

# Digitalisasi Akuntansi dan Pemasaran: Langkah Strategis Peningkatan Omset dan Branding Lempeng Petani Singkong Wonogiri

Vitalis Ari Widyaningsih, Titik Dwiyani, Bagas Dwi Yulianto

Universitas Pignatelli Triputra, Surakarta, Indonesia

Disubmit: 15 September 2025 | Direvisi: 18 November 2025 | Diterima: 9 Januari 2026

**Abstrak:** Kelompok Tani *Makaryo Tani* di Dusun Cengklok, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri, memiliki potensi unggulan berupa produk olahan lempeng singkong. Permasalahan utama mitra meliputi proses produksi manual, keterbatasan strategi pemasaran, belum optimalnya pencatatan biaya, serta keterbatasan legalitas dan branding produk. Melalui pendekatan *community development*, program ini berfokus pada pemanfaatan potensi lokal yang telah ada dengan intervensi teknologi dan pelatihan. Kegiatan yang dilakukan meliputi pendampingan perhitungan harga pokok produksi, pelatihan pemasaran digital melalui media sosial dan website, penguatan branding dengan desain kemasan dan stiker, serta fasilitasi legalitas berupa sertifikasi Halal. Selain itu, bantuan mesin produksi diberikan untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi kualitas produk. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam manajemen usaha, pemasaran digital, serta legalitas produk. Pembentukan organisasi dengan branding Lepi-Go dan serah terima teknologi menjadi bentuk keberlanjutan program agar mitra mampu mengelola usaha secara mandiri. Dengan demikian, PkM ini berhasil mendorong transformasi usaha tradisional menuju agribisnis berbasis digital yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Branding; Digitalisasi; Lempeng.

**Abstract:** The *Makaryo Tani* Farmers Group in Cengklok Hamlet, Ngadirojo Sub-district, Wonogiri Regency, has a flagship potential in processed products of lempeng chips. The main problems faced by the partner include manual production processes, limited marketing strategies, suboptimal cost recording, as well as constraints in product legality and branding. Through a community development approach, this program focused on utilizing existing local potential supported by technological interventions and training. The activities carried out included cost of goods sold calculation training, digital marketing training through social media and a centralized website, branding enhancement with packaging and label design, and facilitation of Halal certification. In addition, production machinery was provided to improve efficiency and ensure product consistency. The results show an increase in the partner's capacity in business management, digital marketing, and product legality. The establishment of an organizational structure under the Lepi-Go brand and the handover of supporting technologies serve as a sustainability strategy to ensure that the farmers group can manage its business independently. Thus, this program successfully encouraged the transformation of traditional practices into a digital-based agribusiness that is more competitive and sustainable.

**Keywords:** Branding; Digitalization; Lempeng.

Hak Cipta ©2026 Penulis

This is an open access article under the CC BY-SA License.



## Penulis Korespondensi:

\*Vitalis Ari Widyaningsih

Email: [vitalisariw@gmail.com](mailto:vitalisariw@gmail.com)

Cara sitasi: Widyaningsih, V.A., & Dwiyani, T., & Yulianto, B.D. (2026). Digitalisasi Akuntansi dan Pemasaran: Langkah Strategis Peningkatan Omset dan Branding Lempeng Petani Singkong Wonogiri. ADMA : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 6(2), 225-240.

## Pendahuluan

Kabupaten Wonogiri, yang terletak di wilayah Provinsi Jawa Tengah, memiliki potensi sumber daya alam yang relatif beragam dan strategis untuk mendukung pembangunan daerah. Potensi tersebut meliputi sektor pertanian, perikanan, serta kehutanan yang menjadi basis utama aktivitas ekonomi masyarakat. Pemanfaatan sumber daya alam ini memerlukan strategi pengelolaan yang berkelanjutan dan berbasis kearifan lokal agar dapat memberikan manfaat optimal sekaligus meminimalkan risiko degradasi lingkungan ([Suranny, 2021](#)). Salah satu wilayah administratif di Kabupaten Wonogiri yaitu Kecamatan Ngadirojo, memiliki potensi sumber daya alam yang berperan penting dalam menopang perekonomian lokal serta keberlangsungan hidup masyarakat. Berdasarkan data pemanfaatan lahan, sekitar 4.000 hektar kawasan di kecamatan ini dimanfaatkan untuk kegiatan pertanian, khususnya komoditas singkong, padi, dan hortikultura. Selain sektor pertanian, wilayah ini juga memiliki aktivitas perikanan dan perkebunan yang turut mendukung ketahanan pangan serta kesejahteraan masyarakat. Struktur demografis Kecamatan Ngadirojo menunjukkan bahwa mayoritas penduduk bermata pencaharian pada sektor pertanian dan perkebunan. Salah satu wilayah yang merepresentasikan kondisi tersebut adalah Dusun Cengklok Kerjo Lor, yang menjadi contoh nyata ketergantungan masyarakat terhadap pengelolaan sumber daya alam berbasis pertanian singkong ([Mujiyo et al., 2022](#)).

Kelompok Tani Singkong yang berada di Dusun Cengklok Kerjo Lor, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri, merupakan salah satu aset agribisnis potensial yang memiliki prospek pengembangan cukup besar. Kondisi tanah di wilayah ini relatif subur sehingga mendukung budidaya singkong dengan kualitas hasil panen yang baik. Komoditas singkong menjadi salah satu produk unggulan masyarakat setempat, tidak hanya dipasarkan dalam bentuk bahan baku, tetapi juga diolah menjadi produk pangan tradisional khas daerah ([Rois & C.p.z, 2023](#)), yaitu lempeng singkong. Keberadaan komoditas ini membuka peluang strategis bagi kelompok tani dalam meningkatkan nilai tambah dan kesejahteraan ekonomi anggotanya. Selain memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan keluarga petani, budidaya singkong di Dusun Cengklok juga merepresentasikan praktik pertanian yang berakar kuat pada tradisi lokal dan diwariskan secara turun-temurun sebagai bagian dari identitas budaya agraris masyarakat.

Kelompok mitra tani singkong, hingga saat ini masih mengandalkan metode tradisional dalam aktivitas budidaya. Proses pengolahan dilakukan dengan peralatan sederhana serta teknik manual yang diwariskan secara turun-temurun. Kondisi ini mencerminkan dedikasi petani terhadap kualitas hasil pertanian, namun pada saat yang sama menghadirkan tantangan terkait efisiensi dan produktivitas. Permasalahan utama yang dihadapi mitra dalam mengembangkan lempeng singkong sebagai produk unggulan sekaligus sumber pendapatan alternatif bagi petani terletak pada aspek produksi dan pemasaran yang masih bersifat manual. Tahapan produksi dimulai sejak proses panen, perebusan, pengolahan menjadi getuk, penghalusan, pembentukan, hingga pengemasan dan distribusi, seluruhnya masih mengandalkan peralatan sederhana dan tenaga kerja manual sehingga kurang efisien dan belum mampu menghasilkan kapasitas produksi yang optimal. Selain itu, aspek perhitungan biaya produksi juga belum dilakukan secara komprehensif. Harga jual produk hanya didasarkan pada biaya bahan baku, tanpa mempertimbangkan faktor tenaga kerja maupun biaya overhead produksi, sehingga margin

keuntungan tidak terealisasi secara maksimal. Dari sisi pemasaran, mitra masih menggunakan metode konvensional melalui jaringan sosial informal dan informasi dari mulut ke mulut. Strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial atau platform daring, belum diterapkan, sehingga jangkauan pasar lempeng singkong masih sangat terbatas ([Larasaty & Sagala, 2022](#)).

Seiring dengan perkembangan teknologi pertanian, potensi besar yang dimiliki kelompok tani akan didampingi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini, pendampingan akan diarahkan pada penerapan digitalisasi dalam proses pertanian mulai dari penggunaan teknologi, akuntansi serta pemasaran. Transformasi yang dirancang melalui program pendampingan ini bertujuan untuk memperkenalkan teknologi pertanian modern yang relevan dengan kebutuhan petani lokal ([Ritonga et al., 2022](#)). Penerapan inovasi tersebut diharapkan tidak hanya berimplikasi pada peningkatan produktivitas dan efisiensi proses budidaya, tetapi juga membuka peluang akses pasar yang lebih luas melalui integrasi dengan sistem pemasaran digital ([Maharani & Pabulo, 2024](#)). Dengan demikian, kesejahteraan petani singkong dapat ditingkatkan secara berkelanjutan, tanpa mengabaikan nilai-nilai tradisi agraris yang telah menjadi bagian dari identitas dan kearifan lokal masyarakat Dusun Cengklok.

## Metode

Dalam pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini digunakan pendekatan *Community Development* yang berfokus pada optimalisasi sumber daya yang telah tersedia serta penguatan produk unggulan yang dimiliki mitra ([Endrawati et al., 2023](#)). Pada konteks ini, mitra kegiatan adalah Kelompok Tani “*Makaryo Tani*” beranggotakan 22 orang yang berlokasi di Dusun Cengklok Kerjo Lor, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri, dengan produk unggulan berupa lempeng singkong. Strategi pendampingan dilakukan melalui pemetaan kebutuhan dan potensi mitra, yang selanjutnya disusun dalam bentuk alur proses PkM secara bertahap. Tahapan tersebut divisualisasikan dalam bagan alur sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan PkM

### 1. Sosialisasi

Pada tahap ini, tim pelaksana memperkenalkan tujuan serta manfaat program, sekaligus membangun pemahaman bersama dengan para anggota kelompok tani. Kegiatan diawali dengan pertemuan awal untuk menggali informasi lapangan serta memaparkan permasalahan utama yang dihadapi mitra beserta solusi yang ditawarkan. Selanjutnya dilakukan identifikasi kebutuhan spesifik berdasarkan masukan anggota kelompok tani, seperti kebutuhan peralatan produksi maupun preferensi strategi pemasaran. Tahap sosialisasi ditutup dengan penyusunan jadwal pelaksanaan kegiatan yang disepakati bersama, sehingga seluruh rangkaian program

dapat berjalan sesuai dengan kondisi dan kesiapan mitra.

## 2. Pelatihan

Tahap berikutnya dalam pelaksanaan PkM adalah pemberian keterampilan teknis yang mendukung implementasi solusi bagi mitra. Sebanyak 22 orang anggota kelompok tani yang terlibat dalam industri rumahan produk lempeng menjadi sasaran utama pelatihan. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan kapasitas kelompok tani dalam aspek produksi, manajemen biaya, serta pemasaran. Pelatihan akuntansi biaya dilakukan dengan membimbing mitra mencatat seluruh komponen biaya produksi secara sistematis menggunakan media digital, serta mengajarkan cara menghitung harga pokok produksi (HPP) agar penentuan harga jual lebih akurat dan menguntungkan ([Pramartha et al., 2023](#)). Selanjutnya, diberikan pelatihan pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial dan web, sehingga produk lempeng singkong memiliki jangkauan pasar yang lebih luas ([Surur & Paramita, 2022](#)). Melalui kegiatan ini, anggota kelompok tani memperoleh keterampilan baru dalam hal produksi, pengelolaan biaya, serta strategi pemasaran berbasis digital.

## 3. Penerapan Teknologi

Tahap selanjutnya dalam kegiatan PkM adalah integrasi teknologi modern ke dalam proses produksi, dan pemasaran. Pada aspek produksi, dilakukan pemasangan serta penggunaan alat produksi modern yang bertujuan meningkatkan kapasitas sekaligus menjaga konsistensi kualitas hasil ([Garside et al., 2020](#)). Proses produksi juga dimonitor secara berkala untuk memastikan efisiensi penggunaan alat dan ketepatan prosedur. Sementara itu, pada aspek pemasaran, kelompok tani difasilitasi untuk membuat laman produk melalui platform pemasaran terpusat, sehingga akses pasar menjadi lebih luas dan terorganisasi. Selain itu, pendampingan juga diberikan dalam pembuatan konten pemasaran digital yang disebarluaskan melalui media sosial, sebagai upaya memperkuat promosi dan membangun citra produk unggulan lempeng singkong. Integrasi ini diharapkan dapat memperkuat daya saing produk sekaligus meningkatkan keberlanjutan usaha kelompok tani.

## 4. Pendampingan dan Evaluasi

Tahap ini dilakukan untuk memastikan bahwa mitra dapat mengimplementasikan solusi yang telah diberikan secara efektif. Pada tahap ini, tim pelaksana memberikan pendampingan terkait sistem pencatatan biaya, sehingga kelompok tani mampu melakukan pengelolaan keuangan usaha secara lebih terstruktur. Selain itu, dilakukan pula pendampingan dalam aspek branding serta pemenuhan persyaratan kelayakan produk pangan pada lempeng singkong, agar produk yang dihasilkan dapat diterima pasar dengan lebih baik. Monitoring dilaksanakan secara berkala terhadap hasil produksi, pencatatan biaya, serta penjualan daring guna menilai peningkatan kinerja mitra. Selanjutnya, diadakan forum evaluasi yang melibatkan anggota kelompok tani untuk mengumpulkan umpan balik, sehingga strategi pengembangan dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi nyata di lapangan ([Sugihariyadi & Mahbubi, 2025](#)).

## 5. Keberlanjutan Program

Tahap akhir kegiatan PkM difokuskan pada penciptaan sistem karya sebagai pengelolaan secara mandiri oleh mitra setelah program selesai dilaksanakan. Untuk mencapai tujuan tersebut, dibentuk tim internal di lingkungan kelompok tani yang bertugas mengelola peralatan

produksi sekaligus memelihara sistem digital yang telah diperkenalkan. Keberadaan tim internal ini diharapkan mampu memastikan keberlanjutan pemanfaatan teknologi, baik dalam aspek produksi maupun pemasaran, tanpa ketergantungan penuh pada pihak eksternal. Dengan demikian, terbentuk suatu sistem kerja yang mandiri dan berkelanjutan sebagai fondasi penguatan usaha kelompok tani dalam jangka panjang.

## Pembahasan

Mengacu pada pengabdian serupa yang telah dilakukan oleh tim PKM Heru Suwasono di Desa Cengklok, Kabupaten Wonogiri, pada mitra usaha pengolahan kacang mede, kegiatan tersebut menunjukkan progres yang positif ([Suwasono et al., 2025](#)). Hasil pengabdian memperlihatkan bahwa penerapan sistem pembukuan yang lebih teratur mampu meningkatkan keteraturan administrasi dan transparansi keuangan mitra, sehingga memudahkan dalam pengambilan keputusan usaha. Selain itu, pemanfaatan media pemasaran berbasis online terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan omzet usaha mitra.

Selanjutnya, pengabdian yang dilakukan oleh tim PKM Eliana Wulandari menunjukkan bahwa pengembangan aplikasi akuntansi mampu mempermudah masyarakat di sektor pertanian dalam melakukan pencatatan dan pembukuan keuangan ([Wulandari & Deliana, 2021](#)). Pemanfaatan aplikasi tersebut membantu proses administrasi keuangan menjadi lebih sistematis, efisien, dan mudah dipahami oleh pelaku usaha tani, sehingga mendukung peningkatan literasi keuangan serta ketertiban pengelolaan keuangan usaha secara berkelanjutan.

Terakhir, pengabdian yang dilakukan oleh tim PKM Agus Dedi Subagja melalui penerapan pemasaran berbasis media online pada produk keripik singkong di Desa Gadosali, Kabupaten Subang, menunjukkan tren positif serta memberikan kemudahan dalam proses pemasaran produk ([Subagja & Oktoberi, 2023](#)). Penerapan strategi pemasaran digital tersebut mampu meningkatkan jangkauan pasar dan memperkuat akses konsumen terhadap produk lokal. Oleh karena itu, mengacu pada keberhasilan ketiga kegiatan pengabdian tersebut, tim kami memulai pelaksanaan program PKM dengan perencanaan yang terstruktur, disertai tahapan kegiatan yang rinci dan berorientasi pada pencapaian hasil yang optimal, sebagaimana diuraikan pada bagian berikut ini:

### 1. Sosialisasi

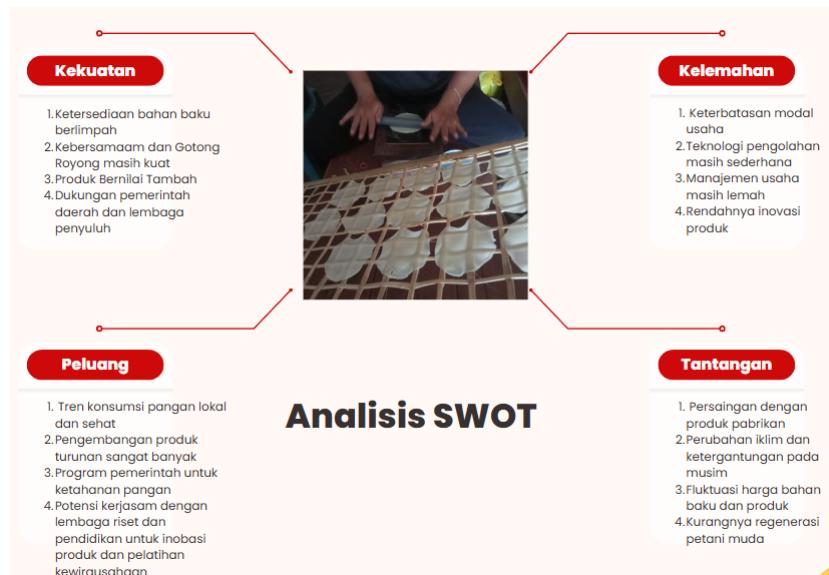


Gambar 2. Kunjungan Awal ke Mitra dan Sosialisasi Program PkM

Gambar 2 memperlihatkan dokumentasi kunjungan awal tim PkM ke mitra, yaitu Kelompok Tani *Makaryo Tani*. Kegiatan ini bertujuan untuk memaparkan rencana program PkM yang akan dilaksanakan serta menggali informasi lebih mendalam terkait kebutuhan mitra. Pada pertemuan tersebut, dilakukan diskusi interaktif guna mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi kelompok tani sekaligus menjaring masukan sebagai dasar penyusunan strategi pendampingan yang lebih tepat sasaran.

Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan secara intensif dengan Kelompok Tani Makaryo Tani, diperoleh gambaran profil mitra yang lebih komprehensif. Berikut profil Makaryo Tani:

Makaryo Tani merupakan unit usaha agribisnis produktif yang berbasis pada komoditas singkong. Pertama, dari aspek bahan baku, singkong diperoleh langsung dari lahan pertanian milik anggota kelompok tani, dengan rata-rata hasil panen mencapai sekitar 500 kilogram per bulan dan kualitas bahan baku relatif baik. Kedua, dari aspek proses produksi, pengolahan lempeng singkong meliputi tahapan pengupasan, pemotongan, pengeringan, dan pengemasan, yang sebagian besar masih dilakukan secara manual. Kapasitas produksi rata-rata mencapai 25 kg lempeng singkong per hari, namun sangat bergantung pada kondisi cuaca. Ketiga, produk utama yang dihasilkan adalah lempeng singkong dengan spesifikasi standar, yakni ukuran dan ketebalan yang seragam. Keempat, dari aspek distribusi, produk dipasarkan melalui pasar lokal dan pedagang kecil di sekitar wilayah Wonogiri, sehingga belum memiliki akses ke jaringan pasar yang lebih luas. Kelima, terkait manajemen dan keuangan, kelompok tani belum menerapkan sistem administrasi dan pencatatan keuangan yang terstruktur. Keenam, dari sisi pemasaran, strategi yang digunakan masih konvensional, yakni distribusi langsung ke pasar tanpa memanfaatkan teknologi pemasaran digital. Harga jual produk berkisar Rp10.000–Rp12.000 per kilogram, yang dinilai belum optimal untuk meningkatkan pendapatan petani. Sehingga dirumuskan SWOT yang dijabarkan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Analisis SWOT Kelompok Tani Lempeng

Melalui kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan, tim PkM berhasil mengidentifikasi berba-

gai permasalahan dan kebutuhan mitra yang relevan dengan kondisi aktual di lapangan. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam merumuskan bentuk pendampingan agar program PkM dapat dilaksanakan secara tepat sasaran dan sejalan dengan tujuan pemberdayaan kelompok tani. Rangkuman permasalahan serta kebutuhan mitra disajikan secara sistematis pada Tabel 1.

Tabel 1. *Permasalahan dan Kebutuhan Kelompok Tani*

Aspek Bisnis	Permasalahan / Kebutuhan
Produksi	Proses penumbukan masih tradisional sehingga memperlambat waktu kerja dan menghasilkan produk dengan kualitas beragam.
	Belum ada standar produk dalam rasa dan varian produk.
	Proses pencetakan produk masih manual sehingga menghasilkan bentuk beragam.
Pemasaran	Kelompok tani hanya mengandalkan pasar lokal untuk pemasaran.
	Strategi pemasaran yang masih tradisional mengandalkan pasar tradisional dan mulut ke mulut.
	Kemasan produk yang masih sederhana dan tidak ada branding.
Manajemen dan Akuntansi	Belum memiliki akses pemasaran digital.
	Kesiapan standar produk pangan belum terpenuhi.
	Seluruh pencatatan masih manual dan belum terorganisir.
	Sulit menghitung HPP yang berakibat harga yang tidak kompetitif.
	Kurangnya transparansi pencatatan sehingga tidak mampu menganalisis peluang efisiensi biaya.

Berdasarkan hasil identifikasi lapangan dilihat pada Tabel 1, permasalahan dan kebutuhan Kelompok Tani mencakup beberapa aspek bisnis utama, yaitu produksi, pemasaran, serta manajemen dan akuntansi. Pada aspek produksi, proses penumbukan bahan baku masih dilakukan secara tradisional sehingga memperlambat waktu kerja dan menghasilkan kualitas produk yang tidak seragam, ditambah dengan belum adanya standar produk baik dari segi rasa maupun varian serta proses pencetakan yang masih manual sehingga bentuk produk menjadi beragam. Dari sisi pemasaran, kelompok tani masih bergantung pada pasar lokal dengan strategi pemasaran konvensional melalui pasar tradisional dan promosi dari mulut ke mulut, didukung oleh kemasan produk yang masih sederhana tanpa identitas merek serta

belum adanya pemanfaatan pemasaran digital, yang menyebabkan jangkauan pasar sangat terbatas. Sementara itu, pada aspek manajemen dan akuntansi, kesiapan terhadap standar produk pangan belum terpenuhi, seluruh pencatatan usaha masih dilakukan secara manual dan tidak terorganisir dengan baik, sehingga menyulitkan perhitungan harga pokok produksi yang berdampak pada penetapan harga jual yang kurang kompetitif, serta minimnya transparansi pencatatan keuangan yang menghambat analisis biaya dan identifikasi peluang efisiensi usaha.

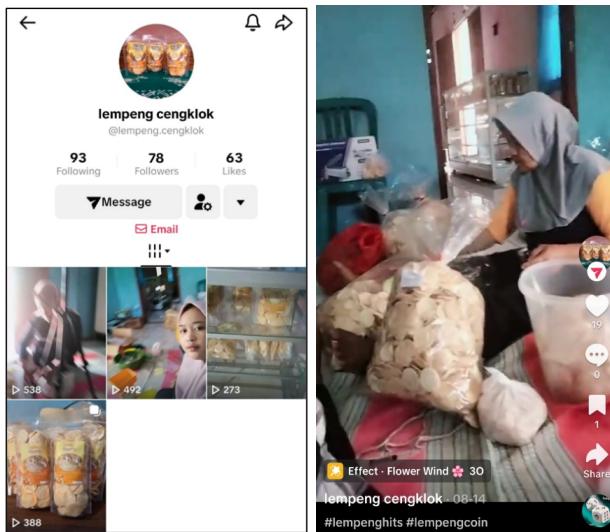
## 2. Pelatihan



Gambar 4. Pelatihan Sosial Media (Kiri) dan Penghitungan HPP (Kanan)

Pada kunjungan berikutnya, tim PkM melaksanakan kegiatan pelatihan umum yang diikuti oleh seluruh anggota kelompok tani, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4. Materi pelatihan pertama berfokus pada pemanfaatan media sosial, khususnya platform TikTok, sebagai sarana pemasaran digital yang relevan dengan tren saat ini. Anggota kelompok diperkenalkan dengan strategi dasar pembuatan konten yang menarik, mulai dari teknik pengambilan gambar, penggunaan musik atau efek visual yang sesuai dengan karakteristik produk. Selain itu, mereka juga dilatih memanfaatkan fitur interaktif seperti live streaming, yang memungkinkan terjalannya komunikasi dua arah dengan calon konsumen secara langsung, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk lempeng singkong.

Selanjutnya, tim PkM memberikan pelatihan mengenai perhitungan HPP dengan pendekatan praktis agar mudah dipahami oleh seluruh anggota (Putri et al., 2023). Pelatihan ini mencakup pencatatan seluruh komponen biaya, mulai dari bahan baku, tenaga kerja, hingga biaya overhead, untuk menghasilkan perhitungan yang akurat dan transparan. Dengan adanya keterampilan ini, kelompok tani tidak hanya mampu menetapkan harga jual yang lebih kompetitif di pasaran, tetapi juga dapat meningkatkan akuntabilitas internal melalui laporan keuangan yang dapat diakses bersama. Rangkaian pelatihan tersebut pada akhirnya diharapkan dapat membentuk ekosistem komunitas tani yang lebih kolaboratif, adaptif terhadap perkembangan digitalisasi.



Gambar 5. Realisasi Sosial Media Kelompok Tani

Kelompok Tani Makaryo Tani telah mulai mengimplementasikan penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana pemasaran digital, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 5. Akun resmi yang dikelola adalah @lempeng.cengklok, yang menunjukkan perkembangan positif melalui peningkatan jumlah *views*, *likes*, dan *followers*. Hal ini menandakan adanya respon pasar yang cukup baik terhadap produk lempeng singkong. Ke depan, diharapkan fitur lain terbuka pada platform tersebut, seperti *live streaming*, TikTok *Shop*, maupun program *affiliate marketing*, sehingga strategi pemasaran digital dapat berjalan lebih otomatis, efisien, dan berdampak signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Gambar 6. Templat Perhitungan HPP dan Pelaporan Keuangan

Gambar 6 menampilkan templat yang diperkenalkan dalam sesi pelatihan, yang dirancang untuk digunakan dalam perhitungan HPP serta pelaporan keuangan kelompok tani. Templat

ini berfungsi sebagai instrumen pencatatan yang sistematis sehingga seluruh komponen biaya produksi dapat terdokumentasi dengan jelas. Melalui penerapan templat tersebut, diharapkan transparansi keuangan kelompok tani dapat terwujud, sekaligus mendukung akuntabilitas dalam pengelolaan usaha agribisnis lempeng singkong.

### 3. Penerapan Teknologi



Gambar 7. Peralihan Penggilingan Manual ke Penggunaan Mesin

Sebagai bagian dari implementasi solusi, tim PkM memberikan bantuan berupa penyediaan peralatan produksi yang lebih modern. Pada Gambar 7 ditunjukkan mesin penggiling yang berfungsi menggantikan proses manual, sehingga waktu dan tenaga yang diperlukan dapat lebih efisien. Selanjutnya, pada Gambar 8 ditampilkan mesin pencetak lempeng singkong berbentuk koin atau lingkaran yang bertujuan menjaga konsistensi ukuran serta mempercepat proses pencetakan. Kehadiran kedua mesin tersebut diharapkan mampu meningkatkan efisiensi produksi, menjaga standar kualitas produk, serta memperbesar kapasitas produksi.



Gambar 8. Peralihan Pencetakan Manual ke Penggunaan Mesin

Sebagai bagian dari strategi penguatan pemasaran digital, tim PkM mengembangkan website terpusat yang dapat diakses melalui [www.griyasingkong.com](http://www.griyasingkong.com). Website ini dirancang sebagai sarana promosi sekaligus pusat informasi yang menampilkan profil kelompok tani, deskripsi produk unggulan berupa lempeng singkong, serta katalog varian produk yang tersedia. Keberadaan website tersebut memberikan identitas digital resmi bagi kelompok tani sehingga mampu meningkatkan kredibilitas, memperluas jangkauan pemasaran, serta membuka peluang transaksi dalam skala yang lebih luas. Selain itu, integrasi website dengan media sosial yang

memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi, melakukan interaksi, serta mempercepat proses pemesanan produk secara daring. Contoh tampilan laman website ditunjukkan pada Gambar 9.



Gambar 9. Laman Website Terpusat Kelompok Tani

#### 4. Pendampingan dan Evaluasi



Gambar 10. Pendampingan Pemasaran untuk Pusat Oleh-Oleh

Pada Gambar 10 ditunjukkan kegiatan branding awal yang dilakukan sebagai upaya memperluas jangkauan pemasaran produk lempeng singkong ke pusat oleh-oleh di kawasan Solo Raya. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali peluang pasar baru sekaligus memperoleh masukan langsung dari pengelola pusat oleh-oleh terkait standar kualitas produk, kemasan, serta preferensi konsumen. Melalui strategi tersebut, kelompok tani diharapkan mampu menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing, serta memperkuat posisi lempeng singkong sebagai produk khas daerah yang bernilai jual lebih tinggi. Hasil masukan pengelola dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Saran Pengelola Pusat Oleh-Oleh

No	Pusat Oleh-Oleh	Saran
1	UD. Abon Mesran Mistopawiro	1. Harga 2. P-IRT 3. Stiker
2	ERA JAYA	1. P-IRT / BPOM

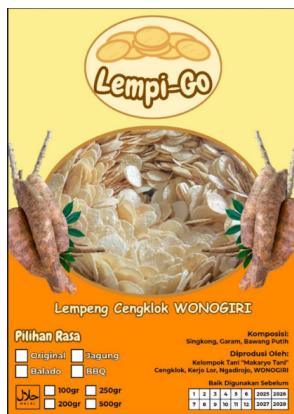
No	Pusat Oleh-Oleh	Saran
3	Toko Mulyo	2. Tanggal Kadaluarsa 3. Sealer Kemasan 4. Komposisi 5. Halal 1. Harga 2. P-IRT 3. Stiker 4. Halal
4	Makutho Solo	1. Harga 2. P-IRT / BPOM 3. Kemasan 4. Stiker
5	Erlangga Jaya	1. P-IRT 2. Stiker 3. Halal

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa komponen utama yang menjadi fokus dalam penguatan usaha kelompok tani meliputi beberapa aspek penting. Pertama, penentuan harga produk telah dilakukan melalui perhitungan HPP sehingga memungkinkan adanya transparansi biaya sekaligus penetapan harga jual yang lebih kompetitif. Kedua, kelompok tani telah memiliki izin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) sebagai dasar legalitas produk pangan olahan. Ketiga, aspek stiker dan kemasan dipandang strategis untuk memperkuat branding serta meningkatkan daya tarik visual produk di pasar. Terakhir, sertifikasi Halal menjadi kebutuhan mendasar mengingat produk yang dihasilkan merupakan pangan konsumsi, sehingga dapat memberikan jaminan keamanan, kenyamanan, serta kepercayaan bagi konsumen yang lebih luas.



Gambar 11. Pendampingan Pemasaran untuk Pusat Oleh-Oleh

Gambar 11 menampilkan kemasan produk yang telah melalui proses standarisasi baik dari segi ukuran maupun variasi rasa, sehingga memberikan konsistensi dan nilai tambah terhadap produk lempeng singkong. Pada kemasan tersebut juga digunakan stiker sebagai identitas resmi produk Lempeng Cengklok, yang berfungsi memperkuat branding serta membedakan produk dari kompetitor sejenis. Gambar 12 memperlihatkan tampilan penuh dari desain stiker yang digunakan.



Gambar 12. Stiker Kemasan

Proses sertifikasi Halal bagi produk lempeng singkong dilakukan melalui pemanfaatan program fasilitasi dari Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kabupaten Wonogiri. Kelompok Tani telah dijadwalkan untuk menerima kunjungan verifikasi pada tanggal 15 September 2025, sebagai bagian dari prosedur penilaian kelayakan produk pangan. Sehingga saat ini, kelompok tani telah mendapatkan sertifikat halal resmi.



Gambar 13. Pendampingan Penggunaan Website dan Sosial Media (Kiri) serta Akuntansi (Kanan)

Pendampingan tahap akhir difokuskan pada penguatan kapasitas kelompok tani dalam pemanfaatan teknologi digital dan sistem manajemen usaha. Aspek yang ditekankan meliputi penggunaan website dan media sosial sebagai sarana pemasaran berbasis digital, serta penerapan akuntansi sederhana untuk pencatatan biaya dan pembukuan bisnis. Melalui kegiatan ini, diharapkan kelompok tani mampu mengelola proses produksi, pemasaran, dan administrasi keuangan secara lebih profesional dan transparan. Pendampingan tersebut sekaligus menjadi langkah persiapan agar sistem usaha dapat dijalankan secara mandiri dan berkelanjutan oleh kelompok tani setelah program PkM berakhir. Dokumentasi kegiatan pendampingan ditampilkan pada Gambar 13.

## 5. Keberlanjutan Program



Gambar 14. Serah Terima Teknologi)

Kegiatan penutup dalam program PkM ditandai dengan pembentukan organisasi dan struktur kepengurusan branding Lempi-Go sebagai upaya keberlanjutan usaha kelompok tani dalam jangka panjang. Langkah ini bertujuan untuk memperkuat identitas produk sekaligus memastikan adanya manajemen internal yang terstruktur dalam mengelola produksi, pemasaran, dan pengembangan usaha. Program kemudian diakhiri dengan kegiatan serah terima teknologi, meliputi mesin-mesin produksi, website terpusat, akun pemasaran digital, serta sistem pembukuan sederhana yang telah disusun. Serah terima ini dimaksudkan agar mitra dapat mengelola seluruh sumber daya secara mandiri setelah pendampingan selesai. Dokumentasi kegiatan tersebut ditampilkan pada Gambar 14. Diakhiri dengan foto bersama seluruh anggota Kelompok Tani *Makaryo Tani* di Gambar 15.



Gambar 15. Foto Bersama dengan Kelompok Tani)

## Kesimpulan

Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan bersama Kelompok Tani *Makaryo Tani* Dusun Cengklok, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri, telah berhasil memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kapasitas mitra melalui integrasi teknologi produksi, manajemen usaha, serta pemasaran digital. Serangkaian kegiatan meliputi pelatihan akuntansi biaya, penguatan branding, pemanfaatan media sosial dan website sebagai sarana promosi, hingga penyediaan mesin produksi modern telah mampu meningkatkan efisiensi, transparansi, serta daya saing produk unggulan lempeng singkong. Selain itu, pendampingan intensif dalam aspek legalitas seperti proses sertifikasi Halal memperkuat jaminan mutu produk sekaligus membuka peluang penetrasi pasar yang lebih luas, termasuk ke pusat oleh-oleh

daerah. Pembentukan organisasi dengan branding Lempi-Go serta serah terima teknologi menjadi penanda penting bagi keberlanjutan program, memastikan mitra memiliki kemandirian dalam mengelola usaha ke depannya. Dengan demikian, PkM ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi kelompok tani, tetapi juga memperkuat posisi produk lokal sebagai bagian dari pengembangan agribisnis berbasis digital di wilayah Wonogiri.

### **Ucapan Terima Kasih**

Tim PkM menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Kelompok Tani *Makaryo Tani* Dusun Cengklok, Ngadirojo, Wonogiri atas kolaborasi, keterbukaan, dan semangat kebersamaan dalam seluruh rangkaian kegiatan. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek) atas dukungan pendanaan sehingga program PkM ini dapat terlaksana dengan baik.

### **Daftar Pustaka**

- Endrawati, T., Safarudin, M. S., Windreis, C., Ar, M., Zahruddin, A., & Yusnanto, T. (2023). Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Online Bagi UMKM di Berbagai Provinsi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4501–4512. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.15990>
- Garside, A. K., Baroto, T., & Waibo, O. R. G. (2020). Penguanan Aspek Produksi dan Pemasaran pada Usaha Keripik Singkong Mix Sayur. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 61–68. <https://doi.org/10.30595/jppm.v0i0.4614>
- Larasaty, P. N., & Sagala, A. (2022). Pelatihan Penggunaan Media Sosial dan Literasi Digital Kepada Remaja Kampung Nelayan Kaliadem (REMKA). *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2). <https://doi.org/10.53834/mdn.v8i2.5172>
- Maharani, T. S., & Pabulo, A. M. A. (2024). Pelatihan Digitalisasi Pemasaran dan Pencatatan Keuangan Sederhana pada UMKM Mie Ayam di Dusun Bandut Kidul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4). <https://doi.org/10.70248/jpmebd.v1i4.1535>
- Mujiyo, M., Nugroho, D., Sutarno, S., Herawati, A., Herdiansyah, G., & Rahayu, R. (2022). Evaluasi Kemampuan Lahan sebagai Dasar Rekomendasi Penggunaan Lahan di Kecamatan Ngadirojo Kabupaten Wonogiri. *Agrikultura*, 33(1), 56–67. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v33i1.37950>
- Pramartha, I. M. A., Aryasa, I. P. G. C. A., & Dewi, A. A. I. K. G. (2023). Optimalisasi Pembukuan dan Pemasaran Berbasis Digital Kelompok Industri Kecil Menengah Pengrajin Perak di Desa Batubulan. *International Journal of Community Service Learning*, 7(3). <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i3.65047>
- Putri, D. P. S., Subarman, K., & Supono, I. (2023). Perancangan Harga Pokok Produksi UMKM Kacang Bawang Metode Full Costing Berbasis Excel. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 8(1). <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i1.1108>

- Ritonga, A. M., Akbar, A. A. S., & Chamadi, M. R. (2022). Alih Teknologi Olahan Oyek di Desa Lumbir Kecamatan Lumbir Kabupaten Banyumas. *Warta LPM*, 25(2), 152–163. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i2.641>
- Rois, F., & C.p.z, C. (2023). Pengoptimalan Pengolahan Singkong Menjadi Produk Pangan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 449–454. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.642>
- Subagja, A. D., & Oktoberi, Z. (2023). Analisis Pelaksanaan Digital Marketing Pada UMKM Keripik Singkong Widia di Desa Gandasoli Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang-Jawa Barat. *JURNAL PENGABDIAN MANDIRI*, 2(2).
- Sugihariyadi, M., & Mahbubi, M. (2025). Pemberdayaan Petani Singkong di Kecamatan Bulu: Pendekatan Pengabdian yang Efektif untuk Kesejahteraan. *AL MURTADO: Journal of Social Innovation and Community Service*, 2(1), 87–90.
- Suranny, L. E. (2021). Analisis Sektor Unggulan dalam Perencanaan Pembangunan Daerah di Kabupaten Wonogiri. *Inisiasi*, 10(2), 85–94. <https://doi.org/10.59344/inisiasi.v10i2.97>
- Surur, A. M., & Paramita, P. D. (2022). Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM melalui Inovasi Sosial Media Marketing pada Pelaku Usaha Keripik di Desa Domas. *Al Dzahab*, 3(1). <https://doi.org/10.32939/dhb.v3i1.991>
- Suwasono, H., Yulianto, B. D., & Anggiratih, E. (2025). Digitalization of Double Entry Bookkeeping and Marketing of Wonogiri Cashew Farmers Group Towards Globalization. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 10(1), 258–267. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v10i1.14622>
- Wulandari, E., & Deliana, Y. (2021). Aplikasi Pencatatan Administrasi dan Analisis Keuangan bagi Pelaku Usaha di Bidang Pertanian. *DHARMAKARYA: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 10(3), 232–235. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i3.32511>