

EDUKASI DIGITALISASI PEMASARAN DAN PENCATATAN KEUANGAN PENGRAJIN KERIPIK KARANGBOLO UNGARAN BARAT

Ceacilia Srimindarti^{1*}

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unisbank
*email: caecilia@edu.unisbank.ac.id

Pancawati Hardiningsih²

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unisbank
email: pancawati@edu.unisbank.ac.id

Greg.Anggana Lisiantara³

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unisbank
email: anggana@edu.unisbank.ac.id

Muhamad Ardinata⁴

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unisbank
email: ardiraynal@gmail.com

Sulastri⁵

Fakultas Teknik Informatika dan Industri Unisbank
email: sulastri@edu.unisbank.ac.id

ABSTRACT

Karangbolo Village, as a center for processed chip products and diversification, has been able to compete and sustain the production of regional superior products. The increased market demand has led to a rise in production. The Covid-19 pandemic situation has posed challenges for chip artisans, particularly in terms of a lack of understanding of digitalization technology for marketing and the discontinuity of financial records, making it difficult to determine turnover accurately. This activity is related to the opportunity to increase income sustainably, but it requires support in both knowledge and skill. Skills education is provided to chip artisans in Karangbolo Village. Training results indicate that artisans can optimize digital marketing and simple financial recording based on Excel. Artisans are capable of updating products through WordPress. Furthermore, they can improve product packaging with various variants and sizes to enhance attractiveness and market value.

Keywords: Marketing Digitalization, Bookkeeping, Packaging, Financial Reports

ABSTRAK

Desa Karangbolo sebagai sentra produk olahan keripik dan diversifikasi mampu bersaing dan bertahan menghasilkan produk unggulan daerah. Peningkatan permintaan pasar menjadikan jumlah produksi meningkat. Situasi pandemi Covid 19 menjadikan kendala bagi pengrajin keripik terkait dengan kurangnya pemahaman penggunaan teknologi digitalisasi sebagai sarana pemasaran dan ketidak kontinuitasnya catatan keuangan sehingga menjadikan omset tidak dapat diketahui secara pasti. Kegiatan ini terkait dengan peluang

untuk meningkatkan penghasilan secara berkelanjutan namun perlu didukung ketrampilan baik *knowledge* maupun *skill*. Edukasi ketrampilan diikuti pengrajin keripik desa Karangbolo. Hasil pelatihan menunjukkan pengrajin mampu mengoptimalkan digitalisasi pemasaran dan pencatatan keuangan sederhana berbasis *excel*. Pengrajin mampu melakukan update produk melalui *wordpress*. Selanjutnya juga mampu memperbaiki *packaging* produk dengan berbagai macam varian dan ukuran untuk meningkatkan daya tarik serta nilai jual.

Keywords: Digitalisasi Pemasaran, Pembukuan, *Packaging*, Laporan Keuangan

1. PENDAHULUAN

Industri olahan keripik merupakan industri kecil berada di Ungaran Barat Kabupaten Semarang, mampu bertahan dan berkembang baik hingga sekarang. Hal ini terlihat pertumbuhan jumlah pengrajin meningkat. Melihat kondisi demikian industri kecil keripik berpotensi menjadi skala industri lebih besar. Pengrajin ini tersebar di wilayah Desa Karangbolo, Desa Karangjati, Desa Kebonpolo, Desa Susukan, Desa Mijen, Desa Lorok, dan Desa Pundung Putih (Disperindag, 2021). Industri rumahan ini sebagian besar dikelola secara tradisional oleh ibu-ibu rumah tangga wilayah tersebut. Produk olahan keripik sebagai sentra produk desa Karangbolo mampu bersaing dan bertahan sebagai produk unggulan daerah (Tambunan, 2009). Adapun jenis keripik yang dihasilkan adalah keripik tumpi dan aneka keripik manis.

Beberapa pengrajin keripik desa Karangbolo melakukan diversifikasi hasil olahan keripik. Kelompok kuliner yang melakukan diversifikasi keripik adalah kelompok olahan tumpi "Muawanah" dan kelompok olahan keripik manis "Alfiah". Kelompok olahan tumpi mengembangkan olahan seperti keripik tempe, keripik kacang hijau, keripik kacang, keripik bayam,

dan keripik teri. Sedangkan kelompok olahan keripik manis mengembangkan jenis widaran, keripik pisang, cistik bawang, keripik pare, dan unthuk cacing.

Adanya peningkatan permintaan pasar maka menjadikan produksi juga meningkat. Namun permintaan konsumen pada saat pandemi covid menjadikan kendala bagi pengrajin keripik, karena rendahnya pemahaman penggunaan teknologi digitalisasi sebagai sarana pemasaran (Hutagaol, 2012). Untuk membekali pengrajin agar melek teknologi untuk menunjang usahanya walaupun dalam kondisi Covid sekalipun. Melihat kondisi demikian maka tim DPPMP Universitas Stikubank melakukan kegiatan pelatihan pemasaran dan pencatatan keuangan yang bertujuan untuk membantu pengrajin keripik agar mampu menghitung secara tepat hasil usaha produk dan memasarkan secara luas sehingga memberikan penghasilan secara berkala tanpa tergantung musim.

Adanya beberapa jenis varian keripik baru, maka perlu upaya ekstra untuk memperkenalkan dan memasarkan jenis olahan keripik tersebut, karena para perajin keripik merasa masih kesulitan memasarkan produknya. Beberapa masalah pemasaran seperti perlu redesign ulang label produk agar mampu bersaing

dengan kompetitor lain karena kurang memiliki nilai jual. Disisi lain beberapa pengrajin juga masih menggunakan kemasan polos, hal ini menjadikan produk tidak mampu bersaing di pasar dan tidak dapat meningkatkan omset penjualan (Andarsari, 2018). Pengrajin dengan kondisi demikian hanya terbatas melempar produk di pasaran tertentu seperti pedagang pasar yang berada di sekitar Kabupaten Semarang yaitu kompleks pasar Bandarjo Ungaran, pasar Karangjati, dan pasar Babadan. Meskipun hasil produksi rumahan namun perlu dikenalkan pada segmen pasar yang lebih luas yaitu melalui online. Karena dapat meningkatkan jumlah permintaan produksi, sehingga jumlah produksi meningkat dan berefek penyerapan jumlah tenaga kerja juga meningkat. Hal ini menjadikan pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar lebih baik. Untuk menjangkau pemasaran yang lebih luas dan cepat maka perlu menggunakan fasilitas teknologi internet. Digitalisasi internet ini dapat digunakan dalam proses pemasaran produk sehingga para pengrajin dapat mempromosikan olahan keripik yang dihasilkan dengan berbagai ukuran kemasan maupun varian.

Permasalahan lain adalah pencatatan dan pelaporan keuangan para pengrajin olahan ini belum dilakukan secara rutin dan belum sesuai dengan standar akuntansi. Pencatatan dan laporan keuangan merupakan hal yang sangat penting bagi kegiatan usaha dagang karena sebagai pertanggungjawaban atas kegiatan dagang yang dilakukan (Andrianto et al, 2017).

Adanya beberapa permasalahan tersebut maka kegiatan pkm ini

bertujuan untuk mengenali berbagai macam varian keripik dengan berbagai ukuran, dan mengenalkan kemasan yang menarik sesuai dengan varian produk yang dihasilkan. Dalam hal pemasaran perlu mengoptimalkan pemasaran online dengan blog yang sudah dimiliki melalui *wordpress*. Sedangkan dalam hal pembukuan perlu mengoptimalkan kembali dan melakukan pendampingan secara rutin catatan keuangan, dan mengenalkan dan melakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana berbasis *excel*. Selesaiannya program edukasi pemasaran dan pencatatan keuangan maka dilanjutkan publikasi pada jurnal ilmiah terakreditasi *sinta*.

Kegiatan PKM merupakan salah satu dharma dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, selain mengajar dan penelitian. Aktivitas pengabdian ini dalam bentuk edukasi yang mengarah pada peningkatan pengetahuan dan keahlian pengrajin serta ketrampilan sebagai peluang usaha untuk menghasilkan penjualan yang lebih sehingga diharapkan omsetpun juga meningkat secara berkelanjutan. Untuk itu diharapkan terjadi *link and match* antara FEB Universitas Stikubank khususnya tim PKM dapat menerapkan aspek budidaya dan aspek bisnis dalam meningkatkan pengetahuan bagi pengrajin keripik dalam melakukan pelatihan ketrampilan pemasaran online dan pencatatan keuangan secara sederhana sebagai peluang wirausaha mandiri dan sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat.

Pelatihan ini dilakukan atas kerjasama antara perangkat desa kelurahan Lerep dengan tim pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unisbank Semarang sebagai

salah satu lembaga pendidikan yang ikut bertanggung jawab untuk memberikan edukasi pencatatan keuangan dan digitalisasi pemasaran. menuju kemandirian usaha dan bertanggungjawab.

2. METODE

Beberapa permasalahan yang dihadapi pada peserta pengrajin keripik Karangbolo antara lain banyak masih banyak dijumpai beberapa pengrajin masih menggunakan kemasan kurang menarik/polosan, dalam hal penjualan menggunakan media internet belum optimal, dan pencatatan keuangan masih belum rutin dilakukan sehingga tidak mengetahui omset yang sesungguhnya.

Penerapan aktivitas pkm untuk pengrajin keripik di desa Karangbolo Ungaran Barat dalam bentuk optimalisasi pelatihan digitalisasi pemasaran dan pencatatan keuangan sederhana berbasis excel. Rencana bahan penyuluhan yang diperuntukkan bagi pelaku usaha dalam bentuk kompetensi fundamental terkait konsep pembukuan sederhana, dan bagaimana melakukan pengemasan produk yang menarik kemudian melakukan pemasaran berbasis *wordpress* (Astuti, 2010). Kegiatan dilaksanakan kurang lebih selama 1 minggu.

Adapun metode awal yang digunakan dalam kegiatan pkm ini dengan analisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) untuk pengrajin keripik. Ini membantu mengidentifikasi aspek positif dan negatif yang perlu diperhatikan. Hal ini dilakukan dengan observasi langsung terhadap proses produksi, manajemen

keuangan, dan praktik bisnis pengrajin. Observasi ini membantu dalam pemahaman mendalam terhadap kegiatan sehari-hari dan masalah yang dihadapi. Kemudian melakukan wawancara dengan pengrajin, pemilik usaha, atau pihak terkait lainnya seperti perangkat desa (RT/RW setempat). Wawancara memberikan kesempatan untuk mendengarkan langsung masalah yang dihadapi dan mendapatkan perspektif dari pengrajin keripik. Selanjutnya memberikan pelatihan dan bimbingan langsung kepada pengrajin untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam manajemen keuangan dan pencatatan.

Langkah berikutnya melakukan perencanaan kegiatan yaitu menentukan masalah utama yang perlu penyelesaian, berupa kesulitan dalam pencatatan keuangan, manajemen stok, atau aspek lain yang diidentifikasi. Kemudian merancang solusi yang sesuai dengan masalah yang diidentifikasi. Solusi dapat mencakup perubahan dalam sistem pencatatan, penerapan teknologi, atau perbaikan proses bisnis. Berikutnya diikuti dengan penjadwalan kegiatan yang mencakup waktu pelatihan, waktu implementasi solusi, dan tahapan lainnya. Jadwal ini membantu dalam mengorganisir dan memonitor progres kegiatan, dan menentukan sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan, termasuk anggaran, peralatan, dan tenaga kerja.

Rencana kegiatan dilakukan dengan membentuk kelompok peserta yang terlibat dalam kegiatan. Kelompok ini dapat terdiri dari pengrajin, staf, atau pihak lain yang terlibat. Selanjutnya memberikan tugas dan tanggung jawab kepada

masing-masing peserta. Hal ini memastikan bahwa setiap orang memainkan peran mereka dalam keberhasilan kegiatan. Setiap peserta diharapkan berpartisipasi aktif dalam semua tahapan kegiatan.

Beberapa data pendukung lain yang diperlukan seperti data keuangan pengrajin, dan menganalisis data keuangan pengrajin untuk memahami tren, masalah, dan peluang yang mungkin terjadi. Mengumpulkan dokumentasi terkait proses produksi untuk memahami efisiensi dan potensi perbaikan.

Mendapatkan feedback/umpan balik langsung dari pengrajin terkait masalah dan ide-ide solusi yang mereka miliki. Menganalisis hasil evaluasi pelatihan untuk menilai pemahaman dan kemampuan peserta setelah pelatihan. Dan terakhir membuat sistem pemantauan untuk memantau progres implementasi solusi dan mengidentifikasi perubahan yang diperlukan.

Melalui penggunaan metode dan perencanaan yang tepat, tim pengabdian dapat mengoptimalkan upaya untuk membantu pengrajin keripik dalam mengatasi masalah dan meningkatkan praktik bisnisnya.

Setelah selesai mengikuti pelatihan dan pendampingan pemasaran dan pendampingan rutinitas pencatatan keuangan diharapkan peserta pengrajin keripik menjadi lebih paham dan mulai berbenah atas produk dan administrasinya mulai dari mengubah penampilan kemasan yang menarik, mengoptimalkan pemasaran online hingga melakukan optimalisasi pencatatan secara rutin atas hasil usahanya sehingga diharapkan para

pengrajin keripik mampu mengetahui pengemasan/packing produk yang menarik sesuai dengan icon masing-masing pengrajin dengan beragam ukuran dan varian, mengoptimalkan kembali pemasaran secara digital dengan blog yang sudah ada media internet melalui *wordpress*. Pengrajin diharapkan juga mampu memasarkan produk dengan jangkauan lebih luas. Mengoptimalkan kembali secara rutin pencatatan keuangan secara sederhana melalui program *exell*, dan mengetahui perolehan omset/penjualan yang sesungguhnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi kegiatan edukasi dilakukan di balai pertemuan desa Karangbolo Ungaran Barat. Keberadaan tempat pelatihan tidak jauh dari tempat tinggal para pengrajin sehingga mudah diakses karena lokasi tidak jauh dari keramaian kota. Pencapaian lokasi aktivitas yang dilakukan oleh tim pkm dapat ditempuh melalui jalan darat kurang lebih mencapai ± 13 km dengan waktu tempuh kurang lebih 35 menit.

Metode pelaksanaan kegiatan untuk merealisasi program edukasi ketrampilan pemasaran dan pencatatan keuangan untuk meningkatkan pendapatan/omset pengrajin keripik (Ediraras, 2010) di desa Karangbolo yaitu (a) melakukan pengemasan/packing ulang produk dengan menarik untuk beragam ukuran dan varian bagi pengrajin baru maupun lama. Pelatihan pencatatan keuangan yaitu pelatihan materi yang berkaitan dengan: (1) jenis transaksi, (2) jurnal umum, (3) buku besar, (4) neraca saldo, (5) jurnal penyesuaian, dan (6) laporan keuangan

yang terdiri: laba-rugi, perubahan modal, dan neraca (Agnes et al, 2022).



Gambar1. Packaging Keripik Sebelum Label



Gambar 2. Packaging Keripik Sesudah Label



Gambar 3. Packaging Kemasan Kirim

Gambar 4. Pembukuan Sederhana

Tabel 1. Pencatatan Pengeluaran Operasional

No	Biaya operasional	Keterangan	Rupiah
1	Bahan baku singkong/1kg 1.600 x 100 x 30 hari	3000 kg	Rp 4.800.000
2	Bumbu 100.000	30 hari	Rp 3.000.000
3	Gaji karyawan 3 orang 700.000	1 bulan	Rp 2.100.000
4	Gas lpg 1 bulan – 17.000	30	Rp 510.000
5	Minyak goreng 1 kg 12.000	80 kg	Rp 960 .000
6	Peralatan lainnya	–	Rp 500.000
	Total		Rp 11.870.000

Selanjutnya (c) Edukasi manajemen pemasaran, yaitu pemberian edukasi berbasis digital secara online khususnya aktivitas perdagangan; termasuk transaksi melalui internet (Agnes et al, 2022) yang dapat dilihat pada gambar 5 berikut;

Gambar 5. Pemasaran Berbasis WordPress

dan (d) Pendampingan lapangan yaitu melakukan pendampingan penerapan manajemen usaha, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran berbasis internet.

Adapun pemecahan masalah mitra yang dilakukan dalam bentuk edukasi, pendampingan secara berkala, monev, dan evaluasi berbasis teknologi, dilaksanakan mulai dari (a) mekanisme pencatatan keuangan hingga penyusunan laporan pertanggung jawaban sederhana melalui aplikasi excel.

Tabel 2. Pencatatan Laporan Keuangan Keripik Berbasis Exell

NERACA					
UD.KERIPIK ENAK					
per 31 Oktober 2021					
No. Akun	Perkiraan	Saldo	No. Akun	Perkiraan	Saldo
	AKTIVA			HUTANG	
6	Kas	145.000.000		Hutang Dagang	60.000.000
7	Kas Bank BRI	41.800.000		Hutang Bank	30.000.000
8	Piutang	30.000.000			
9	Persediaan Barang	200.000.000		MODAL	
10	Inventaris Toko	70.000.000		Modal usaha	500.000.000
11	Akum. Invent Toko	-2.500.000		Laba Rugi Bln Berjalan	70.000.000
12	Gedung	50.000.000			
13	Akum.Gedung	-700.000			
14	Tanah	120.000.000			
15					
16	Jumlah	600.000.000,00		Jumlah	600.000.000,00
17					

Selanjutnya (b) lakukan pemasaran melalui internet dan merealisasi transaksi *online*.

Sepanjang menyimak kegiatan peserta sangat aktif dalam mendalami materi. Kondisi tersebut secara eksplisit diikuti beberapa tanya jawab permasalahan dan tanggapan dari peserta terkait dengan edukasi PKM ini. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengamatan langsung pada tahap rencana solusi, pembuatan dan pengujian pemecahan masalah, penerapan pemecahan masalah, maupun pada saat penerapan yang dilakukan secara langsung oleh pengrajin. Hasil akhir dari rangkaian aktivitas tersebut, akan dilakukan monev internal untuk melihat hasil secara nyata. Dengan movev internal akan diketahui elemen perintang maupun elemen penunjang. Tindakan monev ini dilakukan untuk memperoleh kesesuaian hasil seperti yang diharapkan dalam rangka solusi mitra.

Penilaian untuk melihat partisipasi khalayak sasaran dengan cara menguji proses dan hasil pelaksanaan aktivitas. Metode kegiatan dikatakan sukses bila dikerjakan seperti rancangan yang sudah disiapkan beserta antara satu sisi tim pengabdian masyarakat FEB Unisbank sebagai pihak instruktur

dengan ketua kelompok pengrajin keripik.

Tolak ukur keberhasilan PKM tentang pelatihan digitalisasi pemasaran dan pencatatan keuangan sederhana bagi pengrajin keripik yaitu terletak pada kemampuan pemahaman mitra dan menjalankan pencatatan keuangan secara wajar minimal dengan tingkat tanggapan 75% setiap unsur yang terkandung dalam pencatatan keuangan secara lazim (Kurniawati et al, 2012). Kondisi ini dapat terlihat pada saat mempraktekkan kegiatan dari awal hingga akhir. Sejumlah permasalahan krusial dalam penyusunan catatan keuangan yaitu pengertian berkenaan terminologi akuntansi, unsur-unsur yang ada dalam akuntansi, cara penyusunan catatan akuntansi, mekanisme menghitung penyusunan catatan akuntansi, serta mengambil tindakan bisnis.

Apabila dalam penerapannya terdapat sejumlah gangguan atau halangan selanjutnya pihak pengabdian akan sewaktu-waktu melaksanakan bantuan langsung secara berkala kurang lebih selama sebulan dan melatih kembali yang dirasa mitra masih kurang paham. Tindakan ini dilaksanakan merupakan bentuk pautauan dan ulasan (*monev*) dari sisi tim pkm FEB Unisbank Semarang. Secara rinci tim pkm akan melaksanakan pengkajian melalui tiga cara yaitu; 1) cara verifikasi. Metode ini dilakukan dengan melihat secara langsung mekanisme pencatatan keuangan yang sudah dilaksanakan selama satu pekan; 2) cara komunikasi/dialog. Cara ini dilaksanakan dengan cara berbincang secara langsung dengan pelaku usaha keripik yang berkenaan dengan kendala saat melaksanakan penyajian catatan keuangan; 3) berkontribusi solusi. Cara

ini dilaksanakan dalam bentuk nasehat atau saran atas problem yang dihadapi oleh para pengrajin keripik saat a melaksanakan penyajian catatan keuangan. Selain itu tim pengabdian juga menggunakan instrumen sebagai indikator kesuksesan kegiatan pkm melalui kuesioner sebelum dan sesudah edukasi yang diisi secara langsung oleh pengrajin keripik.

Adapun dampak secara nyata dirasakan dari hasil pkm pada mitra dapat bervariasi dan mencakup beberapa teknik. Melalui teknik pengecekan dapat membantu memastikan keakuratan pencatatan keuangan pengrajin keripik. Dengan memeriksa sistem pencatatan selama satu bulan penuh, tim pengabdian dapat mengidentifikasi kesalahan atau ketidaksesuaian data yang mungkin terjadi. Dengan memahami secara langsung bagaimana sistem pencatatan beroperasi, tim pengabdian dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efisiensi proses pencatatan keuangan, sehingga meminimalkan potensi kesalahan. Melalui pengecekan, tim pengabdian dapat memberikan pelatihan dan bimbingan langsung kepada pengrajin, membantu mereka memahami dan mengelola pencatatan keuangan mereka dengan lebih baik. Adapun hasil pengecekan tersebut mitra mampu secara rutin melakukan pencatatan pembukuan serta menghasilkan laporan keuangan seperti pada tabel 1 dan tabel 2.

Selain teknik pengecekan, tim pkm melakukan teknik diskusi karena membuka ruang untuk mendengarkan secara langsung kesulitan yang dihadapi oleh para pengrajin. Dengan memahami masalah secara mendalam, tim

pengabdian dapat merancang solusi yang lebih sesuai. Melalui diskusi secara langsung memungkinkan komunikasi yang efektif antara tim pengabdian dan pengrajin. Hal ini dapat menciptakan lingkungan di mana pengrajin merasa nyaman berbagi masalah dan ide-idenya dan membantu mengidentifikasi tantangan dan kendala yang dihadapi pengrajin.

Terakhir tim pkm memberikan solusi atau saran konkrit terkait arahan yang jelas kepada pengrajin untuk memperbaiki masalah pencatatan keuangan yang dihadapi. Solusi yang diberikan berfokus pada peningkatan keberlanjutan praktik bisnis pengrajin, mencakup penggunaan teknologi, perubahan prosedur, atau peningkatan manajemen keuangan (Sixpria et al, 2014). Melalui teknik solusi ini, tim pengabdian dapat memberdayakan pengrajin untuk lebih mandiri dalam mengelola pencatatan keuangan usahanya, meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan (Wahana Komputer, 2014). Dengan kombinasi ketiga teknik ini, pengabdian masyarakat dapat mencapai dampak secara holistik, tidak hanya memeriksa dan mengidentifikasi masalah tetapi juga memberikan solusi yang berkelanjutan untuk peningkatan praktik bisnis pengrajin keripik (Rahadhini, 2021).

4. KESIMPULAN

Kegiatan edukasi pencatatan keuangan dan digitalisasi pemasaran bagi pengrajin keripik desa Karangbolo sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan tentang pencatatan keuangan secara tertib dan benar dan melakukan pemasaran *online* dengan

mengunggah karakteristik produk andalan melalui wordpress. Kerjasama pihak pengurus desa/kelurahan kecamatan Ungaran Barat dengan tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unisbank Semarang diharapkan dapat membantu meningkatkan ketrampilan pengrajin dalam menggunakan teknologi. Lebih jauh lagi dapat mendisiplinkan serta merutinkan dalam pencatatan keuangan sehingga dapat menghitung omset yang sesungguhnya dengan benar. Secara rutin meningkatkan pengrajin untuk mampu melakukan update produk melalui wordpress. Selanjutnya mampu memperbaiki kemasan/*packaging* produk dengan berbagai macam varian dan ukuran untuk meningkatkan daya tarik serta nilai jual. Hal yang tidak kalah penting yaitu membekali bagi pengrajin wawasan keilmuan dan keahlian yang menunjang bisnis/ usaha yang dimiliki sehingga dapat menggeser cara pandang dan pola pikir yang masih konvensional atau belum melakukan sama sekali tentang update pengetahuan yang dapat langsung diterapkan dalam usahanya untuk memajukan produksi maupun administrasinya. Melalui layanan mitra oleh tim pengabdian secara berkala, menjadikan mitra/pengrajin keripik secara handal menetapkan kelangsungan bisnis.

5. DAFTAR PUSTAKA

Agnes,S.M., Johanes, K., dan Vinsensius, B.B. (2022). Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital untuk meningkatkan Pendapatan Bisnis Remaja (Studi Kasus Padakec. Pringsewudan Kec. Lampung

- Selatan). *Jurnal Abdimas Musi Charitas (JAMC)*, 6 (2), 71-79.
- Andarsari, P. R. (2018). Implementasi Pencatatan Keuangan Pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi Pada Sentra Industri Kripik Tempe Sanan Di Kota Malang). *Jurnal JIBEKA*, 12(1), 59 – 64.
- Andrianto., Maharani, R., & Nuraini, F. (2017). Pencatatan Akuntansi pada Usaha Peternakan Ayam Petelur (Studi Kasus Usaha Peternakan Ayam Petelur di Kecamatan Sugio Lamongan). *Majalah Ekonomi*, 22(1), 1-7.
- Astuti, P. S. D. (2010). Perlunya Penerapan Sistem Akuntansi pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10 (2), 152-163.
- Disperindag Kabupaten Semarang. (2021). Sentra Industri Kecil Keripik.
- Ediraras, D. T. (2010). Akuntansi Dan Kinerja UKM. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 15(2), 152-158
- Hutagaol, R. M. N. (2012). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(12), 57-62.
- Kurniawati, E. P., Nugroho, P. I., & Arifin, C. (2012). Penerapan Akuntansi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JMK*, 10(2), 1-10.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.
- Rahadhini, M.D., dan Lamidi. (2021). Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Kripik Tempe di Masa Pandemi Pada Home Industry Sumber Agung, Petoran, Jebres, Surakarta. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 5 (1), 18-23.
- Sadeli, L. M. (2008). *Dasar-Dasar Akuntansi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sixpria, N., Suhartati, T., & Warsini, S. (2014). Implementasi Standar Akuntansi Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK-ETAP) Dalam Proses Akuntansi dan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 1(2), 90-95.
- Standar Akuntansi Keuangan- Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. Mei 2009. Ikatan Akuntan Indonesia.
- Tambunan, T. (2009). *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahana Komputer. 2014. *Membuat Toko Online dengan Wordpress dan WP E-Commerce*. PT Elex Media Komputindo.