

OPTIMALISASI PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI REBRANDING LOGO, LABEL, DAN LAUNCHING BUKU KEUANGAN

Salma Fahriya Tsuraya^{1*}, Fery Diantoro¹

UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia¹

* salmafahriyats@gmail.com

Keywords:

MSME Empowerment, Rebranding, Financial Book Launching, Sisdamas KKN.

JEL Classification:

L26, M31, M41, M21.

Article History:

Received: 31 March 2026

Revised: 13 Juli 2026

Accepted: 2 September 2026

Published: 10 October 2026

Citation:

Tsuraya, S. F. and Diantoro, F. (2026). Optimalisasi Pemberdayaan UMKM Melalui Rebranding Logo, Label, dan Launching Buku Keuangan. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 26(2), 93-103.

<https://doi.org/10.14421/aplikasia.v26i2.3922>

Abstract: Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the Indonesian economy, especially in contributing to the Gross Domestic Product (GDP). In addition, it also plays an important role in the rate of economic growth with a high significance for Indonesia's economic equity. The service method used is the Community Empowerment System (Sisdamas) developed by the Community Service Centre Team (LP2M) of UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Sisdamas consists of four cycles, where each cycle is carried out for approximately one week. The author focuses on the problems of MSMEs in the Cipager Kaler neighbourhood. MSME empowerment efforts with the first step is the observation process, carried out thoroughly and in-depth to understand the social, economic, and environmental conditions of the local community. MSMEs play an important role in the Indonesian economy, both in terms of contribution to GDP and job creation. MSMEs not only help maintain economic stability but also encourage inclusive economic growth. However, there are several challenges faced by MSME players, such as a lack of awareness of the importance of branding and good financial bookkeeping.

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan ekonomi. Pada tahun 2023 jumlah UMKM mencapai sekitar 66 juta unit dengan kontribusi sebesar 61% terhadap PDB nasional atau setara Rp9.580 triliun (Kadin, 2023). Selain itu, sektor ini menyerap lebih dari 89% tenaga kerja nasional (Wilfarda et al., 2021). Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas UMKM menjadi aspek strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar, sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan. Banyak pelaku usaha belum memiliki identitas merek yang mampu meningkatkan daya saing produk, sementara pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana bahkan belum terdokumentasi dengan baik (Mahfirah et al., 2023; Pertiwi et al., 2024).



Kondisi tersebut menyebabkan produk sulit bersaing di pasar serta menyulitkan pelaku usaha dalam mengendalikan arus kas, mengevaluasi kinerja usaha, maupun mengakses pembiayaan. Rebranding produk melalui pembaruan logo dan label merupakan salah satu strategi untuk memperkuat identitas merek serta meningkatkan nilai tambah produk di mata konsumen (Rafiudin et al., 2024). Di sisi lain, penerapan pembukuan sederhana membantu pelaku UMKM melakukan pencatatan transaksi secara sistematis sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan usaha yang lebih akurat (Putri et al., 2021). Kedua aspek tersebut menjadi fondasi penting dalam meningkatkan profesionalisme dan keberlanjutan usaha UMKM.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas rebranding maupun pengelolaan keuangan UMKM secara terpisah. Rafiudin et al. (2024) menekankan pentingnya strategi rebranding untuk meningkatkan daya saing usaha, sedangkan Sintakarini et al. (2023) berfokus pada pembuatan logo dan label sebagai media pemasaran produk. Sementara itu, Putri et al. (2021) dan Diyani et al. (2023) mengkaji pelatihan pembukuan keuangan bagi UMKM guna meningkatkan kualitas pengelolaan usaha.

Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya hanya berfokus pada satu aspek pemberdayaan, yaitu branding atau pengelolaan keuangan, sehingga belum menunjukkan model pendampingan yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut dalam satu program pemberdayaan UMKM. Menurut hasil observasi di Kelurahan Cigugur, ditemukan bahwa sebagian besar UMKM telah memiliki potensi usaha yang cukup baik, namun masih menghadapi permasalahan berupa desain logo dan label yang kurang representatif serta belum tersedianya sistem pencatatan keuangan yang tertib. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya saing produk dan kurang optimalnya pengelolaan usaha.

Kebaruan artikel ini terletak pada penerapan model pemberdayaan UMKM yang mengintegrasikan rebranding logo dan label produk dengan penyusunan serta launching buku keuangan sederhana dalam satu rangkaian pendampingan. Pendekatan terpadu ini tidak hanya memperkuat identitas produk sebagai strategi pemasaran, tetapi juga meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan usaha secara sistematis. Integrasi kedua program tersebut diharapkan mampu menghasilkan dampak yang lebih komprehensif dibandingkan pendampingan yang hanya berfokus pada salah satu aspek.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan dan hasil program pendampingan rebranding logo dan label produk serta penyusunan buku keuangan sederhana sebagai upaya meningkatkan daya saing dan kapasitas pengelolaan usaha UMKM di Kelurahan Cigugur. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang aplikatif dan berkelanjutan bagi wilayah lain yang memiliki karakteristik serupa.

B. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Sistem Pemberdayaan Masyarakat (Sisdamas) yang dikembangkan oleh LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Pendekatan Sisdamas menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap

tahapan kegiatan sehingga proses pemberdayaan dilakukan secara partisipatif, kolaboratif, dan berorientasi pada keberlanjutan program. Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan melalui empat tahapan Sisdamas. Tahap pertama adalah Rembuk Warga, yaitu proses identifikasi potensi, kebutuhan, dan permasalahan masyarakat melalui observasi lapangan, wawancara, serta diskusi bersama perangkat Kelurahan Cigugur, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM), pelaku UMKM, dan tokoh masyarakat. Pada tahap ini diperoleh informasi bahwa sebagian besar UMKM menghadapi permasalahan pada aspek identitas visual produk dan pencatatan keuangan usaha.

Tahap kedua melalui Pemetaan Sosial dan Perencanaan Program. Informasi yang diperoleh pada tahap sebelumnya dianalisis bersama masyarakat untuk menentukan prioritas program. Hasil musyawarah menetapkan program pendampingan berupa rebranding logo dan label produk, penyusunan buku keuangan sederhana, serta launching buku keuangan sebagai bentuk penguatan kapasitas UMKM. Tahap ketiga merupakan Pelaksanaan Program. Kegiatan dilaksanakan melalui pendampingan langsung kepada pelaku UMKM yang meliputi perancangan ulang logo dan label produk sesuai karakteristik usaha, penyusunan format pembukuan sederhana yang mudah diterapkan, pelatihan penggunaan buku keuangan, serta launching buku keuangan sebagai bentuk implementasi hasil pendampingan.

Tahap keempat adalah Monitoring dan Evaluasi. Evaluasi dilakukan bersama pelaku UMKM, pemerintah kelurahan, dan tim pengabdian untuk menilai ketercapaian program serta mengidentifikasi tindak lanjut yang diperlukan agar program dapat diterapkan secara berkelanjutan. Evaluasi program menggunakan pendekatan deskriptif dengan membandingkan kondisi UMKM sebelum dan sesudah pendampingan. Indikator keberhasilan program meliputi: (1) tersusunnya desain logo dan label produk yang lebih representatif sesuai identitas usaha; (2) tersedianya buku keuangan sederhana yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM; (3) meningkatnya pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan pencatatan keuangan; serta (4) kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan pencatatan transaksi usaha secara mandiri setelah kegiatan pendampingan.

Data pengabdian diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur dengan pelaku UMKM dan pemangku kepentingan, dokumentasi kegiatan, serta hasil evaluasi selama proses pendampingan. Seluruh data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan dengan membandingkan kondisi awal dan kondisi setelah program dilaksanakan untuk menggambarkan perubahan yang terjadi sebagai hasil dari kegiatan pemberdayaan UMKM di Kelurahan Cigugur.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta KKN Nusantara Moderasi Beragama IV Se-Indonesia Kelurahan Cigugur melaksanakan program pemberdayaan masyarakat (Sisdamas) di Kelurahan Cigugur, Kabupaten Kuningan berjumlah 47 orang dari beberapa program studi. Mereka dibagi menjadi 3 kelompok kecil (skoci) dan ditempatkan sesuai fokus masing-masing. Skoci I di Lingkungan Dadawah berfokus pada permasalahan sampah, skoci II berfokus pada pemanfaatan pekarangan di Lingkungan Cipager Tengah, skoci III tempat penulis berfokus pada permasalahan UMKM di Lingkungan Cipager Kaler. Tiap-tiap kelompok kecil (skoci) memiliki struktur kepengurusan agar memudahkan agar

memudahkan tanggung jawab atas tugas dan peran masing-masing sesuai dengan fokus kegiatan kelompok.

Dari seluruh kelompok kecil (skoci), dipilih salah satu orang untuk menjadi Koordinator Desa (Kordes) yang bertugas menjalin komunikasi dengan aparat pemerintahan desa. Seluruh kelompok menjalankan prosedur KKN mulai dari siklus I-IV sesuai arahan KKN Sisdamas dari Tim LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung. KKN Sisdamas ini kurang lebih berlangsung selama 40 hari. Oleh karena itu DPL selaku peneliti bersama dengan peserta bersinergi dengan berbagai pihak agar tujuan KKN Sisdamas tercapai. Berikut adalah rangkaian langkah-langkah atau prosedur yang dilakukan.

Siklus I: Sosialisasi Awal, Rembug Warga, dan Refleksi Sosial

Selama 40 hari waktu pemberdayaan yang disediakan oleh LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung untuk pelaksanaan KKN, peserta dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) berusaha memanfaatkan setiap kesempatan dengan sebaik-baiknya guna mencapai tujuan program. Pada minggu pertama, para peserta terlebih dahulu mengikuti pembekalan intensif untuk mempersiapkan diri sebelum terjun langsung ke lapangan. Setelah itu, mereka mulai melakukan observasi di lingkungan sekitar guna mengidentifikasi potensi dan masalah yang ada di masyarakat. Proses pengamatan ini dilakukan secara menyeluruh dan mendalam, bertujuan untuk memahami kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan masyarakat setempat. Melalui langkah ini, peserta KKN dapat merumuskan permasalahan utama yang dihadapi warga serta menggali potensi-potensi yang belum tergarap secara maksimal. Hasil dari observasi tersebut menjadi dasar bagi perancangan program-program pemberdayaan yang tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Sebelum dimulainya Siklus I, tepatnya pada tanggal 19 Juli 2024, Koordinator Desa (Kordes) mengambil inisiatif untuk mengumpulkan seluruh anggota KKN di posko. Pertemuan ini bertujuan memberikan pengarahan menyeluruh terkait berbagai persiapan yang perlu dilakukan agar program KKN dapat berjalan dengan lancar. Dalam pertemuan tersebut, Kordes memulai dengan memfasilitasi diskusi mengenai permasalahan yang ada di 3 lingkungan tempat program KKN dilaksanakan, yaitu Lingkungan Dadawah, Cipager Tengah, dan Cipager Kaler. Setiap anggota kelompok diminta untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang ditemukan di lapangan, seperti isu penanganan sampah di Dadawah, pemanfaatan pekarangan yang kurang optimal di Cipager Tengah, serta tantangan dalam pengembangan UMKM di Cipager Kaler. Diskusi juga diarahkan untuk menemukan solusi-solusi yang tepat bagi setiap masalah, yang kemudian akan menjadi fokus utama dalam pelaksanaan program pada tahap-tahap selanjutnya. Selain itu, pengarahan ini juga mencakup pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing skoci agar setiap langkah dapat terkoordinasi dengan baik.

Seluruh peserta KKN melaksanakan siklus I secara bersama di Gedung watu kencana. Kegiatan ini dihadiri oleh tokoh-tokoh agama serta para ketua RT dan RW dari Lingkungan Dadawah, Cipager Tengah, dan Cipager Kaler. Kehadiran mereka menjadi kunci penting dalam membangun sinergi dan komunikasi yang erat antara peserta KKN dengan masyarakat sekitar. Dalam pertemuan Siklus I ini, peserta KKN berusaha mendekatkan diri dengan warga melalui dialog terbuka yang melibatkan berbagai elemen masyarakat. Selain tokoh agama, keterlibatan para ketua

RT dan RW sangat penting, karena mereka memiliki pemahaman mendalam tentang kondisi dan kebutuhan warga di lingkungan masing-masing. Diskusi berjalan dengan lancar, membahas berbagai permasalahan seperti penanganan sampah, pemanfaatan lahan pekarangan yang belum optimal, serta upaya pemberdayaan UMKM di wilayah tersebut. Semua masukan dan saran yang diberikan oleh tokoh masyarakat dijadikan acuan untuk menyusun langkah-langkah strategis dalam program KKN, sehingga bisa lebih sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat.

Setelah pertemuan berlangsung, peserta KKN mulai menyusun rencana tindak lanjut berdasarkan hasil diskusi yang telah dilakukan. Setiap kelompok baik di Dadawah, Cipager Tengah, maupun Cipager Kaler, mulai membagi tugas untuk mempersiapkan pelaksanaan program-program spesifik di masing-masing wilayah. Keterlibatan aktif dari tokoh agama dan masyarakat memberikan semangat tambahan bagi peserta KKN untuk melaksanakan program dengan lebih baik dan terkoordinasi. Siklus I ini menjadi landasan penting dalam membangun hubungan yang kuat antara peserta KKN dan masyarakat, sekaligus menetapkan arah yang jelas bagi pelaksanaan siklus-siklus berikutnya.

Siklus II: Pemetaan Sosial dan Pengorganisasian Masyarakat

Skoci III yang memiliki fokus utama pada pemberdayaan UMKM, melakukan pemetaan sosial mulai melaksanakan siklus II pada minggu kedua kegiatan KKN. Pada tanggal 22 Agustus 2024, kegiatan ini merupakan tindak lanjut dari program yang telah dirancang pada tahap sebelumnya di mana skoci III berupaya untuk memaksimalkan potensi UMKM yang ada di wilayah Kelurahan Cigugur. Dalam upaya mewujudkan tujuan tersebut, skoci III menjalin kerjasama dengan dua lembaga penting, yaitu Koperasi UMKM Paradigma Gerakan Republik Indonesia (PAGERRI) dan Baznas Microfinance Masjid (BMM). Kedua lembaga ini berperan penting dalam memberikan dukungan baik dari segi sumber daya maupun strategi, untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM.

Salah satu langkah awal yang dilakukan dalam pelaksanaan siklus II adalah mengadakan diskusi intensif antara skoci III, PAGERRI, dan BMM. Diskusi ini bertujuan untuk menggali lebih dalam permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha UMKM, dengan harapan dapat mengidentifikasi hambatan-hambatan yang menghalangi perkembangan usaha mereka. Melalui diskusi ini, terungkap berbagai tantangan yang dihadapi, mulai dari aspek branding produk hingga legalitas usaha. Skoci III bersama PAGERRI dan BMM menemukan bahwa banyak UMKM di wilayah tersebut masih menghadapi kesulitan dalam memasarkan produk mereka karena kurangnya elemen penting dalam pengelolaan produk, seperti logo dan label yang menarik serta kejelasan informasi produk di mata konsumen.

Lebih lanjut, hasil dari siklus I memperlihatkan bahwa pemetaan sosial sangat penting untuk difokuskan pada variabel pengidentifikasian produk. Proses ini mencakup berbagai faktor penting seperti, apakah produk tersebut sudah memiliki logo atau label yang menarik, hal tersebut menjadi salah satu elemen kunci dalam branding. Selain itu, aspek legalitas produk juga menjadi perhatian utama. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), yang merupakan syarat utama untuk menjalankan usaha secara resmi. Tidak hanya itu, sertifikasi halal, Nomor Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), kode produksi, informasi nilai gizi, komposisi, dan tanggal kadaluwarsa juga menjadi faktor-faktor penting yang harus diperhatikan. Aspek-aspek ini

sangat mempengaruhi kualitas dan daya tarik produk di pasar serta menjadi salah satu kendala yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka. Namun fokus dalam program pembedayaan ini tidak bisa membantu proses NIB dan sertifikasi halal karena memerlukan waktu yang cukup lama.

Proses identifikasi ini bukan hanya untuk mengetahui status produk, tetapi juga sebagai langkah awal dalam upaya rebranding dan perbaikan kualitas produk UMKM. Dengan menggali lebih dalam mengenai kendala-kendala yang dihadapi, Skoci III bersama PAGERRI dan BMM dapat membantu UMKM merumuskan solusi yang konkret. Salah satunya adalah melalui rebranding produk, yang tidak hanya fokus pada aspek visual seperti logo dan label, tetapi juga memperhatikan legalitas dan keamanan produk di mata konsumen. Upaya ini diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif, dengan produk yang lebih berkualitas dan memenuhi standar yang diperlukan. Lebih dari sekadar identifikasi, hasil dari program ini akan menjadi dasar bagi Skoci III untuk menyusun rencana strategis yang tepat dalam membantu para pelaku UMKM menghadapi tantangan-tantangan tersebut. Diharapkan melalui program ini, UMKM dapat lebih berkembang, baik dari segi pemasaran maupun kualitas produk, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap ekonomi lokal. Pelaksanaan Siklus II ini menjadi tonggak penting dalam perjalanan program pemberdayaan UMKM oleh Skoci III, yang bertujuan tidak hanya untuk membantu pelaku usaha mengatasi kendala, tetapi juga untuk mempersiapkan mereka agar lebih siap bersaing di pasar yang lebih luas.

Selain melakukan diskusi intensif, seluruh anggota kelompok Kelurahan Cigugur dan Skoci III juga terlibat aktif dalam pelaksanaan alur kerja yang sistematis dalam proses pemetaan. Proses ini menjadi bagian penting dari metodologi kerja yang terstruktur untuk memastikan bahwa setiap data yang dikumpulkan dan diolah memiliki tingkat akurasi yang tinggi. Langkah pertama dalam alur kerja adalah persiapan, di mana anggota kelompok mengikuti tahap kedua dari metodologi Sisdamas, yaitu membuat indikator-indikator penting yang akan digunakan dalam kuisisioner untuk pengambilan data lapangan (sensus). Kuisisioner dirancang secara cermat dalam bentuk digital menggunakan Google Form agar memudahkan proses pengumpulan data secara cepat dan efisien.

Siklus III: Perencanaan Partisipatif dan Sinergi Program

Siklus III dilaksanakan pada tanggal 30 Agustus 2024, dan merupakan kelanjutan dari kegiatan pada siklus II yang sebelumnya belum sepenuhnya selesai. Pada siklus II, sejumlah program telah dirancang dan beberapa di antaranya mulai dijalankan, namun belum mencapai titik penyelesaian yang diinginkan. Dengan demikian, siklus III menjadi tahap yang sangat krusial, dimana program-program yang tertunda harus dilanjutkan dan disempurnakan. Tahap ini bukan hanya untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai, tetapi juga untuk memastikan keberlanjutan program agar dapat berjalan dalam jangka panjang. Siklus ini memberikan kesempatan bagi peserta KKN untuk lebih mendalami konsep-konsep yang telah diusulkan dan menjalankan strategi yang lebih matang demi mencapai hasil yang optimal.

Dalam siklus III ini, peserta KKN berfokus pada penyusunan langkah-langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan program-program dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang. Salah satu langkah penting yang diambil adalah pembuatan logo dan label, serta memastikan produk memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai syarat utama untuk

menjalankan usaha secara resmi. Selain itu, produk yang dihasilkan apakah dilengkapi dengan sertifikasi halal, Nomor Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), kode produksi, informasi nilai gizi, komposisi, dan tanggal kadaluwarsa. Jika produk tersebut memiliki NIB, sertifikasi halal, dan PIRT maka harus dicantumkan dalam label kemasan sebagai jaminan dari suatu produk. Namun, apabila produk tidak memiliki NIB, sertifikasi halal, dan PIRT maka kami menyarankan UMKM untuk mengurus terlebih dahulu. Semua elemen ini penting untuk mendukung keberlanjutan produk atau kegiatan yang dilaksanakan selama masa KKN, agar lebih siap bersaing di pasar.

Pembuatan logo dan label tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga memiliki peran besar dalam meningkatkan kesan profesional terhadap produk. Logo yang dirancang dengan baik menjadi simbol pengenalan yang kuat, memberikan produk atau program ciri khas yang mudah diingat oleh masyarakat. Disisi lain, label yang menarik serta memuat informasi penting seperti komposisi, kode produksi, tanggal kadaluwarsa, memberikan jaminan kualitas dan keamanan kepada konsumen. Hal ini tentunya dapat meningkatkan daya tarik produk di mata masyarakat dan memudahkan proses pemasaran. Dengan penerapan logo, label, dan berbagai sertifikasi tersebut, produk-produk yang dihasilkan akan memiliki nilai lebih, baik dari segi legalitas maupun kualitas. Upaya ini tidak hanya memperkuat citra produk, tetapi juga membuka peluang lebih besar untuk memperluas jangkauan pemasaran. Semua langkah ini diharapkan mampu mendukung keberlanjutan program secara jangka panjang, sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan selama kegiatan KKN berlangsung.

Selain itu, pada siklus III ini juga dilakukan launching buku keuangan, yang merupakan salah satu hasil konkret dari program yang telah disusun. Buku keuangan ini berfungsi sebagai panduan untuk pengelolaan keuangan secara lebih sistematis, transparan, dan akuntabel, yang sangat diperlukan dalam mendukung program-program yang dijalankan oleh masyarakat atau kelompok yang terlibat. Adanya buku keuangan, pelaku UMKM dapat dengan lebih mudah memahami cara mengelola keuangan, mulai dari pencatatan pemasukan dan pengeluaran, hingga bagaimana cara membuat laporan keuangan yang rapi dan akurat. Langkah ini diharapkan mampu menciptakan dasar yang kokoh bagi keberlanjutan program-program yang telah dirancang selama KKN, sehingga manfaatnya tidak hanya dirasakan selama kegiatan KKN berlangsung, tetapi juga untuk jangka waktu yang lebih panjang.

Tahap kedua pemetaan sosial melibatkan ketua RT dan masyarakat sekitar dengan fokus pada pengelolaan data yang berhasil dikumpulkan melalui Google Form. Data tersebut secara otomatis tersimpan dalam Google Spreadsheet. Pada tahap ketiga, data yang sudah tersimpan dan diolah di Google Spreadsheet diekspor untuk diproses lebih lanjut, guna menghasilkan informasi berbasis presisi. Penyajian data berbasis presisi ini membantu memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi lapangan, serta memudahkan pihak terkait dalam pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang akurat dan terstruktur. Tahap terakhir dalam alur kerja ini adalah penentuan titik koordinat pemetaan sosial menggunakan aplikasi Google Earth. Google Earth menentukan lokasi-lokasi strategis dengan akurasi tinggi. Setiap titik koordinat yang dipetakan memberikan informasi geografis spesifik seperti letak rumah Bapak RT, Rumah Ibadah, dan hal penting lainnya yang membantu dalam memetakan wilayah kerja KKN secara jelas. Pemetaan ini juga memudahkan proses pelaporan dan evaluasi kegiatan pada akhir program, sehingga hasil yang dicapai dapat disampaikan dengan lebih transparan dan tepat sasaran.

Siklus IV: Pelaksanaan Program dan Evaluasi

Siklus terakhir mencakup pelaksanaan program serta monitoring dan evaluasi. Program-program prioritas yang telah disepakati mulai dijalankan pada minggu keempat dalam bentuk pelatihan, pendampingan, serta penyerahan logo dan label produk. Tujuan utama dari siklus ini adalah melaksanakan program-program hasil dari perencanaan partisipatif, membentuk kelompok kerja atau panitia dengan prinsip “dari, oleh, dan untuk pelaku UMKM,” mendorong partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program, serta meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terlibat dalam pelaksanaan hingga proses monitoring dan evaluasi. Siklus IV ini dilaksanakan di posko pada minggu keempat, tepatnya tanggal 6 Agustus 2024, dan melibatkan seluruh kelompok peserta KKN Sisdamas.

Pada siklus terakhir ini, peserta KKN berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Untuk itu, kami mengundang para pelaku usaha UMKM di Kelurahan Cigugur, serta perwakilan dari organisasi PAGERRI dan BMM. Tujuan utama dari pertemuan ini adalah memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai cara menyusun laporan keuangan yang rapi dan akurat. Peserta KKN memberikan panduan langkah demi langkah tentang bagaimana mencatat pemasukan, pengeluaran, serta mengatur arus kas, sehingga pelaku UMKM dapat memiliki pengelolaan keuangan yang lebih baik dan lebih transparan. Selain pelatihan keuangan, peserta KKN juga memperkenalkan desain baru hasil rebranding produk yang telah dilakukan sebelumnya. Desain yang diperbarui ini mencakup logo dan label yang dirancang untuk meningkatkan daya tarik visual produk UMKM agar lebih menarik bagi konsumen. Dengan desain baru tersebut, produk-produk lokal diharapkan dapat bersaing lebih baik, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di pasar yang lebih besar.

Setelah program selesai dilaksanakan, tahap terakhir yang dilakukan adalah evaluasi. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai efektivitas kegiatan yang telah dijalankan, meliputi berbagai aspek seperti pencapaian tujuan, dampak program terhadap peserta dan masyarakat, serta tantangan yang muncul selama pelaksanaan. Proses evaluasi melibatkan diskusi dengan peserta KKN, pelaku UMKM, serta perwakilan dari PAGERRI dan BMM. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk memberikan masukan dan rekomendasi guna penyempurnaan program di masa mendatang. Selain itu, laporan tertulis juga disusun sebagai bentuk dokumentasi atas hasil-hasil yang dicapai selama pelaksanaan KKN.

Pembahasan

Hasil pelaksanaan program menunjukkan bahwa pendampingan melalui rebranding logo dan label produk serta penyusunan buku keuangan sederhana memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Kelurahan Cigugur. Sebelum pendampingan, sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki produk yang dipasarkan secara rutin, namun identitas visual produk masih sederhana dan belum mampu merepresentasikan karakter usaha secara profesional. Selain itu, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan tidak sistematis sehingga menyulitkan pelaku usaha dalam mengetahui kondisi keuangan usahanya. Setelah dilakukan pendampingan, pelaku UMKM memperoleh logo dan label produk yang lebih informatif serta memiliki buku keuangan sederhana yang dapat digunakan sebagai pedoman pencatatan transaksi usaha. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa program tidak hanya menghasilkan luaran berupa

desain dan buku keuangan, tetapi juga meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih profesional.

Dari perspektif teori pemberdayaan masyarakat, keberhasilan program ini mencerminkan proses *capacity building*, yaitu upaya meningkatkan kemampuan masyarakat agar mampu mengidentifikasi permasalahan, mengembangkan potensi, serta mengelola sumber daya yang dimiliki secara mandiri. Pendekatan Sisdamas yang diterapkan menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek pemberdayaan sehingga setiap tahapan program, mulai dari identifikasi kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, dilakukan secara partisipatif. Pendekatan tersebut mendorong munculnya rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program sehingga hasil pendampingan memiliki peluang lebih besar untuk diterapkan secara berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan program tidak hanya diukur dari terselenggaranya kegiatan, tetapi juga dari meningkatnya pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Pada aspek branding, rebranding logo dan label produk memberikan nilai tambah terhadap identitas visual UMKM. Logo yang dirancang ulang menjadi lebih representatif terhadap karakter produk, sedangkan label dilengkapi dengan informasi yang lebih jelas sehingga meningkatkan profesionalisme kemasan. Branding merupakan salah satu aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang berperan penting dalam membangun citra produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membedakan produk dari kompetitor. Oleh karena itu, keberadaan logo dan label yang baik tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga menjadi strategi pemasaran yang mampu meningkatkan daya saing UMKM. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rafiudin et al. (2024) yang menyatakan bahwa strategi rebranding mampu meningkatkan nilai tambah produk dan memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Hasil ini juga memperkuat penelitian Sintakarini et al. (2023) yang menjelaskan bahwa branding merupakan instrumen penting dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pengenalan produk kepada konsumen.

Selain branding, penyusunan buku keuangan sederhana memberikan dampak terhadap peningkatan kemampuan manajerial pelaku UMKM. Melalui pendampingan, pelaku usaha mulai memahami pentingnya pencatatan transaksi secara rutin sebagai dasar pengendalian keuangan usaha. Buku keuangan yang disusun memudahkan pelaku UMKM dalam mencatat pemasukan, pengeluaran, serta menghitung laba usaha secara lebih terstruktur. Kemampuan tersebut menjadi langkah awal dalam membangun tata kelola usaha yang lebih akuntabel. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putri et al. (2021) yang menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan dasar penting dalam pengambilan keputusan usaha serta menjadi salah satu persyaratan dalam memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan. Hasil ini juga mendukung penelitian Diyani et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan pengelolaan keuangan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi serta mengevaluasi perkembangan usahanya.

Keunggulan program ini dibandingkan kegiatan pengabdian sebelumnya terletak pada pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan dua aspek utama pengembangan UMKM, yaitu peningkatan daya saing melalui rebranding produk dan penguatan kapasitas manajerial melalui penyusunan buku keuangan sederhana. Sebagian besar program pendampingan terdahulu lebih banyak berfokus pada salah satu aspek, baik branding maupun pengelolaan keuangan secara

terpisah. Padahal, kedua aspek tersebut saling berkaitan dalam mendukung keberlanjutan usaha. Identitas produk yang kuat akan meningkatkan peluang pemasaran, sedangkan pengelolaan keuangan yang baik memastikan keberlangsungan operasional usaha. Integrasi kedua program tersebut menjadi nilai kebaruan (novelty) yang memberikan manfaat lebih komprehensif bagi pelaku UMKM.

Meskipun demikian, program ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Pendampingan belum mencakup fasilitasi legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) karena keterbatasan waktu pelaksanaan serta proses administrasi yang relatif panjang. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan lanjutan yang berfokus pada aspek legalitas produk, digitalisasi pemasaran, dan pengembangan kapasitas usaha sehingga manfaat program pemberdayaan dapat berkelanjutan serta mampu meningkatkan daya saing UMKM secara lebih optimal.

D. PENUTUP

Upaya optimalisasi UMKM di wilayah Kelurahan Cigugur, melalui program *rebranding* serta peluncuran buku keuangan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi para pelaku usaha setempat. Program ini dirancang untuk membantu mereka dalam meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif, sekaligus memperkuat identitas produk mereka agar lebih dikenal oleh konsumen. Selain itu, melalui *rebranding* yang efektif, produk-produk UMKM diharapkan mampu tampil lebih menarik, relevan, dan unggul dibandingkan dengan produk pesaing. Tidak hanya dari segi pemasaran, peluncuran buku keuangan juga ditujukan untuk mendorong para pelaku usaha dalam mengelola keuangan mereka secara lebih tertib dan sistematis, sehingga arus kas, pengeluaran, dan pendapatan dapat dipantau dengan lebih akurat. Dengan demikian, program *rebranding* dan pengelolaan keuangan ini diharapkan dapat memainkan peran penting dalam mendorong perkembangan UMKM di wilayah Kelurahan Cigugur agar menjadi lebih terorganisir, memiliki daya saing yang kuat, dan mampu bertahan serta tumbuh secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Cantika, M., Putri, K., Rabbani, A. A., Surbakti, A. B., Adiyanto, M. R., Madura, U. T., & Bangkalan, K. (2024). *Pentingnya pencatatan arus kas masuk dan keluar pada umkm*. 2(6).
- Diyani, L. A., Oktapriana, C., & Rachman, H. A. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Pengelolaan Keuangan Bagi Penggiat Umkm Usia Muda. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 583. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12390>
- Kadin. (2023). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kurnia Yuli Sintakarini, Ririt Iriani Sri Setiawati, & Mohammad Wahed. (2023). Pembuatan Logo Dan Label Sebagai Branding Produk Pada UMKM Di Kelurahan Sentul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 2(3), 07–14.
- Mahfirah, T. F., Rahmi, Haneul, Haura, T., & Putri, C. A. (2023). Pelatihan Product Branding Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Bagi Umkm. *Sarwahita*, 20(02), 131–141. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.202.2>
- Pertiwi, D. A., Rachma Agustina, ;, Ardiana, M., Ervina, D., Fakultas, P. A., Universitas, E., Asy'ari, H., & Jombang, T. (2024). Pentingnya Pencatatan Keuangan pada UMKM (Workshop di

- Desa Gebangbunder Plandaan Jombang). *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)*, 7, 2023. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/46385/umkm-kembali-jadi-pahlawan-ekonomi-di-tahun->
- Putri, W. C., Lindawati, L., Anggraini, A., Hanah, S., & Indawati, I. (2021). Menciptakan Umkm Handal Melalui Tertib Laporan Keuangan. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(3), 108. <https://doi.org/10.32493/abmas.v2i3.p108-115.y2021>
- Rafiudin, M. M., Apyranda, N., & Arum, D. P. (2024). *Strategi Rebranding Sebagai Bentuk Kepedulian : Mendorong UMKM Kelurahan Kedungpeluk Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo Rebranding Strategy as a Form of Care : Encouraging MSMEs in Kedungpeluk Village , Candi District , Sidoarjo Regency*. 1(3).
- Saifulloh, M. (2021). Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 28–33. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Wilfarda, A. C., Ningtiyas, W. P., & Alimah, N. M. (2021). Kebijakan Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM di Masa Pandemi. *Journal of Government and Politics*, 3(1), 47–65.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi FISIP UNTAG Semarang*, 18(2), 32. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i2.2528>