



Efforts to develop micro, small, and medium enterprises through education on branding, design, and financial statements

Anggi Angga Resti[✉], Suharyati, Mira Rahmi

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Depok, Indonesia

[✉] anggianggaresti@upnvj.ac.id

^{doi} <https://doi.org/10.31603/ce.8977>

Abstract

Design and branding play a crucial role in attracting potential consumers for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and influencing their purchasing decisions. However, many MSME entrepreneurs still lack a clear understanding of how design and branding function, particularly as tools for product uniqueness and global market competitiveness. This program partners with Griya UKM Cinere, involving 20 MSMEs specializing in handmade crafts and fashion. The primary goal of this community service is to educate the partners about the significance of design, branding, and financial statements in boosting sales and serving as effective digital marketing tools. The program includes interactive discussions and training sessions, resulting in increased awareness among partners regarding the vital aspects of branding, design, and financial statements. Evaluation outcomes indicate that 75% of the participants have gained a solid grasp of the materials presented.

Keywords: Branding; Design; Financial statements; MSMEs

Upaya pengembangan usaha mikro kecil dan menengah melalui edukasi branding, desain, dan laporan keuangan

Abstrak

Desain dan branding merupakan salah satu cara untuk memikat calon konsumen UMKM dalam menentukan keputusan untuk membeli produk. Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang tidak paham mengenai fungsi desain dan branding, khususnya fungsinya sebagai penciri produk agar dapat bersaing di pasar global. Mitra kegiatan ini adalah Griya UKM Cinere sebanyak 20 UKM yang memiliki usaha di bidang *handy craft* dan *fashion*. Tujuan dari pengabdian ini adalah mengedukasi mitra mengenai peran desain, branding dan pelaporan keuangan dalam meningkatkan penjualan dan sebagai media promosi digital. Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui diskusi dan pelatihan. Hasil kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman mitra mengenai branding, desain dan penyusunan laporan keuangan. Hasil evaluasi menunjukkan 75% peserta sangat memahami materi yang dipaparkan.

Kata Kunci: Branding; Desain; Laporan keuangan; UMKM

1. Pendahuluan

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran dalam mempertahankan roda perekonomian nasional. Pemerintah saat ini sedang gencar untuk membuat UMKM naik kelas dengan berbagai program yang diberikan kepada pelaku UMKM, baik modal usaha, pelatihan, serta pendampingan usaha dengan *stakeholder* (Arianto, 2019). Di era digital saat ini, para pelaku UMKM harus memikirkan cara untuk

membangun merek yang kuat, agar produk yang dipasarkan secara daring dapat menarik minat dan merebut hati konsumen. Hal tersebut diungkapkan oleh pendiri Sciencewerk Danis Sie, dalam *talkshow* BRI UMKM Expo[rt] Brilianpreneur 2020, yang menyebut merek atau *brand* harus menjadi hal yang membedakan antara sebuah produk dengan barang serupa di pasar. Merek bagus harus juga didukung kondisi produk yang unik dan berbeda. Dengan produk dan desain *brand* yang bagus, maka tidak akan kalah dengan produk luar. Brand itu memberikan kesan pertama atau *first impression* terhadap suatu produk. Dia memberikan identitas pembeda supaya sebuah produk terlihat lebih menonjol dibanding produk lain. Visualisasi yang menarik menjadi kata kunci, karena desain dan tampilan produk di dunia maya menjadi salah satu pertimbangan utama calon konsumen dalam memilih barang yang hendak dibeli secara daring. Menurutnya, *branding* yang kuat bisa dibangun pelaku UMKM dengan memperhatikan desain kemasan yang unik, atau menyediakan kemudahan komunikasi dan transaksi bagi pembeli dari dunia maya. Jika kedua hal ini bisa disediakan pelaku usaha maka calon pembeli akan memiliki kesan khusus saat membeli produk (suara.com, 2020).

Desain idealnya menyejahterakan manusia. Berbagai penelitian desain, baik dalam hal rancangan, proses, dan hasil dilakukan guna menghasilkan desain yang lebih baik. Salah satu penelitian desain terhadap hasil ialah kajian atas beredarnya karya desain. Logo merupakan karya desain yang melibatkan unsur desain (bentuk, warna, tekstur, ruang) yang berfungsi sebagai identitas suatu entitas untuk membedakannya dengan yang lainnya. Logo dalam fungsinya sebagai identitas visual utama dalam *branding*, dituntut agar merepresentasikan suatu entitas secara visual baik secara langsung atau abstrak (Listya & Rukiah, 2018). Produk bagus tanpa *branding packaging* yang baik dan strategi pemasaran akan sia-sia. *Branding packaging* juga dapat menjadi media promosi kepada konsumen, *branding* yang memiliki ciri khas menjadi *brain minded* kepada konsumen. Ciri khas dapat berupa logo, desain, kemasan, pewarnaan dan tipografi (Setiawati et al., 2019).

Pandemi Covid-19 memberikan dampak besar kepada pelaku UMKM, sehingga penjualan mengalami penurunan. DKUM Kota Depok memiliki tantangan baru dalam memulihkan UMKM karena berdasarkan data Survei UMKM Kementerian Koperasi dan UKM, 48,6% UMKM tutup sementara dan 30,5% UMKM mengalami penurunan permintaan domestik. Beberapa permasalahan yang dihadapi adalah produksi terhambat, penjualan menurun, permodalan, sulitnya bahan baku dan distribusi yang terhambat (radardepok.com, 2021). Lebih lanjut, guna mengatasi masalah tersebut, terdapat 5 kegiatan pemberdayaan UMKM, yaitu (1) pendataan potensi dan pengembangan usaha mikro; (2) memfasilitasi kemudahan perizinan dengan memberikan pelatihan Penyuluhan Keamanan Pangan (PKP), pelatihan laik sehat, sosialisasi dan pendaftaran sertifikasi HAKI dan sosialisasi halal; (3) pemberdayaan melalui kemitraan usaha mikro; (4) pemberdayaan kelembagaan; dan (5) memfasilitasi usaha mikro menjadi usaha kecil dalam pengembangan produksi dan pengolahan, pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM) serta desain dan teknologi (republika.co.id, 2022).

Jumlah Asosiasi UMKM kota Depok di tahun 2015 berjumlah 738 yang terdiri dari 376 unit sektor usaha kuliner, 278 unit sektor usaha Handycraft, 26 unit usaha Agro dan 58 unit sektor usaha di bidang pembiayaan dan permodalan. Beberapa diantaranya merupakan UMKM binaan Griya Cinere yang diketuai oleh ibu Harry Astuti dan saat ini telah beranggotakan 156 UKM. Griya Cinere awalnya hanya beranggotakan 20 UKM

yang tersebar di 4 kelurahan, yaitu Kelurahan Gandul, Kelurahan Cinere, Kelurahan Pangkalan Jati dan Kelurahan Pangkalan Jati Baru. UKM tersebut juga terdiri dari berbagai bidang usaha, seperti kuliner, Handy Craft, Fashion dan Jasa.

Namun demikian, para pelaku UKM belum maksimal membuat desain dan *branding* sebagai media promosi. Terlebih dengan kondisi UKM yang penjualan dan permintaannya menurun, diperlukan transfer ilmu pengetahuan tentang desain, *branding*, dan pemahaman laporan keuangan sebagai gambaran kondisi usaha yang sedang dijalankan. Melalui program pengabdian masyarakat di UKM dan PKK Griya Cinere, Kecamatan Cinere diharapkan membuat UMKM naik kelas dengan cara membangun merek yang kuat, agar produk yang dipasarkan dapat menarik minat dan merebut hati konsumen, serta penjualan dapat semakin meningkat.

Dengan melihat fenomena dan mengacu pada permasalahan tersebut, maka dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk diskusi dan sosialisasi. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UKM mengenai desain, *branding* produk dan laporan keuangan dalam upaya mengembangkan usaha dan dapat meningkatkan penjualan usahanya. Dengan demikian dapat memotivasi para pelaku UKM untuk dapat berinovasi dan memiliki desain, *branding* produk dan laporan keuangan yang baik dan berkualitas.

2. Metode

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari Kamis, 23 Juni 2022, pukul 08.00-11.30 WIB di Aula Kantor Kecamatan Cinere, Kota Depok, Jawa Barat. Pelaksanaan kegiatan dibantu oleh tiga orang mahasiswa. Kegiatan ini diikuti oleh 20 pelaku UKM dan PKK di bawah binaan Griya Cinere yang memiliki usaha produktif di bidang *handy craft* dan *fashion*.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode diskusi dan pelatihan. Pelatihan adalah kegiatan yang dilakukan dalam bentuk pemberian informasi atau materi disertai pemodelan, diskusi, praktik, dan evaluasi hasil kegiatan (Utami & Naryatmojo, 2016). Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Tahap persiapan
Tahap ini dilaksanakan melalui survei untuk mendapat gambaran umum yang berkaitan dengan target mitra dan kondisi lapangan, mulai dari pengamatan tren melalui sosial media dan media masa, kemudian mendatangi lokasi dan menganalisa sebab akibat (Listya & Rukiah, 2018).
- b. Tahap pelaksanaan
Pelaksanaan ceramah dan diskusi *branding*, desain dan penyusunan laporan keuangan untuk meningkatkan nilai jual UKM.
- c. Tahap evaluasi
Evaluasi dilakukan pada tahapan akhir kegiatan dengan memberikan kuesioner kepada para peserta untuk mendapatkan *feedback*, baik dari aspek pemahaman teori, pentingnya *branding*, desain, dan laporan keuangan yang sudah dipaparkan saat kegiatan berlangsung.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai bagian dari pelaksanaan tridarma perguruan tinggi yang dilaksanakan dengan tujuan agar memberikan pemahaman kepada para pelaku UKM dan PKK mengenai *branding*, desain dan penyusunan laporan keuangan. Hal ini ditargetkan dapat meningkatkan nilai jual produk yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan para pelaku UKM dan PKK binaan Griya Cinere.

Pada tahap awal, tim menyusun materi sosialisasi yang akan dipresentasikan secara teori dalam bentuk *power point* yang terkait dengan tema *branding*, desain dan penyusunan laporan keuangan. [Tabel 1](#) menunjukkan profil mitra UKM dan PKK Griya Cinere yang lebih didominasi oleh bidang *fashion* yang berjumlah 17 UKM sedangkan bidang aksesoris berjumlah 3 UKM. Berdasarkan omzet penjualan per bulan, mayoritas beromzet di bawah Rp. 10.000.000,- sebanyak 11 UKM, dan telah menjalankan bisnis selama 2-5 tahun.

Tabel 1. Profil mitra

No	Uraian	Jumlah Mitra
1.	Jenis usaha	
	a. Aksesoris	3
	b. Fashion	17
2.	Lama usaha	
	a. Di bawah 2 tahun	3
	b. 2 tahun - 5 tahun	14
	c. Di atas 5 tahun	3
3.	Omzet	
	a. Di bawah Rp. 10.000.000	11
	b. Rp. 10.000.000 - Rp. 20.000.000	7
	c. Di atas Rp. 20.000.000	2

3.1. Edukasi *branding*, desain dan penyusunan laporan keuangan

Selain pendekatan estetika, masalah yang menjadi fokus pengabdian juga didekati dari sisi ilmu pemasaran dimana *branding* adalah bagian dari kajian ilmu tersebut. Melalui pendekatan estetika akan digali aspek formalistik tiap logo *brand* UMKM dan konsistensinya. Kegiatan ini ditargetkan untuk meningkatkan ilmu dan pengetahuan mengenai makna dibalik aspek formal logonya, yang dianalisis dan dikaitkan dengan ilmu pemasaran dimana visual *branding* idealnya dapat membedakan suatu produk dengan yang lainnya agar dapat bertahan dan memiliki nilai tambah. Selain itu, identitas *brand* melalui visual *branding* juga dikaji terkait produk asal suatu daerah.

Sesi pertama dilaksanakan edukasi pengenalan *branding*, desain, dan penyusunan laporan keuangan ([Gambar 1](#)). *Branding* merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa atau perusahaan ([Kotler, 2012](#)). Tim mempresentasikan materi mengenai pengenalan *branding*, desain, dan penyusunan laporan keuangan, pentingnya desain, *branding* dan

penyusunan laporan keuangan, contoh *branding* dan desain UMKM yang sedang tren. Materi tersebut dipaparkan kepada para peserta pada saat pelaksanaan kegiatan.

Meskipun para peserta telah memiliki logo pada produknya, namun mereka belum memahami pentingnya *branding* dan *design* sebagai salah satu visual *branding* yang dapat dimanfaatkan untuk dapat membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Pada pelaku UKM masih mencontoh logo dan *branding* produk-produk yang sudah ada di pasaran dan dimodifikasi sedikit sehingga terlihat berbeda. Oleh karenanya, tim pengabdian mengarahkan untuk menyesuaikan logo dan *branding* dengan ciri khas masing-masing produk seperti daerah tempat produk berasal yaitu Kota Depok agar keunikan dan kekhasan dapat ditampilkan pada kemasan produk. Proses ini diharapkan dapat membuat para pelaku UKM dapat naik kelas dengan berbagai program yang ditawarkan kepada konsumen, dengan membangun merek yang kuat, sehingga produk yang dipasarkan dapat menarik minat dan merebut hati konsumen dan penjualan dapat semakin meningkat dan lebih berkembang.

Pengabdian kepada masyarakat ini juga menghubungkan ilmu manajemen keuangan mengenai proses penginputan laporan keuangan yang sederhana sehingga dapat tersusun dengan baik sebagai cerminan arus kegiatan keuangan usaha. Peranan laporan keuangan sangat penting dilakukan untuk UKM. Hal ini dapat dimulai dengan pencatatan transaksi harian yang akuntabel, baik pendapatan maupun biaya. Dengan hasil laporan keuangan yang sudah dirinci dan tersusun dengan baik, maka dapat mencerminkan arus keuangan usaha atau menggambarkan kondisi usaha yang sedang dijalankan. Sehingga dapat dilakukan rencana untuk melihat arah perkembangan usaha ke depan agar penjualan dapat semakin meningkat dan dapat lebih berkembang.



Gambar 1. Edukasi *branding*, desain, dan penyusunan laporan keuangan

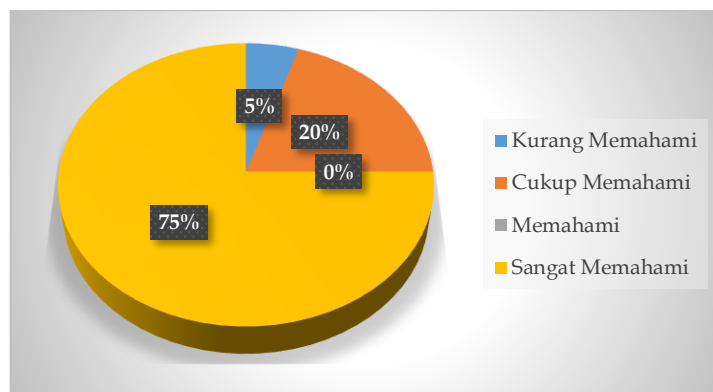
Peserta sangat antusias dalam memahami paparan yang disajikan oleh tim pengabdian. Selanjutnya diskusi terbuka dengan para peserta dari UKM dan PKK Griya Cinere (Gambar 2). Peserta aktif pada sesi tanya jawab berlangsung dan ada peserta yang membawa contoh produk dan bertanya mengenai kekurangan yang ada pada desain dan *branding* yang ada pada produknya. Tim pengabdian memberikan masukan dan arahan untuk dapat menambahkan beberapa komponen mulai dari logo yang dapat disesuaikan dengan salah satu produk terfavorit dari para pelanggan agar keunggulan produk dapat muncul pada bagian logo. Selain itu, komposisi bahan belum termuat dalam produk dan disarankan untuk menambahkan ciri khas daerah Depok pada *branding* produknya.



Gambar 2. Kegiatan sesi tanya jawab

3.2. Evaluasi pelatihan

Pada sesi terakhir dilaksanakan evaluasi kepada para peserta, baik pada aspek pemahaman teori maupun pentingnya *branding*, desain, dan laporan keuangan. Hasil evaluasi menunjukkan 75% peserta sangat memahami materi yang dipaparkan, 20% peserta cukup memahami materi yang disampaikan dan 5% kurang memahami materi yang dipaparkan oleh pemateri (Gambar 3). Adapun kendala yang dihadapi saat pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah waktu pelaksanaan sosialisasi yang kurang efektif karena beberapa para pelaku UKM dan PKK sedang beraktivitas memasarkan produknya sehingga kurang fokus.



Gambar 3. Hasil evaluasi branding, desain dan laporan keuangan

4. Kesimpulan

Aktivitas edukasi *branding*, desain, dan penyusunan laporan keuangan yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa 75% pelaku UKM dan PKK binaan Griya Cinere sangat memahami materi edukasi. Diharapkan para pelaku UKM dan PKK binaan Griya Cinere dapat mengembangkan serta meningkatkan penjualan usahanya. Saran untuk kegiatan selanjutnya pada saat pemaparan materi disisipkan video serta bahan contoh desain produk yang sudah ada untuk dapat dilihat langsung oleh para peserta.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kecamatan Cinere Kota Depok dan jajarannya yang telah memberikan fasilitas dan dukungan selama kegiatan Pengabdian

Masyarakat 2022. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada para rekan Dosen serta mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Arianto, B. (2019). Buzzer Media Sosial dan Branding Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal UMKM Dewantara*, 2(1), 27–46.
- Kotler, K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Person Education.
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual Branding Produk Belimbing Olahan Umkm Depok Melalui Desain Logo. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(2). <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1548>
- radardepok.com. (2021). *Selama Pandemi Covid-19 48,6 % UMKM di Kota Depok Tutup*.
- republika.co.id. (2022). *DKUM Depok Sudah Garap Sejumlah Program pada 2021*.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Fitriawati, D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- suara.com. (2020). *Pengusaha : UMKM di Era Digital harus Melek Desain dan Brand*.
- Utami, S. P. T., & Naryatmojo, D. L. (2016). Pelatihan Presentasi Ilmiah untuk Meningkatkan Daya Saing dalam Kompetisi Ilmiah Bagi Anggota Ektrakurikuler Karya Ilmiah Remaja di Kota Semarang. *SEMAR*, 5(1), 83–91. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/semar.v5i1.16328>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
