

ISSN (Online) 3090-7284, DOI: 10.25134/bakti.v1i3.xx

Bakti Lestari
Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan

Available online at: https://bakti.uniku.ac.id/

Volume 1
Issue 3
September 2025
Page. 343-347

Pengembangan UMKM Melalui Teknik Branding, Marketing Dan Pengelolaan Keungan Dengan Bantuan Aplikasi Canva

Rakha Awal Sentosa*, Daffa Satria Dwi Cahya, Yollanda Zalfadila Ulhaq, Tsara Saraswati, Ignasius Andre, Mochamad Zidan Pandu Prasetya, Arda Pradana, Aditia, Alan Taufiqurohman, Rosdiani, Nadila Oktaviani, Dwi Endah Nur Marselia, Firda Cahya Yulia Putri, Lilis Murparihah, Lisnawati, Mita Purnama Sari, Suci Nurul Khotimah, Suciati Wahyuni, Tiara Monika, Wijaningsih Barokah

Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia
* @uniku.ac.id

* Corresponding author

https://doi.org/10.25134/bakti.v1i3.xx

ABSTRAK

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui teknik branding, marketing dan pengelolaan keuangan dengan bantuan aplikasi Canva (Studi kasus pada kelumpok Usaha "Abon Jantung, Kalua jeruk dan Opak Beureum" di Desa Sadawangi, Kecamatan Lemahsugih, Kabupaten Majalengka). Pengembangan yang dilakukan oleh kelompok Mahasiswa KKN 54 di Desa Sadawangi yaitu dengan melakukan teknik sosialisasi atau seminar terkait tatacara dan pembuatan Branding, Marketing dan Pengelolaan Keuangan dengan bantuan aplikasi Canva. Selain itu, fasilitasi dari pihak eksternal yaitu Pemdes dan Bumdes telah memberikan akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan dan mengadakan pembinaan dan pelatihan. Namun, beberapa Pelaku UMKM yang ada di Desa Sadawangi masih memiliki kekurangan seperti produk yang masih belum memiliki Branding dan penggunaan media teknologi untuk membantu dalam proses pemasaran yang lebih luas.

Kata Kunci: UMKM; Branding; Marketing; Pengelolaan Keuangan; Aplikasi Canva.

ABSTRACTS

Development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Through Branding, Marketing, and Financial Management Techniques Using the Canva Application (Case Study on the "Abon Jantung, Kalua Jeruk, and Opak Beureum" Business Group in Sadawangi Village, Lemahsugih District, Majalengka Regency). The business development carried out by the KKN Group 54 students in Sadawangi Village was conducted through socialization and seminars regarding the procedures and strategies for Branding, Marketing, and Financial Management utilizing the Canva application. Additionally, support from external parties, such as the Village Government (Pemdes) and Village-Owned Enterprises (BUMDes), provided MSMEs with access to capital resources as well as coaching and training programs. However, several MSME actors in Sadawangi Village still face limitations, such as products that lack proper branding and a low utilization of technological media to support broader marketing efforts.

Keyword: MSMEs; Branding; Marketing; Financial Management; Canva Application.

Copyright © 2025, The Author(s).
Published by Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kuningan. This is an open access article under a Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM merupakan hal yang sangat di butuhkan dikalangan masyarakat dengan diiring zaman yang semakin canggih. karena keberadaannya sangat bermanfaat bagi pendapatan masyarakat, Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (www. smecda.com).

Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata mata merupakan Langkah yang harus di ambil oleh pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah. Kita sebagai Mahasiswa juga harus ikut serta dalam pengembangan UMKM. KKN merupakan sarana kita sebagai mahasiswa untuk memberikan sedikitnya ilmu yang kita miliki kepada Masyarakat yang ada. Untuk itu Kita sebagai mahasiswa KKN mampu membantu dan belajar terkait pemahaman UMKM baik dari segi Branding atau Cara penggunaan teknologi sebagai sarana pemasaran di zaman moderen. Setelah kami benyak melakukan obervasi terkait pelaku UMKM yang ada di Desa Sadawangi, ternyata banyak pelaku UMKM yang mampu membantu pendapatan masyarakat Desa Sadawangi seperti "Abon Jantung, Kalua Jeruk dan Opak beureum".

Ada beberapa permasalahan yang kami temukan di kelompok UMKM "Abon Jantung, Kalua Jeruk dan Opak Beureum" dalam pengembangan usahanya. Hal ini lah yang menjadi pertimbangan kami sebagai mahasiswa untuk melakukan kegitan workshop dan pendampingan untuk belajar teknologi sebagai sarana pemasaran yang lebih luas.

METODE

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekenomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional. Dalam pengembangan UMKM di Sadawangi ini kami lebih mengutamakan penggunaan metode yang sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian yang dilakukan, agar diperoleh data yang relevan untuk dibahas lebih lanjut. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan adanya program KKN, kami sebagai mahasiswa mampu berkolaborasi dengan UMKM yang ada di Desa Sadawangi dalam membentuk kualitas usaha yang lebih baik. Adapun kegiatan yang kita laksanakan sebagai berikut:

A. Melakukan workshop terkait Branding, Marketing dan Pengelolaan Keuanganmetode (optional)

1. Branding
   Penerapan aplikasi Canva kepada pelaku UMKM yang ada di Desa Sadawangi terkait pembuatan logo dan packaging. Dalam workshop ini kami sebagai mahasiswa KKN memberikan pemahaman tentang canva terhadap pelaku UMKM terkait bagaimana cara pembuatan logo, packaging serta kami memberikan contoh logo kepada pelaku UMKM Desa Sadawangi.

2. Marketing
   Memberikan edukasi kepada pelaku UMKM sadawangi terkait pemasaran secara digital atau online melalui marketplace seperti shopee dan juga tiktok shop. Dengan adanya kegiatan workshop masyarkat mampu memahami pemasaran secara digital dan mampu mengikuti perkembangan teknologi yang semakin modern.

3. Pengelolaan keuangan

- Peningkatan Pengetahuan Keuangan: Para peserta UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik. Mereka kini lebih memahami konsep dasar seperti pencatatan keuangan, manajemen arus kas, dan

perencanaan anggaran. Peningkatan pengetahuan ini membantu UMKM di Desa Sadawangi dalam menjalankan bisnis mereka dengan lebih terstruktur dan terencana.

- Penerapan Praktis dalam Pengelolaan Keuangan: Melalui pendampingan individu, banyak peserta yang berhasil menerapkan praktik pengelolaan keuangan yang lebih baik dalam bisnis mereka. Mereka mulai menggunakan pencatatan keuangan yang lebih sistematis, mengelola arus kas dengan lebih hati-hati, dan menyusun anggaran yang realistis. Hal ini telah berkontribusi terhadap peningkatan stabilitas keuangan usaha mereka.

- Peningkatan Keberlanjutan Usaha: Dengan pengelolaan keuangan yang lebih baik, UMKM di Desa Sadawangi menunjukkan tanda-tanda peningkatan keberlanjutan usaha. Mereka mampu mengatasi tantangan likuiditas dengan lebih baik, mengurangi ketergantungan pada utang, dan memanfaatkan peluang investasi secara lebih bijak. Beberapa UMKM bahkan melaporkan peningkatan dalam kinerja bisnis mereka setelah menerapkan praktik keuangan yang dipelajari.

- Pemberdayaan Melalui Teknologi: Penggunaan aplikasi akuntansi sederhana dan adopsi pembayaran digital menjadi salah satu faktor pendukung yang membantu UMKM di Desa Sadawangi dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien. Peserta yang menggunakan teknologi ini merasa lebih mudah dalam melakukan pencatatan keuangan dan mengelola transaksi bisnis mereka.

- Peningkatan Akses terhadap Pendanaan: Beberapa UMKM di Desa Sadawangi yang berhasil menunjukkan pengelolaan keuangan yang baik mulai mendapatkan akses yang lebih mudah ke sumber pendanaan formal, seperti pinjaman dari lembaga keuangan.

B. Workshop Branding dan Marketing UMKM

Sasaran : UMKM Desa Sadawangi

Waktu : Kamis, 1 Agustus 2024

Capaian : Para pelaku usaha mengenal manfaat branding dan marketing untuk keberlanjutan usahanya seperti mengenal manfaat branding, mengenal manfaat marketing dan pengenalan Canva pada UMKM.

C. Pendampingan Branding & Marketing UMKM Desa Sadawangi

Sasaran : UMKM Desa Sadawangi Waktu : 1 - 7 Agustus 2024

Capaian : Para pelaku usaha mempunyai identitas dan ciri khas produk usahanya serta bisa mengembangkan usaha melalui digital marketing.

Indikator keberhasilan:
- Pelaku usaha mempunyai identitas dan ciri khas produknya (nama usaha, logo dan packaging)
- Pelaku usaha mempunyai sertifikasi NIB (Nomor Induk Berusaha)
- Mengembangkan usaha melalui digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat di Desa Sadawangi memiliki usaha milik pribadi, mulai dari usaha kecil bahkan sampai usaha yang telah berkembang besar. Usaha milik masyarakat sebagian besar berada di bidang kuliner. Usaha UMKM juga dinaungi oleh Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) tepatnya di bagian pokja 2 yang ada di Desa Sadawangi. Desa sadawangi juga terbagi dari 3 wilayah, Sebagian besar wilayah desa sadawangi merupakan area pertanian, perkebunan dan hutan. Desa Sadawangi memiliki sumber daya manusia yang berpengalaman dalam bidang pertanian dan peternakan dibuktikan dengan adanya bumdes yang mengelola peternakan domba dan burung puyuh. Salah satu daya tarik utama Desa Sadawangi adalah Curug Kapak Kuda, air terjun yang menawan dengan keindahan alam yang masih sangat alami. Suara gemericik air yang menenangkan dan kesejukan udara pegunungan akan membuat pengunjungnya merasa tenang dan jauh dari hiruk pikuk kota.

Dengan potensi wisata yang besar dan kesadaran hukum masyarakat yang semakin meningkat, Desa Sadawangi memiliki masa depan yang cerah. Keindahan alam Curug Kapak Kuda akan menjadi magnet bagi

para wisatawan, sementara kesadaran hukum yang tinggi akan menjadi modal dasar untuk membangun desa yang aman, damai dan sejahtera.

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Desa Sadawangi yang masih kental dengan adat dan kebudayaan. Nilai nilai kebudayaan diturunkan ke generasi yang lebih muda melalui berbagai cara diantaranya lingkungan keluarga serta selalu dilibatkannya pemuda dan pemudi dalam setiap rangkaian kegiatan kegiatan adat dan budaya. selain itu desa sadawangi juga kaya akan makanan khasnya seperti abon jantung pisang, kalua jeruk, rabudigen dan opak beureum.

Tangan tangan kreatif warga desa sadawangi mampu menghasilkan beberapa produk umkm, yang menjadi produk unggulan desa sadawangi, dan setiap produk umkm memiliki pembeda diantara produk yang lainnya. Sehingga menjadi bukti kekayaan akan umkm yang diwariskan secara turun temurun ke berbagai generasi. Kondisi Masyarakat di desa sadawangi juga sangat antusias dengan kebudayaan serta kegiatan yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya.

Kami sebagai Mahasiswa KKN melihat dan mengobservasi seluruh potensi yang ada di desa Sadawangi seperti UMKM, Pendidikan, Budaya dan kearifan lokal yang ada. Setelah kami melakukan observasi, kami Mahasiswa KKN melakukan diskusi Terkait potensi desa yang akan kami angkat. Dan darisitu kami sepakat untuk mengangkat UMKM yang ada di Desa Sadawangi dengan melakukan workshop tentang Pengelolaan Keuangan, Branding dan Marketing melalui media canva. Adapun kegiatan yang kami laksanakan yaitu:

A. Melakukan kegiatan Workshop

1. Branding
   Penerapan canva kepada pelaku UMKM yang ada di desa sadawangi terkait pembuatan logo dan packaging. Dalam workshop ini kami sebagai mahasiswa KKN memberikan pemahaman tentang canva terhadap pelaku UMKM terkait bagaimana cara pembuatan logo, packaging serta kami memberikan contoh logo kepada pelaku UMKM sadawangi.
   Pemateri: Alan Taufiqurohman

2. Marketing
   Memberikan edukasi kepada pelaku UMKM sadawangi terkait pemasaran secara digital atau online melalui marketplace seperti shopee dan juga tiktok shop. Dengan adanya kegiatan workshop masyarkat mampu memahami pemasaran secara digital dan mampu mengikuti perkembangan teknologi yang semakin modern.
   Pemateri: Yudi Febriansyah, S.E., M.M

3. Pengelolaan keuangan
   Memberikan edukasi kepada pelaku UMKM terkait peningkatan pengetahuan keuangan, penerapan praktis dalam pengelolaan keuangan, peningkatan keberlanjutan usaha, pemberdayaan melalui teknologi, dan peningkatan akses terhadap pendanaan.
   Pemateri: Dendi Purnama S.E., M.Si.

B. Pendampingan Branding & Marketing UMKM Desa Sadawangi

Untuk sasarannya yaitu pelaku UMKM Desa Sadawangi dilaksanakan pada tanggal 1 - 7 Agustus 2024 yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN kelompok 54. capaiannya para pelaku usaha mempunyai identitas dan ciri khas produk usahanya serta bisa mengembangkan usaha melalui digital marketing. Indikator keberhasilan Pelaku UMKM di Desa Sadawangi yaitu, mempunyai identitas dan ciri khas produknya (nama, logo dan packaging), Pelaku usaha mempunyai sertifikasi NIB (Nomor Induk Berusaha) dan mampu mengembangkan usaha melalui digital marketing.

KESIMPULAN

Di bidang Peningkatan Ekonomi masyarakat dan Desa, KKN kelompok 54 Desa Sadawangi, Kecamatan Lemahsugih, Kabupaten Majalengka melaksanakan kegiatan yang bertujuan untuk mengedukasi serta pemberdayaan masyarakat mengenai UMKM, berikut beberapa kegiatan yang dilakukan yang pertama, kami melakukan Workshop Branding dan Marketing UMKM Desa Sadawangi. Pada workshop ini para pelaku UMKM diberikan 3 materi langsung oleh narasumber yang berbeda diantaranya ada Bapak Dendi Purnama, S.E., M.Si (Materi Pengelolaan Keuangan), Bapak Yudi Febriansyah, S.E., M.M (Materi Branding dan Marketing) dan Alan Taufiqurohman (Materi Penerapan Aplikasi Canva). Workshop ini bertujuan untuk mengenalkan kepada para pelaku UMKM mengenai manfaat branding, marketing dan pengelolaan keuangan serta penerapan aplikasi Canva. Kegiatan workshop ini dilaksanakan pada tanggal 1 Agustus 2024 yang bertempat di Balai Desa Sadawangi. Setelah itu, kami melakukan pendampingan UMKM yang merupakan kegiatan tindak lanjut dari kegiatan workshop yang telah dilaksanakan. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan selama 1 Minggu terhitung dari tanggal 1 – 7 Agustus 2024. Dalam kegiatan ini kami melakukan pengembangan dari segi Sertifikasi NIB, logo, packaging serta digital marketing untuk memasarkan produk UMKM. Tujuan dari kegiatan ini agar setiap UMKM mempunyai ciri khas serta daya saing untuk memasarkan produknya lebih jauh lagi.



Gambar 1. Kegiatan workshop UMKM di Desa Sadawangi



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Pelaku UMKM mengenai (Branding, Marketing dan Pengelolaan Keuangan)

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan penuh dari awal hingga terselesaikannya program ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan UMKM serta kemajuan masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, F. D. (2013). Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha" Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya, 1(6), 1286-1295.