human error, serta bukti transaksi yang berupa kertas kemungkinan adanya bukti transaksi yang rusak atau hilang, maka informasi yang dihasilkan mungkin saja menjadi tidak akurat, untuk menangani transaksi dan proses akuntansi yang rutin terjadi perlu disusun sistem informasi akuntansi. Sistem Informasi Akuntansi (Azhar, 2017) adalah Kumpulan (integrasi) dari sub-sub sistem/ komponen baik fisik maupun nonfisik yang saling berhubungan dan bekerja sama satu sama lain secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan.

Pengaruh teknologi informasi secara signifikan telah mempengaruhi praktik akuntansi dan keuangan, dari olah data akuntansi secara manual ke sistem akuntansi yang menggunakan komputer misalnya dengan software akuntansi seperti Micosoft Exel, MYOB Accounting, Zahir, dan program sejenis lainnya. Dalam hal ini, peran sistem informasi akuntansi sangat berpengaruh terhadap usaha skala besar maupun kecil. Peran tersebut dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan ekonomis dalam pengelolaan usaha. Penyediaan informasi akuntansi bagi UMKM juga diperlukan khususnya untuk akses akuntansi bagi UMKM juga diperlukan khususnya untuk akses subsidi pemerintah

dan tambahan modal dari kreditur (Bank), seperti program pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Penerapan E market dan Sistem Informasi Akuntansi UMKM pondok pesantren Al-Matsuroh Karawang di harapkan membantu dalam proses pencatatan keuangan maupun proses penjualan. Pondok Pesantren Al-Matsuroh terletak di Kp. Sari Jaya Desa Puseurjaya Kecamatan Teluk Jambe Timur Kabupaten Karawang, Pondok Pesantren ini di dirikan oleh Ustad Nana dan Istrinya yang sudah berjalan selama 6 tahun, pondok pesanten yang letaknya di belakang Kawasan Industri KIIC membuat banyak orang kurang mengetahui keberadaan ponpes tersebut. Pondok Pesantren Al-Matsuroh sedang menanam pohon sacha inchi yang memiliki potensi penjualan tinggi, sacha inchi ini diproduksi dan dijual dalam bentuk minyak yang digunakan sebagai produk kesehatan, siplemen dan kecantikan, produk ini kaya nutrisi dan sumber omega 3, 6 dan 9, selain dalam bentuk minyak bisa dijual bijian atau kacangnya maupun per bibit atau pohonan.

Berdasarkan pemaparan tersebut perlu adanya pengelolaan hasil yang optimal untuk itu penerapan *e marketing* dan sistem informasi akuntansi bagi UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang dapat membatu kemajuan UMKM supaya dapat menjalankan penjualan dengan mudah dan pengelolaan keuangan menjadi lebih akuntanble.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang muncul yaitu kurangnya penguasaan teknologi mengenai sistem informasi akuntansi dan strategi pemanfaatan *E-marketing* UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu & Dhuafa Al Matsuroh Karawang, karena saat *new normal* covid-19 terjadi peralihan tren pemasaran dari konvensional (offline) ke digital (online), jumlah pelaku usaha khususnya UMKM yang memanfaatkan *e- marketing* tidak sebanding dengan jumlah pertumbuhan pengguna internet, dan masih sedikit pelaku UMKM yang tidak paham bagaimana cara melakukan *e-marketing* dengan memanfaatkan jejaring sosial. Melihat permasalahan yang ada, sehingga yang menjadi pertanyaan di dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Penerapan Sistem Informasi Akuntansi dan *E-Marketing* Bagi UMKM di Pondok Pesantren

Yatim Piatu & Dhuafa Al Matsuroh Karawang.

1.3. Rumusan Konsep Kegiatan

- a. Sosialisasi pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya sistem informasi akuntansi dan *e-marketing* kepada pelaku UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang;
- b. Berbagi pengetahuan mengenai sistem informasi akuntansi dan praktik *e-marketing* dengan memanfaatkan jejaring sosial kepada pelaku UMKM.

1.4. Tujuan Manfaat dan Dampak

1.3.1. Tujuan Manfaat

Para peserta UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang dapat memahami, mengetahui, termotivasi, mempraktikkan mengenai sistem informasi akuntansi dan memanfaatkan pentingnya *e-marketing* untuk menjalankan usahanya.

1.3.2. Dampak

1. Bagi Akademisi

Hasil pengabdian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam kajian akuntansi mengenai penggunaan informasi akuntansi dan Penerapan *E-Marketing* pada UMKM.

2. Bagi UMKM

- 1) Hasil pengabdian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan untuk lebih mengetahui besarnya manfaat informasi akuntansi bagi UMKM.
 - a) Membantu para UMKM memahami *e-marketing* yang dapat dimanfaatkan ditengah pandemic Covid-19.
 - b) Membantu para praktisi dalam memberikan solusi kebutuhan UMKM dalam menjalankan *e-marketing*.

- c) Membantu para UMKM dan para praktisi dalam penggunaan sosial media dan *e-commerce* sebagai strategi bertahan dan mengembangkan usaha di tengah pandemi Covid-19.

3. Bagi Para Abdimas Selanjutnya.

Abdimas ini diharapkan menjadi salah satu sarana pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan kemampuan di bidang pengabdian ilmiah dalam memberikan solusi permasalahan tertentu secara sistematis serta berusaha memecahkan permasalahan yang ada sehingga dapat menunjang pengembangan ilmu pengetahuan.

1.5. Target Luaran

Target luaran dari kegiatan PKM ini mengacu pada permasalahan UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang yang mana membutuhkan sekali penyuluhan, pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan internet untuk digunakan sebagai media iklan dan penjualan produk sachu inchi pada masyarakat yang lebih luas, selain itu luaran dari PKM ini berupa jurnal pengabdian yang akan diterbitkan di Lingkungan Universitas Buana Perjuangan. Adapun target dan luaran PKM seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1.
PKM Capaian target

No	Target
1	Terbangunnya aplikasi <i>E-Market</i> untuk UMKM di <i>online Marketplace</i>
2	Mampu membuat iklan produk sendiri dan mampu mengunggah iklan tersebut ke aplikasi <i>E-Market</i>
3	Mampu memahami secara menyeluruh dan terampil menggunakan komputer dan teknoligi internet untuk mendukung meningkatkan penjualan melalui <i>E-market</i>

Sumber : hasil analisis

Tabel 1.2.
PKM Capaian Luaran

No	Target
1	Berhasil dibuat <i>E-Market</i> di <i>online marketplace</i>

2	Kemampuan membuat iklan produk UMKM Sacha Inchi ke aplikasi <i>E-Market</i>
3	Meningkatkan Kemampuan pengurus ponpes dan santri dalam menggunakan teknologi TI sebagai alat pendukung aplikasi <i>E-Market</i>

Sumber : hasil analisis

TINJAUAN PUSTAKA

1.4. Kajian Teori

1.4.1. Pengertian *E-Marketing*

Menurut (Chen, 2014) *E-Marketing* merupakan proses memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan menggunakan media web, promosi, iklan, transaksi dan pembayaran dapat dilakukan melalui halaman web. Menurut (El-Gohary, 2012) *E-Marketing* adalah sebuah filosofi baru dan praktik harus modern yang terlibat dengan pemasaran barang, jasa, informasi dan ide melalui internet dan elektronik lainnya. Menurut (Judy Strauss, 2001), *E-Marketing* adalah penggunaan teknologi informasi dalam proses membuat, berkomunikasi dan memberikan nilai kepada pelanggan. *E-Marketing* yaitu cara pemasaran yang dilakukan melalui komputer (dan barang elektronik lainnya seperti laptop, gadget) dengan menggunakan suatu sarana komunikasi yang bertujuan mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan keefektifan usaha pemasaran (Kotler, 2011).

Menurut (Dave Chaffey, 2013) *E-Marketing*, internet marketing atau biasa di sebut juga sebagai *digital marketing* merupakan inti dari sebuah *ebusiness*, dengan semakin dekatnya sebuah perusahaan terhadap pelanggan dan memahaminya secara lebih baik, menambah nilai dari suatu produk, memperluas jaringan distribusi dan juga meningkatkan angka penjualan dengan menjalankan kegiatan *e-marketing* yang berdasarkan pada media digital seperti pemasaran melalui mesin pencari, iklan online dan afiliasi pemasaran.

1.4.2. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Menurut (Azhar, 2017) bahwa sistem Informasi Akuntansi merupakan kumpulan (integrasi) dari sub-sub sistem/komponen baik fisik maupun nonfisik yang saling berhubungan dan bekerjasama satu sama lain secara harmonis untuk mengolah data

transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan. Sistem informasi akuntansi adalah sistem akuntansi berbasis komputerisasi yang mengolah data keuangan yang berhubungan dengan data transaksi dalam siklus akuntansi dan menyajikannya dalam bentuk laporan keuangan kepada manajemen perusahaan, kumpulan sumber daya, seperti manusia dan peralatan, yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya kedalam informasi. Informasi tersebut dikomunikasikan kepada para pembuat keputusan. Sistem informasi akuntansi dapat dilakukan dengan 2 macam cara, yaitu sistem manual atau melalui system terkomputerisasi. (Mulyadi, 2018).

Sistem informasi akuntansi merupakan suatu komponen yang mengumpulkan, menggolongkan, mengolah, menganalisa, dan mengkombinasikan informasi keuangan yang relevan untuk pengambilan keputusan pihak-pihak luar (seperti pemerintah, masyarakat, investor, dan kreditor) pihak-pihak dalam terutama manajemen, (Baridwan, 2013).

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

3.1. Strategi Kegiatan

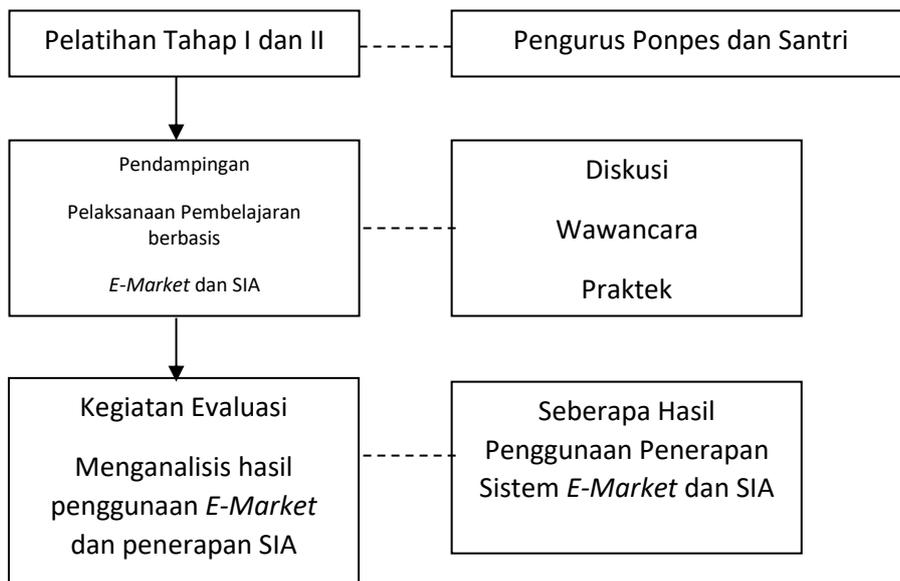
Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan melalui : Kegiatan Pelatihan tentang bagaimana penggunaan *E-Marketing* dari proses membuat akun sampai proses promosi di *online marketplace*, selain itu dilakukan pelatihan bagaimana membuat laporan keuangan yang baik dengan sistem akuntansi seperti Microsoft Exel, program buku kas di play store dll, Pelatihan ini dilakukan baik secara teoritis maupun praktis.

Kegiatan Pendampingan dilakukan melalui berbagai cara agar terjadinya komunikasi antara tim pengabdian dan pihak pesantren baik pengurus maupun santri. Kegiatan ini terutama dilakukan melalui diskusi dan wawancara secara langsung dengan pengelola ponpes yang menjadi peserta pelatihan. Kegiatan ini dilakukan untuk menghasilkan masukan dan saran supaya dalam penerapan *E-Market* dan Sistem Informasi Akuntansi di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang bisa berjalan dengan baik

3.2. Rencana Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan melalui tiga langkah kegiatan yaitu :

1. Kegiatan Pelatihan Tahap I dan tahap II
2. Kegiatan Pendampingan
3. Kegiatan Evaluasi Penggunaan *E-Market* dan Sistem Informasi Akuntansi



Gambar 3.1. Langkah-langkah Kegiatan PKM

3.3. Tim Pelaksana (Kompetensi & Tanggung Jawab dalam Tim)

Pada tabel dibawah ini merupakan daftar tim Abdimas dalam proposal abdimas ini, sebagai berikut:

Tabel 3.1

Daftar Tim Abdimas

Ketua Pelaksana

Nama	: Rohma Septiawati, SE. M.Ak
NIDN	: 0425098705
Jabatan Fungsional	: Tenaga Pengajar
Tugas	: 1. Menyusun perencanaan dan mengkoordinir pelaksanaan abdimas yaitu pengajuan proposal dan evaluasi 2. Melaksanakan rapat/pertemuan pada pelaksanaan kegiatan abdimas 3. Melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait dengan abdimas 4. Melakukan konsultasi dan memberikan laporan proses/tahapan pelaksanaan abdimas 5. Melakukan monitoring dan evaluasi

6. Menyusun laporan penyelenggaraan abdimas dengan dibantu oleh sekretaris dan anggota

Anggota 1

Nama : Fista Apriani Sujaya

NIDN : 0425128510

Jabatan Fungsional

Tugas : 1. Membantu ketua pelaksana menyusun perencanaan dan mengkoordinasi pelaksanaan abdimas
2. Mengkoordinir administrasi kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat
3. Menyusun konsep dan membuat surat-surat serta dokumen lain yang diperlukan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat.
4. Mengkoordinir penyusunan laporan pengabdian kepada masyarakat.

Mahasiswa 1

Nama : Saipul Rachman

NIM : 18416262201017

Tugas : 1. Membantu ketua dan sekretaris mengadministrasikan kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat
2. Membantu sekretaris dalam membuat surat-surat serta dokumen yang diperlukan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat
3. Mengarsipkan dan mendokumentasikan kegiatan pelaksanaan abdimas

4. Menggandakan dan menyebarkan perangkat-perangkat administrasi abdimas seperti SK, Panduan/Juknis, Surat, dll.
5. Memfasilitasi kebutuhan dosen/asisten yang berkaitan dengan pengabdian kepada masyarakat.

3.4. Mitra yang Terlibat

Khalayak sasaran kegiatan Pengabdian Masyarakat pada UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang. Saat ini Pondok Pesantren Al-Matsuroh memiliki 52 Santri 1 Pengelola Pesantren, yang terdiri dari lebih banyaknya santri wati. Berikut Data Santri Yang Mengelola UMKM.

Tabel 3.2.
Jumlah Santri Al-Matsuroh Karawang

NO	JENIS KELAMIN	JUMLAH
1	Santri Laki-Laki	20
2	Santri Perempuan	32

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1. Realisasi Anggaran Biaya

Dalam proposal rencana pengabdian kepada masyarakat ini adapun realisasi anggaran biaya yang telah dikeluarkan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Anggaran Biaya

No.	Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp)
1	Sewa Laptop	100.000,00
2	Sewa Infokus	100.000,00
3	Dana Internet + Listrik	250.000,00
4	ATK (Kertas, Pensil, Papan Belajar, Fotocopy Materi)	100.000,00
5	Transportasi Pelatihan dan Pemantauan	200.000,00
6	Konsumsi Program Kegiatan	400.000,00
7	Biaya Komunikasi	50.000,00
8	Pembuatan Laporan Akhir dan Spanduk	100.000,00
9	Biaya tak terduga	300.000,00

Jumlah	1.500.000,00
--------	--------------

Sumber: Rekapitulasi Pengeluaran

4.2. Jadwal Pengabdian Kepada Masyarakat

Proses pengabdian ini dilakukan selama 4 bulan dengan jadwal sebagai berikut:

Tabel 4.2.

Jadwal Pengabdian Kepada Masyarakat

No.	Kegiatan	Juni	Juli	Agustus	September
1	Persiapan Pengabdian				
2	Pelaksanaan Pengabdian				
3	Penulisan Laporan Kegiatan				
4	Penyerahan Laporan				

Sumber : Perencanaan Jadwal

HASIL KEGIATAN ABDIMAS

5.1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan Abdimas

a. Waktu dan Tempat

Hari : Sabtu - Minggu

Tanggal : 4 - 5 September 2021

Waktu : 10.00 -15.00 WIB

Tempat : UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa
Al-Matsuroh Karawang

Kegiatan : Pelaksanaan Kegiatan Abdimas

b. Peserta : Pimpinan dan anggota pondok pesantren yatim piatu dan dhuafa Al-Matsuroh Karawang.

c. Agenda Kegiatan

Waktu	Kegiatan
Sabtu, 4 September 2021 10.00-10.30	Pembukaan 1. Sambutan Ketua Panitia 2. Sambutan Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana

	Perjuangan Karawang, dilanjutkan dengan pembukaan sosialisasi secara resmi.
10.30-12.00	Pemaparan materi mengenai Sistem Informasi Akuntansi dan pengelolaan keuangan UMKM
13.00-14.30	Memberikan pengarahan mengenai pemanfaatan <i>e-marketing</i> untuk UMKM
14.30 – 15.00	Tanya jawab
Minggu, 5 September 2021	Pemaparan materi praktik mengenai Sistem Informasi Akuntansi, dan pengenalan aplikasi-aplikasi dalam mendukung pengelolaan keuangan UMKM
08.00-09.00	
09.00-11.00	Praktik memberi contoh mengenai pemanfaatan <i>e-marketing</i> untuk UMKM
11.00-12.00	Isoma
12.00-14.00	Diskusi
14.00	Penutup

5.2. Hasil Evaluasi

Berikut rekap data hasil evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat 20 orang peserta dari UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang

Tabel 5.1. Rekap Data Hasil Evaluasi Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

No	Pertanyaan	Hasil Post Test				
		1	2	3	4	5
1	Menurut anda apakah kegiatan sosialisasi ini bermanfaat	95%	10%	-	-	-
2	Menurut anda apakah penjelasan dosen mudah dipahami	90%	10%	-	-	-
3	Menurut anda apakah modul yang diberikan sudah sesuai dengan materi yang disajikan	95%	5%	-	-	-
4	Menurut anda apakah peralatan peraga sudah memadai	85%	5%	-	-	-
5	Menurut anda apakah pendukung (LCD, laptop, white board) sudah memadai	90%	10%	-	-	-

Catatan:

- | | |
|----------------|------------------|
| 1. Sangat Baik | 4. Kurang Baik |
| 2. Baik | 5. Sangat Kurang |

3. Biasa

Kesan yang disampaikan anggota UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang secara umum merasa sangat puas dengan kegiatan ini, karena sangat bermanfaat dan menjadi sebuah peluang dalam berbisnis sehingga membantu masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendapatannya. Sementara pesan yang disampaikan UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang 95% mengharapkan kegiatan ini dapat dilaksanakan kembali dengan durasi waktu yang lebih lama.

5.3. Pembahasan

Hasil tersebut di atas menunjukkan bahwa sosialisasi Sistem Informasi Akuntansi dan pemanfaatan *E-Marketing* pada UMKM di Pondok Pesantren Yatim Piatu dan Dhuafa Al-Matsuroh Karawang dapat menambah pengetahuan dan keterampilan anggota UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha dan pemanfaatan *E-Marketing* untuk memasarkan berbagai produk UMKM yang dikelola tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kegiatan sosialisasi ini dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun meskipun belum semua peserta menguasai Sistem Informasi Akuntansi dan *E-Marketing* dalam mengembangkan UMKM nya secara baik dan materi yang disampaikan. Kegiatan ini mendapat sambutan yang positif dan terlihat dari aktifnya peserta dalam mengikuti semua materi yang disampaikan dan terlihat dari antusias pertanyaan yang ditanyakan ketika kegiatan dilakukan.

5.2. Saran

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Perlu menambah waktu pelaksanaan kegiatan supaya tercapai tujuan kegiatan yang lebih mendalam, dan sebaiknya dana juga perlu ditambahkan agar dapat mengundang pelaku usaha secara periodik.

- 2) Diperlukan kegiatan lanjutan yang berupa sosialisasi sejenis yang diselenggarakan secara periodik, sehingga dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menangani persaingan global.

Daftar Pustaka

- Azhar, S. (2017) *Sistem Informasi Akuntansi. Cetakan pertama*. Bandung: Lingga Jaya.
- Baridwan, Z. (2013) *Sistem Informasi Akuntansi*. 2nd edn. Salemba Empat.
- Chen, L. dan L. T. (2014) ‘Assessment of Internet Marketing and Competitive Strategies for Leisure Farming Industry in Taiwan.’, *Journal of American Academy of Business*. ISSN 15401200, Volume 8 I.
- Dave Chaffey, P. S. (2013) *Emarketing Excellence: Planning and Optimizing your Digital Marketing*.
- El-Gohary (2012) *The impact of E-Marketing Practices on Marketing Performance: A Small Business Enterprises Context*.
- Judy Strauss, R. D. F. (2001) *E-marketing*. 2nd ed. New Jersey: New Jersey : Prentice-Hall, 2001.
- Kotler, P. and K. L. K. (2011) *Manajemen Pemasaran*. 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi (2018) ‘(Akuntansi, Ekonomi, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia)’, *Measurement*, 12(2), pp. 33–48. Available at: <https://www.neliti.com/id/publications/134744/penyusunan-strategi-dan-sistem-penjualan-dalam-rangka-meningkatkan-penjualan-tok>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan M. (2008) ‘UU No. 20 Tahun 2008’, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, (1), pp. 1–31.