

STRATEGI PENGUATAN BRANDING DAN IMPLEMENTASI PEMBUKUAN SEDERHANA PADA UMKM WARUNG MAKAN MBAK SARI

Maulita Putri Setyawan^{1*}, Sri Wulandari Hamzah², Ananda Reza Maulana³, Wulan Suryandani⁴

^{1*,2,3,4}Prodi S1 Akuntansi, Universitas YPPI Rembang, Kabupaten Rembang, Indonesia

nurhibra3@gmail.com

lasemwulan9@gmail.com

nyonyek849@gmail.com

wulansuryandani@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in supporting local economic development, yet many micro-entrepreneurs still struggle to establish a strong business identity and manage their finances in a structured manner. This community service program aims to enhance the managerial capacity of the MSME “Warung Makan Mbak Sari” through strengthened branding, improved digital visibility, and the implementation of simple bookkeeping practices. The program was conducted using a participatory approach consisting of a pre-survey, program design, hands-on mentoring, and evaluation. The results show that the MSME successfully developed a new visual identity including a logo, banner, and standardized menu which improved recognition and customer appeal. The business was also registered on Google Maps, making it easier for customers to locate the stall and expanding its marketing reach. In financial management, training on simple bookkeeping enabled the owner to record daily income and expenses more accurately and understand basic cashflow conditions. This intervention increased the owner’s confidence and professional capability in managing the business. Overall, the program positively contributed to enhancing the MSME’s operational readiness and competitiveness. The results suggest that practical and targeted assistance can serve as an effective model for other micro-enterprises facing similar challenges. Continued application of improved branding and bookkeeping practices is expected to support sustainable business growth in the digital era.

Keywords: MSMEs, Branding, Simple Bookkeeping, Food Stall, Digitalization

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perkembangan ekonomi lokal, namun banyak pelaku usaha mikro masih menghadapi kendala dalam membangun identitas usaha yang kuat dan mengelola keuangan secara terstruktur. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajerial UMKM “Warung Makan Mbak Sari” melalui penguatan branding, peningkatan visibilitas digital, serta penerapan pembukuan sederhana. Program dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui tahapan pra-survei, perancangan program, pendampingan langsung, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM berhasil memiliki identitas visual baru berupa logo, banner, dan daftar menu yang lebih menarik dan konsisten sehingga meningkatkan pengenalan usaha oleh konsumen. Selain itu, usaha telah terdaftar di Google Maps, sehingga memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi dan memperluas jangkauan pemasarannya. Pada aspek keuangan, pelatihan pembukuan sederhana membantu pemilik usaha mencatat pemasukan dan pengeluaran harian secara lebih akurat serta memahami kondisi arus kas secara dasar. Intervensi ini meningkatkan kepercayaan diri dan profesionalitas pemilik dalam mengelola usahanya. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kesiapan operasional dan daya saing UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan praktis dan terarah dapat menjadi model efektif bagi UMKM lain dengan permasalahan serupa. Penerapan berkelanjutan terhadap praktik branding dan pembukuan sederhana diharapkan dapat mendukung perkembangan usaha secara adaptif dan berkelanjutan di era digital.

Kata Kunci: UMKM, Branding, Pembukuan Sederhana, Warung Makan, Digitalisasi

**Correspondent Author:* nurhibra3@gmail.com

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pemerataan ekonomi lokal. Laporan Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menampung sekitar 97% tenaga kerja nasional (KemenKopUKM, 2023). Di tengah dinamika ekonomi digital, UMKM dituntut semakin adaptif dalam pengelolaan usaha, termasuk penguatan identitas merek dan pengelolaan keuangan yang sistematis. Penelitian terkini menegaskan bahwa branding dan sistem pembukuan yang baik memainkan peran kunci dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing, dan keberlanjutan usaha (Prasetyo & Riyanto, 2022; Rahmawati et al., 2023).

Warung Makan Mbak Sari yang berlokasi di Desa Tireman, Kecamatan Rembang, merupakan salah satu bentuk UMKM kuliner tradisional yang memiliki potensi untuk berkembang namun belum diimbangi dengan pengelolaan bisnis yang memadai. Berdasarkan observasi lapangan, UMKM ini belum memiliki identitas usaha yang jelas seperti logo, banner, maupun daftar menu standar. Kondisi ini berdampak pada rendahnya visibilitas usaha serta sulitnya konsumen baru untuk mengenali dan menemukan lokasi warung. Selain itu, pencatatan keuangan masih dilakukan secara sangat sederhana tanpa sistem yang terstruktur, sehingga menyulitkan pemilik usaha dalam memantau arus kas dan menghitung keuntungan secara akurat. Padahal, sistem pembukuan sederhana terbukti mampu membantu UMKM melakukan perencanaan usaha, pengendalian biaya, hingga pengambilan keputusan yang lebih tepat (Wibowo & Sari, 2024).

Di era digital, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital juga menjadi faktor penting untuk meningkatkan akses pasar. Pendaftaran lokasi usaha pada layanan seperti Google Maps terbukti mampu meningkatkan jangkauan pelanggan, mempermudah navigasi, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keberadaan usaha (Yuliani & Kurniawan, 2023). Sayangnya, Warung Makan Mbak Sari belum memanfaatkan fasilitas ini, sehingga konsumen baru cenderung kesulitan menemukan lokasi usaha.

Melihat berbagai permasalahan tersebut, kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini dirancang untuk memberikan pendampingan komprehensif melalui dua fokus utama: penguatan branding dan implementasi pembukuan sederhana. Program ini mencakup pembuatan logo dan identitas visual, pembuatan banner dan daftar menu, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, serta pelatihan pencatatan keuangan harian dan bulanan. Pendekatan partisipatif digunakan untuk memastikan bahwa pemilik usaha memahami setiap proses dan mampu menerapkannya secara mandiri setelah kegiatan berlangsung.

Dengan adanya intervensi ini, diharapkan Warung Makan Mbak Sari dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta menerapkan pengelolaan keuangan yang lebih profesional. Pada akhirnya, penguatan kapasitas UMKM seperti ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat di tingkat desa secara berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam proses identifikasi masalah, perumusan solusi, dan implementasi program. Pendekatan partisipatif dinilai efektif untuk kegiatan pemberdayaan UMKM karena mampu meningkatkan keterlibatan, pemahaman, dan keberlanjutan praktik yang diterapkan (Wahyuni & Prasetya, 2023). Metode ini diterapkan melalui empat tahapan utama:

1. Tahapan Pra Survey

Tahap pra-survei dilakukan untuk memetakan kondisi usaha secara langsung melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik Warung Makan Mbak Sari yang dilaksanakan Pada hari Rabu 14 Mei 2025. Tahap ini bertujuan mengidentifikasi permasalahan inti yang meliputi belum adanya identitas visual usaha, ketiadaan daftar menu, belum terdaftarnya lokasi usaha pada

Google Maps, serta minimnya pencatatan keuangan. Penggunaan observasi langsung merupakan teknik yang sering direkomendasikan dalam pendampingan UMKM karena memberikan gambaran autentik mengenai kebutuhan dan potensi mitra (Simanjuntak & Indrawati, 2022).

2. Tahap Pelaksanaan program

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan program, yang mencakup perancangan solusi berdasarkan temuan pra-survei yang dilaksanakan pada 12 Mei 2025. Kegiatan utama meliputi pembuatan logo dan banner, desain daftar menu, pembuatan lokasi usaha di Google Maps, serta pelatihan pembukuan sederhana. Setiap kegiatan dirancang melalui praktik langsung bersama mitra agar keterampilannya dapat dikuasai dan diterapkan secara mandiri. Kegiatan pendampingan dengan model learning by doing terbukti meningkatkan efektivitas transfer pengetahuan pada pelaku UMKM, terutama dalam aspek digitalisasi dan pengelolaan usaha (Putra et al., 2024). Adapun program kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat disajikan dalam Tabel 1 berikut :

Tabel 1.Program Kegiatan

No	Program	Hasil
1	Pembuatan desain logo	Memiliki logo merk yang menarik untuk menguatkan merk dan menambah daya tarik ke calon konsumen.
2	Pembuatan Banner Usaha	Memiliki banner usaha yang berfungsi untuk mengidentifikasi lokasi usaha dan mempermudah konsumen untuk menemukan lokasi usaha.
3	Pembuatan Daftar Menu	Dengan adanya Daftar Menu yang menarik, berfungsi untuk mempermudah konsumen dalam memilih menu yang akan dibeli.
4	Pembuatan Buku CashFlow	Memiliki pembukuan yang sederhana, Berfungsi mencatat keluar masuknya keuangan dan mengidentifikasi perolehan Laba.
5	Mendaftarkan Nama Usaha di Google Maps	Nama Usaha sudah terdaftar di Google Maps, yang berfungsi untuk mempermudah calon konsumen mencari lokasi usaha, (Dapur Mbak Sari Tireman).

3. Tahap pendampingan dan pelatihan

Tahap pendampingan dan pelatihan dilakukan secara intensif melalui praktik penyusunan pembukuan harian dan bulanan, pengenalan format cashflow sederhana, serta simulasi pencatatan transaksi. Pendampingan dilakukan menggunakan modul visual dan contoh kasus khas UMKM kuliner, sehingga lebih mudah dipahami oleh mitra. Pendekatan pelatihan berbasis praktik seperti ini direkomendasikan dalam literatur terkini sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan literasi keuangan UMKM (Rahmadani & Yusuf, 2023).

4. Tahap evaluasi

Tahap terakhir adalah evaluasi, yang dilakukan untuk menilai ketercapaian program serta perubahan kemampuan mitra dalam menerapkan strategi branding dan pembukuan. Evaluasi dilakukan pada hari Jum'at 16 Mei 2025 melalui wawancara, peninjauan hasil kerja (logo, banner, menu, dan lokasi Google Maps), serta pemeriksaan contoh catatan keuangan mitra. Evaluasi partisipatif penting dilakukan karena memberikan ruang refleksi bagi mitra dan memastikan keberlanjutan praktik yang telah diperkenalkan (Sari & Kurniasih, 2022). Melalui rangkaian metode ini, kegiatan pengabdian tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah jangka pendek, tetapi juga pada penguatan kapasitas mitra agar mampu mengelola identitas usaha dan keuangan secara mandiri dan berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Warung Makan Mbak Sari menghasilkan beberapa capaian yang signifikan dalam penguatan identitas usaha, peningkatan visibilitas digital, serta perbaikan sistem pencatatan keuangan. Hasil kegiatan disajikan sebagai berikut.

1. Pembuatan dan Penyerahan Desain Logo Usaha

Kegiatan pertama yang dilaksanakan adalah perancangan logo usaha sebagai identitas visual utama Warung Makan Mbak Sari. Logo dirancang dengan konsep sederhana namun representatif sehingga mudah dikenali oleh konsumen dan dapat diaplikasikan pada berbagai media promosi seperti banner, menu, dan platform digital. Melalui adanya logo ini, mitra kini memiliki simbol yang jelas untuk memperkuat karakter usaha mereka.



Gambar 1. Logo Merk Dapur Mbak Sari

2. Pembuatan Desain Daftar Menu Makanan yang di jual

Kegiatan yang kami lakukan selanjutnya adalah membuat *daftar menu*, yang sebelumnya UMKM ini belum ada daftar menu yang jelas sehingga konsumen cenderung bingung mau membeli apa. Diharapkan dengan adanya *daftar menu* dapat memudahkan konsumen mengetahui berbagai menu dan harga sehingga dapat mempermudah konsumen.



Gambar 2. Desain Daftar Menu Dapur Mbak Sari

3. Pembuatan Banner Usaha

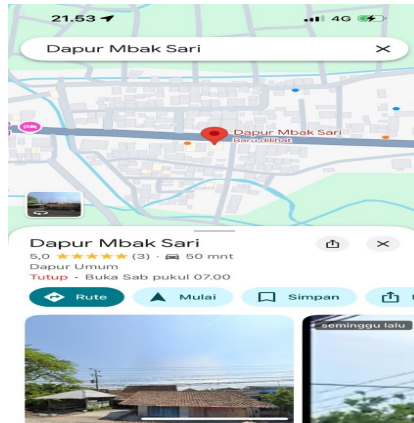
Kegiatan selanjutnya yang kami lakukan adalah pembuatan Banner usaha UMKM. Dimana UMKM Bu Is ini belum ada identitas yang tertera, sehingga tidak ada tanda petunjuk maupun pengenalan yang menunjukkan Usaha Warung Makan Bu Is. Lokasi UMKM Bu Is ini Sangat Strategis dikarenakan berada di pinggir Jalan Pantura Kabupaten Rembang. Dengan pembuatan Banner ini berfungsi sebagai media informasi yang efektif untuk menarik perhatian Konsumen baru.



Gambar 3. Desain Banner & Tempat Warung Makan Mbak Sri

4. Pendampingan dan Pembuatan Lokasi di Google Maps

Dalam upaya menghadapi perubahan zaman yang semakin canggih, kami berupaya melakukan pendampingan dan pembuatan lokasi usaha di *google maps*. Pendampingan ini dilaksanakan dengan mendukung UMKM dalam membuat dan mendaftarkan lokasi usaha mereka di *Google Maps* untuk memudahkan pencarian oleh konsumen, dimulai dari pengumpulan data usaha, pembuatan akun *Google Business*, verifikasi, hingga UMKM muncul di hasil pencarian dan mulai dikunjungi pelanggan yang menemukannya melalui *Google*.



Gambar 4. Pembuatan Google Maps Dapur Mbak Sari

5. Pendampingan Cara Pembukuan Sederhana (*Cashflow*)

UMKM ini belum memiliki catatan keuangan, sehingga kondisi keuangan UMKM tidak jelas. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk membantu mitra dalam memahami dan menerapkan pembukuan sederhana, mulai dari mencatat pemasukan dan pengeluaran harian, mengelompokkan transaksi, hingga menyusun laporan keuangan dasar, sehingga mitra dapat lebih mudah memantau kondisi bisnis dan membuat keputusan yang lebih tepat.

Kas		KAS HARIAN			
Tgl	Keterangan	Masuk	Jumlah/Baru		Saldo
			Awal	Keluar	
1/6	Bekal			500.000	
1/6	Belanja			105.000	395.000
1/6	Rasa Jualan	200.000			605.000
1/6	Belanja Jualan		299.000	349.000	256.000
1/6	Belanja Jualan	299.000			485.000
1/6	Belanja Jualan	299.000			620.000
1/6	Belanja Jualan	263.000			967.000
1/6	Belanja Jualan		620.000	363.000	604.000
1/6	Belanja Jualan	319.000			923.000
1/6	Belanja Jualan	219.000			1.142.000
1/6	Belanja Jualan	329.000			1.300.000
1/6	Belanja Jualan		169.000	1.199.000	1.130.000
1/6	Belanja Jualan	201.000			1.331.000
1/6	Belanja Jualan	199.000			1.530.000
1/6	Belanja Jualan	236.000			1.766.000
1/6	Belanja Jualan		98.000	1.766.000	1.668.000
1/6	Belanja Jualan	418.000			2.086.000
1/6	Belanja Jualan		246.000	1.840.000	2.332.000
1/6	Belanja Jualan	297.000			2.629.000
1/6	Belanja Jualan	190.000			2.819.000
Jumlah:					2.819.000

Gambar 5. Pendampingan Pembukuan Sederhana

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penguatan identitas visual melalui pembuatan logo, banner, dan daftar menu memberikan dampak positif terhadap visibilitas dan profesionalitas UMKM. Upaya tersebut selaras dengan temuan penelitian mutakhir yang menegaskan bahwa identitas visual berperan penting dalam membangun persepsi konsumen, meningkatkan brand recall, serta memperkuat positioning usaha dalam lingkungan kompetitif, terutama pada sektor kuliner skala mikro (Harahap & Yuliani, 2023). Selain itu, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps menandai langkah penting dalam proses digitalisasi UMKM. Studi terbaru mengungkapkan bahwa keberadaan bisnis pada platform pemetaan digital mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan baru dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan, khususnya bagi UMKM yang sebelumnya bergantung pada pemasaran konvensional (Ridwan & Pramesti, 2024). Dengan demikian, intervensi branding dan digitalisasi yang dilakukan dalam kegiatan ini sudah berada pada jalur yang tepat untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Pada aspek manajerial, pendampingan pembukuan sederhana terbukti membantu pemilik usaha memahami alur keuangan dan pentingnya pencatatan yang tertata. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor kunci keberlanjutan UMKM, karena pencatatan transaksi harian dan analisis cashflow dapat membantu pelaku usaha mengelola risiko, mengidentifikasi arus kas bermasalah, dan merencanakan strategi usaha berbasis data (Lestari & Gunawan, 2023). Model pelatihan berbasis praktik yang diterapkan juga menjadi salah satu faktor keberhasilan, mengingat pendekatan *learning by doing* terbukti meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memahami materi teknis, terutama bagi usaha mikro yang belum familiar dengan konsep pembukuan formal (Mahendra & Safitri, 2024).

Selain itu, hasil kegiatan ini menekankan bahwa penguatan branding dan pendampingan manajerial pada UMKM mampu meningkatkan keterampilan praktis pelaku usaha sekaligus memperluas jangkauan pemasaran mereka. Dalam studi yang dilakukan Suryandani, Maro'ah, dan Pratama (2023), pendampingan berupa pembuatan identitas visual, penyusunan materi promosi, serta optimalisasi media digital terbukti meningkatkan visibilitas usaha serta kepercayaan konsumen. Temuan tersebut menguatkan bahwa intervensi yang diterapkan pada Warung Makan Mbak Sari, seperti pembuatan logo, banner, menu, dan pendaftaran Google Maps, merupakan strategi yang relevan dan efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berada dalam koridor praktik terbaik sebagaimana direkomendasikan oleh literatur terbaru dan pengalaman pendampingan UMKM di berbagai daerah.

Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada UMKM Warung Makan Mbak Sari memberikan dampak nyata dalam penguatan branding, peningkatan visibilitas digital, serta perbaikan kemampuan pencatatan keuangan mitra. Melalui pembuatan logo, banner, daftar menu, dan pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, identitas usaha menjadi lebih kuat dan mudah dikenali oleh konsumen, sementara pelatihan pembukuan sederhana telah meningkatkan pemahaman mitra terhadap pengelolaan keuangan harian. Untuk menjaga kesinambungan hasil kegiatan, disarankan agar pemilik usaha terus memperbarui konten promosi digital, melakukan pencatatan keuangan secara rutin, serta mulai mengevaluasi kinerja usaha secara berkala agar dapat merencanakan strategi pengembangan yang lebih matang. Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa intervensi sederhana namun terarah dapat meningkatkan profesionalitas UMKM sekaligus memperluas daya saing mereka di tengah perubahan ekonomi digital, serta menjadi contoh bahwa pendampingan berbasis praktik sangat relevan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro di tingkat desa.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Ibu Istiqomah selaku pemilik UMKM warung makan mbak Sari "Dapur Mbak Sari" dan Universitas YPPI Rembang yang telah menyelenggarakan kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU), Serta kepada DPL kami yaitu Ibu Wulan Suryandani. S.E., MM. yang sudah membimbing kami sehingga kegiatan berjalan dengan lancar.

Referensi

- Harahap, R., & Yuliani, S. (2023). Visual identity development and its impact on culinary MSMEs' competitiveness. *Journal of Creative Business Studies*, 7(2), 145–158.
- KemenKopUKM. (2023). Laporan Tahunan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. Jakarta: KemenKopUKM.
- Lestari, M., & Gunawan, R. (2023). Financial literacy and cashflow management among micro and small enterprises. *Journal of Microfinance and Development*, 5(1), 33–47.
- Mahendra, D., & Safitri, A. (2024). Learning-by-doing approach in financial training for micro-entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship Training*, 6(1), 21–35.
- Prasetyo, T., & Riyanto, B. (2022). The role of branding strategy in strengthening MSME competitiveness in the digital era. *Journal of Business and Management Research*, 15(2), 112–121.
- Putra, A. R., Lestari, F., & Nugroho, D. (2024). Digital skill empowerment model for micro-enterprises through participatory training. *Journal of Small Business Development*, 9(1), 44–58.
- Rahmadani, N., & Yusuf, M. (2023). Improving financial literacy of micro entrepreneurs through practical bookkeeping workshops. *Journal of Community Empowerment Studies*, 5(2), 122–131.
- Rahmawati, S., Lestari, D., & Nugroho, A. (2023). Financial literacy and bookkeeping practices among micro-enterprises in Indonesia. *Small Business Economics Review*, 4(1), 55–67.
- Ridwan, A., & Pramesti, N. (2024). The effectiveness of Google Maps listing in increasing visibility of micro culinary businesses. *Digital Commerce and Marketing Journal*, 8(1), 90–102.
- Sari, H., & Kurniasih, T. (2022). Participatory evaluation in community empowerment programs: A conceptual review. *Indonesian Journal of Applied Community Engagement*, 4(1), 15–27.
- Simanjuntak, R., & Indrawati, N. (2022). Needs assessment for MSME empowerment: Observation and participatory approaches. *Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 3(2), 88–97.
- Suryandani, W., Maro'ah, A., & Pratama, N. D. (2023). Penguatan merk dan optimalisasi pemasaran pada UMKM Tiara Cengkaruk di Desa Sidomulyo, Kecamatan Kaliori, Kabupaten Rembang. *Jurnal Abdimas Patikala*, 4(2).
<https://journal.uyr.ac.id/index.php/bam/article/view/611>
- Wahyuni, D., & Prasetya, B. (2023). Community-based participatory methods in MSME capacity building. *International Journal of Community Development*, 12(3), 201–214.
- Wibowo, A., & Sari, N. (2024). Implementation of simple bookkeeping models for traditional food MSMEs. *Journal of Entrepreneurship and Community Empowerment*, 6(1), 45–54.
- Yuliani, R., & Kurniawan, D. (2023). Digital presence and its impact on customer reach for culinary MSMEs. *International Journal of Digital Business*, 8(3), 210–221.