
Pelatihan *Branding, Packaging* dan Penyusunan Laporan Keuangan Kepada UMKM di Ganjar Asri Kota Metro

| Diterima: 19 September 2024 | Direview: 12 Desember 2024 | Disetujui: 02 Februari 2025 |

Sugeng¹, Fitriani², *Durotun Nasikah³, Slamet Tedy Siswoyo⁴, Firdawati⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro^{1,2,3,4}, Teknologi Pangan, Politeknik Negeri Lampung⁵

*E-mail: durotunnasika82@gmail.com

ABSTRAK

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar dalam perekonomian Indonesia, baik dari sisi penyerapan tenaga kerja maupun kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB). Tantangan besar yang sering dihadapi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya, terutama terkait dengan pemasaran dan manajemen keuangan. Apabila hal ini tidak diatasi maka UMKM yang sedang bertumbuh akan kalah bersaing. Seperti yang terjadi pada UMKM di Kelurahan Ganjar Asri memiliki kendala diantaranya kurangnya pemahaman strategi *branding* dan *packaging* serta manajemen keuangannya yang masih buruk yang ditandai dengan belum tersusunnya laporan keuangan. Adapun metode pelaksanaan dalam pelatihan ini yaitu terdiri dari 4 tahap yang meliputi tahap perencanaan, tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian ini yaitu pelaku UMKM dapat memahami penting *branding* dan *packaging* yang dapat meningkatkan daya saing di pasar. Serta pentingnya penyusunan laporan keuangan guna mengetahui kondisi keuangan usaha.

Kata Kunci: *Branding, Packaging, Laporan Keuangan.*

ABSTRACT

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a very significant role in Indonesia's economy, both in terms of labor absorption and their contribution to the gross domestic product (GDP). A major challenge often faced by MSME entrepreneurs in developing their businesses is related to marketing and financial management. If these issues are not addressed, growing MSMEs will struggle to compete. For example, MSMEs in Ganjar Asri Village face several challenges, including a lack of understanding of branding and packaging strategies, as well as poor financial management, marked by the absence of financial reports. The implementation method for this training consists of four stages: planning, preparation, implementation, and evaluation. The outcome of this community service activity is that MSME entrepreneurs are able to understand the importance of branding and packaging, which can enhance competitiveness in the market, as well as the importance of preparing financial reports to assess the financial health of their businesses

Key Word: *branding, packaging, financial report*

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar dalam perekonomian Indonesia, baik dari sisi penyerapan tenaga kerja maupun kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB). Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat di Indonesia saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreativitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat (Sirait, dkk 2014).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistic Provinsi Lampung (2023) terdapat 23.854 jumlah usaha yang ada di Kota Metro pada tahun 2021. Terdiri dari usaha mikro 23.186, usaha kecil 580 dan usaha menengah 88. Jumlah tersebut diprediksi akan terus meningkat seiring berkembangnya teknologi dan potensi sumber daya alam yang ada. Meski begitu, ada beberapa tantangan besar yang sering dihadapi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya, terutama terkait dengan pemasaran dan manajemen keuangan. Apabila hal ini tidak diatasi maka UMKM yang sedang bertumbuh akan kalah bersaing. Seperti yang terjadi pada UMKM di Kelurahan Ganjar Asri memiliki kendala diantaranya kurangnya pemahaman strategi *branding* dan *packaging* serta manajemen keuangannya yang masih buruk yang ditandai dengan belum tersusunnya laporan keuangan.

Branding dan *packaging* (kemasan) adalah dua elemen yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM. Banyak produk UMKM yang memiliki kualitas yang baik, namun tidak dapat bersaing di pasar karena kurangnya perhatian terhadap desain kemasan dan identitas merek. Dengan pelatihan tentang branding dan packaging, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan daya tarik produk mereka, membangun citra merek yang kuat, dan menarik minat konsumen. *Branding* merupakan kegiatan membangun merek dengan cara mengkomunikasikan kepada konsumen melalui berbagai media untuk memperoleh positioning yang kuat. Branding dapat dilihat dari simbol berupa logo, warna maupun kemasan yang menjadi ciri khas. Sehingga visual identitas digunakan sebagai alat branding dan promosi yang efektif (Pudrianisa, dkk 2023). Menurut Kadi *et al* (2023) Pengemasan (*packaging*) adalah hubungan antara bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, teknik mengatur huruf atau teks dan informasi

dengan elemen desain tambahan untuk membuat produk yang cocok untuk dipasarkan.

Branding membantu UMKM menciptakan identitas yang unik dan mudah dikenali oleh konsumen. Dengan branding yang kuat, produk UMKM akan memiliki ciri khas yang membedakan mereka dari pesaing, membangun loyalitas pelanggan, dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Identitas merek yang konsisten dapat memperkuat persepsi positif terhadap produk yang ditawarkan. Sedangkan *packaging* yang menarik dan inovatif dapat menjadi faktor penentu apakah konsumen tertarik untuk membeli suatu produk. Kemasan yang tepat dapat menciptakan kesan pertama yang positif dan membangkitkan rasa ingin tahu atau minat beli.

Banyak pelaku UMKM yang terhambat dalam mengelola keuangan usahanya dengan baik. Hal ini seringkali disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dalam menyusun laporan keuangan yang jelas dan terstruktur. Laporan keuangan yang baik sangat penting untuk pengambilan keputusan yang tepat, perencanaan keuangan, dan kelangsungan usaha. Pelatihan pembuatan laporan keuangan bertujuan untuk memberi pengetahuan kepada pelaku UMKM agar dapat mengelola keuangan usahanya secara lebih profesional dan akuntabel. Laporan keuangan perusahaan pada dasarnya adalah hasil akhir dari suatu prosedur akuntansi yang digunakan untuk mengumpulkan keuangan data atau aktivitas dari perusahaan dan membagikannya kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas tersebut. Akibatnya, penggunaan pelaporan keuangan sangat luas dan berdampak pada bagaimana pengambilan keputusan (Dharma, dkk 2024).

Pelatihan-pelatihan seperti ini akan membantu UMKM untuk meningkatkan kompetensi dalam aspek branding, packaging, dan manajemen keuangan yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing mereka di pasar. UMKM yang memiliki kemampuan untuk mengelola dan memasarkan produk dengan baik serta mampu menjaga kestabilan keuangan akan lebih bertahan lama dan berkembang. Dengan branding yang baik dan kemasan yang menarik, produk UMKM akan lebih mudah dikenal dan diterima oleh konsumen. Selain itu, pengelolaan keuangan yang rapi juga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai potensi dan kelayakan usaha, yang dapat mempermudah akses UMKM terhadap permodalan atau investasi.

Di era digital ini, banyak UMKM yang perlu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan cara pemasaran modern. Pelatihan branding dan packaging dapat memperkenalkan strategi

pemasaran yang lebih efektif, sementara pelatihan pembuatan laporan keuangan dapat membantu UMKM dalam mengelola finansial dengan lebih transparan dan efisien, yang penting untuk bertahan di pasar yang semakin kompetitif.

Program pengabdian masyarakat ini adalah bentuk nyata dari kontribusi perguruan tinggi atau lembaga terkait untuk memberikan solusi praktis bagi tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Melalui pelatihan yang diberikan, diharapkan dapat terjadi transfer pengetahuan yang membantu UMKM untuk berkembang dan meningkatkan kesejahteraan. Dengan latar belakang tersebut, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengatasi masalah-masalah yang mereka hadapi serta memberikan solusi praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengelolaan usaha mereka.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan di UMKM Ganjar Asri Kota Metro dengan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan dan Perizinan

Tim pengabdian dan mahasiswa untuk melakukan perizinan dan koordinasi dengan pelaku UMKM mengenai kegiatan yang akan dilakukan. Meminta kesediaan mitra ikut serta dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini.

2. Tahap Kegiatan

Kegiatan ini akan dilakukan dengan cara penyampaian materi tentang *Packaging* dan *Branding* oleh Pemateri yang sudah di tunjuk oleh Tim Pengabdian. Dilanjutkan dengan pelatihan dan pengaplikasian *packaging* yang baik untuk UMKM. Kemudian akan ada materi mengenai penyusunan laporan keuangan.

3. Tahap Monitoring Dan Evaluasi

Pada tahapan ini dilakukan kegiatan pembuatan laporan hasil kegiatan dan pendampingan hingga produk sayur organik bias benar-benar mempunyai ciri khas sebagai upaya meningkatkan nilai jual

HASIL PEMBAHASAN DAN DAMPAK

Kegiatan pelatihan *branding* dan *packaging* ini memiliki tujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam mengoptimalkan potensi produk mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dengan kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pengetahuan dasar tentang konsep *branding* dan *packaging*, serta bagaimana kedua elemen ini berperan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk. Pelatihan ini bertujuan agar pelaku UMKM memahami pentingnya citra merek dan kemasan yang menarik dalam menarik perhatian konsumen. Kegiatan ini dilakukan dengan cara memberikan materi, diskusi serta praktik. Hasil dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM memiliki *brand*, logo, pengetahuan tentang kemasan yang tepat dan menarik sehingga dapat bersaing di pasar. Serta dapat menyusun laporan keuangan.



Gambar 1. Penyampaian Materi

Kegiatan ini diawali dengan penyampaian materi tentang *branding*, yang meliputi pengertian *branding*, pentingnya *branding* untuk UMKM, pengetahuan tentang *packaging*, pentingnya *packaging* yang dapat menarik konsumen. Setelah penyampaian materi dilanjutkan dengan diskusi serta praktik langsung cara mengemas produk agar produk lebih menarik. Pada kesempatan ini praktik langsung didampingi pemateri serta dibantu oleh beberapa mahasiswa. Para peserta sangat berpartisipasi dalam kegiatan ini ditandai dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan kepada pemateri serta antusiasnya dalam praktik pengemasan produk.



Gambar 2. Penyampaian Materi

Kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai penyusunan laporan keuangan. Dalam hal ini pemateri menyampaikan pentingnya penyusunan laporan keuangan bagi UMKM karena laporan keuangan dapat memberikan informasi yang jelas tentang kondisi keuangan usaha, termasuk pendapatan, pengeluaran, aset, dan kewajiban. Dengan data ini, pemilik UMKM dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat, seperti merencanakan ekspansi, investasi, atau penghematan biaya. Laporan keuangan yang baik menunjukkan transparansi dalam pengelolaan keuangan, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor, mitra bisnis, dan pelanggan. Kepercayaan ini sangat penting dalam menjalin hubungan bisnis yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan *branding* dan *packaging* bagi UMKM di Kelurahan Ganjar yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing pemasaran produk telah dilaksanakan dengan sukses. Hal ini terlihat dari tingginya partisipasi peserta yang mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir. Pelatihan ini diikuti oleh seluruh peserta dengan metode ceramah, diskusi dan praktik. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan metode yang digunakan terbukti efektif, hal ini terlihat dari pemahaman dan kemampuan peserta dalam mengaplikasikan materi *branding*, *packaging* dan penyusunan laporan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharma, B., Ramadhani, Y., & Reitandi, R. (2024). Pentingnya Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Suatu Perusahaan. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 137-143.
<https://lampung.bps.go.id/id/statistics-table/1/NTU1IzE=/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-lampung-2020-dan-2021.html>
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., Damayanti, R. Y., & Yani, K. E. M. (2023). Labeling, packaging, dan branding sebagai peningkatan minat beli konsumen pada UMKM Selai Srikaya Jumbo Desa Pupus Lembeyan Magetan. *CITAKARYA Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(01), 1-12.
- Pudrianisa, S. L. G., Pangestu, Y. P. K., & Ahmad, M. A. (2023). Digital Marketing sebagai Strategi Branding dan Promosi Jamu Lugu Murni Yogyakarta. *Massa APJIKI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 1-11.
- Sirait, E., Sugiharto, B. H., Abidin, J., Padang, N. S., & Putra, J. E. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3816-3829.