

PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM TOKO HANGER 07

Celline Fitri Ayudya¹, Nabella Dyah Nur Aisyah², Yuni Nur Setyaningrum³, Fitria Magdalena Suprpto⁴

^{1, 2, 3}D-III Akuntansi PSDKU Politeknik Negeri Malang di Kota Kediri

⁴Universitas Islam Kediri

Email : ¹cellaaydya@gmail.com, ²@nabelladyahna@gmail.com, ³yuninset@gmail.com,

⁴fitria.magdalena@uniska-kediri.ac.id

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas UMKM Toko Hanger 07 dalam tiga aspek utama: penyusunan laporan keuangan, penerapan pemasaran digital, dan pembuatan logo usaha. Metode yang digunakan mencakup observasi, sosialisasi, pelaksanaan, dan evaluasi. Pelatihan laporan keuangan memberikan pemahaman tentang pencatatan transaksi harian dan penyusunan neraca, laba rugi, serta perubahan modal. Dalam digital marketing, pengenalan *Meta Business Suite* membantu pengelolaan konten media sosial secara terstruktur. Pembuatan logo baru bertujuan memperkuat *branding* usaha. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dalam laporan keuangan, efisiensi pemasaran digital, dan identitas visual yang lebih profesional. Dengan implementasi materi pelatihan, Toko Hanger 07 dapat meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, Laporan Keuangan, Pemasaran Digital, Logo.

1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya, UMKM adalah bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Sebagai negara berkembang, Indonesia menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang di sektor ekonomi (Mutrofin et al., 2021). UMKM mempunyai peran strategis dalam perekonomian nasional. UMKM tidak hanya menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, pengurangan tingkat kemiskinan, dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM di era digitalisasi saat ini semakin kompleks. Salah satu tantangan utama adalah kemampuan dalam mengelola keuangan usaha secara baik, penerapan strategi pemasaran digital yang efektif, serta pentingnya identitas visual seperti logo sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *branding* usaha. Dalam konteks ini, UMKM Toko Hanger 07 menjadi salah satu contoh pelaku usaha yang menghadapi berbagai permasalahan tersebut.

Toko Hanger 07 didirikan pada tahun 2021 oleh pasangan Devi dan Agus di tengah pandemi COVID-19 sebagai UMKM yang memproduksi hanger kayu berkualitas. Adapun produk Toko Hanger 07 terdiri dari hanger baju dan celana, dengan bahan ramah lingkungan untuk memenuhi kebutuhan toko pakaian, *thrift shop*, dan rumah tangga. Meski menghadapi

tantangan finansial pada awal berdiri, usaha ini berhasil bertahan berkat ketekunan para pendiri dan kini terus berkembang dengan menjaga kualitas dan pelayanan. Berlokasi di Desa Seketi, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri, produksi yang awalnya dilakukan keluarga kini melibatkan karyawan lokal yang berkontribusi pada perekonomian sekitar. Toko Hanger 07 juga bekerja sama dengan *reseller* Maniac Hanger untuk memperluas pasar.

Sebagai usaha yang sedang berkembang, Toko Hanger 07 memiliki potensi besar untuk tumbuh lebih cepat. Namun, hingga saat ini, pengelolaan keuangan belum sistematis dan belum sesuai dengan ketentuan standar akuntansi yang berlaku. Hal ini berdampak pada minimnya informasi keuangan yang akurat, sehingga pemilik usaha seringkali mengalami kesulitan dalam mengevaluasi kondisi keuangan dan merencanakan pengembangan bisnis di masa mendatang. Pengelolaan laporan keuangan yang baik menjadi aspek mendasar dalam menentukan keberlanjutan suatu usaha. Meskipun laporan keuangan masih sederhana dan belum sesuai SAK UMKM, namun dengan komitmen memperbaiki manajemen keuangan, usaha ini akan terus berupaya meningkatkan kinerja dan daya saing di pasar yang lebih luas.

Laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang menyediakan informasi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan Keuangan terdiri dari lima bentuk, yaitu Laporan Laba/Rugi, Neraca, Perubahan Modal, Arus Kas, serta Catatan Atas Laporan Keuangan (Isnawan dalam Ningtyas, 2017). Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), penyusunan laporan keuangan memiliki peran yang penting sebagai alat untuk memantau perkembangan usaha, mengevaluasi efisiensi operasional, dan mempersiapkan diri untuk kebutuhan pendanaan atau pelaporan kepada pihak eksternal, seperti investor dan lembaga keuangan. Dengan menyusun laporan keuangan yang terstruktur, UMKM dapat membangun kepercayaan dari pihak-pihak yang berkepentingan sekaligus memastikan keberlanjutan usaha melalui pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Selain permasalahan dalam penyusunan laporan keuangan, Toko Hanger 07 juga belum secara optimal memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran. Permasalahan yang dihadapi dalam bidang *digital marketing* yakni UMKM belum rutin melakukan promosi lewat media sosial. Menurut Chaffey (2013) mendefinisikan *digital marketing* sebagai penggunaan teknologi untuk membantu aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen dengan cara menyesuaikan dengan kebutuhan mereka. Teknik yang memudahkan akses dan publikasi informasi yakni dengan memanfaatkan interaksi sosial melalui sosial media (Jamiat & Supyansuri, 2020). Berbeda dengan metode pemasaran tradisional, *digital marketing* memungkinkan bisnis untuk memanfaatkan berbagai saluran digital, seperti media sosial, mesin pencari, email, *website*, dan aplikasi, untuk menyampaikan pesan pemasaran dengan cara yang lebih efisien dan terukur. Strategi ini memberikan fleksibilitas kepada bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih besar, baik di tingkat lokal maupun internasional, serta menawarkan kemampuan untuk mengukur kinerja kampanye secara *real-time*. Dengan pendekatan ini, diharapkan bisnis dapat meningkatkan visibilitas merek, membangun hubungan dengan pelanggan, dan mengoptimalkan penjualan melalui pengelolaan yang lebih strategis.

Salah satu alat yang penting dalam implementasi *digital marketing* adalah Meta Business. Meta Business Suite merupakan aplikasi pemasaran *online* di era digital yang banyak diminati oleh pelaku usaha yang bergerak di bidang *e-commerce*. Aplikasi Meta Business Suite memiliki fitur yang dapat diakses secara gratis, selain itu Meta Business Suite memusatkan penggunaannya pada Facebook dan Instagram untuk menjangkau konsumen dalam berbisnis, sehingga Meta Business Suite dapat menghemat waktu pebisnis, menjalin hubungan dengan

banyak orang, dan mendapatkan hasil bisnis yang lebih baik (Amri & Fahmi, 2022). Melalui Meta Business, pengguna dapat membuat, menjadwalkan, dan mengelola konten serta iklan, sekaligus memantau hasil kinerja kampanye dalam satu *dashboard* yang komprehensif. Salah satu keunggulan utama dari platform ini adalah kemampuannya untuk memberikan data analitik yang mendalam, seperti demografi *audiens*, performa iklan, serta tingkat konversi untuk membantu dalam membuat keputusan berbasis data sehingga mampu meningkatkan efektivitas pemasaran.

Padahal, di era Revolusi Industri 4.0 saat ini, *digital marketing* telah menjadi salah satu strategi paling efektif untuk menjangkau pasar yang lebih besar dengan biaya yang relatif lebih rendah. Oleh karena itu, dalam pelatihan ini kami melakukan pengenalan dan pemanfaatan fitur Meta Business untuk pengelolaan konten agar promosi dapat lebih terjadwal dengan baik. Dengan fitur ini, diharapkan Toko Hanger 07 dapat membuat konten secara konsisten, terstruktur, dan lebih menarik untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Aspek lain yang turut menjadi perhatian adalah branding atau identitas visual usaha. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, keberadaan logo sebagai identitas usaha memiliki peran yang sangat penting. Logo bukan sekadar simbol, melainkan representasi dari visi, misi, dan nilai-nilai usaha yang dapat membedakan suatu bisnis dengan pesaing. Namun, Toko Hanger 07 hingga saat ini belum memiliki logo yang representatif dan profesional. Hal ini menyebabkan usaha tersebut belum memiliki identitas visual yang kuat di mata konsumen.

Brand merupakan nama, kata, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasinya yang mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual maupun kelompok penjual dan untuk membedakannya dari pesaing (Bambang Arianto, 2019; Fawahan & Marianingsih, 2022). *Branding* bukan hanya sekadar memperkenalkan produk, tetapi juga melibatkan penciptaan nilai, cerita, dan pengalaman yang terhubung dengan konsumen secara emosional. Dengan *branding* yang kuat, sebuah bisnis dapat menciptakan kepercayaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisinya di pasar yang kompetitif. Proses *branding* mencakup berbagai elemen, seperti nama merek, slogan, desain visual, komunikasi pemasaran, hingga bagaimana produk atau layanan tersebut memberikan pengalaman kepada pelanggan.

Salah satu elemen paling penting dalam *branding* adalah logo perusahaan. Logo adalah gambar dengan suatu arti, bisa berupa lukisan, sketsa, ataupun tulisan saja. Logo berperan untuk mewakili identitas pihak tertentu, entah itu bisnis, perusahaan, organisasi, negara, daerah, produk atau lain sebagainya (Sulistio, 2021). Logo berfungsi sebagai representasi visual utama dari identitas dan nilai merek. Logo adalah simbol yang dirancang untuk mewakili esensi dari sebuah bisnis atau produk secara sederhana, mudah diingat, dan menarik. Sebagai "wajah" dari sebuah merek, logo biasanya merupakan aspek pertama yang diperhatikan oleh konsumen, sehingga memberikan kesan pertama yang sangat penting. Logo yang efektif dirancang dengan mempertimbangkan filosofi usaha, target *audiens*, serta elemen desain seperti warna, bentuk, dan tipografi yang mampu mencerminkan kepribadian merek.

Pelatihan menjadi salah satu cara yang dapat digunakan dengan efektif untuk membantu UMKM mengatasi berbagai tantangan. Secara umum, pelatihan dapat diartikan sebagai proses pembelajaran yang dilakukan untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi seseorang dalam bidang tertentu (Suratman & Eriyanti, 2020). Melalui pelatihan, pelaku usaha dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai berbagai aspek yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya. Dalam hal ini, pelatihan penyusunan laporan keuangan, *digital marketing*, dan pembuatan logo menjadi sangat relevan bagi UMKM Toko Hanger 07. Topik ini dipilih karena mencakup tiga aspek penting yang

sering menjadi permasalahan bagi UMKM, yaitu pengelolaan keuangan, pemasaran, dan *branding* usaha.

Penulisan ini memiliki beberapa manfaat yang signifikan. Bagi Toko Hanger 07, pelatihan ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman dan keterampilan pemilik usaha dalam menyusun laporan keuangan, menerapkan *digital marketing*, dan menciptakan identitas visual yang kuat melalui logo. Melalui pelatihan ini, pemilik usaha diharapkan dapat memahami bagaimana menyusun laporan keuangan yang sistematis, akurat, dan sesuai standar. Selain itu, pelatihan ini juga dapat membantu meningkatkan transparansi keuangan dan memudahkan pengambilan keputusan strategis dalam rangka mendukung kemajuan bisnis. Selain itu, dengan pengelolaan keuangan yang baik, pemasaran yang efektif, dan *branding* yang kuat, Toko Hanger 07 diharapkan mampu meningkatkan daya saing usaha dan meraih pertumbuhan yang lebih baik. Bagi pelaku UMKM lainnya, tulisan ini dapat menjadi contoh dan referensi dalam mengatasi permasalahan serupa. Sementara itu, bagi masyarakat umum, penulisan ini dapat meningkatkan pemahaman tentang pentingnya peran UMKM dalam perekonomian dan mendorong dukungan terhadap produk-produk lokal.

2. METODE

Adapun metode pendekatan yang digunakan mencakup empat tahapan, yaitu observasi, sosialisasi, pelaksanaan, dan evaluasi. Metode ini dipilih karena dinilai efektif untuk memahami permasalahan, memberikan solusi praktis, dan memastikan keberhasilan serta keberlanjutan dari pelatihan yang diberikan.

a. Metode Pendekatan

1) Observasi

Observasi adalah teknik atau cara mengumpulkan data dengan mengamati aktivitas yang sedang berlangsung. Observasi terbagi menjadi tiga yaitu observasi partisipatif, observasi terstruktur, dan observasi tidak terstruktur (Ariyanti et al., 2022). Observasi dilakukan sebagai tahap pertama dalam memahami kondisi aktual yang dihadapi oleh UMKM Toko Hanger 07. Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan secara langsung melalui pengamatan dan pengumpulan data di lapangan. Observasi mencakup beberapa aspek penting:

- a) **Pengelolaan Keuangan:** Dilakukan untuk melihat sejauh mana sistem pencatatan keuangan telah diterapkan di Toko Hanger 07. Permasalahan yang ditemukan adalah pencatatan keuangan yang masih sangat sederhana dan tidak sistematis, sehingga menyulitkan pemilik usaha dalam memantau kondisi keuangan.
- b) **Aktivitas *Digital Marketing*:** Melalui observasi, diketahui bahwa promosi melalui media sosial belum dilakukan secara rutin dan belum memanfaatkan fitur manajemen konten yang tersedia.
- c) **Identitas Visual (Logo):** Dari hasil observasi, Toko Hanger 07 belum memiliki logo yang profesional dan representatif, yang berdampak pada rendahnya identitas usaha di mata pelanggan.

Metode observasi ini penting untuk memastikan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Toko Hanger 07 benar-benar dapat diidentifikasi dengan jelas sebelum intervensi berupa pelatihan dilaksanakan.

2) Sosialisasi

Sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah sosiolog menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (*role theory*)

karena dalam proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu (Normina, 2014). Tahapan sosialisasi dilakukan setelah proses observasi untuk memperkenalkan kegiatan pengabdian kepada pemilik UMKM dan pihak-pihak terkait. Sosialisasi bertujuan untuk:

- a) Menjelaskan tujuan dari pelatihan penyusunan laporan keuangan, *digital marketing*, dan pembuatan logo.
- b) Memberikan pemahaman awal tentang pentingnya pengelolaan keuangan, strategi pemasaran digital, dan identitas visual bagi pertumbuhan usaha.
- c) Membangun komitmen dan kesiapan pemilik usaha untuk mengikuti seluruh rangkaian pelatihan.

Pada tahapan ini, komunikasi dilakukan secara langsung dan interaktif agar pemilik usaha memahami urgensi dari pelaksanaan pelatihan. Sosialisasi juga menjadi momen untuk menggali harapan dan kebutuhan spesifik dari pemilik UMKM Toko Hanger 07.

3) Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan pengabdian masyarakat, di mana pelatihan diberikan sesuai dengan permasalahan yang telah diidentifikasi. Pengertian pelaksanaan/implementasi yaitu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu-individu (atau kelompok-kelompok) pemerintah maupun swasta yang diarahkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam keputusan-keputusan kebijakan sebelumnya (Djadjuli, 2018). Teknik pelaksanaan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan
 - (1) Materi pelatihan mencakup dasar-dasar akuntansi sederhana yang dapat diaplikasikan oleh UMKM.
 - (2) Penyusunan laporan keuangan meliputi pencatatan transaksi, laporan laba rugi, dan perubahan modal, dan laporan posisi keuangan.
 - (3) Metode praktikum digunakan dengan memandu pemilik usaha membuat laporan keuangan sesuai transaksi harian Toko Hanger 07.
- b) Pelatihan *Digital Marketing*
 - (1) Materi mencakup pengenalan *digital marketing*, strategi konten, dan pemanfaatan media sosial untuk promosi.
 - (2) Fokus diberikan pada penggunaan fitur Meta Business Suite untuk pengelolaan konten media sosial agar lebih terjadwal dan terstruktur.
 - (3) Teknik pelaksanaan berupa simulasi langsung dalam membuat konten dan jadwal posting media sosial yang sesuai dengan target pasar.
- c) Pembuatan Logo
 - (1) Memberikan pemahaman tentang pentingnya logo sebagai identitas visual usaha.
 - (2) Desain logo sederhana dengan menggunakan aplikasi yang mudah dipahami oleh pemilik usaha.

Metode pelaksanaan ini dilakukan secara partisipatif dan interaktif, di mana pemilik usaha tidak hanya mendapatkan materi secara teoritis tetapi juga langsung mempraktikkannya. Dengan demikian, pemahaman yang diperoleh lebih mudah diaplikasikan dalam operasional usaha sehari-hari.

4) Evaluasi

Cronbach & Harris (1985) menyatakan bahwa evaluasi merupakan pemeriksaan yang sistematis terhadap segala peristiwa yang terjadi sebagai akibat dilaksanakannya suatu program. Sementara itu, Arikunto (2003) mengungkapkan bahwa evaluasi adalah

serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk mengukur keberhasilan program. Tayibnapis (2000) dalam hal ini meninjau pengertian evaluasi program dalam konteks tujuan yaitu sebagai proses menilai sampai sejauh mana tujuan pendidikan dapat dicapai. Berdasarkan tujuannya, terdapat dua pengertian evaluasi, yakni sumatif dan formatif. Evaluasi formatif dinyatakan sebagai upaya untuk memperoleh feedback perbaikan program, sementara evaluasi sumatif merupakan upaya menilai manfaat program dan mengambil keputusan (Lehman, 1990; Wulan, 2019). Tahapan evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Penilaian Kemampuan Pemilik Usaha: Dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap hasil praktik penyusunan laporan keuangan, pemasaran digital, dan desain logo.
- b) Wawancara: Untuk menggali *feedback* dari pemilik usaha mengenai manfaat yang dirasakan selama mengikuti pelatihan.
- c) *Monitoring* Jangka Pendek: Melakukan pendampingan untuk memastikan pemilik usaha dapat menerapkan materi yang telah diajarkan dalam kegiatan usahanya.

Evaluasi ini penting untuk mengetahui sejauh mana pemahaman pelaku UMKM terhadap materi pelatihan, serta melihat dampaknya terhadap perbaikan sistem pengelolaan usaha di Toko Hanger 07.

b. Alasan Pemilihan Metode

Metode observasi, sosialisasi, pelaksanaan, dan evaluasi dipilih karena pendekatan ini dinilai efektif dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Adapun alasan pemilihan metode ini adalah:

- 1) Observasi: Untuk memastikan permasalahan yang ada di Toko Hanger 07 dapat dipahami dengan baik dan intervensi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan usaha.
- 2) Sosialisasi: Memberikan pemahaman awal tentang tujuan dan manfaat pelatihan, serta membangun komitmen pemilik usaha untuk mengikuti kegiatan secara penuh.
- 3) Pelaksanaan: Metode pelatihan yang partisipatif dan praktis membantu pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang mendalam dan memiliki keterampilan yang langsung dapat diaplikasikan.
- 4) Evaluasi: Mengukur keberhasilan pelatihan dan memastikan adanya dampak positif terhadap pengelolaan usaha.

Pendekatan ini memungkinkan kegiatan pengabdian masyarakat berjalan secara sistematis dan terstruktur, dimulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil. Dengan demikian, solusi yang diberikan dapat tepat sasaran dan memberikan manfaat yang nyata bagi UMKM Toko Hanger 07.

c. Teknik Pelaksanaan

Teknik pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pelatihan UMKM ini mencakup:

- 1) Diskusi Interaktif: Diskusi merupakan pembicaraan antara dua orang atau lebih untuk membicarakan suatu masalah (Sujarwati, 2023). Digunakan untuk penyampaian materi teori dalam penyusunan laporan keuangan, *digital marketing*, dan pentingnya logo.
- 2) Praktik Langsung: Pemilik usaha akan didampingi untuk mempraktikkan penyusunan laporan keuangan, pembuatan konten *digital marketing* melalui Meta Business, dan desain logo.

- 3) Simulasi: Simulasi berasal dari bahasa Inggris “Simulation” yang artinya pekerjaan tiruan atau meniru (Sudjana, 2020). Simulasi dilakukan untuk menguji kemampuan pelaku UMKM dalam mengaplikasikan materi yang telah diajarkan, seperti membuat jadwal posting media sosial atau mendesain logo usaha.
- 4) Pendampingan dan *Monitoring*: Pendampingan adalah suatu proses dimana pihak yang berkompeten atau ahli memberikan bimbingan, pelatihan, atau saran kepada UMKM (Muchtar et al., 2022). Pendampingan adalah proses bimbingan atau pemberian dukungan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang lebih berpengalaman atau memiliki pengetahuan yang relevan kepada individu atau kelompok yang memerlukan bantuan dalam mencapai tujuan atau mengatasi masalah tertentu (Akbar et al., 2023). Kami akan melakukan pendampingan setelah pelatihan untuk memastikan materi yang telah diajarkan dapat diterapkan secara konsisten.

Dengan pendekatan ini, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat dapat membantu UMKM Toko Hanger 07 dalam meningkatkan pengelolaan keuangan, memaksimalkan potensi *digital marketing*, dan membangun identitas visual yang lebih profesional. Selain itu, pendekatan ini juga dapat menjadi model bagi UMKM lainnya untuk mengatasi permasalahan serupa dan mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di UMKM Toko Hanger 07 bertujuan untuk memberikan pelatihan dalam tiga aspek penting yang sangat relevan bagi pengelolaan usaha kecil dan menengah (UMKM), yaitu penyusunan laporan keuangan, *digital marketing* dengan pemanfaatan Meta Business Suite, dan pembuatan logo yang dapat memperkuat *branding* usaha. Kegiatan ini dirancang dengan tujuan untuk memberikan solusi yang praktis dan aplikatif dalam pengelolaan usaha UMKM yang seringkali menghadapi kendala dalam aspek-aspek tersebut. Berikut adalah uraian lengkap hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan.

a. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan instrumen penting dalam mengevaluasi kinerja suatu usaha dan sebagai dasar untuk mengambil keputusan bisnis yang tepat. Tanpa laporan keuangan yang rapi dan terstruktur, pemilik usaha akan kesulitan dalam memantau perkembangan usaha dan membuat keputusan yang tepat didasarkan pada data yang valid.

1) Tujuan dan Metode Pelatihan

Pelatihan ini bertujuan untuk menyampaikan pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun laporan keuangan yang sederhana namun efektif. Pelatihan ini mencakup teori dasar mengenai komponen-komponen laporan keuangan, serta praktik langsung tentang cara menyusun laporan laba rugi, neraca, dan laporan perubahan modal.

Materi pelatihan disampaikan dengan pendekatan yang mudah dipahami, mengingat sebagian besar berasal dari kalangan pengusaha UMKM yang mungkin belum memiliki latar belakang pendidikan formal dalam bidang akuntansi. Metode pelatihan yang digunakan adalah diskusi, serta praktik langsung.

2) Hasil Pelatihan

Setelah mengikuti pelatihan, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya laporan keuangan dalam usaha mereka. Mereka kini dapat membedakan berbagai jenis laporan keuangan, seperti neraca, laporan laba rugi, serta laporan perubahan modal.

Pelaku UMKM juga dilatih untuk menyusun laporan keuangan yang sederhana menggunakan aplikasi pembukuan yang dapat diakses secara gratis atau berbiaya rendah, seperti Microsoft Excel. Mereka diajarkan cara mencatat transaksi, mengelompokkan pengeluaran dan pemasukan, serta cara menghitung laba bersih.

3) Dampak Positif terhadap Pengelolaan Keuangan

Sebagai hasil dari pelatihan ini, UMKM Toko Hanger 07 kini memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang rapi dan terstruktur. Mereka mulai melakukan pencatatan transaksi secara lebih sistematis setiap harinya. Laporan keuangan yang mereka buat memungkinkan mereka untuk mengetahui posisi keuangan usaha, serta mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki, seperti pengeluaran yang tidak terkontrol atau margin keuntungan yang perlu ditingkatkan.



Gambar 1. Pelatihan Pencatatan Akuntansi

b. Pelatihan *Digital Marketing* dengan Meta Business Suite

Di era digital saat ini, pemasaran menjadi salah satu aspek yang sangat penting bagi kesuksesan sebuah usaha. Media sosial merupakan alat yang efektif untuk mempromosikan produk, berinteraksi dengan pelanggan, serta membangun *brand awareness*. Namun, banyak pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami cara memanfaatkan platform digital secara optimal. Oleh karena itu, pelatihan *digital marketing* yang dilakukan difokuskan pada penggunaan Meta Business Suite untuk mengelola konten media sosial secara terstruktur.

1) Tujuan dan Metode Pelaksanaan

Pelatihan *digital marketing* ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya pengelolaan media sosial secara profesional, serta mengenalkan berbagai fitur yang dapat membantu mereka dalam merencanakan, membuat, dan menganalisis konten media sosial.

2) Pengenalan Meta Business Suite dan Fitur-fitur Utamanya

Meta Business Suite adalah alat yang disediakan oleh Meta (sebelumnya Facebook) untuk memudahkan pengelola bisnis dalam mengelola akun Instagram dan Facebook mereka. Dengan menggunakan Meta Business Suite, pelaku UMKM diajarkan cara untuk:

- a) Membuat dan menjadwalkan konten
- b) Menganalisis Kinerja Konten
- c) Menjalankan dan Mengelola Iklan Berbayar

3) Hasil Pelatihan Pengelolaan Konten yang Lebih Terstruktur

Setelah mengikuti pelatihan, pelaku UMKM kini memiliki keterampilan yang lebih baik dalam merencanakan dan mengelola konten media sosial mereka. Dengan menggunakan Meta Business Suite, mereka dapat membuat kalender konten yang memastikan bahwa postingan dilakukan secara konsisten dan sesuai dengan rencana

pemasaran yang telah ditetapkan. Pelaku UMKM juga kini lebih cermat dalam memilih jenis konten yang akan diposting, dengan mempertimbangkan preferensi *audiens* dan tren yang sedang berlangsung.

c. Pembuatan Logo Usaha

Kegiatan pembuatan logo yang kami lakukan untuk UMKM Toko Hanger 07 bertujuan untuk membantu mereka meningkatkan *branding* dan menciptakan identitas visual yang lebih profesional, serta memperkuat daya tarik di pasar. Dalam hal ini, kami bertindak sebagai pihak yang merancang logo baru untuk Toko Hanger 07, dan memberikan hasil desain yang diharapkan dapat mendongkrak citra dan keberadaan merek mereka. Berikut adalah uraian hasil dari kegiatan pembuatan logo yang kami lakukan.

1) Pemahaman Tentang Pentingnya Logo untuk *Branding* UMKM

Desain merupakan pendukung atau bahkan menjadi yang utama dengan cara menarik perhatian target market sehingga mempengaruhi keputusan membeli produk (Agustina et al., 2021). Sebelum memulai desain, kami terlebih dahulu melakukan diskusi dengan pihak UMKM Toko Hanger 07 untuk memahami karakteristik usaha mereka, visi, dan misi bisnis mereka. Kami memberikan penjelasan tentang pentingnya sebuah logo dalam dunia bisnis. Logo bukan hanya sekadar gambar, tetapi juga menjadi simbol yang mewakili nilai, misi, dan identitas bisnis. Kami mengedukasi mereka tentang bagaimana logo yang efektif dapat membangun *brand awareness*, memberikan kesan profesional, serta membantu usaha mereka untuk lebih mudah dikenali oleh konsumen.

2) Proses Pembuatan Logo

Proses pembuatan logo diawali dengan pengumpulan informasi tentang usaha Toko Hanger 07. Setelah mengumpulkan informasi tersebut, kami mulai merancang beberapa konsep desain logo. Desain awal dibuat dengan mempertimbangkan elemen-elemen seperti pemilihan warna yang sesuai dengan citra bisnis Toko Hanger 07, tipografi yang mudah dibaca, dan simbol yang dapat mewakili produk mereka secara visual. Logo yang kami buat dirancang dengan mempertimbangkan kesederhanaan dan fungsionalitas, agar mudah digunakan di berbagai media dan ukuran.

3) Desain Logo yang Dihasilkan

Logo final yang kami buat memiliki desain yang lebih modern, bersih, dan profesional. Logo ini menggabungkan elemen-elemen yang menggambarkan bisnis Toko Hanger 07, dengan menggunakan kombinasi warna yang cerah namun elegan, serta tipografi yang mudah dibaca dan terlihat profesional.

4) Penerapan Logo dalam *Branding*

Penggunaan logo yang konsisten di seluruh platform ini sangat penting untuk memperkuat *branding* dan memudahkan konsumen mengenali merek Toko Hanger 07. Selain itu, logo baru ini juga dapat diterapkan pada kemasan produk, kartu nama, brosur, banner, dan berbagai materi promosi lainnya. Dengan logo yang lebih profesional, Toko Hanger 07 dapat meningkatkan citra mereka di mata konsumen dan bersaing dengan usaha lainnya yang lebih besar dan lebih mapan.

Logo baru yang kami buat memberikan identitas visual yang lebih profesional dan menarik, yang dapat meningkatkan citra dan daya tarik usaha mereka. Dengan logo yang lebih mudah dikenali, Toko Hanger 07 kini memiliki pondasi yang lebih kokoh dalam membangun *brand awareness* serta memperluas pasar mereka. Kami berharap logo baru ini dapat menjadi alat yang cukup efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di masa depan.



Gambar 2. Desain Logo Toko Hanger 07

4. PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada UMKM Toko Hanger 07 bertujuan untuk memberikan pelatihan yang dapat meningkatkan kapasitas dan kompetensi pengelola usaha dalam menghadapi tantangan yang sering dihadapi oleh UMKM. Tiga area yang menjadi fokus dalam kegiatan ini adalah penyusunan laporan keuangan, *digital marketing*, dan pembuatan logo. Pembahasan atas kegiatan pelatihan yang telah dilakukan dimulai dengan, bagaimana proses pendampingan yang dilakukan kepada UMKM, serta *output* yang dicapai setelah mengikuti pengabdian.

a. Pemahaman dan Penerapan Laporan Keuangan

Bagi pengelola UMKM seperti Toko Hanger 07, pemahaman dan penerapan yang benar mengenai laporan keuangan sangat krusial. Oleh karena itu, bagian ini akan membahas secara mendalam mengenai pemahaman dan penerapan laporan keuangan yang telah diajarkan dalam pelatihan, serta bagaimana hal tersebut dapat meningkatkan pengelolaan keuangan.

1) Pengenalan Laporan Keuangan dan Komponen-komponennya

Pelatihan tentang laporan keuangan dimulai dengan memberikan pengenalan mengenai berbagai jenis laporan yang dibutuhkan oleh suatu usaha, khususnya yang berskala kecil hingga menengah. Toko Hanger 07 sebelumnya tidak memiliki sistem pencatatan yang jelas, sehingga pengelolaan transaksi keuangan mereka cenderung

kacau dan tidak terstruktur. Oleh karena itu, pengelola UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya laporan keuangan yang mencakup tiga komponen utama, yaitu:

a) Neraca (*Balance Sheet*)

Neraca adalah laporan yang menggambarkan posisi keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu. Laporan ini mencakup aset, kewajiban, dan ekuitas pemilik. Pada sesi pelatihan, pelaku UMKM diberikan pemahaman tentang bagaimana mencatat aset yang dimiliki oleh perusahaan, seperti persediaan barang dagangan, peralatan, dan kas. Selain itu, mereka juga belajar untuk mencatat kewajiban perusahaan, seperti utang kepada pemasok dan bank, serta menghitung ekuitas pemilik berdasarkan selisih antara aset dan kewajiban.

b) Laporan Laba Rugi (*Income Statement*)

Laporan laba rugi berfungsi untuk menggambarkan kinerja keuangan perusahaan selama periode tertentu, biasanya dalam satu bulan atau satu tahun. Pelatihan mengajarkan pelaku UMKM cara mencatat pendapatan dari penjualan produk, serta biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi atau mendistribusikan produk, seperti biaya bahan baku, upah, dan biaya operasional. Laba atau Rugi adalah selisih antara pendapatan dan biaya. Jika pendapatan lebih besar dari biaya, maka perusahaan memperoleh laba dan memperoleh kerugian.

c) Laporan Perubahan Modal (*Statement of Changes in Equity*)

Laporan Perubahan Modal adalah salah satu bagian dari laporan keuangan yang menunjukkan perubahan modal atau ekuitas suatu perusahaan selama periode tertentu. Laporan ini mencerminkan aktivitas yang mempengaruhi modal pemilik, seperti laba bersih, setoran modal tambahan, atau pengambilan pribadi (*prive*) oleh pemilik usaha.

2) Penerapan Laporan Keuangan dalam Praktek

Setelah memahami teori dasar laporan keuangan, pelatihan dilanjutkan dengan penerapan langsung oleh pengelola Toko Hanger 07. Proses penerapan ini dimulai dengan mengajarkan cara mencatat transaksi yang terjadi dalam usaha mereka. Berikut adalah langkah-langkah dalam penerapan laporan keuangan yang dilakukan selama pelatihan:

a) Pencatatan Transaksi Harian

Pengelola Toko Hanger 07 didorong untuk mencatat setiap transaksi keuangan yang terjadi dalam usaha mereka, mulai dari pembelian bahan baku hingga penjualan produk kepada pelanggan.

b) Penyusunan Laporan Keuangan Bulanan

Setelah mencatat transaksi secara rutin, pengelola usaha diajarkan bagaimana cara menyusun laporan keuangan pada akhir setiap periode (misalnya, bulanan). Mereka mulai menyusun neraca untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan pada akhir periode, kemudian menyusun laporan laba rugi untuk mengetahui apakah mereka menghasilkan laba atau mengalami kerugian.

c) Penggunaan Laporan Keuangan untuk Pengambilan Keputusan

Pelatihan ini juga mengajarkan bagaimana menggunakan laporan keuangan sebagai alat untuk pengambilan keputusan. Misalnya, jika laporan laba rugi menunjukkan kerugian, pengelola dapat melakukan evaluasi untuk melihat bagian mana yang perlu dikurangi biayanya atau produk mana yang kurang menguntungkan.

3) Tantangan dalam Penerapan Laporan Keuangan

Selama proses pelatihan, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh pengelola Toko Hanger 07 dalam penerapan laporan keuangan. Beberapa tantangan utama yang dihadapi adalah sebagai berikut:

a) Keterbatasan Pengetahuan Akuntansi

Sebagian besar pengelola UMKM tidak memiliki latar belakang akuntansi, sehingga mereka merasa kesulitan dalam menyusun laporan keuangan yang benar.

b) Kurangnya Alat atau Sistem Pendukung

Beberapa pengelola usaha tidak memiliki sistem atau perangkat yang memadai untuk mencatat transaksi dan menyusun laporan keuangan.

c) Ketidaksiplinan dalam Pencatatan Keuangan

Beberapa pelaku UMKM sempat mengalami kesulitan dalam disiplin mencatat setiap transaksi keuangan secara rutin. Untuk mengatasi hal ini, pendampingan dilakukan secara berkala untuk mengingatkan pentingnya pencatatan yang konsisten.

4) Manfaat Penerapan Laporan Keuangan bagi Toko Hanger 07

Setelah mengikuti pelatihan dan mulai menerapkan laporan keuangan yang terstruktur, Toko Hanger 07 dapat merasakan manfaat yang signifikan. Beberapa manfaat utama yang diperoleh antara lain:

a) Pengelolaan Keuangan yang Lebih Teratur

b) Kemampuan Mengambil Keputusan yang Lebih Tepat

c) Persiapan untuk Pendanaan dan Pengembangan Usaha

Laporan keuangan yang terstruktur juga mempermudah Toko Hanger 07 dalam mencari pendanaan atau investor untuk pengembangan usaha. Pemahaman dan penerapan laporan keuangan dalam pelatihan ini sangat bermanfaat bagi pengelola UMKM Toko Hanger 07. Dengan adanya laporan keuangan yang terstruktur, pengelola dapat mengelola usaha mereka dengan lebih transparan dan efisien.

b. Pelatihan *Digital Marketing* dengan Meta Business Suite

Pelatihan *digital marketing* dengan menggunakan Meta Business Suite (sebelumnya dikenal sebagai Facebook Business Suite) adalah salah satu upaya strategis yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan platform digital yang dapat mempermudah pengelolaan konten media sosial secara lebih efektif dan efisien bagi UMKM, khususnya Toko Hanger 07.

1) Pengenalan Meta Business Suite

Pada tahap awal pelatihan, pelaku UMKM diperkenalkan dengan Meta Business Suite, platform yang mengintegrasikan beberapa fitur penting yang memungkinkan pengelolaan akun media sosial di Facebook dan Instagram secara lebih efisien. Platform ini sangat cocok untuk UMKM karena menyediakan berbagai alat untuk mengelola halaman bisnis, membuat iklan, memonitor kinerja, serta berinteraksi dengan *audiens* di satu tempat.

2) Penjadwalan Konten dan Strategi Pengelolaan Waktu

Pelatihan ini juga mencakup pentingnya pengelolaan waktu dalam *digital marketing*. Pelaku UMKM belajar bagaimana cara menjadwalkan konten di Meta Business Suite, sehingga mereka dapat merencanakan konten jauh-jauh hari dan tidak terbebani untuk terus-menerus mengunggah konten secara manual. Penjadwalan ini memberikan waktu yang cukup untuk membuat konten yang lebih terencana dan terstruktur.

3) *Output* Setelah Mengikuti Pengabdian

Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, UMKM Toko Hanger 07 dapat melihat berbagai hasil positif yang membantu dalam pengembangan usaha mereka.

a) Pengelolaan Konten yang Lebih Terstruktur dan Efisien

Salah satu *output* yang jelas adalah kemampuan pengelola untuk mengelola konten secara lebih efisien dan terstruktur. Mereka dapat merencanakan dan menjadwalkan konten jauh-jauh hari menggunakan Meta Business Suite. Hal ini memungkinkan mereka untuk tetap aktif di media sosial tanpa harus menghabiskan waktu setiap hari untuk memposting secara manual. Pengelola kini dapat memanfaatkan kalender konten untuk merencanakan unggahan dan menyesuaikannya dengan hari-hari khusus atau promosi tertentu.

b) Peningkatan *Engagement* dan Penjualan

Salah satu indikator keberhasilan dari pengabdian ini adalah peningkatan *engagement* di media sosial Toko Hanger 07. Mereka kini mendapatkan lebih banyak interaksi dari *audiens* melalui *likes*, komentar, dan pesan langsung. Selain itu, dengan iklan yang lebih terarah dan konten yang relevan, mereka juga melaporkan peningkatan penjualan, terutama dari segmen pasar yang sebelumnya belum terjangkau.

c) Kepercayaan Diri dalam Pemasaran Digital

Setelah melalui pelatihan dan pendampingan, pengelola Toko Hanger 07 kini lebih percaya diri dalam menjalankan *digital marketing*. Mereka merasa lebih nyaman menggunakan Meta Business Suite sebagai alat untuk mengelola media sosial, melakukan pemasaran digital, dan menganalisis kinerja kampanye iklan. Kepercayaan diri ini memberikan mereka dorongan untuk terus berinovasi dan mengeksplorasi peluang pemasaran digital lainnya.

Pelatihan *digital marketing* dengan Meta Business Suite dan pendampingan yang dilakukan telah memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM Toko Hanger 07. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai cara mengelola akun bisnis di media sosial, membuat dan mengelola kampanye iklan, serta memonitor kinerja pemasaran, pengelola Toko Hanger 07 kini dapat menjalankan strategi *digital marketing* yang lebih efisien dan terarah. *Output* yang diperoleh, seperti peningkatan *engagement*, penjualan, dan kemampuan untuk memanfaatkan platform digital secara optimal, menunjukkan bahwa pengabdian ini memberikan hasil yang positif bagi perkembangan usaha mereka.

c. Pembuatan Logo dan *Branding* bagi UMKM

Sebagai bagian integral dari kegiatan pengabdian ini, kami memberikan pemahaman yang mendalam kepada pihak UMKM Toko Hanger 07 mengenai peran logo dalam membangun *branding* yang kuat. Kami menjelaskan bahwa logo adalah elemen pertama yang dikenal oleh konsumen dan sering kali menjadi kesan pertama terhadap sebuah bisnis. Oleh karena itu, sebuah logo harus dapat mewakili nilai, misi, dan kualitas bisnis tersebut dengan cara yang sederhana namun efektif.

1) Pemahaman Tentang Desain Logo

Dalam proses pemahaman ini, kami menekankan pentingnya desain logo yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kekuatan untuk menciptakan koneksi emosional dengan *audiens*. Kami memaparkan bahwa logo yang baik mampu menyampaikan pesan tentang siapa mereka sebagai bisnis, apa yang mereka tawarkan, serta bagaimana mereka membedakan diri dari pesaing di pasar. Kami memberikan contoh logo-logo terkenal yang digunakan oleh berbagai merek besar dan menjelaskan bagaimana logo tersebut dapat membantu perusahaan menjadi mudah dikenali, mengingatkan konsumen akan kualitas produk, serta menciptakan rasa kepercayaan.

Kami juga memberikan pengetahuan dasar tentang prinsip-prinsip desain logo, yang meliputi penggunaan warna, tipografi, dan elemen visual yang tepat. Kami mendiskusikan aspek teknis seperti kesederhanaan, keterbacaan, dan keabadian desain, serta pentingnya pemilihan warna yang sesuai dengan identitas perusahaan dan psikologi warna yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.

2) Proses Pembuatan Logo

Dimulai dengan sesi diskusi mendalam untuk menggali visi, misi, dan nilai-nilai yang ingin disampaikan melalui logo. Kami meminta mereka untuk menjelaskan karakteristik bisnis mereka, seperti jenis produk yang dijual, target pasar, serta citra yang ingin ditampilkan kepada konsumen. Kami juga menggali informasi terkait warna yang mereka sukai, elemen desain yang ingin ditonjolkan, serta kesan yang ingin mereka ciptakan melalui logo baru mereka.

Kami memberikan penjelasan tentang pentingnya konsistensi dalam desain logo, terutama dalam menjaga kesan yang profesional, mudah dikenali, dan dapat diterapkan di berbagai media promosi. Dalam pendampingan ini, kami juga memperkenalkan alat-alat desain modern yang dapat digunakan untuk memperbaiki hasil desain dan memaksimalkan fleksibilitas penerapan logo dalam berbagai format, dari media digital hingga materi promosi fisik seperti kemasan produk dan brosur.

Setelah tahap konsultasi awal, kami mulai membuat beberapa konsep desain logo dengan mempertimbangkan elemen-elemen yang telah dibahas sebelumnya. Setiap perubahan atau revisi dilakukan dengan melibatkan pihak UMKM, sehingga mereka merasa terlibat dalam proses kreatif dan memiliki *ownership* terhadap logo baru yang mereka terima.

3) *Output* Setelah Mengikuti Pengabdian

a) Logo Baru yang Profesional dan Sesuai dengan Karakter UMKM

Setelah melalui serangkaian diskusi, revisi, dan pengembangan desain, kami berhasil menghasilkan logo baru yang lebih modern, profesional, dan sesuai dengan karakter usaha Toko Hanger 07. Logo ini dirancang dengan mempertimbangkan keseimbangan antara estetika visual dan fungsionalitas. Kami menggunakan kombinasi warna yang cerah dan dinamis untuk menarik perhatian, namun tetap elegan dan tidak berlebihan. Tipografi yang digunakan juga dipilih agar mudah dibaca dan menciptakan kesan profesional serta mudah diterapkan di berbagai media promosi.

Desain logo ini menggabungkan simbol-simbol yang menggambarkan produk yang dijual oleh Toko Hanger 07, seperti bentuk yang mencerminkan kepraktisan dan kualitas produk mereka, namun tetap menjaga kesederhanaan yang membuat logo mudah diingat. Dengan adanya logo baru ini, Toko Hanger 07 kini memiliki identitas visual yang lebih kuat dan terstruktur, yang memudahkan konsumen untuk mengenali dan mengingat merek mereka.

b) Penerapan Logo di Berbagai Media Promosi

Setelah logo baru selesai dibuat, kami mendampingi pihak UMKM Toko Hanger 07 dalam proses penerapannya di berbagai media promosi. Kami memberikan pelatihan dan panduan mengenai cara menggunakan logo dengan benar dan konsisten. Kami mengajarkan bagaimana menyesuaikan logo di berbagai platform, baik itu di media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya), website, maupun materi promosi fisik seperti spanduk, kartu nama, dan kemasan produk.

Kami juga memberikan rekomendasi tentang bagaimana cara memanfaatkan logo untuk meningkatkan visibilitas di pasar digital, dengan menerapkannya pada foto produk, banner iklan *online*, dan profil media sosial. Penerapan logo secara konsisten di seluruh saluran pemasaran akan membantu Toko Hanger 07 menciptakan citra yang lebih kuat dan lebih mudah dikenali oleh pelanggan.

c) Meningkatkan Kepercayaan dan Profesionalisme Bisnis

Dengan adanya logo baru yang lebih profesional dan mudah dikenali, Toko Hanger 07 merasakan peningkatan dalam hal kepercayaan dari konsumen. Logo yang lebih modern memberikan kesan bahwa mereka adalah usaha yang serius dan memiliki komitmen untuk memberikan produk berkualitas. Selain itu, logo ini juga meningkatkan persepsi konsumen terhadap profesionalisme Toko Hanger 07, yang pada gilirannya dapat memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

d) *Output* dalam Bentuk Keterampilan *Branding* dan Pemasaran

Selain logo baru, UMKM Toko Hanger 07 juga memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam hal *branding* dan pemasaran. Kami memberikan pemahaman tentang cara menggunakan logo secara efektif, serta bagaimana logo dapat menjadi bagian dari strategi pemasaran yang lebih besar. Dengan pemahaman ini, pihak Toko Hanger 07 kini memiliki kemampuan untuk merencanakan dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang lebih terstruktur, memanfaatkan logo baru mereka untuk memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya saing di pasar.

Secara keseluruhan, pengabdian yang kami lakukan dalam pembuatan logo dan pendampingan *branding* untuk UMKM Toko Hanger 07 memberikan *output* yang signifikan dalam peningkatan citra dan profesionalisme usaha mereka. Logo yang kami buat memberikan identitas visual yang lebih kuat dan mudah dikenali, yang dapat digunakan untuk memperkuat *brand awareness* dan daya tarik pasar. Pendampingan yang kami lakukan juga membantu Toko Hanger 07 untuk lebih memahami pentingnya konsistensi dalam *branding* dan pemasaran, serta memberikan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola dan memanfaatkan logo dalam berbagai media promosi. Kami berharap hasil dari pengabdian ini dapat menjadi aset berharga bagi perkembangan usaha Toko Hanger 07 dan mendukung mereka dalam mencapai tujuan bisnis yang lebih besar.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Toko Hanger 07 dalam mengelola laporan keuangan, *memanfaatkan digital marketing*, serta mendesain logo baru untuk memperkuat *branding*. Selama pelaksanaan pengabdian, kami berhasil memberikan kontribusi yang signifikan bagi Toko Hanger 07, termasuk dalam pembuatan laporan keuangan yang lebih terstruktur, pemanfaatan platform *digital marketing* untuk pengelolaan konten yang lebih efisien, serta desain logo yang lebih modern dan profesional. Semua kegiatan tersebut bertujuan untuk membantu Toko Hanger 07 dalam meningkatkan daya saing dan profesionalisme bisnis mereka, yang pada gilirannya akan mendukung perkembangan usaha mereka di masa depan.

Pembuatan logo baru menjadi salah satu hasil yang paling mencolok dari pengabdian ini, yang diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan dan memudahkan konsumen untuk mengenali merek mereka. Selain itu, penerapan *digital marketing* dengan menggunakan Meta Business Suite memungkinkan Toko Hanger 07 untuk mengelola konten secara lebih terstruktur dan meningkatkan jangkauan pasar mereka melalui platform media sosial. Dalam

hal ini, pelatihan laporan keuangan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik untuk keberlanjutan usaha.

Adapun keterbatasan kegiatan pengabdian yang perlu menjadi perhatian untuk pengembangan lebih lanjut:

1) Waktu Pelaksanaan yang Terbatas

Waktu yang terbatas menjadi salah satu kendala utama dalam memberikan pelatihan yang lebih mendalam. Meskipun pelatihan dan pendampingan yang diberikan mencakup dasar-dasar *digital marketing* dan pembuatan laporan keuangan, namun waktu yang ada tidak cukup untuk memberikan pemahaman lebih mendalam atau untuk melakukan implementasi yang lebih lanjut dalam jangka panjang. UMKM mungkin memerlukan lebih banyak waktu untuk menguasai platform *digital marketing* seperti Meta Business Suite serta memperdalam pemahaman mengenai pengelolaan keuangan yang lebih terperinci.

2) Keterbatasan Sumber Daya

UMKM Toko Hanger 07 memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya manusia dan infrastruktur yang membatasi kemampuan mereka untuk mengimplementasikan beberapa langkah secara optimal. Meskipun mereka menerima pelatihan dan panduan yang cukup baik, pemahaman terhadap teknis penggunaan alat atau perangkat lunak yang lebih canggih bisa memerlukan lebih banyak bimbingan dan waktu untuk diterapkan secara efektif.

3) Kendala dalam Penggunaan Logo pada Berbagai Platform

Meskipun logo baru sudah dihasilkan dan diterapkan pada beberapa saluran pemasaran, Toko Hanger 07 mungkin masih memerlukan waktu untuk sepenuhnya menerapkan logo tersebut di seluruh materi pemasaran, baik secara *online* maupun *offline*. Hal ini memerlukan koordinasi yang lebih baik dalam penggunaan logo yang konsisten di seluruh saluran pemasaran untuk menjaga citra merek yang kuat.

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian ini, kami menyarankan beberapa langkah yang relevan untuk memastikan manfaat yang telah diberikan dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh Toko Hanger 07 dalam meningkatkan kualitas dan profesionalisme bisnis mereka:

1) Peningkatan Keterampilan dalam Pengelolaan Keuangan

Untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha, kami menyarankan agar Toko Hanger 07 melanjutkan pendidikan dan pelatihan dalam hal pengelolaan laporan keuangan. Mereka dapat mempertimbangkan untuk memanfaatkan perangkat lunak akuntansi yang lebih canggih, yang akan mempermudah pencatatan transaksi, perencanaan anggaran, dan analisis laporan keuangan secara lebih akurat. Dengan manajemen keuangan yang lebih terstruktur, Toko Hanger 07 dapat lebih siap menghadapi tantangan keuangan yang lebih kompleks seiring dengan berkembangnya bisnis mereka.

2) Penerapan *Digital Marketing* secara Lebih Maksimal

Kami mendorong Toko Hanger 07 untuk melanjutkan pemanfaatan Meta Business Suite dalam pengelolaan konten dan pemasaran *online* mereka. Selain itu, mereka perlu mengoptimalkan fitur iklan berbayar di platform seperti Facebook dan Instagram untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar yang lebih luas. Menggunakan data analitik dari platform tersebut untuk merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan berbasis pada hasil akan sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi pemasaran mereka. Dengan semakin berkembangnya dunia *digital*, semakin penting bagi UMKM

untuk memanfaatkan semua alat yang tersedia guna menarik perhatian *audiens* yang lebih besar.

3) Penguatan *Branding* dan Konsistensi dalam Penggunaan Logo

Dengan logo baru yang telah dirancang, kami menyarankan agar Toko Hanger 07 dapat menerapkan logo tersebut secara konsisten di seluruh saluran pemasaran. Penting bagi mereka untuk memastikan bahwa logo digunakan dengan cara yang tepat dan tidak hanya di media sosial, tetapi juga di semua materi promosi fisik seperti kemasan produk, kartu nama, banner, dan spanduk. Konsistensi penggunaan logo akan memperkuat *brand recognition* dan meningkatkan citra profesional mereka di mata konsumen. Kami juga menyarankan untuk melibatkan konsumen dalam proses *branding*, misalnya melalui konten interaktif atau kampanye berbasis komunitas, yang dapat meningkatkan loyalitas dan *engagement* pelanggan.

4) Meningkatkan Pengelolaan Waktu dan Sumber Daya

Toko Hanger 07 disarankan untuk memperbaiki pengelolaan waktu dan sumber daya manusia dalam menjalankan berbagai aspek operasional bisnis. Memiliki tim yang lebih terlatih dalam hal *digital marketing* dan manajemen keuangan akan membantu mempercepat proses implementasi perubahan dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan lanjutan untuk karyawan dapat memberikan hasil yang lebih optimal bagi perkembangan usaha.

6. REFERENSI

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Akbar, A., Sutiman, & Hermawan, H. (2023). Pendampingan Manajerial Koperasi Kesenian Tradisional Kerawitan dan Campursari Tombo Sayah. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan : JURANTAS*, 1(3), 88–93. <https://doi.org/10.58174/jrt.v1i3.37>
- Amri, S., & Fahmi, N. (2022). JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi ANALISIS PEMASARAN ONLINE APLIKASI META BUSINESS SUITE SEBAGAI TEKNOLOGI META. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 2(2), 48–56. <http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI>
- Ariyanti, N., Marleni, & Prasrihamni, M. (2022). Analisis Faktor Penghambat Membaca Permulaan pada Siswa Kelas I di SD Negeri 10 Palembang. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 1450–1455. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/5462>
- Djadjuli, R. D. (2018). Pelaksanaan pengawasan oleh pimpinan dalam meningkatkan kinerja pegawai. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 565–573. <https://jurnal.unigal.ac.id/dinamika/article/view/879>
- Fawahan, L., & Marianingsih, I. (2022). Membangun Branding Produk UMKM Melalui Media Sosial Tiktok. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 283. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.640>
- Frisdayanti, A. (2018). Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi. *Sistem Informasi*, 1(September), 60–69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Jamiat, N., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i1.406>

- Muchtar, A., Fitria, A., & Aziz, D. (2022). Pendampingan Pembuatan Label Kemasan pada Produk UMKM Rengginang Putra Kembar Desa Pasirnagara Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis. *Khidmat*, 2(1), 29–38. http://sharenexchange.blogspot.com/2010/02/sosialisasi-masyarakat_8061.
- Mutrofin, K., Muhammad, A. N., & Mahmud, M. (2021). Peran Umkm Dalam Mempertahankan Ekonomi Jawa Timur Selama Pandemic Covid – 19. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 1–10.
- Ningtyas, J. (2017). Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah (Sak Emkm) (Studi Kasus Di Ud.Galaxy Sport). *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 2(1), 12. <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v6i1.1244>
- Normina. (2014). Masyarakat dan Sosialisasi. *Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan*, 12(22), 107–115. http://sharenexchange.blogspot.com/2010/02/sosialisasi-masyarakat_8061.
- Sudjana. (2020). PENGERTIAN ORGANISASI MELALUI PENERAPAN METODE SIMULASI PADA SISWA KELAS V SD NEGERI TRUKO 01 UPTD PENDIDIKAN KECAMATAN BRINGIN SEMESTER 2 TAHUN PELAJARAN 2015 / 2016 Info Artikel Abstrak Rendahnya prestasi belajar mata pelajaran PKn kelas V di SD Negeri. *Journal of Primary and Children'S Education*, 3(1), 1–11.
- Surjarwati, O. (2023). Penerapan Metode Diskusi untuk Meningkatkan Hasil Belajar Memahami Ciri-Ciri Makhluk Hidup Kelas III SDN Karangsari. *Journal Of Elementary School Education (Jouese)*, 3(1), 192–201. <https://doi.org/10.52657/jouese.v3i1.1903>
- Sulistio, A. B. (2021). BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah. *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 1–16. <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>
- Suratman, & Eriyanti, E. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan. *Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan*, 8(1), 165–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Wulan, A. R. (2019). Pengertian dan Esensi Konsep Evaluasi, Asesmen, Tes, dan Pengukuran. *FPMIPA*, 11(1), 1–14. [http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)