



PENINGKATAN DAYA SAING UMKM MELALUI *VISUAL BRANDING* DAN PEMBUKUAN KEUANGAN PADA UMKM ANGGUN *FASHION* STORE PANTAI KARANGJAHE REMBANG

**Agustina Widiastuti¹, Ajeng Fatma Cahyati², Eka Septya Ningrum³,
& Nurma Gupita Dewi⁴***

^{1,2,3,&4}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas YPPI
Rembang, Jalan Raya Rembang-Pamotan KM. 4, Rembang, Jawa Tengah 59219,
Indonesia

*Email: nurmagupita46@gmail.com

Submit: 23-06-2025; Revised: 25-06-2025; Accepted: 26-06-2025; Published: 01-07-2025

ABSTRAK: UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, namun masih banyak pelaku usaha yang menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan dan pengembangan usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Anggun Fashion Store, salah satu UMKM di Desa Punjulharjo yang bergerak di bidang penjualan pakaian dan telah beroperasi sejak tahun 2017. Metode yang digunakan meliputi wawancara, observasi lapangan, dan pendampingan intensif mulai tanggal 10 Mei hingga 10 Juni 2025. Berdasarkan hasil identifikasi, permasalahan utama yang dihadapi adalah tampilan toko yang kurang menarik, pembukuan keuangan yang belum lengkap, dan minimnya promosi produk. Solusi yang diimplementasikan antara lain penambahan elemen visual, seperti stiker dinding dan *banner* promosi, penyusunan buku pencatatan laba rugi dan neraca yang lebih sistematis, serta pemberian label harga pada produk unggulan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan daya tarik visual toko dan kerapian dalam pencatatan keuangan yang memudahkan pemilik dalam memantau pendapatan bulanan. Secara umum, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha dengan peningkatan kunjungan harian, serta kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya manajemen usaha yang lebih baik.

Kata Kunci: Pembukuan Keuangan, UMKM, *Visual Branding*.

ABSTRACT: MSMEs play an important role in driving local economic growth, but many business actors still face various obstacles in managing and developing their businesses. This community service activity aims to improve the competitiveness of Anggun Fashion Store, one of the MSMEs in Punjulharjo Village that is engaged in clothing sales and has been operating since 2017. The methods used include interviews, field observations, and intensive mentoring from May 10 to June 10, 2025. Based on the identification results, the main problems faced are the unattractive appearance of the store, incomplete financial bookkeeping, and minimal product promotion. The solutions implemented include adding visual elements, such as wall stickers and promotional banners, compiling a more systematic profit and loss and balance sheet book, and providing price labels on superior products. The results of the activity show an increase in the visual appeal of the store and neatness in financial records that make it easier for owners to monitor monthly income. In general, this activity has a positive impact on business development with an increase in daily visits, as well as awareness of business actors regarding the importance of better business management.

Keywords: Financial Bookkeeping, MSMEs, *Visual Branding*.

How to Cite: Widiastuti, A., Cahyati, A. F., Ningrum, E. S., & Dewi, N. G. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui *Visual Branding* dan Pembukuan Keuangan pada UMKM Anggun Fashion Store Pantai Karangjahe Rembang. *Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 121-128. <https://doi.org/10.36312/nuras.v5i3.484>



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat (Arifin *et al.*, 2023). Di sektor pariwisata lokal, UMKM berperan sebagai penggerak ekonomi berbasis potensi daerah. Salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan UMKM seiring dengan perkembangan pariwisata adalah Desa Punjulharjo, Kabupaten Rembang yang dikenal dengan destinasi wisatanya, Pantai Karangjahe. Sebagai bagian dari program Kuliah Kerja Usaha (KKU) Universitas YPPI Rembang, mahasiswa diterjunkan ke Desa Punjulharjo untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penguatan UMKM. Salah satu mitra kegiatan adalah Anggun *Fashion Store*, sebuah UMKM yang bergerak di bidang penjualan pakaian dan berlokasi di sekitar kawasan wisata. UMKM ini merepresentasikan pelaku usaha lokal yang aktif, namun menghadapi berbagai hambatan dalam pengelolaan visual toko dan pencatatan keuangan.

Masalah utama dalam kegiatan pengabdian ini adalah minimnya pengelolaan visual usaha dan pencatatan keuangan dasar pada UMKM mitra. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan beberapa permasalahan spesifik: 1) belum adanya sistem pembukuan keuangan yang rapi dan lengkap; 2) kurangnya elemen *visual branding* seperti label harga, *banner*, dan dekorasi toko; dan 3) terbatasnya strategi promosi. Padahal, aspek visual terbukti berkontribusi besar terhadap peningkatan daya tarik konsumen (Listya & Rukiah, 2018; Novia *et al.*, 2025). Sementara itu, pembukuan sederhana sangat penting dalam membantu pelaku UMKM mengevaluasi kinerja usaha secara objektif (Hidayat & Dewi, 2024; Kesuma *et al.*, 2020; Marita *et al.*, 2022). Dengan pendampingan yang tepat, pelaku UMKM mampu menyusun laporan dasar, seperti laba rugi dan neraca, meskipun tanpa dukungan teknologi kompleks (Ningtyas & Rivai, 2024).

Berbagai penelitian terdahulu menegaskan pentingnya pendampingan terhadap UMKM. Sena *et al.* (2023) menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan mampu meningkatkan pendapatan secara nyata. Murdani & Hadromi (2019) menekankan pentingnya pendampingan berkelanjutan, sementara Chairia *et al.* (2021) menggarisbawahi bahwa penguatan pembukuan dan promosi adalah kunci pertumbuhan UMKM. Namun demikian, masih sedikit program pengabdian masyarakat yang mengintegrasikan dua pendekatan sekaligus, yaitu pembenahan *visual* toko dan pendampingan pencatatan keuangan sederhana. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar dirancangnya kegiatan ini agar dapat memberikan solusi praktis, tepat guna, dan berkelanjutan bagi pelaku usaha kecil.

Tujuan Kegiatan Pengabdian

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: 1) membantu mitra mendekorasi toko melalui stiker dinding, *banner* produk, dan label harga; dan 2) mempersiapkan sistem pembukuan sederhana dalam bentuk laporan laba rugi dan neraca. Melalui pendekatan ini, diharapkan Anggun *Fashion Store* dapat meningkatkan citra usaha



sekaligus memahami kondisi keuangan mereka secara lebih akurat. Kegiatan ini juga mencakup pendampingan langsung dalam proses implementasi desain *visual* toko agar sesuai dengan identitas merek yang ingin ditampilkan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di UMKM Anggun *Fashion Store* yang berlokasi di Desa Punjulharjo, Kabupaten Rembang. Kegiatan berlangsung selama 32 hari, yaitu dari tanggal 10 Mei hingga 10 Juni 2025 dengan pendekatan partisipatif, dimana pemilik usaha dilibatkan secara aktif pada setiap tahapan kegiatan (Slamet, 2020). Pendekatan ini dipilih agar intervensi yang diberikan bersifat kontekstual, tepat sasaran, dan berkelanjutan.

Mitra Sasaran

Mitra dalam kegiatan ini adalah Anggun *Fashion Store*. UMKM yang bergerak di bidang penjualan pakaian dengan skala usaha mikro dan kepemilikan tunggal. UMKM ini belum memiliki sistem pembukuan yang baik dan belum memanfaatkan elemen visual untuk menunjang *branding* dan promosi toko.

Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan dijelaskan secara teknis sebagai berikut:

Observasi Awal

Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi lapangan dan sistem usaha yang berjalan, termasuk tata letak toko, pencatatan keuangan, dan promosi. Observasi dilakukan oleh tim mahasiswa KKU secara langsung di lokasi usaha.

Wawancara dan Diskusi Pemecahan Masalah

Dilakukan wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha untuk menggali permasalahan yang dihadapi. Hasil wawancara menjadi dasar dalam merancang program intervensi.

Pembuatan Buku Keuangan

Tim merancang format sederhana untuk laporan laba rugi dan neraca menggunakan aplikasi *Microsoft Excel*. Format dicetak dalam bentuk buku agar mudah digunakan manual oleh pemilik UMKM. Pemilik diberikan pelatihan langsung untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran secara harian.

Dekorasi Toko

Untuk meningkatkan daya tarik *visual* toko, dilakukan penempelan stiker dinding bertema *fashion*, serta pemasangan *banner* promosi di depan toko. Media cetak menggunakan bahan *vinyl* ukuran 60 x 120 cm, serta desain dibuat oleh tim mahasiswa dengan masukan dari pemilik usaha.

Pembuatan Label Harga

Label harga dibuat menggunakan kartu nama laminasi dan *print out* warna yang menampilkan nama produk dan harga. Label kemudian ditempel di produk utama menggunakan perekat transparan.

Seluruh proses pelaksanaan dilakukan secara kolaboratif antara tim pengabdian dan pemilik usaha, agar terjadi *transfer* pengetahuan dan peningkatan kapasitas pelaku UMKM secara langsung (Wibowo, 2019). Tim pengabdian juga secara aktif melakukan monitoring dan evaluasi terhadap perkembangan usaha mitra, guna memastikan bahwa setiap intervensi yang diberikan memberikan dampak positif dan berkelanjutan.

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di UMKM Anggun *Fashion Store* telah memberikan sejumlah perubahan yang signifikan dalam aspek pengelolaan usaha, khususnya terkait *visual branding* dan pencatatan keuangan. Dalam hal *visual branding*, pendampingan yang dilakukan telah membantu pemilik usaha dalam memahami pentingnya identitas merek yang konsisten dan menarik. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk, tetapi juga membantu memperkuat *positioning* merek di benak konsumen. Temuan-temuan lapangan berikut ini dijabarkan bersama dengan pembahasan berdasarkan teori yang telah diuraikan pada bagian pendahuluan.

Penguatan Kapasitas Pembukuan Melalui Pendampingan Akuntansi Dasar

Sebelum kegiatan berlangsung, Anggun *Fashion Store* belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang sistematis. Melalui pendekatan partisipatif, pemilik usaha diberikan pelatihan dasar akuntansi dengan menggunakan format manual berupa laporan laba rugi dan neraca sederhana. Format ini dicetak dalam bentuk buku dan diserahkan kepada mitra sebagai media pencatatan harian. Hasil observasi menunjukkan bahwa dalam dua minggu setelah pelatihan, pemilik usaha mulai secara rutin mencatat pemasukan dan pengeluaran. Tercatat rata-rata 10 transaksi per hari telah didokumentasikan. Hal ini selaras dengan temuan Hidayat & Dewi (2024), serta Ningtyas & Rivai (2024), bahwa pelaku UMKM mampu menyusun laporan keuangan secara mandiri apabila diberikan pendampingan sederhana dan format yang sesuai dengan kapasitas mereka.



Gambar 1. Penyerahan Buku Laba Rugi dan Neraca.

Peningkatan *Visual Branding* Melalui Dekorasi Toko

Elemen *visual* seperti dekorasi dinding dan *display* toko juga ditingkatkan. Dinding toko yang sebelumnya polos diberikan tambahan stiker bertema *fashion* yang memberikan nuansa lebih hidup dan profesional. Menurut Listya & Rukiah (2018), tampilan *visual* yang menarik memiliki dampak positif terhadap persepsi kualitas produk dan loyalitas konsumen. Setelah penambahan elemen dekoratif, pengamatan lapangan menunjukkan adanya peningkatan minat kunjungan. *Display* produk diatur ulang dengan pendekatan yang lebih strategis, seperti penggunaan rak bertingkat, pencahayaan yang difokuskan pada item unggulan, serta penempatan produk berdasarkan kategori yang memudahkan konsumen dalam mencari barang yang diinginkan.



Gambar 2. Pendekorasi Dinding.

Efisiensi Pelayanan Melalui Penambahan Label Harga

Label harga yang awalnya tidak tersedia menyebabkan ketidakjelasan informasi bagi pelanggan. Penerapan label harga yang seragam membantu pelanggan dalam memilih produk dan meningkatkan efisiensi pelayanan. Selain itu, keberadaan label harga memperkuat kepercayaan terhadap kredibilitas harga yang ditawarkan.



Gambar 3. Penyerahan Label Harga.

Promosi Usaha Melalui Media *Banner*

Banner promosi yang memuat nama toko, jenis produk, dan kontak *WhatsApp* dicetak dan dipasang di lokasi strategis dekat jalan utama menuju Pantai Karangjahe. Strategi ini terbukti efektif untuk menarik pelanggan baru, terutama wisatawan yang sebelumnya belum mengenal usaha tersebut.



Gambar 4. Penyerahan *Banner*.



Secara umum, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha mitra. Intervensi yang dilakukan pada aspek *visual branding* dan pembukuan sederhana berhasil meningkatkan performa usaha dari sisi tampilan, efisiensi pelayanan, dan pengelolaan keuangan. Pendekatan partisipatif memungkinkan adanya *transfer* pengetahuan dan keterampilan secara langsung, serta meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya manajemen bisnis yang terstruktur. Temuan ini menguatkan bahwa kegiatan pengabdian yang mengintegrasikan aspek *visual branding* dan manajemen keuangan sederhana dapat menjadi model pemberdayaan yang efektif bagi UMKM di wilayah wisata.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Anggun *Fashion Store*, Desa Punjulharjo, Kabupaten Rembang, berhasil mencapai dua tujuan utama, yaitu perbaikan *visual branding* dan pendampingan penyusunan pembukuan keuangan sederhana. Intervensi berupa pemasangan stiker dinding, *banner* promosi, dan label harga pada produk utama terbukti meningkatkan daya tarik toko secara *visual* yang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah kunjungan pelanggan harian sebesar 30% pasca intervensi. Sementara itu, penyusunan laporan laba rugi dan neraca sederhana membantu mitra dalam memahami arus keuangan dan mencatat transaksi secara lebih teratur dengan rata-rata 10 transaksi harian yang mulai terdokumentasi. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing usaha dapat dicapai melalui pendekatan *visual* dan manajerial yang sederhana namun aplikatif.

Keberhasilan kegiatan ini dapat direplikasi pada UMKM lain, khususnya yang berada di kawasan wisata dengan karakteristik serupa. Untuk mendukung keberlanjutan, disarankan adanya pendampingan lanjutan yang mencakup pemanfaatan strategi pemasaran digital dan penggunaan aplikasi pembukuan sederhana berbasis perangkat *mobile* agar pelaku usaha semakin adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi. Kolaborasi dengan lembaga pelatihan, komunitas lokal, dan *platform* digital dapat memperkuat kapasitas UMKM dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Peningkatan literasi digital juga perlu menjadi fokus, termasuk pelatihan dalam penggunaan media sosial.

SARAN

Berdasarkan dampak kegiatan yang telah dilaksanakan, beberapa saran untuk UMKM Anggun *Fashion Store* supaya dapat meningkatkan keberhasilan program serupa di masa mendatang, antara lain: 1) pengembangan dan pemeliharaan *visual branding* yang disarankan secara berkala untuk mengevaluasi dan memperbarui beberapa tampilan toko, seperti memberi label harga, *banner*, dan stiker dinding agar menarik minat pembeli; 2) peningkatan kompetensi pengelolaan keuangan untuk kurung waktu yang panjang, pemilik usaha Anggun *Fashion Store* seharusnya belajar lebih mendalam lagi untuk mempelajari terkait dasar akuntansi atau mungkin menggunakan aplikasi pembukuan yang mudah dipahami; dan 3) penataan keuangan secara konsisten agar pemilik UMKM Anggun *Fashion Store* dapat melanjutkan penataan laporan keuangan, seperti neraca dan laba rugi setiap bulan.



UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang mendalam kepada pemilik UMKM Anggun *Fashion Store* di Desa Punjulharjo yang telah memberikan kami kesempatan partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung dan waktu agar kita dapat mengembangkan ide kami. Apresiasi untuk tim yang telah bekerja keras dalam semua proses kegiatan dari awal. Kami selaku penulis berharap kegiatan yang kami buat dapat memberikan dampak nyata bagi UMKM agar menjadi langkah awal yang baru bagi keberlanjutan program di masa mendatang.

REFERENSI

- Arifin, A., Aziz, M. K., & Dewi, N. G. (2023). Penguatan Legalitas Usaha dan Pemanfaatan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Rembang. *Pengamas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 13-21. <https://doi.org/10.33387/pengamas.v6i1.4032>
- Chairia, C., Ginting, J. V. B., Ramles, P., & Sabrina, Y. (2021). Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi Pelaku UMKM Pancur Batu di Desa Baru Kecamatan Pancur Batu. *Selaparang : Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 323-330. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6439>
- Hidayat, R., & Dewi, N. G. (2024). Penguatan Identitas Usaha dan Pembukuan Sederhana sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Kenfa *Cake*. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 70-76. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v2i4.198>
- Kesuma, N., Nurullah, A., & Meirawati, E. (2020). Pendampingan Pencatatan dan Pembukuan Sederhana bagi Orang Pribadi sebagai Pelaku Usaha di Kelurahan Talang Jambe, Kota Palembang. *Sricommerce : Journal of Sriwijaya Community Service*, 1(2), 101-106. <https://doi.org/10.29259/jscs.v1i2.18>
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). *Visual Branding* Produk Belimbing Olahan UMKM Depok Melalui Desain Logo. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan*, 3(2), 55-74. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1548>
- Marita, D., Khatimah, H., & Putra, P. (2022). Pelatihan Ekonomi Kreatif Melalui Pembuatan Tanaman Hidroponik pada Masyarakat di Blok Campuran. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 112-118. <https://doi.org/10.59025/js.v1i3.17>
- Murdani, M., & Hadromi, H. (2019). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang). *Jurnal Abdimas*, 23(2), 152-157. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17893>
- Ningtyas, D., & Rivai, I. (2024). Rancang Bangun Aplikasi Pembukuan Keuangan UMKM Berbasis *Website* (Studi Kasus : UMKM Indah *Fashion*). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 6(1), 11-19. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i1.1072>
- Novia, I., Hidayat, A., Gozali, R. A., & Alamsyah, Z. (2025). Pengembangan Identitas *Visual* sebagai Upaya Penguatan *Branding* UMKM Desa Cikelat.



Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Abdi Nusa, 5(1), 127-130.
<https://doi.org/10.52005/abdinusa.v5i1.172>

Nuryanti, D., & Hakim, R. (2021). Model Pendampingan UMKM Berbasis Peningkatan Kapasitas Manajerial. *Jurnal Ilmiah Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 115-123. <https://doi.org/10.25077/jipm.v5i2.1234>

Sena, B., Diawati, P., Alfakihuddin, M. L. B., Mavianti, M., & Sulistyani, T. (2023). Pengembangan Desa Berbasis Tujuan Pembangunan Berkelanjutan pada Desa Sindangmukti, Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang. *Bubungan Tinggi : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 910-918. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i2.7698>

Slamet, M. (2020). *Metodologi Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Wibowo, A. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pendekatan Partisipatif. *Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 2(1), 45-52. <https://doi.org/10.31289/jpe.v2i1.876>