Copyright © 2021 pada penulis
Abdimas Singkerru, Vol. 6, No. 1, 2026

Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Berbasis Digital & Branding pada UMKM Pisang Crispy Raden

Maria Cristin Nahak [1], Ratri Paramitalaksmi [2]

[1, 2] Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

cristinenahak@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, namun masih banyak pelaku usaha yang menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan penguatan identitas produk. Kondisi tersebut juga dialami oleh UMKM Pisang *Crispy* Raden yang belum menerapkan pencatatan keuangan berbasis digital secara optimal dan masih memiliki keterbatasan dalam aspek branding produk. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra melalui edukasi potensi usaha, pendampingan digitalisasi laporan keuangan sederhana, dan pendampingan penguatan branding. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan observasi awal, edukasi, pendampingan, praktik, dan evaluasi. Instrumen yang digunakan meliputi lembar observasi, pedoman wawancara, dokumentasi kegiatan, dan lembar evaluasi ketercapaian luaran. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi kondisi usaha, wawancara dengan mitra, diskusi interaktif, praktik pencatatan keuangan, dokumentasi, serta penilaian terhadap luaran kegiatan. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan mereduksi data hasil observasi dan wawancara, mengelompokkan temuan berdasarkan aspek potensi usaha, keuangan, dan branding, serta menarik kesimpulan berdasarkan perubahan kondisi mitra dan luaran kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa edukasi potensi usaha membantu mitra memahami peluang pengembangan bisnis dan strategi peningkatan daya saing. Pendampingan digitalisasi laporan keuangan menghasilkan format pencatatan sederhana yang dapat digunakan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran secara lebih tertib. Pendampingan branding menghasilkan identitas visual berupa logo yang dapat digunakan pada kemasan dan media promosi. Kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi edukasi potensi usaha, digitalisasi laporan keuangan, dan penguatan branding relevan dalam meningkatkan kapasitas pengelolaan dan daya saing usaha mikro.

Kata Kunci: *Branding, Digitalisasi Keuangan, Pendampingan UMKM, Usaha Mikro*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Arianto, 2020). UMKM menjadi wujud nyata aktivitas ekonomi masyarakat karena sebagian besar dikelola secara mandiri dengan memanfaatkan sumber daya lokal yang tersedia (Hadi & Zakiah, 2021). Peran UMKM tidak hanya terbatas pada peningkatan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap pemerataan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Sugiri, 2020). Selain itu, UMKM memiliki kemampuan yang cukup baik dalam

mempertahankan aktivitas ekonomi pada berbagai kondisi, termasuk saat terjadi ketidakstabilan ekonomi nasional maupun global (Sarfiah et al., 2019). Oleh karena itu, keberadaan UMKM menjadi salah satu faktor penting dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kontribusi UMKM juga terlihat dalam kemampuannya menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran melalui penyerapan tenaga kerja (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Meskipun demikian, berbagai tantangan masih dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti rendahnya literasi keuangan, keterbatasan akses permodalan, dan kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha (Idawati & Pratama, 2020). Transformasi digital menjadi salah satu strategi yang dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing usaha (Rahayu et al., 2023). Oleh karena itu, berbagai program pendampingan dan pemberdayaan UMKM perlu terus dilakukan agar pelaku usaha mampu mengembangkan usahanya secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional (Yusuf et al., 2024).

Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan peluang usaha yang lebih luas (Dwiputra & Barus, 2022). Sektor ini menjadi sumber penghasilan bagi banyak keluarga dan berperan penting dalam mengurangi tingkat pengangguran di berbagai daerah (Sarfiah et al., 2019). Dengan karakteristik usaha yang fleksibel dan mudah beradaptasi, UMKM mampu menjadi penggerak ekonomi lokal sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi (Sedyastuti, 2018). Oleh karena itu, pengembangan kapasitas dan profesionalisme pengelolaan UMKM perlu terus didorong agar mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital saat ini.

UMKM Pisang *Crispy* Raden merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang pengolahan makanan ringan berbahan dasar pisang dengan produk utama berupa pisang *Crispy*. Produk yang dihasilkan memiliki peluang untuk terus berkembang karena didukung oleh tingginya minat masyarakat terhadap produk camilan olahan yang praktis, terjangkau, dan memiliki nilai tambah. Potensi tersebut menjadikan UMKM Pisang *Crispy* Raden sebagai salah satu usaha yang memiliki prospek untuk berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Namun demikian, pengembangan usaha masih menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan aspek manajemen usaha, khususnya dalam pencatatan keuangan dan penguatan identitas merek produk. Optimalisasi manajemen usaha diperlukan agar pelaku UMKM mampu meningkatkan pendapatan, kepuasan pelanggan, dan keberlanjutan usaha (Andariyani et al., 2024). Penguatan identitas merek melalui strategi branding, pemasaran digital, media sosial, marketplace, dan media promosi cetak juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM (Ariella et al., 2025). Selain itu, strategi pemasaran yang terarah melalui segmenting, targeting, dan positioning dapat membantu usaha dalam menentukan pasar sasaran dan memperkuat posisi produk di pasar (Ningrum & Hasmarini, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya upaya pendampingan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas pengelolaan usaha, tetapi juga pada penguatan daya saing produk agar mampu berkembang secara berkelanjutan.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra berkaitan dengan pengelolaan keuangan usaha yang masih dilakukan secara sederhana dan belum memanfaatkan sistem pencatatan yang terstruktur. Meskipun memiliki peran yang sangat strategis, masih

banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan sistem pencatatan keuangan secara teratur dan sesuai dengan prinsip akuntansi sederhana. Sebagian pelaku usaha menganggap bahwa penyusunan laporan keuangan merupakan kegiatan yang rumit, memerlukan waktu yang lama, serta membutuhkan pengetahuan akuntansi yang tidak mudah dipahami (Pusporini, 2020). Padahal, laporan keuangan sederhana dapat disusun melalui pencatatan rutin terhadap setiap transaksi usaha, baik yang berkaitan dengan pemasukan maupun pengeluaran (Hasmi & Jufri, 2023). Pencatatan yang dilakukan secara konsisten akan membantu pelaku usaha dalam memantau kondisi keuangan, mengetahui tingkat keuntungan usaha, serta melakukan evaluasi terhadap aktivitas bisnis yang dijalankan (Amri & Iramani, 2018).

UMKM Pisang *Crispy* Raden yang berlokasi di Jalan Ringin No. 9 Ngirin, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu UMKM yang menghadapi permasalahan tersebut. Berdasarkan hasil observasi awal, pengelolaan keuangan usaha masih dilakukan secara manual dan belum memanfaatkan sistem pencatatan digital yang terstruktur. Kondisi ini dipengaruhi oleh keterbatasan pemahaman mengenai akuntansi, minimnya literasi keuangan, serta keterbatasan sumber daya yang dimiliki pelaku usaha. Apabila kondisi tersebut terus berlanjut, pelaku usaha berpotensi mengalami kesulitan dalam memperoleh akses pendanaan, melakukan perencanaan bisnis, serta mengambil keputusan strategis yang diperlukan untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan (Primandari et al., 2024). Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan yang berfokus pada peningkatan kemampuan pencatatan laporan keuangan sederhana berbasis digital agar pengelolaan usaha dapat dilakukan secara lebih efektif dan profesional (Haryati, 2024).

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam praktik pengelolaan keuangan, termasuk pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di era digital saat ini, laporan keuangan tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan transaksi, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan bisnis (Satria, 2023). Laporan keuangan menyajikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja usaha, serta arus kas yang dapat digunakan oleh pemilik usaha untuk menilai tingkat kesehatan dan keberlanjutan bisnisnya (Yunia et al., 2021). Dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK), laporan keuangan yang lengkap umumnya terdiri atas laporan posisi keuangan (neraca), laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan yang disusun secara sistematis dan terstruktur (Wardi et al., 2020). Seiring dengan transformasi digital, penyusunan laporan keuangan berbasis teknologi semakin banyak diterapkan karena mampu meningkatkan akurasi, efisiensi, dan kemudahan dalam pengelolaan data keuangan usaha (Sarfiah et al., 2023).

Laporan keuangan digital memberikan berbagai manfaat bagi pelaku usaha karena memungkinkan proses pencatatan, penyimpanan, dan analisis data dilakukan secara lebih cepat dan akurat dibandingkan metode konvensional (Noviriani et al., 2024). Informasi yang tersaji dalam laporan keuangan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola modal, menghasilkan keuntungan, serta memenuhi kewajiban keuangannya dalam periode tertentu. Selain itu, laporan keuangan yang tersusun dengan baik dapat meningkatkan kredibilitas usaha di mata investor, lembaga keuangan, maupun pihak lainnya yang berkepentingan (Sari et al., 2022). Oleh karena itu, pemanfaatan sistem pencatatan keuangan digital menjadi salah satu langkah strategis yang perlu diterapkan oleh

pelaku UMKM guna mendukung pengelolaan usaha yang lebih profesional, transparan, dan berkelanjutan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif (Kusuma et al., 2022).

Aspek lain yang menjadi perhatian pada UMKM Pisang *Crispy* Raden adalah belum optimalnya penerapan branding produk. Berdasarkan hasil observasi awal, produk masih menggunakan kemasan yang sederhana dengan identitas visual yang belum konsisten sehingga belum mampu memberikan nilai tambah yang kuat bagi konsumen. Branding tidak hanya berkaitan dengan penggunaan logo atau nama usaha, tetapi merupakan strategi penting dalam membangun identitas, citra, dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Branding yang baik dapat membantu produk lebih mudah dikenal, diingat, dan dibedakan dari produk sejenis di pasar. Selain itu, branding berperan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas produk serta meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Di era digital, tampilan kemasan dan identitas visual yang menarik juga menjadi faktor penting dalam mendukung pemasaran produk melalui berbagai platform digital. Namun, pemanfaatan branding dan pemasaran digital pada UMKM Pisang *Crispy* Raden masih belum optimal sehingga diperlukan pendampingan untuk memperkuat identitas merek, memperbaiki desain kemasan, serta meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga program utama, yaitu edukasi potensi UMKM Pisang *Crispy* Raden, pendampingan digitalisasi laporan keuangan sederhana, dan pendampingan penguatan branding produk. Edukasi potensi usaha dilakukan untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai peluang pengembangan usaha dan strategi peningkatan daya saing produk. Pendampingan digitalisasi laporan keuangan bertujuan membantu mitra menerapkan sistem pencatatan keuangan yang lebih terstruktur, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan usaha. Sementara itu, pendampingan penguatan branding difokuskan pada peningkatan identitas visual produk melalui pengembangan kemasan dan citra merek yang lebih menarik. Melalui rangkaian kegiatan tersebut diharapkan UMKM Pisang *Crispy* Raden mampu meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha, memperkuat posisi produk di pasar, serta mewujudkan usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan April hingga Mei 2026 dengan mitra sasaran UMKM Pisang *Crispy* Raden yang berlokasi di Jalan Ringin No. 9 Ngirin, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap melalui rangkaian edukasi, pendampingan, praktik, dan evaluasi. Pemilihan mitra didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan adanya kebutuhan peningkatan kapasitas usaha, khususnya dalam pemahaman potensi usaha, pencatatan laporan keuangan berbasis digital, dan penguatan branding produk. Seluruh kegiatan dirancang secara sistematis agar materi yang diberikan dapat dipahami dan diterapkan secara optimal oleh mitra dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Khalayak Sasaran/Mitra Kegiatan

Khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah pemilik dan pengelola UMKM Pisang *Crispy* Raden yang bergerak di bidang pengolahan makanan ringan berbahan dasar pisang. Mitra dipilih berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan yang menunjukkan masih adanya keterbatasan dalam pengelolaan keuangan usaha dan pengembangan identitas merek produk. Selain itu, potensi usaha yang dimiliki belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mendukung peningkatan daya saing dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian difokuskan pada peningkatan kapasitas mitra melalui edukasi potensi usaha, pendampingan digitalisasi laporan keuangan sederhana, dan pendampingan penguatan branding agar usaha dapat berkembang secara lebih profesional dan berkelanjutan.

Metode Pengabdian

Metode pengabdian yang digunakan adalah metode partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan mitra melalui kegiatan edukasi, praktik, pendampingan, dan evaluasi secara langsung. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga program utama sebagai berikut.

Edukasi Potensi UMKM Pisang *Crispy* Raden

Kegiatan edukasi dilaksanakan melalui penyampaian materi dan diskusi interaktif mengenai potensi usaha yang dimiliki oleh UMKM Pisang *Crispy* Raden. Materi yang diberikan meliputi identifikasi potensi usaha, analisis peluang pasar, pengembangan produk, serta strategi peningkatan daya saing usaha. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman mitra mengenai kekuatan dan peluang bisnis yang dimiliki sehingga dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam pengembangan usaha. Pelaksanaan edukasi dilakukan secara komunikatif dengan melibatkan mitra dalam proses diskusi dan identifikasi berbagai peluang yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan nilai tambah produk.

Pendampingan Digitalisasi Laporan Keuangan

Pendampingan digitalisasi laporan keuangan dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi usaha secara lebih sistematis dan terstruktur. Kegiatan ini difokuskan pada pengenalan pentingnya laporan keuangan, pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha, pengelompokan transaksi, serta penggunaan media digital sederhana sebagai sarana pencatatan keuangan. Pendampingan dilakukan melalui praktik langsung dengan menggunakan contoh transaksi yang berasal dari kegiatan usaha mitra. Melalui kegiatan ini, mitra diharapkan mampu menyusun laporan keuangan sederhana secara digital sehingga proses pengelolaan keuangan menjadi lebih efektif, akurat, dan mudah dipantau.

Pendampingan Penguatan Branding

Pendampingan penguatan branding dilaksanakan untuk membantu mitra meningkatkan identitas dan citra produk Pisang *Crispy* Raden. Materi yang diberikan meliputi pentingnya branding dalam pengembangan usaha, pengenalan elemen identitas merek, desain kemasan produk, serta strategi membangun citra produk yang lebih menarik dan mudah dikenali konsumen. Kegiatan dilakukan melalui diskusi, konsultasi, dan pendampingan secara langsung dalam pengembangan desain branding dan kemasan produk. Pendampingan ini bertujuan meningkatkan daya tarik

produk, memperkuat identitas merek, serta meningkatkan daya saing UMKM Pisang *Crispy* Raden di pasar yang semakin kompetitif.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan pengabdian ditandai dengan meningkatnya pemahaman mitra mengenai potensi usaha yang dimiliki, meningkatnya kemampuan dalam melakukan pencatatan laporan keuangan berbasis digital, serta meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya branding dalam pengembangan usaha. Indikator keberhasilan lainnya ditunjukkan oleh kemampuan mitra dalam mengidentifikasi peluang pengembangan usaha, melakukan pencatatan transaksi secara digital, menyusun laporan keuangan sederhana, serta menerapkan identitas visual dan kemasan produk yang lebih menarik sesuai dengan karakteristik usaha.

Metode Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan sebelum, selama, dan setelah pelaksanaan program. Evaluasi awal dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi awal serta kebutuhan mitra. Evaluasi selama kegiatan dilakukan melalui pengamatan terhadap tingkat partisipasi, pemahaman, dan keterlibatan mitra dalam setiap tahapan kegiatan. Evaluasi akhir dilakukan melalui diskusi dan pendampingan lanjutan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kemampuan mitra setelah mengikuti seluruh rangkaian program. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menilai keberhasilan kegiatan serta sebagai bahan rekomendasi dalam pengembangan program pengabdian yang akan datang.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Pisang *Crispy* Raden dilaksanakan selama bulan April hingga Mei 2026 melalui tiga aspek utama, yaitu edukasi potensi usaha, pendampingan digitalisasi laporan keuangan sederhana, dan pendampingan penguatan branding produk. Kegiatan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan pemilik usaha secara langsung dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan yang digunakan menekankan pada komunikasi, diskusi, serta pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi usaha mitra. Melalui kegiatan ini, mitra memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dapat mendukung pengelolaan usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan.

Edukasi Potensi UMKM Pisang Crispy Raden

Kegiatan edukasi potensi usaha dilaksanakan sebagai tahap awal untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai peluang pengembangan usaha yang dimiliki. Materi yang disampaikan meliputi identifikasi potensi usaha, peluang pasar produk olahan pisang, pentingnya inovasi produk, serta strategi peningkatan daya saing usaha. Kegiatan dilakukan melalui komunikasi dan diskusi langsung dengan pemilik UMKM sehingga materi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kondisi usaha yang sedang dijalankan.

Program pengabdian penerapan laporan keuangan digital telah sukses diimplementasikan di UMKM Pisang *Crispy* Raden. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara bertahap, dimulai dari proses identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan yang dilakukan pada 5 April 2026 sebagai kunjungan sekaligus pengenalan untuk mengetahui konsisi usaha, pemasaran, dan pengelolaan keuangan

pada UMKM Pisang *Crispy* Raden yang berlokasi di Jl. Ringin Raya No. 9, Ngringin, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 1. Kegiatan Edukasi Potensi UMKM Pisang Crispy Raden

Gambar 1 menunjukkan kegiatan edukasi yang dilakukan melalui diskusi langsung antara tim pengabdian dan pemilik UMKM Pisang *Crispy* Raden. Kegiatan berlangsung secara interaktif dengan membahas kondisi usaha, peluang pengembangan produk, serta berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mulai memahami berbagai potensi yang dimiliki usahanya, termasuk peluang pengembangan pasar dan pentingnya pengelolaan usaha yang lebih terencana. Sebelumnya, pengelolaan usaha masih berfokus pada kegiatan produksi dan penjualan tanpa mempertimbangkan strategi pengembangan usaha dalam jangka panjang. Setelah kegiatan edukasi dilakukan, mitra memperoleh pemahaman mengenai pentingnya inovasi, peningkatan kualitas produk, serta pengelolaan usaha yang lebih sistematis.

Peningkatan pemahaman mengenai potensi usaha menjadi salah satu langkah penting dalam mendukung pengembangan UMKM. Kemampuan mengenali peluang pasar dan kekuatan usaha dapat membantu pelaku UMKM dalam menentukan strategi bisnis yang tepat sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Pemahaman terhadap potensi usaha juga dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih adaptif dalam menghadapi perubahan pasar dan mengembangkan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Arianto, 2020). Selain itu, pengembangan kapasitas pelaku UMKM melalui edukasi dan pemberdayaan merupakan salah satu upaya yang efektif untuk meningkatkan profesionalisme pengelolaan usaha dan memperkuat daya saing bisnis (Purwaningsih et al., 2020). Oleh karena itu, edukasi potensi usaha menjadi fondasi awal yang penting sebelum pelaksanaan kegiatan pendampingan pada aspek lainnya.

Pendampingan Digitalisasi Laporan Keuangan

Pendampingan digitalisasi laporan keuangan dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi usaha secara lebih terstruktur. Kegiatan ini dilakukan melalui penjelasan mengenai pentingnya pencatatan keuangan, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta praktik penggunaan format laporan keuangan sederhana berbasis digital.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara langsung melalui diskusi dan praktik pencatatan transaksi berdasarkan aktivitas usaha yang dijalankan oleh UMKM Pisang

Crispy Raden. Pendampingan dilakukan secara bertahap agar mitra dapat memahami setiap proses pencatatan dengan baik.



Gambar 2. Pendampingan Digitalisasi Laporan Keuangan Sederhana

Gambar 2 menunjukkan kegiatan pendampingan pencatatan laporan keuangan sederhana yang dilakukan secara langsung bersama pemilik UMKM Pisang *Crispy* Raden. Kegiatan ini difokuskan pada praktik pencatatan transaksi usaha dan penyusunan laporan keuangan sederhana menggunakan media digital yang mudah diterapkan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra mengenai pentingnya pencatatan keuangan dalam pengelolaan usaha. Mitra mulai memahami cara mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran secara terpisah serta menyusun laporan keuangan sederhana yang dapat digunakan untuk memantau kondisi usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pencatatan keuangan masih dilakukan secara tidak teratur sehingga informasi mengenai kondisi keuangan usaha sulit diketahui secara akurat.

Pencatatan keuangan yang baik dapat membantu pelaku usaha dalam melakukan evaluasi usaha, mengendalikan biaya operasional, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat. Selain itu, laporan keuangan yang tersusun secara sistematis juga dapat meningkatkan profesionalisme usaha dan mendukung akses terhadap sumber pendanaan di masa mendatang. Pemanfaatan teknologi digital dalam pencatatan keuangan terbukti mampu meningkatkan efisiensi, akurasi, dan kemudahan dalam pengelolaan data keuangan usaha (Wibowo & Ananda, 2024). Laporan keuangan yang tersusun dengan baik juga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pelaku usaha untuk menilai kinerja dan keberlanjutan bisnisnya (Fitriani & Kurniawan, 2023). Oleh karena itu, digitalisasi pencatatan keuangan menjadi salah satu langkah penting dalam mendukung pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan lebih profesional (Putri et al., 2024).

Pendampingan Penguatan Branding Produk

Pendampingan penguatan branding dilaksanakan untuk membantu mitra meningkatkan identitas visual produk Pisang *Crispy* Raden. Kegiatan ini dilakukan melalui diskusi mengenai pentingnya branding dalam pengembangan usaha, identifikasi karakteristik produk, pemilihan konsep desain, serta pendampingan dalam pembuatan logo yang dapat digunakan sebagai identitas merek produk.

Proses pendampingan dilakukan secara komunikatif dengan melibatkan pemilik usaha dalam menentukan konsep logo yang sesuai dengan karakteristik produk dan

target konsumen. Logo yang dihasilkan diharapkan mampu memperkuat identitas produk sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen.



Gambar 3. Logo UMKM Pisang Crispy Raden Hasil Pendampingan Branding

Gambar 3 menunjukkan logo baru UMKM Pisang *Crispy* Raden yang dihasilkan melalui kegiatan pendampingan branding. Logo tersebut dirancang sebagai identitas visual yang merepresentasikan karakteristik produk dan menjadi media komunikasi merek kepada konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya branding dalam meningkatkan nilai tambah produk. Sebelum kegiatan dilakukan, produk masih menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas visual yang kuat sehingga kurang memiliki pembeda dibandingkan produk sejenis. Setelah pendampingan dilaksanakan, mitra memiliki logo yang dapat digunakan sebagai identitas usaha pada kemasan, media promosi, maupun berbagai sarana pemasaran lainnya.

Branding memiliki peran penting dalam membangun citra produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Identitas visual yang konsisten dapat membantu produk lebih mudah dikenali serta meningkatkan daya tarik produk di pasar yang semakin kompetitif. Branding yang kuat juga mampu menciptakan diferensiasi produk sehingga memberikan nilai tambah dibandingkan produk sejenis yang beredar di pasaran (Yusuf et al., 2024). Selain itu, identitas merek yang baik dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian produk. Penguatan branding juga menjadi salah satu strategi yang dapat mendukung peningkatan nilai jual produk dan memperluas peluang pemasaran di masa mendatang.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian yang dilaksanakan berhasil meningkatkan kapasitas UMKM Pisang *Crispy* Raden dalam aspek pengembangan usaha, pengelolaan keuangan, dan penguatan branding produk. Kombinasi antara edukasi dan pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan yang dilakukan secara langsung dan sesuai dengan kebutuhan mitra dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan UMKM yang lebih profesional, adaptif, dan berkelanjutan. Penguatan kapasitas UMKM melalui peningkatan kemampuan manajerial, pemanfaatan teknologi digital, dan penguatan identitas produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis (Rahayu et al., 2023).

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Pisang *Crispy* Raden dilaksanakan melalui tiga program utama, yaitu edukasi potensi usaha, pendampingan digitalisasi laporan keuangan sederhana, dan pendampingan penguatan branding produk. Kegiatan ini dilaksanakan pada satu mitra sasaran selama April hingga Mei 2026. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh program dapat terlaksana dengan baik dan menghasilkan beberapa luaran, yaitu satu kegiatan edukasi potensi usaha, satu format pencatatan laporan keuangan sederhana berbasis digital, serta satu identitas visual berupa logo yang dapat digunakan sebagai sarana branding produk.

Capaian tersebut menunjukkan bahwa tujuan kegiatan telah tercapai, yaitu membantu mitra memahami potensi pengembangan usaha, menerapkan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur, serta memperkuat identitas merek produk. Melalui kegiatan edukasi, mitra memperoleh pemahaman mengenai peluang pengembangan usaha dan pentingnya pengelolaan usaha secara lebih terencana. Melalui pendampingan laporan keuangan, mitra diarahkan untuk mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran secara lebih sistematis menggunakan media digital sederhana. Sementara itu, melalui pendampingan branding, mitra memiliki logo yang dapat digunakan pada kemasan, media promosi, dan sarana pemasaran lainnya.

Secara praktis, kegiatan ini memberikan implikasi bahwa pendampingan yang mengintegrasikan edukasi usaha, digitalisasi laporan keuangan, dan penguatan branding dapat membantu pelaku usaha mikro dalam meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha dan daya saing produk. Kendala kegiatan ini adalah jumlah mitra yang masih terbatas pada satu UMKM dan evaluasi keberhasilan belum menggunakan instrumen kuantitatif seperti *pre-test* dan *post-test*. Oleh karena itu, kegiatan selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak mitra, menggunakan instrumen evaluasi yang lebih terukur, serta mengembangkan pendampingan pada aspek pemasaran digital, optimalisasi kemasan, dan pemanfaatan aplikasi keuangan digital.

Ucapan Terimakasih

-

Referensi

Amri, A. F., & Iramani, I. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Surabaya. *Journal of Business & Banking,* *8*(1), 59–70. https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1522

Andariyani, I. M., Wahab, W., Safrizal, S., Gusnafitri, G., & Martha, D. (2024). Optimalisasi Manajemen dalam Peningkatan Pendapatan Dan Kepuasan Pelanggan di Cafe Candu Kopi Pekanbaru. *Jurnal IPMAS, 4*(2), 89–98. https://doi.org/10.54065/ipmas.4.2.2024.473

Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis,* *6*(2), 233–247. https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512

Ariella, E. L., Fitriyanto, N. I., Nurhanisa, N. D., Saputra, Y. R., & Afifi, Z. (2025). Produk Unggulan UMKM Desa Ternadi Melalui Strategi Pemasaran Berbasis Digital dan Cetak. *Jurnal IPMAS,* *5*(2), 138–150. https://doi.org/10.54065/ipmas.5.2.2025.958

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1*(2), 61–76. https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175

Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di era Pandemi. *Competitive, 16*(1), 32–41. https://doi.org/10.36618/competitive.v16i1.1171

Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat), 3*(1), 39–45. https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3033

Hasmi, N., & Jufri, N. A. (2023). Penyusunan Laporan Keuangan UMKM berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) (Studi kasus di UD. Galaxy Sport). *Jurnal Akuntansi Kompetif, 6*(1), 41–52. https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v6i1.1244

Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal, 2*(1), 1–9. https://doi.org/10.22225/wmbj.2.1.1644.1-9

Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2022). Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlanjutan UMKM di Solo Raya. *Among Makarti, 14*(2), 62–76. https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.210

Lazuarni, S., Roswaty, R., Syafitri, L., Ramadhanty, D. N., & Barika, Z. (2024). Pelatihan Desain Packaging sebagai Strategi Meningkatkan Daya Tarik dan Branding UMKM Lokal. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5*(1). https://doi.org/10.46576/rjpkm.v5i1.4125

Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action, 2*(2), 119–130. https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844

Ningrum, H. K., & Hasmarini, M. I. (2024). Marketing Strategy Analysis Using STP Strategy (Segmentation, Targeting, Positioning) at PT. Berkah Ridho Cinta Indonesia. *Income Journal of Economics Development, 4*(1), 15–19. https://doi.org/10.54065/ijed.4.1.2024.205

Noviriani, E., Mukaromah, L., & Mulyati, S. (2024). Naik Kelas dengan Digitalisasi: Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Menggunakan Aplikasi “SI APIK”. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 8*(1), 65–75. https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.19584

Primandari, N. R., Utami, E. Y., Nurhakim, A., Uli, N. Z., & Utomo, B. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Edunomika, 8*(2). https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13959

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren

Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1*(1), 1–17. https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01

Purwaningsih, E., Suhaeri, S., & Ariyanti, E. R. N. (2020). Branding Produk UMKM Kampung Wisata Bisnis Tegal Waru melalui Reputasi Merek dan Basis Informasi Teknologi. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang, 5*(1), 60–69. https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i1.3392

Pusporini, P. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan pada Pelaku UMKM Kecamatan Cinere, Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2*(1), 58–69. https://doi.org/10.31933/jimt.v2i1.315

Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), 4*(2), 137–146. https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952

Sari, B. P., Rimbano, D., Marselino, B., Sandy, C. A., & Hairum, R. R. (2022). Determinasi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Usaha UMKM. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, *6*(3), 2840-2849. https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.928

Satria, A. A. (2023). Digitalisasi Laporan Keuangan Menggunakan Aplikasi Si APIK. *Lentera: Multidisciplinary Studies, 2*(1), 132–139. https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/4104198

Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing dalam Kancah Pasar Global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, 2*(1), 117–127. https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65

Yunia, D., Muttaqin, G. F., Mulyasari, W., Astuti, K. D., Nofianti, N., Wahyudi, T., Nawawi, M., & Prasadhita, C. (2021). Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berbasis SAK EMKM. *Jurnal Warta Desa (JWD), 3*(2), 102–108. https://doi.org/10.29303/jwd.v3i2.133