



Journal of Human And Education

Volume 4, No. 5, Tahun 2024, pp 1100-1110

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Optimalisasi Re-branding, Digital Marketing, Management Auditing menjadi Kelurahan Wirausaha Berkelanjutan

Rahmania Risky Putri Yonsa^{1*}, Fareh Prameswari², Diah Kin Kin Setyowati³, Bagus Darmawan⁴, Alvin Rizal Hafiz Rizkia⁵, Maulana Wahyu Ananda⁶, Alfiyatun Nikmah⁷, Zashia Flanivolya Matulesy⁸, Fara Elsa Merisa⁹, Arikah Rachmania¹⁰

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: rahmaniyonsa@gmail.com^{1*}

Abstrak

Para pelaku UMKM (Usaha Kecil Mikro dan Menengah) menghadapi tantangan dalam mempertahankan keberadaan dan meningkatkan daya saing usaha mereka dalam menarik minat konsumen, tak terkecuali para pengusaha kue kering di Kelurahan Dukuh Menanggal. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi rebranding, digital marketing dan management auditing yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM di Kelurahan Dukuh Menanggal untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas usaha mereka. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diimplementasikan dalam bentuk edukasi melalui seminar program, pelatihan dan eksekusi program yang diiringi dengan monitoring kepada pelaku UMKM kue kering di Kelurahan Dukuh Menanggal. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan brand awareness dan penjualan melalui platform digital serta perbaikan catatan keuangan dalam manajemen internal UMKM. Sehingga program pengabdian ini berhasil memberikan dampak positif dalam mendukung pertumbuhan UMKM kue kering di Kelurahan Dukuh Menanggal.

Kata Kunci: *Rebranding, Digital Marketing, Management Auditing, UMKM*

Abstract

MSMEs (Small, Micro and Medium Enterprises) face challenges in maintaining their existence and increasing the competitiveness of their businesses in attracting consumers, including pastry businesses in Dukuh Menanggal Village. This research aims to explore rebranding, digital marketing and management auditing strategies that can be applied by MSME players in Dukuh Menanggal Village to increase the competitiveness and productivity of their businesses. The implementation of this community service activity is implemented in the form of education through program seminars, training and program execution accompanied by monitoring of pastry MSME players in Dukuh Menanggal Village. The results of this community service activity show an increase in brand awareness and sales through digital platforms as well as improved financial records in the internal management of MSMEs. So that this service program has succeeded in having a positive impact in supporting the growth of pastry MSMEs in Dukuh Menanggal Village.

Keywords: *Rebranding, Digital Marketing, Management Auditing, MSME*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) rata-rata para pengusaha kecil dan menengah dari total usaha di industri mencapai

Copyright: Rahmania Risky Putri Yonsa, Fareh Prameswari, Diah Kin Kin Setyowati, Bagus Darmawan⁴, Alvin Rizal Hafiz Rizkia, Maulana Wahyu Ananda, Alfiyatun Nikmah, Zashia Flanivolya Matulesy, Fara Elsa Merisa, Arikah Rachmania

sekitar 99%, dan sisanya adalah usaha menengah dan besar. setelah itu, usaha kecil menengah menyerap sekitar 63% tenaga kerja industri dan 37% diserap oleh usaha menengah dan besar. dengan adanya hal ini terbukannya lapangan pekerjaan baru, walaupun kontribusi output rata rata UMK hanya sekitar 10% dari total output industri indonesia (Syari Harahap et al., 2021). UMKM di Indonesia dan negara berkembang lainnya, umumnya ditemukan sebuah masalah yang berhubungan dengan cara perusahaan mengubah input dan output yang disebabkan oleh salah satu kurangnya kemampuan dalam *rebranding, digital marketing, dan management auditing*.

UMKM adalah suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang didirikan berdasarkan inisiatif seseorang. UMKM memiliki kontribusi untuk meningkatkan pendapatan pada suatu daerah maupun pendapatan negara, dan juga sangat berperan penting untuk mengurangi tingkat pengangguran karena dari sifatnya uang padat karya, jenis usaha ini mampu menyerap banyak tenaga kerja lebih tumbuh berkembang yang Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi untuk lebih tumbuh berkembang yang besar dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Hal ini ditunjukkan oleh keberadaan UMKM yang telah mencerminkan wujud nyata pada kehidupan sosial dan ekonomi untuk rakyat indonesia.

Kelurahan Dukuh Menanggal merupakan kampung wirausaha yang berada di Kota Surabaya, terdapat berbagai usaha yang diunggulkan UMKM di Dukuh Menanggal salah satunya yaitu pengelolaan kue kering. Akan tetapi terdapat beberapa pelaku usaha yang belum mengetahui akan caranya membranding sebuah produk, memasarkan secara digital, dan menghitung taraf pengeluaran dan pemasukan secara benar. Di era digital yang sangat berkembang dapat dimanfaatkan dengan baik untuk mulai mempromosikan produk jualannya pada internet. Sekarang sudah menjadi zaman digital dan modern sehingga para UMKM dapat melakukan pemasaran secara *online* sehingga tidak hanya secara *offline* saja.

Rebranding merupakan sebuah strategi pemasaran yang bertujuan untuk mengubah citra, identitas UMKM. Proses *rebranding* melibatkan serangkaian langkah yang kompleks, mulai dari perubahan visual seperti logo dan desain, hingga transformasi yang lebih fundamental seperti pengembangan visi, misi, serta nilai-nilai inti yang ingin disampaikan kepada masyarakat di luar Dukuh Menanggal. Dalam dunia bisnis dan pemasaran, *rebranding* sering kali menjadi pilihan ketika suatu entitas menghadapi tantangan perubahan pasar, stagnasi, atau ingin meraih segmen pasar baru. Namun, *rebranding* bukan hanya sekedar perubahan kosmetik akan tetapi lebih dari itu, *rebranding* harus mencerminkan nilai-nilai baru dan relevan yang ingin dicapai. (Primadewi et al., 2020). *Rebranding* dapat dilakukan secara digital dengan cara memperbarui sebuah logo pada produk yang ingin dibuat. Logo berguna untuk memperkenalkan sebuah produk pada dunia luar, sehingga para calon konsumen tertarik untuk membelinya. Desain logo sekarang dengan mudah dilakukan hanya dengan memanfaatkan sebuah teknologi saja, hal ini dapat membantu para UMKM yang kesulitan untuk mendesain kemasan atau identitas pada produknya.

Seiring dengan berjalannya waktu, perlu adanya peningkatan signifikan untuk mempertahankan suatu usaha. Peningkatan tersebut dapat berasal dari pemasaran yang konsisten. Pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha di Dukuh Menanggal masih menggunakan cara konvensional yakni dengan cara pemasaran mulut ke mulut dan dipasarkan melalui penitipan produk di outlet terdekat maupun di kelurahan. Akan tetapi, untuk mencapai masyarakat yang konsumtif perlu untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Untuk mendapatkan usaha yang masif dan berkembang perlu adanya keterbaruan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini yaitu keterbaruan teknologi.

Keterbatasan teknologi di era digital menjadi salah satu kemajuan pesat. *Digital Marketing* merupakan sistem pemasaran *digital* dengan memanfaatkan teknologi

informasi seperti media sosial dan publikasi media sosial (Jannatin et al., n.d). Di era digital ini, media sosial telah menjadi bagian yang sangat integral bagi kehidupan sehari-hari. Keunggulan digital marketing yang bisa dimanfaatkan para pelaku usaha yakni dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan efisien apalagi untuk pelaku usaha UMKM di Kelurahan Dukuh Menanggal.

Selain itu untuk mengatur atau mengelola keuangan usaha secara efektif merupakan sebuah metode untuk menjaga laju atau aliran keuangan pada suatu usaha agar tidak ada kerugian secara finansial. Pengelolaan keuangan pada umumnya merupakan suatu kegiatan pengelolaan keuangan . dalam kehidupan sehari-hari yang biasanya dilakukan oleh seorang individu maupun kelompok secara manual atau *digital*. Proses pengelolaan keuangan merupakan suatu aktivitas yang sangat penting untuk dilakukan oleh para pelaku usaha, termasuk bagi pelaku usaha, termasuk bagi pelaku ekonom rakyat, yang mayoritas berskala usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Jannatin et al., n.d.).

Berdasarkan hasil analisis di lapangan, kondisi UMKM di Kelurahan Dukuh Menanggal beberapa pelaku usaha belum mengetahui bagaimana cara *rebranding, digital marketing, dan management auditing* dengan baik, dari segi pengetahuan. Keterbatasan para pelaku UMKM di Kelurahan Dukuh Menanggal tersebut disebabkan oleh kurangnya pemahaman mereka terhadap literasi atau terhadap perkembangan teknologi, sehingga para pelaku UMKM di Wilayah tersebut belum menerapkan *rebranding, digital marketing, dan management auditing* dalam kegiatan usahanya. Setelah adanya pelatihan yang diberikan oleh PPK ORMAWA UNTAG Surabaya saat ini, UMKM di Kelurahan Dukuh Menanggal tersebut sudah mulai melakukan pembaruan logo, kemasan produk, pemasaran secara digital pada berbagai platform, seperti *whatsapp, instagram, facebook*, dan lainnya, selain itu juga sudah mulai melakukan pencatatan keuangan berupa pemasukan dan pengeluaran hanya dari bukti transaksi penjualan dan pembelian. Dengan adanya penerapan tersebut pada UMKM di Dukuh Menanggal dapat dengan mudah mengetahui pengeluaran dan pemasukan yang telah diperoleh.

METODE



Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diimplementasikan dalam bentuk edukasi melalui seminar program, pelatihan privat, dan eksekusi program dengan diiringi dengan monitoring pelaku UMKM kue kering dukuh menanggal. Metode pelaksanaan yang dilakukan diantara lain yaitu:

1. Koordinasi dengan Kelurahan Dukuh Menanggal

Pada tahap pra pelaksanaan program terlebih dahulu tim melakukan riset dan analisa terhadap permasalahan mitra yakni UMKM kue kering di Kelurahan Dukuh Menanggal. Hal ini memiliki tujuan agar menemukan permasalahan apa dan kebutuhan apa yang

perlu untuk diatasi dan dipenuhi di UMKM tersebut.

2. Sosialisasi PPK ORMAWA dan Program Kerja

Pada tahap sosialisasi ini yakni telah terlaksana pembukaan program yang diikuti oleh seluruh UMKM kue kering kelurahan Dukuh Menanggal. Sosialisasi yang dilaksanakan di balai kelurahan ini memaparkan program kerja apa saja yang akan dilakukan selama pelaksanaan dan penyampaian 3 materi utama yakni mengenai re-branding, digital marketing, dan management auditing pada UMKM. Sosialisasi dan pembukaan ini merupakan awal pelaksanaan program untuk mengenalkan terhadap pelaku UMKM terhadap keterbaharuan dan inovasi apa yang akan diciptakan selama proses pelaksanaan.

3. Sosialisasi dan Pelatihan 3 Program

Pada tahap sosialisasi dan pelatihan 3 program ini dilakukan di 10 UMKM kue kering dengan cara door to door. Selain menjelaskan lebih rinci daripada sosialisasi sebelumnya, sosialisasi ini sekaligus dibarengi dengan pelatihan program. Pelatihan program dilakukan selama 2x untuk melatih para pelaku UMKM dan sekaligus mengimplementasikan apa yang telah dipaparkan saat sosialisasi.

4. Pendataan Kebutuhan tiap UMKM

Pada tahap pendataan kebutuhan tiap UMKM, tim mendata apa saja yang dibutuhkan dan diperlukan oleh tiap UMKM. Pendataan ini dilakukan secara rinci dengan beracuan terhadap masalah yang dihadapi. Pendataan ini bertujuan untuk memastikan para pelaku UMKM mendapatkan fasilitas berupa barang dan jasa yang akan membantu suplai dan penjualan produk.

5. Eksekusi 3 Program

Pada tahap eksekusi program, tim menghubungi pihak-pihak yang ikut turut serta bergabung dalam hal ini percetakan maupun dinas koperasi. Tahap ini diawali dengan pembuatan desain, pemesanan barang, hingga pengiriman barang berlanjut sampai ke digunakan untuk penjualan produk secara langsung.

6. Monitoring Pelaku UMKM

Pada tahap monitoring pelaku UMKM, tim melaksanakan selama 2x. hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaku UMKM dapat mengoperasikan dan mempergunakan fasilitas yang telah disediakan dengan baik dan memiliki keuntungan bagi usaha. Monitoring dilakukan dengan cara door to door langsung. Monitoring diharapkan dapat mawadahi pelaku UMKM mengenai permasalahan saat pelaksanaan, solusi, hingga cara mempertahankan usaha dengan bahan dan fasilitas yang sudah disediakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari Ketiga program yang telah dijalankan bisa disimpulkan bahwa setiap program berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Seperti halnya pada Gambar.1 yang menunjukkan bahwa Tim PPK Ormawa melaksanakan langkah awal yaitu Sosialisasi pembukaan kegiatan . Tim PPK Ormawa mempunyai Tiga program yaitu Rebranding, Digital marketing dan manajemen Auditing, Pada Hasil dan Pembasan ini program pertama yang akan bahas adalah Program Rebranding.

Hasil dari pelaksanaan program rebranding adalah terciptanya nama usaha baru, kemasan produk baru, label kemasan, hampers dan logo dengan desain yang menarik, dan juga
Copyright: Rahmania Risky Putri Yonsa, Fareh Prameswari, Diah Kin Kin Setyowati, Bagus Darmawan⁴, Alvin Rizal Hafiz Rizkia, Maulana Wahyu Ananda, Alfiyatun Nikmah, Zaschia Flanivolya Matulesy, Fara Elsa Merisa, Arikah Rachmania

neon box di tempat pelaku usaha umkm. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan *awareness* pelaku UMKM terhadap usaha yang dijalani. Sehingga para pelaku usaha dapat lebih memahami bahwa dengan rebranding mereka dapat meningkatkan daya tarik dan citra produk, memiliki ciri khas tersendiri di setiap usahanya, meningkatkan kualitas dan juga memperbarui nilai produk.



Gambar 1. Sosialisasi Pembukaan

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Kegiatan kedua yang dilakukan adalah melakukan *door to door* pertama setelah kegiatan sosialisasi yang di tunjukkan pada Gambar 2, Dengan tujuan untuk mengumpulkan data permintaan pembaruan citra visual dari produk para pelaku UMKM Kelurahan Dukuh Menanggal, seperti berbagai desain logo, banner, label kemasan, dan hampers. Melalui kegiatan ini pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk memberikan masukan dan permintaan desain yang sesuai dengan keinginan, serta yang menampilkan ciri khas dari produk para pelaku UMKM kue kering.



Gambar 2. Door to Door Pertama

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Kegiatan ketiga yang dilakukan adalah mendesain berbagai logo, hampers, dan juga neon box yang sesuai dengan permintaan dan keinginan oleh pelaku UMKM kue kering yang didapatkan dari hasil data wawancara yang dilakukan di door to door pertama. Setiap desain dimodifikasi untuk mencerminkan karakteristik dari masing-masing UMKM, dengan mempertimbangkan hasil data wawancara yang dilakukan agar desain yang dibuat benar-benar menggambarkan identitas dan nilai dari merek para pelaku UMKM beberapa contoh desain yang terdapat di Gambar 3.



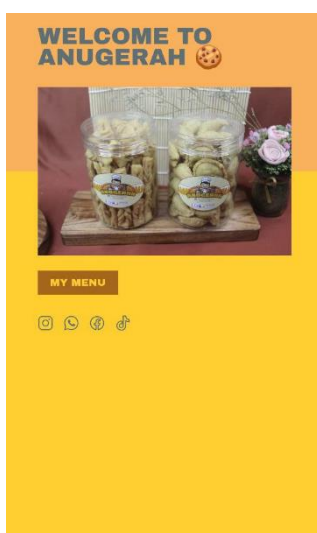
Gambar 3. Contoh Hasil Desain
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Kegiatan terakhir dalam program ini adalah menyerahkan segala barang kebutuhan seperti hasil cetak logo, hampers, kemasan produk, dan juga neon box kepada pelaku UMKM Kue Kering. Tahap ini menjadi tahapan penutup bagi program rebranding yang telah dilakukan di Kelurahan Dukuh Menanggal, pelaku UMKM Kue Kering pun mulai mendistribusikan produk mereka dengan kemasan dan juga logo baru yang jauh lebih menarik dari sebelumnya

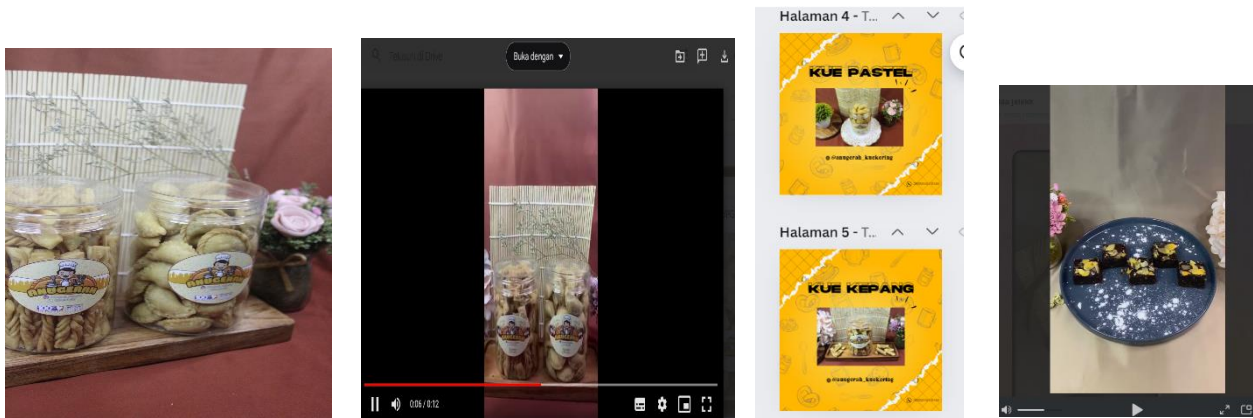


Gambar 4. Penyerahan Barang
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

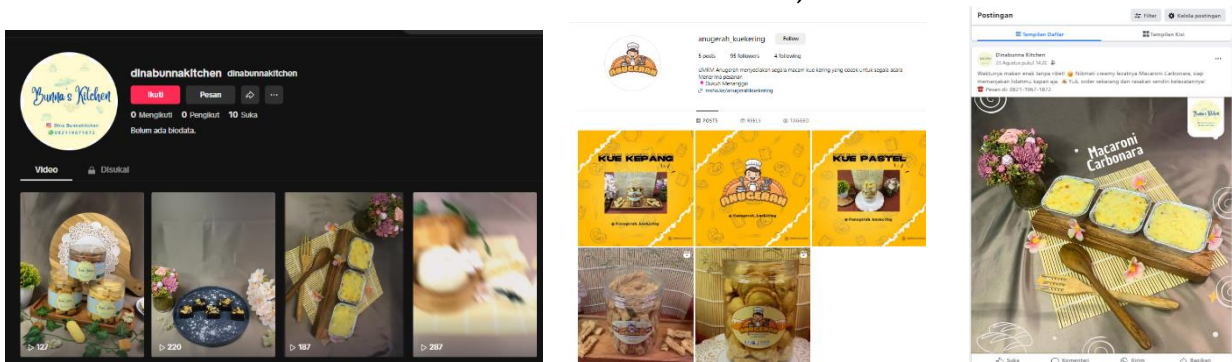
Dalam era Globalisasi pada saat ini kita tidak luput dengan Teknologi digital yang dimana Teknologi tersebut sangat membantu semua orang dalam melakukan aktivitas sehari hari, maka dari itu pembahasan kali ini setelah. Program Rebranding yaitu Program Digital Marketing. Program ini memudahkan pelaku UMKM dalam kegiatan Menjual atau menawarkan produk mereka melalui internet terhadap pelanggan yang jaraknya jauh, beberapa dokumentasi dibawah ini yang di tunjukan pada Gambar 5, Gambar 6 dan Gambar 7.



Gambar 5. Hasil Qr Code dan Linktree Pelaku UMKM
Sumber: Dokumentasi Tim, 2024



Gambar 6. Hasil Foto Produk, Video Produk, Desain foto, Desain Video
 Sumber: Dokumentasi Tim, 2024



Gambar 7. Sosial Media Tiktok, Instagram, dan Facebook
 Sumber: Dokumentasi Tim, 2024

Dari kegiatan program yang telah dilakukan bisa disimpulkan bahwa hasil yang di dapat adalah terbentuknya qr code, linktree dimana ketika pembeli memindai qr code tersebut maka akan di arahkan ke dalam linktree pelaku usaha, di dalam linktree tersebut memuat semua informasi tentang pelaku UMKM dan juga semua akun sosial media para pelaku UMKM.

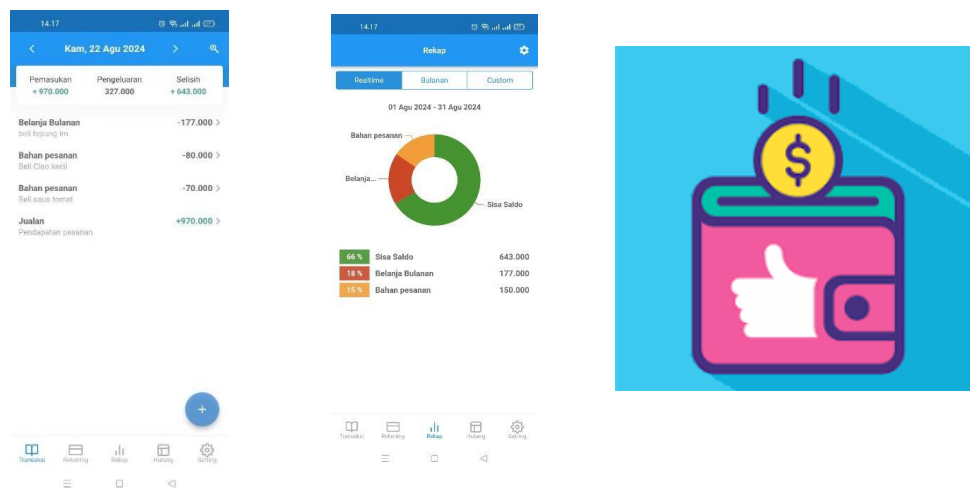
Selain itu kegiatan ini juga para pelaku UMKM bisa mendapatkan hasil foto dan video produk serta juga mendapatkan hasil desain foto dan video produk yang akan digunakan untuk kebutuhan sosial media para pelaku UMKM, selain untuk kebutuhan sosial media hasil foto dan video juga bisa juga digunakan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dimana konsumen dapat melihat langsung barang yang akan dibeli dengan baik dan jelas.

Para Pelaku UMKM juga mendapatkan akun sosial media baru bagi yang belum memiliki akun, sosial media tersebut dapat menunjang kemudahan dalam proses promosi serta interaksi antara penjual dan pembeli, serta dapat meningkatkan penjualan. Selama kegiatan *digital marketing* ini, para pelaku UMKM yang berjumlah 16 orang tidak semua yang mengerti akan teknologi, awalnya mereka cuma melakukan promosi dan pengenalan produk melalui mulut ke mulut saja, diharapkan setelah selesai kegiatan ini para pelaku UMKM tidak takut atau bingung lagi mengenai pemasaran menggunakan teknologi, dan dapat memanfaatkan serta berkembang usahanya dengan bantuan teknologi untuk kebutuhan usaha mereka kedepannya dalam jangka panjang.

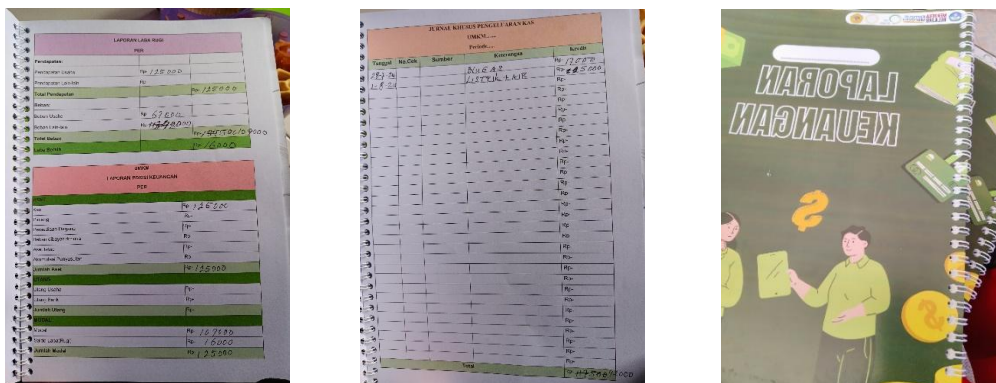
Selain Rebranding dan Digital marketing tentu saja pelaku UMKM harus mampu menajamen keuangan dengan baik. Mengatur atau mengelola keuangan usaha secara efektif merupakan sebuah metode untuk menjaga laju atau aliran keuangan pada sebuah usaha agar tidak ada kerugian secara finansial. Pengelolaan keuangan pada umumnya merupakan suatu kegiatan pengelolaan keuangan dalam kehidupan sehari hari yang biasanya dilakukan oleh seorang individu maupun kelompok secara manual atau digital.

Berdasarkan hasil analisa di lapangan, kondisi UMKM di Kelurahan Dukuh Menanggal beberapa pelaku usaha belum mengetahui tata kelola keuangan dengan baik, dari segi

pengetahuan. Melalui program ini, pelaku UMKM diperkenalkan pada berbagai metode pencatatan keuangan yang sederhana dan mudah diikuti, seperti menggunakan buku kas manual atau aplikasi pencatatan keuangan yaitu Sepran. Penerapan metode ini memudahkan pelaku UMKM untuk mengelola transaksi harian, memahami arus kas masuk dan keluar, serta mendapatkan gambaran lebih jelas tentang kesehatan keuangan usaha mereka (Praktik et al., n.d.). Dengan pengelolaan yang lebih baik, mereka mampu menganalisis keuntungan bersih dan menghindari kesalahan dalam pencatatan, yang sebelumnya sering menjadi masalah utama.



Gambar 8. Hasil Pencatatan Keuangan UMKM menggunakan aplikasi sepran
 Sumber: Dokumentasi Tim, 2024



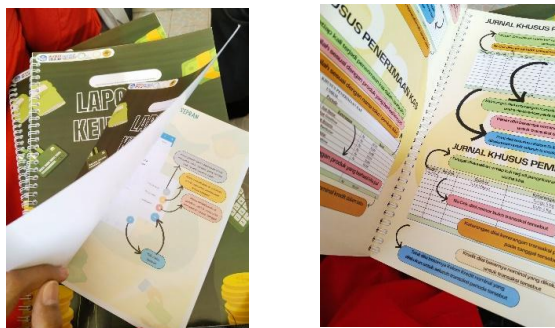
Gambar 9. Hasil Pencatatan keuangan secara manual oleh pelaku UMKM
 Sumber: Dokumentasi Tim, 2024

Sebelum program ini berlangsung, sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki laporan keuangan yang terstruktur bahkan belum sama sekali mempunyai pencatatan keuangan, sehingga kesulitan dalam memisahkan keuangan pribadi dan usaha. Hal ini berdampak pada ketidakmampuan pelaku UMKM dalam mengetahui keuntungan bersih serta menganalisis kondisi usaha secara menyeluruh. Setelah mengikuti pelatihan, mereka mulai menyusun laporan keuangan seperti laporan laba rugi bulanan dan laporan posisi keuangan secara rutin. Dengan pencatatan yang lebih teratur, risiko kesalahan dalam pengelolaan keuangan, seperti salah hitung keuntungan, hilangnya nota pembelian, dan kesalahan penghitungan stok bahan baku, lebih berkurang (Wardi et al., 2020).

Selain adanya bimbingan secara langsung dalam pencatatan keuangan, program ini juga menyediakan buku panduan yang mencakup cara melakukan pembukuan secara digital dan manual. Panduan ini dirancang untuk membantu pelaku UMKM untuk memahami langkah-langkah pencatatan keuangan menggunakan aplikasi digital yaitu Sepran, sekaligus

Copyright: Rahmania Risky Putri Yonsa, Fareh Prameswari, Diah Kin Kin Setyowati, Bagus Darmawan4, Alvin Rizal Hafiz Rizkia, Maulana Wahyu Ananda, Alfiyatun Nikmah, Zaschia Flanivolya Matulesy, Fara Elsa Merisa, Arikah Rachmania

memberikan panduan langkah demi langkah dalam pencatatan manual.



Gambar 10. Buku panduan pencatatan manual dan aplikasi sepran
Sumber: Dokumentasi Tim, 2024

Program ini juga mempersiapkan pelaku UMKM untuk menghadapi audit, baik dari pihak internal maupun eksternal. Dengan sistem pencatatan yang terorganisir, data keuangan lebih mudah diakses oleh yang berkepentingan. Selain itu, laporan keuangan yang lebih jelas mempermudah pelaku usaha dalam mendapatkan akses pendanaan, baik melalui kredit bank atau pembiayaan dari lembaga keuangan lainnya. Dengan dokumen yang lengkap dan terverifikasi, UMKM lebih percaya diri untuk menjalin kerja sama dengan pihak luar dan mendapatkan peluang bisnis yang lebih besar (Octavia et al., 2022).

Peningkatan kesadaran akan pentingnya pencatatan keuangan menjadi salah satu dampak paling dari program ini. Pelaku UMKM kini lebih cermat dalam mengelola keuangan usaha, seperti menentukan harga jual produk dan mengelola stok bahan baku. Meskipun di awal beberapa pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi pencatatan, dengan bimbingan yang diberikan dan buku panduan, pelaku UMKM mulai memahami manfaat dari pengelolaan keuangan yang lebih baik. Dengan sistem pencatatan yang terstruktur, mereka dapat mempersiapkan diri menghadapi audit, meningkatkan daya saing, serta berpotensi memperluas skala usaha.

SIMPULAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil program ini menunjukkan bahwa ketiga program, yaitu Rebranding, Digital Marketing, dan Manajemen Keuangan, berhasil diimplementasikan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Program Rebranding memberikan dampak yang signifikan pada peningkatan citra dan daya tarik produk pelaku UMKM di Kelurahan Dukuh Menanggal. Hasilnya, pelaku usaha memiliki nama usaha baru, kemasan yang menarik, logo, hampers, dan neon box yang memperkuat identitas produk mereka. Rebranding ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan kesadaran konsumen terhadap produk UMKM lokal.

Program Digital Marketing juga memberikan hasil yang positif dengan memfasilitasi para pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar melalui teknologi digital. Pembuatan QR code, linktree, serta akun media sosial baru seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook memungkinkan para pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas dan efektif. Selain itu, pelaku usaha kini memiliki materi visual berupa foto dan video produk yang profesional, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membantu promosi online. Hal ini memberikan peluang yang lebih besar bagi para UMKM dalam menghadapi era digital.

Program Manajemen Keuangan berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang baik. Melalui pengenalan metode pencatatan manual dan digital menggunakan aplikasi Sepran, pelaku usaha kini dapat memisahkan keuangan pribadi dan usaha, memahami arus kas, serta menganalisis keuntungan secara lebih akurat. Selain itu, dengan bimbingan yang diberikan, mereka lebih siap menghadapi audit serta berpotensi untuk mendapatkan akses pendanaan dan memperluas skala bisnis mereka.

Copyright: Rahmania Risky Putri Yonsa, Fareh Prameswari, Diah Kin Kin Setyowati, Bagus Darmawan4, Alvin Rizal Hafiz Rizkia, Maulana Wahyu Ananda, Alfiyatun Nikmah, Zaschia Flanivolya Matulesy, Fara Elsa Merisa, Arikah Rachmania

Kesadaran ini akan menjadi langkah penting dalam keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah pendampingan berkelanjutan untuk memperkuat pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola rebranding, digital marketing, dan manajemen keuangan. Dalam rebranding, pelatihan tambahan terkait inovasi desain dan strategi branding yang sesuai dengan karakter produk dapat terus diberikan untuk menjaga daya saing. Untuk digital marketing, pelaku UMKM perlu dilatih lebih lanjut dalam mengoptimalkan media sosial, termasuk penggunaan fitur iklan dan strategi konten yang efektif. Dalam manajemen keuangan, monitoring berkala perlu dilakukan untuk memastikan konsistensi pencatatan keuangan, baik secara manual maupun menggunakan aplikasi seperti Sepran. Pendampingan ini akan memastikan pelaku UMKM dapat terus mengelola usahanya secara profesional dan siap menghadapi tantangan bisnis ke depannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama kami ingin mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada Tuhan YME yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya atas pelaksanaan program pengabdian yang telah kami jalani. Lalu kami menyampaikan terimakasih kepada pihak Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas kesempatan dan dukungan yang telah diberikan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan program pengabdian masyarakat ini. Terimakasih juga kami sampaikan kepada Bapak Dr. Mamang Efendy, S.Pd. M.Psi. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama kegiatan berlangsung. Kami juga berterimakasih kepada segenap perangkat desa Kelurahan Dukuh Menanggal Kota Surabaya yang telah bersedia menjadi mitra dalam program ini dan mendukung terlaksananya kegiatan ini dengan baik. Tidak lupa, apresiasi kami sampaikan kepada para pelaku UMKM yang telah menjadi bagian dari program pembinaan ini, atas kerjasama dan antusiasme yang telah ditunjukkan selama proses pengembangan usaha. Semoga hasil dari program ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dan menjadi awal dari kerjasama yang baik di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianingsih Arum. (2021). *Audit Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara Prijambada. At all. (2019). *Key Performance Indicators UMKM: UGM*
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). *Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing*.
- Farida, Nur. Puspitasari Dewi. Hamidah. Elsa Destriani. (2023). *Pengembangan Logo dan Citra UMKM Melalui Rebranding*. Sukabumi: HASPI.
- Harahap, H.S., Dewi, N.K. and Ningrum, E.P. (2021) 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM', *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), p. 77. Available at: <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>.
- Irawan, I. C. (2020). Analisis e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 247-260.
- Maulana, Hendra, dkk. (2024). *Strategi Rebranding Label Kemasan Produk untuk Meningkatkan Brand Awareness Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Warung Makan Mbok Sih di Desa Jatirejo*. Surabaya: *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*.
- NAIMAH, R.J. et al. (2020) 'Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM', *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), p. 39. Available at: <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>.
- Primadewi, A. et al. (2020) 'Penguatan Pemasaran Produk Umkm Ashfa Madu Borobudur Melalui Strategi Product Branding', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(3), p. 154. Available at: <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i3.17683>.