

PENERAPAN MODEL PEMBUKUAN *DOUBLE ENTRY* DAN PEMASARAN DARING UNTUK MENINGKATKAN OMZET TRANSAKSI PADA INDUSTRI LILIN REPLIKA DI JOYOSURAN SURAKARTA

Vitalis Ari Widiyaningsih, Tutus Praningki, Heru Suwasono

Universitas Pignatelli Triputra, Surakarta

Alamat Korespondensi: Jalan Duwet 1 Karangasem, Laweyan, (0271) 715333

E-mail: vitalisariw@gmail.com

Abstrak

Potensi UMKM Surakarta sangat besar (1). UMKM tidak hanya bisa membuat produk tetapi bisa dijual. Craft adalah salah satu jenis UMKM yang sering mendapatkan kesempatan untuk pameran, lomba maupun souvenir. Bisnis crafting (2) memiliki permintaan tinggi, namun para pelaku usahanya belum banyak. Salah satu craft adalah lilin. Faktor utama penyebab UMKM tidak bisa bertahan dan omzet kecil adalah pemasarandan pembukuan. Banyak pelaku UMKM belum menyadari pentingnya pembukuan yang rapi UMKM sebagai pendukung roda perekonomian sehingga pemerintah terus berupaya mendukung perkembangannya salah satunya melalui digitalisasi. Digitalisasi UMKM (3) bukan proses yang mulus, permasalahan saat ini yaitu kesiapan digitalisasi. Tujuan pengabdian adalah memberdayakan mitra dalam melaksanakan pembukuan model double entry untuk pengelolaan keuangannya dan meningkatkan omzet penjualan melalui pemasaran daring. Pengabdian ini dilakukan dengan pendampingan dan pelatihan kepada mitra beserta karyawannya mengenai proses pembukuan dari awal transaksi, mengumpulkan bukti transaksi, meninput data sampai pembuatan laporan keuangan. Kami juga memberi pelatihan pembuatan web site untuk memberikan wadah promosi supaya semakin dikenal masyarakat luas dan mempermudah transaksi penjualan. Hasil dari pengabdian ini adalah mitra semakin paham melakukan pembukuan secara konsisten, mulai memasukkan foto-foto beserta deskripsi lengkapnya terkait produk yang akan dijual di web yang baru, serta mitra sudah mempunyai web dengan nama sendiri.

Abstract

The potential of Surakarta UMKM is very large (1). UMKM can not only make products but can sell them. Craft is one type of UMKM that often gets opportunities for exhibitions, competitions and souvenirs. The crafting business (2) has high demand, but there are not many business people. One of the crafts is candles. The main factors causing MSMEs to not survive and have small turnover are marketing and bookkeeping. Many UMKM players do not yet realize the importance of neat bookkeeping for UMKM as supporting the economy, so the government continues to strive to support their development, one of which is through digitalization. Digitalization of UMKM (3) is not a smooth process, the current problem is digitalization readiness. The aim of the service is to empower partners to implement double entry model bookkeeping to manage their finances and increase sales turnover through online marketing. This service is carried out by providing assistance and training to partners and their employees regarding the bookkeeping process from the start of transactions, collecting transaction evidence, inputting data to making financial reports. We also provide training in creating web sites to provide a promotional platform so that it becomes better known to the wider community and makes sales transactions easier. The result of this dedication is that partners increasingly understand how to do bookkeeping consistently, starting to include photos and complete descriptions regarding the products to be sold on the new website, and partners already have a website with their own name.

Kata kunci: *Double Entry; UMKM; Lilin Replika; Pemasaran; Omzet Transaksi*

1. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Griya Lilin merupakan home industri di Kota Solo yang memproduksi aneka souvenir cantik untuk berbagai acara seperti acara pernikahan, ulang tahun, siraman, pertemuan dan acara lainnya. Griya Lilin didirikan pada tanggal 4 Februari 2010 di Jalan Cikarang, Gabudan RT 03 RW 08 Joyosuran, Pasar Kliwon, Solo (4). Bisnis ini sudah dirintisnya sejak 2010. Home Industri ini dikembangkan oleh seorang wanita kreatif bernama Eki Puji Lestari. Di awal usaha Eki hanya mengerjakan sendiri pesanan-pesanan lilin souvenir yang masuk dari hasil iklan yang saya pasang di salah satu koran harian (Solo Pos). Tahun 2011 Eki mewakili kelurahan Joyosuran untuk pameran produk unggulan di Balai Kota, dan bergabung dengan Jarpuk (Jaringan Perempuan Usaha Kecil) jadi Eki bisa dikenal dinas Koperasi. Eki berkesempatan mendapat stand jualan di *Night Market* Ngarsopuro tiap malam minggu. Selain berjualan langsung di Ngarsopuro Ekky juga membuka stand di toko luwes dan menitipkan produk-produk lilin hias di beberapa toko di kota Solo & Jogja. Contoh yang di produksi berupa replika makanan atau minuman yang dibuat mirip seperti aslinya seperti Ice Cream, Puding, Donat, Empek-empek, dan masih banyak lainnya, lilin cantik aroma teraphy, dan ada pula yang berbentuk bunga atau tumbuhan diantaranya (replika tumbuhan kaktus, replika bunga mawar, tulip, kamboja, anggrek,dll).

UKM ini juga menampilkan hasil karyanya dari pameran ke pameran dengan ide-ide uniknya, seperti JAVA EXSPO, JATENG EXSPO dan beberapa waktu yang lalu Griya Lilinjuga mendapat kesempatan mengikuti pameran INACRAFT yang merupakan pameran *handycraft* terbesar di Indonesia yang bertaraf internasional. Selain mengikuti berbagai pameran, baik pameran yang diselenggarakan dikota Solo dan luar Solo, Griya Lilin juga memasarkan produknya diberbagai toko. Untuk saat ini produk griya lilin yang paling diminati adalah produk *Dummy food*/replika makanan (5). Sementara untuk produk-produk lainnya hanyakami produksi kalau ada pesanan saja. Hal ini mengingat keterbatasan besarnya rumah produksi yang berukuran kecil.



Gambar 1. Produk Lilin Replika Makanan



Gambar 2. Produk Lilin Replika Minuman

Permasalahan Mitra

No	Jenis Permasalahan	Aspek Permasalahan	Mitra Griya Lilin
1	Produksi	Teknik Produksi	Produksi craft membutuhkan keterampilan tangan, tidak semua orang bisa
		Stok Persediaan	Bahan baku dan barang jadi sangat terbatas karena pemilik meminimalkan sisa bahan dan barang
		Tempat Produksi	Tempat produksi menyewa dan sempit
		<i>Skill</i>	Sulit ditemukan karyawan yang tanpa dilatih bisa mengembangkan keterampilannya
2	Pembukuan	Metode <i>Single Entry</i>	Mitra hanya membuat catatan kas masuk dan kas keluar saja
		Pembukuan Manual	Mitra melakukan catatan keuangan hanya di bukusaja
		Rencana Anggaran	Mitra tidak pernah membuat rencana anggaran pertahun
		Unsur Laporan Keuangan	Mitra tidak mendetailkan unsur dalam laproankeuangan
		Bukti Transaksi	Mitra tidak tertib dalam penyimpanan bukti transaksi
3	Manajemen Usaha	<i>Branding</i>	Mitra hanya melakukan branding melalui pameran saja
		Kewirausahaan	Mentalitas wirausahanya masih terbatas
		Teknologi/ Digitalisasi	Mitra belum secara konsisten melibatkan teknologi/ digital untuk pemasaran maupun promosi
	Pemasaran	Strategi Pemasaran	Pemasaran yang dilakukan mitra sebatas dari koneksi, <i>facebook</i> dan <i>instagram</i> pun tidak <i>update</i>

Pembukuan

Solusi dari pembukuan yang sederhana dan manual adalah beralih menggunakan pembukuan otomatis atau sistem pembayaran online yang sudah terintegrasi. Pembukuan secara digital ini tidak akan ada masalah jika sampai data tersebut rusak atau hilang karena pasti ada *backup*-nya. Metode pembukuan yang akan diperkenalkan ke mitra adalah *double entry*. 80% UMKM yang belum memiliki pemahaman akuntansi yang benar dan pentingnya akuntansi dalam pengelolaan sebuah usaha. 51% pelaku UMKM belum melakukan pencatatan atas transaksi pembelian, penjualan, persediaan barang, kas masuk dan kas keluar termasuk pembayaran upah dan transaksi lainnya. (6) menyebutkan bahwa informasi pembukuan/akuntansi yang tepat dan laporan keuangan penting untuk keberhasilan manajemen bisnis baik itu besar atau kecil. Akuntansi merupakan suatu seni tentang pencatatan, penggolongan, dan peringkasan, dengan cara yang informatif dan bentuk uang, transaksi atau kejadian keuangan perusahaan, dan interpretasi atas hasilnya. Dalam hal ini di kemukakan bahwa pengertian akuntansi sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, memproses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan (7).

Abainya pelaku UMKM khususnya pelaku usaha mikro dan kecil akan manfaat dari akuntansi yang merupakan aspek penting dari pengelolaan suatu usaha karena berkaitan dengan keuangan yang dimiliki. Karena tujuan dari melakukan pencatatan atas segala pengeluaran dan pemasukan setiap terjadi transaksi usaha adalah agar dapat terkontrol dengan baik. Setiap usaha setidaknya wajib mengetahui berapa modal yang digunakan untuk usaha, biaya operasional usahanya, dan berapa keuntungan yang diperoleh. Dengan demikian, para pemilik usaha dapat mengevaluasi kapasitas dan kemampuan usahanya. Sehingga perencanaan dan pengembangan usaha dapat dirancang berdasarkan data catatan akuntansi tersebut (8). Apabila dalam pengelolaan keuangan tidak dilakukan dengan baik, maka usaha tersebut bisa mengalami masalah karena tidak tertata dan tercatat, bahkan bisa mengalami kebangkrutan. Untuk menilai apakah pelaku UMKM sudah melakukan pencatatan keuangan atau tidak maka perlu mengetahui Jenis transaksi yang dicatat (9).

Adapun pembukuan *double entry* didefinisikan sebagai metode akuntansi di mana setiap transaksi dalam bisnis dicatat dua kali dalam pembukuan (10). Konsep sistem pembukuan *double entry* didasarkan pada prinsip bahwa setiap transaksi ekonomi memiliki dua efek yang berlawanan satu sama lain. Setiap transaksi hanya dapat memiliki dua efek: debit dan kredit, dan mereka selalu sama. Akibatnya, pada akhir periode akuntansi, akun-akun tersebut harus dihitung, yang berarti bahwa total debit dan total kredit harus dihitung satu sama lain. Pembukuan *double entry* dirancang sedemikian rupa sehingga saat memasukkan entri kredit dari transaksi tertentu, rincian debit yang sesuai juga diberikan (11). Sistem pembukuan *double entry* mencatat transaksi keuangan yang berkaitan dengan aset, kewajiban, pendapatan dan beban yang terkait dengannya melalui entri akuntansi. Sistem pembukuan *double entry* menciptakan hubungan yang nyaman yang memungkinkan pemeriksaan sementara keakuratan pekerjaan perekaman setiap saat selama proses (12).

Lengkapinya pencatatan atas transaksi mempengaruhi dalam penerapan laporan keuangan. Pencatatan keuangan yang baik memungkinkan organisasi bisnis untuk merencanakan dengan benar dan juga memeriksa penyalahgunaan sumber daya (13). Hasil pencatatan akan menjadi sumber informasi terjadinya peningkatan atau penurunan penjualan, informasi ini akan sangat berguna dalam hal perencanaan produksi dan ketersediaan barang yang akan dijual (14). Tidak melakukan pencatatan jumlah persediaan barang karena melihat barang yang tersisa dari penjualan dan merasa bahwa sedikitnya stok barang atau persediaan yang dimiliki. Pencatatan persediaan barang tujuannya adalah untuk mengetahui kapan harus di produksi atau dibeli jika persediaan hampir habis (15). Pencatatan kas masuk dan kas keluar akan memberikan informasi jumlah kas yang tersedia. Informasi tersebut menjadi dasar dalam menetapkan berbagai kebijakan atau keputusan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan (16).

Pemasaran

Pada konsep pemasaran digital, proses penentuan bauran pemasaran harus lebih melibatkan konsumen. Sehingga dapat di definisikan kembali menjadi 4C, yakni *Cocreation* dimana sebuah produk bisa diluncurkan dengan melibatkan konsumen dari mulai proses ide hingga eksekusi, sehingga produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau merk menjadi lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. *Place* menjadi *Communal Activation*, dimana bukan hanya menyediakan *touch point* antara konsumen dan merk tetapi membangun kemudahan akses melalui jalur siapapun untuk konsumen dapat mengakses merk. Seperti hadirnya konsep distribusi *peer to peer* sehingga proses distribusi menjadi lebih mudah dan cepat. *Price*, harga yang pada konsep pemasaran sebelumnya ditentukan oleh perusahaan, pada konsep pemasaran digital harga menjadi suatu yang lebih dinamis karena kemudahan teknologi. Terakhir dalam bauran pemasaran pada konsep digital adalah *Promotion*, jika pada konsep pemasaran sebelumnya promosi merupakan kegiatan searah yang dibuat oleh

perusahaan untuk konsumen, pada konsep pemasaran digital Promosi digeser menjadi *Conversation*, dimana suatu merk bisa mendapat tanggapan langsung dari konsumen terkait dengan kegiatan promosinya, dan kegiatan promosi bisa menjadi lebih dinamis seperti sebuah percakapan.

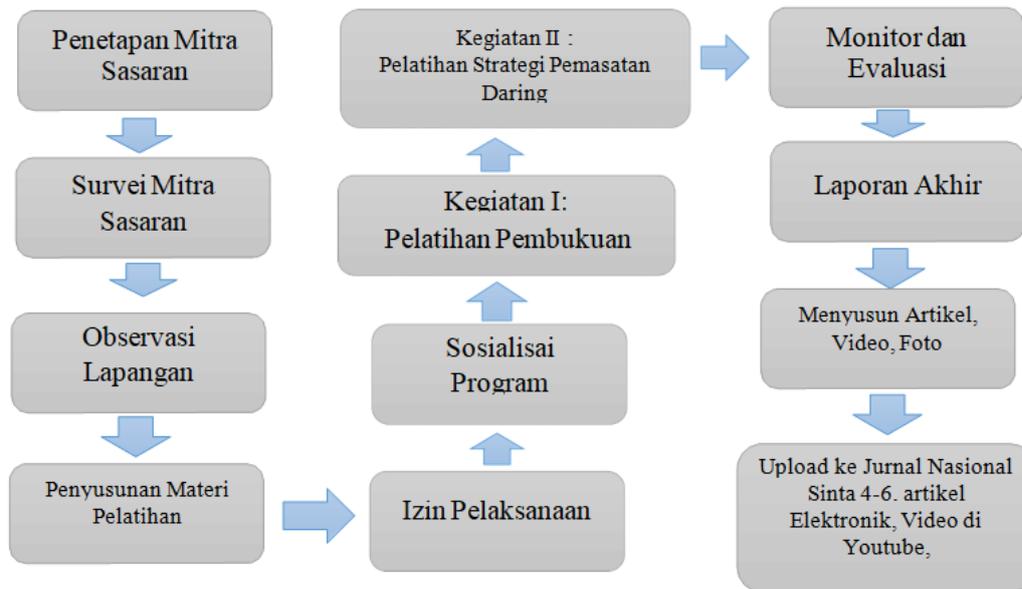
Pada waktu media daring belum berkembang, UMKM kesulitan untuk memasarkan produknya. Pemasaran yang dilakukan hanya sekedar dari mulut ke mulut, selain itu UMKM hanya bisa mengandalkan pendistribusian produknya ke beberapa warung atau toko-toko besar maupun kecil. Hal ini tidak begitu efektif dikarenakan terbatasnya lokasi yang bisa dijangkau, serta sedikitnya konsumen yang mengetahui produk UMKM tersebut serta tempat untuk membelinya. penggunaan *ecommerce* adalah proses jual beli barang atau jasa pada dunia daring atau pertukaran informasi melalui jaringan informasi internet sangatlah efektif sebagai penunjang aktivitas bisnis pada UMKM hanya saja *e-commerce* masih belum menjadi alternatif bagi UMKM. Saat ini telah banyak UMKM yang menggunakan jaringan internet dalam mendukung operasionalnya. Jejaring aplikasi sosial yang banyak digunakan adalah, email, facebook, website pribadi, situs jual beli, twitter, dan situs milik orang lain. Pemasaran melalui jaringan internet ini akan sangat membantu UMKM meningkatkan penjualannya, hal ini terlihat dari hasil penelitian (17) yang menemukan bahwa program periklanan di internet dan pemasaran melalui e-mail secara signifikan berpengaruh positif terhadap pemrosesan informasi dan keputusan pembelian. Penggunaan media daring ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi produsen (UMKM) tapi apabila dimanfaatkan dengan baik akan memberikan manfaat juga bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian (18) yang menemukan bahwa penggunaan teknologi untuk penjualan online dapat digunakan untuk meningkatkan keuntungan yang didapat konsumen. (19) menemukan bahwa penggunaan media sosial sebagai media pemasaran oleh UMKM akan memberikan keuntungan, diantaranya adalah meningkatkan penjualan produk, dapat melakukan interaksi dengan konsumen, dan memperluas jaringan pasar.

Pemanfaatan media daring sebagai sarana promosi dan penjualan produk memberikan manfaat yang cukup signifikan (20). Dengan demikian, peningkatan pemanfaatan media daring terutama media sosial selain facebook dan twitter akan meningkatkan nilai penjualan produk. (21) menyatakan bahwa UMKM perlu untuk menggunakan teknologi digital dalam meningkatkan bisnis. Penggunaan teknologi digital dalam UMKM akan lebih baik apabila menggabungkan antara strategi *online* dan *offline*. Pemasaran media *online* harus didukung dengan konten *offline* yang memiliki *human to human touch* (pendekatan personal), dengan demikian hubungan dengan konsumen tetap terjaga dan cakupannya akan lebih luas lagi tidak terbatas hanya di daerah tempat UMKM itu berada. Solusi dari permasalahan pemasaran daring/digital yang kurang optimal adalah mitra perlu menggali informasi tentang cara melakukan pemasaran digital dengan tepat. Cara lain adalah dengan mengikuti berbagai webinar online atau ikut komunitas bisnis. Pengetahuan dari seminar itu bisa digunakan media social dan membuka toko online di *e-commerce* guna meraih pasar yang lebih luas. Pemasaran daring ini juga bisa menggunakan email marketing, mobile marketing hingga sms marketing untuk mempromosikan produk yang dijual. Selain itu bisa membuka toko online agar pelanggan membeli produk yang ditawarkan dengan lebih mudah misalnya *WhatsApp* *toko online*. Mitra juga bisa mengelola konten pada *website* profil perusahaan dan produk untuk membantu meningkatkan reputasi bisnis dan agar bisnis dapat ditemukan oleh calon pelanggan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yang nantinya akan diterapkan yaitu serangkaian proses kegiatan yang sudah terstruktur dan ditata secara sistematis. Berikut

merupakan gambaran proses kegiatannya:



Gambar 3. Proses Kegiatan

Dari tahap diatas dapat dideskripsikan:

1. Penetapan mitra
Pada penetapan mitra sasaran sesuai dengan data dari hasil observasi dan wawancara dengan mitra Griya Lilin Solo yang pemiliknya bernama Eki Puji Lestari.
2. Survei mitra sasaran
Dari data yang didapatkan, tim pengabdian masyarakat meninjau lokasinya
3. Observasi lapangan
Dalam melakukan observasi pengambilan dilakukan di lokasi
4. Penyusunan materi pelatihan
Menyusun materi pelatihan pembukuan dan pemasaran daring
5. Izin pelaksanaan
Melakukan perzinan dari mitra Griya Lilin Solo
6. Sosialisasi Program
Sosialisai program kegiatan kepada pemilik dan karyawan Griya Lilin Solo
7. Kegiatan I: Pelatihan pembukuan
Kegiatan ini mengenai pengenalan akuntansi, akun, transaksi, jurnal sampai ke penyusunan laporan Keuangan dengan melibatkan aplikasi akuntansi atau excel
8. Kegiatan II: Pelatihan pemasaran daring
Kegiatan ini mengenai praktik pembuatan website, mengisi informasi di website dan bagaimana mengedit informasi baik produk, harga, bahan, dll.
9. Monitoring dan evaluasi
Kegiatan yang sudah berjalan akan dimonitoring perkembangannya dan dievaluasi keberhasilan programnya
10. Laporan akhir
Penyusunan laporan akhir kegiatan
11. Menyusun artikel, video dan foto
Penyusunan artikel sesuai template dari jurnal yang dituju, video dan foto sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan.
12. Upload artikel ke jurnal nasional sinta 4-6, artikel elektronik, video di youtube

Mengupload artikel ke jurnal sinta 4-6, menghubungi salah satu media online local dan upload video kegiatan di youtube.

Adapun pembuatan web untuk menampilkan katalog dan informasi terkait pemasaran dan promosi adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data terhadap kebutuhan sistem dan kebutuhan pengguna, sehingga website yang digunakan untuk digital marketing dapat mudah untuk digunakan.

2. Analisis dan Desain

Pada tahap ini dilakukan pembuatan rancangan sistem dalam bentuk *Data Flow Diagram* (DFD), DFD difungsikan sebagai alur data dalam sistem. Pembuatan desain *interface* menggunakan *tool Balsamiq Mockup*

3. Implementasi

Setelah hasil rancangan sistem disetujui oleh pihak mitra, maka langkah selanjutnya adalah proses implementasi yang meliputi : penulisan program dan sistem pertama kali dikembangkan dalam program kecil yang disebut unit, yang diintegrasikan pada fase berikutnya. Setiap unit dikembangkan dan diuji fungsinya, yang disebut sebagai Unit Testing.

4. Pengujian

Semua unit yang dikembangkan pada tahap implementasi diintegrasikan ke dalam sistem setelah dilakukan pengujian terhadap masing-masing unit. Pasca integrasi, seluruh sistem diuji untuk setiap kesalahan dan kegagalan.

5. *Deployment of system*

Setelah pengujian fungsional dan non-fungsional selesai; produk disebarakan di lingkungan pelanggan atau dilepaskan ke pasar

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian dalam memilih mitra berdasarkan rekomendasi dari ketua jaringan perempuan usaha kecil Solo. Mitra ini dipilih yang sudah pernah besar usahanya dan usahanya turun karena dampak covid-19. Survey dan observasi untuk menggali permasalahan dan bahan pelatihan berjalan dengan lancar, mitra menyampaikan permasalahan pembukuan dan pemasaran. Penyusunan materi dilakukan oleh tim sesuai dengan kepakarannya dan dibantu mahasiswa terkait memfoto semua produk, membuat deskripsi produk, membuat video saat kunjungan dan pelaksanaan pelatihan. Sosialisasi program dihadiri oleh semua karyawan berjumlah tujuh dan pemilik. Mereka banyak bertanya dan sangat antusias terutama terkait pembukuan.

Mitra kami buat program sederhana untuk merapikan keuangan, yaitu implementasi *double entry*. Program tersebut kami buat dari awal transaksi sampai pada penyajian dalam laporan keuangan yaitu neraca. Tujuannya yang paling utama adalah untuk mengetahui posisi keuangan mitra sehingga bisa dipakai untuk membantu mengambil keputusan baik dalam belanja bahan baku, menambah persediaan, menentukan daerah pemasaran, produk terlaris maupun untuk mengajukan pinjaman kepada kreditor.



Gambar 4. Foto Survey ke Mitra



Gambar 5. Pelatihan program pembukuan



Gambar 6. Pelatihan Web

KAS																				
Bulan Januari 2003																				
NO	MANUAL	NOB	REKAMATI	NOB	DEB	UNIKAS	AMUS	AMUS	SAK											
1																				
2																				
3																				
4																				
5																				
6																				
7																				
8																				
9																				
10																				
11																				
12																				
13																				
14																				
15																				
16																				
17																				
18																				
19																				
20																				
21																				
22																				
23																				
24																				
25																				
26																				
27																				
28																				
29																				
30																				
31																				

Gambar 7. Program Pembukuan (Terlihat lengkap)

datang berulang kali untuk memastikan bahwa data terisi dengan benar, sehingga nanti akan menghasilkan laporan keuangan yang benar juga.

Web juga masih sangat terbatas dalam operasionalnya. Mitra belum menggunakan dengan maksimal serta konsisten juga. Mitra hanya mengupdate informasi dalam web jika ada aktivitas yang sangat besar dan fundamental saja, misal mendapat juara dalam ekspo/ pameran atau saat mengikuti pameran besar. Mitra tidak pernah melakukan update informasi baik terkait dengan penambahan jenis produk, penyesuaian harga, dll. Ketidakaktifan ini berdampak pada konsumen yang memang ingin membeli menjadi menunggu tanpa ada kejelasan informasi, sehingga banyak yang beralih ke produsen yang lain. Kecepatan informasi karena perkembangan digitalisasi industri ini memang mengharuskan pelaku UMKM untuk mau tidak mau mengikuti pasar yaitu selalu update informasi terkait usahanya. Web ini juga tidak selalu update karena keterbatasan media yaitu handphone dan komputer/ laptop. Mitra mempunyai HP dan laptop yang sangat sederhana sehingga kurang suport jika digunakan untuk menyimpan data foto dan video yang cukup banyak. Mitra hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut, melalui pameran saja maupun teman – teman sesama pelaku usaha kecil.

Tahun	Bulan	Omzet
2010 -2015		4 - 8 juta
2016 - 2019		10 juta
2020		0
2021		0
2022	12	10 juta
2023	5	41 juta

Gambar 10. Peningkatan Omzet Mitra

4. KESIMPULAN

Program pengabdian dengan skema Pengabdian Kepada Masyarakat Stimulus yang berfokus pada pengoptimalisasi UMKM produktif membuahkan hasil melalui pendampingan dan pelatihan. Program ini lebih menekankan pada pembukuan *double entry* yang bisa melihat kondisi keuangan secara rinci dan riil sehingga dapat dipakai untuk membantu pengambilan keputusan terkait pendanaan ekstern, pengembangan usaha, diversifikasi produk, dan lain – lain. Program ini juga menekankan pada pentingnya optimalisasi digitalisasi industry yaitu pemasaran daring yang bermanfaat untuk mempercepat dan memperluas transaksi serta jaringan pemasaran. Pengembangan kedepan untuk program pengabdian berikutnya adalah konsistensi implementasi pembukuan, kecermatan analisis informasi keuangan serta pengembangan fitur – fitur website dalam meningkatkan omzet serta memperluas jangkauan pemasaran dan percepatan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

Prodjo WA. Surakarta Disebut Punya Potensi Ekonomi UMKM yang Tinggi, Ini Pesan Deputi Mikro KemenKopUKM (Internet). 2022 (diakses 10 April 2023). Available from: <https://umkm.kompas.com/read/2022/09/27/070000583/surakarta-disebut-punya-potensi-ekonomi-umkm-yang-tinggi-ini-pesan-deputi-mikro?page=all>

Octaviani W. Mencari Peluang Keuntungan di Bisnis Crafting (Internet). 2022 (diakses 10

- April 2023). Available from: <https://sampaijauh.com/keuntungan-bisnis-crafting-11293>
- KKNDR 1 UINSU Kelompok 200 Desa Hinai Kanan. Digitalisasi UMKM (Internet). 2021. Available from: <http://repository.uinsu.ac.id/13521/1/Buku%20Saku%20%28Digitalisasi%20UMKM%29.pdf>
- Lestari EP. Selamat Datang di Griya Lilin Solo (Internet). 2017 (diakses 9 April 2023). Available from: <http://www.griyalilinsolo.com/p/tentang-kami.html>
- Wibowo GA, Duhri MK. Replika Makanan dari Lilin Buatan Warga Solo Laris Manis hingga ke Luar Negeri (Internet). 2023 (diakses 12 April 2023). Available From: <https://m.solopos.com/replika-makanan-dari-lilin-buatan-warga-solo-laris-manis-hingga-ke-luar-negeri-1595388/amp>
- Ernest N. The Role of Bookkeeping on the Survival of Very Small Businesses in the Kumba Municipality. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*. 2018; 4(10):713– 23.
- Hongren. Akuntansi (Ketujuh). Erlangga. 2017.
- Lubawa G, Van AH. Preparation and Use of Financial Statements by Family Owned SMEs in Tanzania: A Case Study of Sunflower Oil Processors in the Dodoma Region. *American Journal of Entrepreneurship*. 2019; 12(1): 56.
- Yuliati NN, Wardah S, Widuri B. Penerapan Akuntansi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM Kerupuk Kulit Tradisional Kelurahan Seganteng). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah – ALIANSI*. 2019; 3(2): 172–185. <https://aliansi.ugr.ac.id/index.php/aliansi/article/view/40>.
- Herieli KS, Rimisho EJ. Analysing the Factors Influencing Financial Records Keeping amongst Small and Medium Entreprises (SMEs) in Ilala Municipal Council. *Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: E Economics*. 2019;19(5).
- Negou E. The role of bookkeeping on the survival of very small businesses in the Kumba Municipality. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*. 2018; 4(10):713– 23.
- Abayomi S, Adegoke J. The Imperatives of Accounting and Financial Records in the Development of Small Scale Enterprises in Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting*. 2016; 7(14): 43–52.
- Mwebesa LCK, Kansiime C, Asiiimwe BB, Mugambe P, Rwego IB. The Effects of Financial Record Keeping on Financial Performance of Development Groups in Rural Areas of Western Uganda. *International Journal of Economics and Finance*. 2018; 10(4): 136.
- Ayuningrum N, Meylita S. Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Pada CV Auto 165 di Kota Sekayu 1. *ACSY Politeknik Sekayu*. 2020; 12(2): 24–32.
- Rais RM. Analisis Sistem Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota

- Baubau. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*. 2019; 2(1): 60–71.
- Nainggolan VR. Analisis Dan Evaluasi Manajemen Kas Pada PT. Perkebunan Nusantara IV Medan (Internet). 2019 (diakses 10 April 2023). Available from: <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/2514>.
- Mujiyana LS, Mukhyi MA. Pengaruh Penerapan Periklanan di internet dan Pemasaran Melalui e-mail Produk UMKM di Wilayah Depok. *JATI UNDIP*. 2012; 7(3).
- Widiana M, Supit H, Hartini S. Penggunaan Teknologi Internet Dalam Sistem Penjualan Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik Pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2012; 14(1): 71-81.
- Ardiyanto A. Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kemas Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali. IAIN Surakarta. 2018.
- Rokhmah BE, Yahya I. Tantangan, Kendala, dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM di Desa Nglebak Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Sukoharjo. 2020; 1(1): 20-31.
- Krisnawati. Peran Perkembangan Teknologi Digital pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia (Studi Kasus: UMKM Kuliner Tanpa Restaurant ‘Kepiting Nyinyir’). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 2018; 6(1): 69-74.