

PENGUATAN DAYA SAING UMKM MELALUI VISUAL BRANDING DAN PENGELOLAAN KEUANGAN DIGITAL PADA KASYARAA.CO

Made Pradnyan Permana Usadi^{1,*}, Putu Oktaviani²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: mdpradnyan@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Kasyaraa.Co yang bergerak di bidang fashion. Analisis situasi menunjukkan promosi produk masih terbatas pada foto standar tanpa model dan pencatatan keuangan manual yang berpotensi menimbulkan ketidakteraturan arsip penjualan. Permasalahan utama adalah lemahnya strategi visual branding, ketidakkonsistenan promosi media sosial, serta belum adanya sistem pembukuan digital. Untuk itu, ditawarkan solusi berupa program penguatan daya saing dengan dua fokus: (1) visual branding melalui pelatihan dan pendampingan photoshoot produk menggunakan model, serta (2) pengelolaan keuangan digital dengan template Excel, arsip digital penjualan harian, dan kalender unggahan media sosial. Metode pelaksanaan meliputi observasi, pelatihan, praktik langsung, serta pendampingan staf toko. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kualitas promosi dengan tersedianya foto produk *on-model*, keteraturan pencatatan penjualan melalui template digital, serta terbentuknya sistem arsip dan kalender konten yang mendukung konsistensi promosi. Hal ini berdampak positif terhadap citra merek dan efisiensi pengelolaan usaha Kasyaraa.Co.

Kata Kunci : UMKM, Visual Branding, Pembukuan Digital, Arsip Penjualan, Media Sosial.

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting perekonomian nasional karena berperan besar dalam membuka lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam menghadapi era digital yang penuh persaingan, UMKM dituntut untuk memiliki strategi bisnis yang adaptif dan inovatif (Sabna Sabilla *et al.*, 2024). Salah satu aspek penting adalah penerapan visual branding yang berfungsi membentuk persepsi konsumen melalui elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan penyajian produk (Nurlaily *et al.*, 2021). Visual branding tidak hanya soal estetika, tetapi juga identitas yang membedakan produk serta membangun kepercayaan konsumen (Batubara *et al.*, 2023; Evanita & Pebriyeni, 2025).

Kasyaraa.Co, sebagai UMKM fashion wanita, masih menghadapi kendala promosi karena hanya menampilkan foto produk digantung tanpa model. Hal ini membuat tampilan kurang menarik dan mengurangi daya tarik konsumen. Penggunaan foto *on-model* terbukti dapat meningkatkan persepsi positif konsumen karena menampilkan proporsi dan konteks pemakaian yang nyata (Sari & Irena, 2022). Selain

aspek promosi, pengelolaan keuangan digital juga penting. Pencatatan manual yang selama ini digunakan UMKM dinilai tidak efisien dan berisiko tinggi menimbulkan kesalahan (Azman *et al.*, 2021; Kurniawan *et al.*, 2022). Transformasi digital melalui penggunaan aplikasi sederhana seperti Microsoft Excel terbukti mampu meningkatkan keteraturan pencatatan, mempermudah evaluasi, serta mendukung pengambilan keputusan strategis (Febriansyah *et al.*, 2024; (Azuwandri *et al.*, 2024).

Berdasarkan hasil sebuah penelitian, pelatihan digitalisasi pembukuan dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM hingga 76% dalam menyusun laporan keuangan sederhana (Sianturi & Sianturi, 2025). Dengan demikian, kombinasi visual branding dan pengelolaan keuangan digital menjadi strategi yang saling melengkapi dalam meningkatkan daya saing UMKM. Visual branding memperkuat citra merek dan menarik konsumen, sementara pembukuan digital memastikan operasional usaha berjalan efisien dan berkelanjutan (Bahtera et al., 2022; (Jiang, 2024).

Berdasarkan hasil penelitian, pelatihan digitalisasi pembukuan terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM hingga 76% dalam menyusun laporan keuangan sederhana (Sianturi & Sianturi, 2025). Temuan ini menegaskan pentingnya pemanfaatan teknologi sederhana seperti template Excel atau aplikasi pencatatan keuangan digital sebagai sarana untuk membantu UMKM mengelola arus kas, penjualan, dan laporan usaha secara lebih terstruktur. Dengan adanya sistem pencatatan yang rapi, potensi kesalahan dapat diminimalisasi, sekaligus meningkatkan akurasi dalam pengambilan keputusan manajerial. Hal ini sejalan dengan kebutuhan UMKM untuk beradaptasi di era digital, di mana efisiensi operasional menjadi salah satu penentu daya saing.

Di sisi lain, aspek visual branding tidak kalah penting dalam strategi pengembangan UMKM. Visual branding yang kuat, seperti penggunaan foto produk dengan model, desain konten media sosial yang konsisten, serta kalender unggahan terjadwal, berfungsi memperkuat citra merek dan menarik perhatian konsumen (Bahtera et al., 2022; Jiang, 2024). Kombinasi antara penguatan visual branding dan pengelolaan keuangan digital menciptakan sinergi yang saling melengkapi: branding meningkatkan nilai persepsi konsumen, sedangkan pembukuan digital memastikan keberlanjutan operasional usaha.

PERUMUSAN MASALAH

Dari hasil observasi dan komunikasi langsung dengan pemilik usaha Kasyaraa.Co, ditemukan dua permasalahan utama, yaitu:

- 1) Tampilan visual produk yang kurang menarik karena masih menggunakan metode foto produk digantung tanpa model.
- 2) Tidak adanya sistem pencatatan keuangan yang terdigitalisasi, sehingga menyulitkan pemilik dalam memantau kondisi keuangan usahanya secara *real-time*.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, maka solusi yang dapat kami berikan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh Kasyaraa.Co , sebagai berikut :

- 1) Pelaksanaan sesi pemotretan produk on-model, yaitu produk difoto saat dikenakan oleh model untuk menampilkan proporsi, gaya, dan konteks pemakaian yang lebih nyata. Hasil foto akan digunakan untuk meningkatkan kualitas konten promosi visual di platform media sosial seperti instagram dan tiktok.
- 2) Penerapan sistem pembukuan digital berbasis microsoft excel, dengan menyusun template sederhana namun fungsional yang dapat digunakan untuk mencatat transaksi harian. Template ini mencakup fitur-fitur otomatis seperti penghitungan saldo, total pemasukan dan pengeluaran, serta rekap bulanan. Mitra juga akan diberikan pelatihan singkat mengenai cara menggunakan dan menyesuaikan template ini sesuai kebutuhan operasional toko.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program KKN akan dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan praktis melalui metode berikut:

- 1) Observasi Lapangan Awal
Dilakukan pada minggu pertama untuk memahami lebih dalam kegiatan operasional usaha, alur kerja staf, serta kondisi pemasaran dan pembukuan yang berjalan.
- 2) Diskusi & Perumusan Teknis Program
Melakukan diskusi bersama kepala toko dan staf untuk menentukan waktu pelaksanaan *photoshoot*, kebutuhan peralatan, model, serta kesiapan staf dalam mencoba aplikasi pembukuan digital.
- 3) Pelaksanaan *Photoshoot On-Model*
Dilakukan dengan perencanaan tema, pemilihan lokasi dan properti, serta pengambilan foto produk oleh model. Hasil foto kemudian diedit ringan dan diserahkan kepada tim toko untuk digunakan sebagai konten promosi.
- 4) Pelatihan Penggunaan Aplikasi Pembukuan Digital
Memberikan pendampingan kepada staf tentang cara mencatat pemasukan, pengeluaran, dan stok menggunakan aplikasi *excel spreadsheet*. Termasuk simulasi pencatatan dan evaluasi hasil harian.
- 5) Monitoring dan Evaluasi Sederhana
Dilakukan pada minggu terakhir untuk melihat hasil implementasi program, kesulitan yang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dijalankannya program kerja pada Toko Kasyaraa.Co, terlihat beberapa peningkatan yang dialami oleh pelaku usaha. Adapun peningkatan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) *Visual branding* produk lebih menarik. Setelah dilakukan *photoshoot on-model*, katalog produk Kasyaraa.Co kini menampilkan tampilan yang lebih profesional. Hal ini memberikan gambaran nyata bagi konsumen tentang gaya dan proporsi pakaian, sehingga meningkatkan daya tarik visual dan citra merek.
- 2) Pengelolaan keuangan lebih teratur dan akurat. Dengan adanya template pembukuan berbasis *Microsoft Excel*, staf toko dapat mencatat transaksi harian secara digital. Pencatatan menjadi lebih rapi, cepat, serta mengurangi risiko kesalahan hitung yang sebelumnya sering terjadi pada sistem manual.
- 3) Tersedianya arsip digital penjualan. Data transaksi kini tersimpan dalam struktur folder digital yang lebih rapi. Hal ini memudahkan staf dalam menemukan kembali data, menjaga kerapian administrasi, serta mengurangi risiko kehilangan catatan keuangan.
- 4) Promosi media sosial lebih konsisten. Kalender upload mingguan membantu staf dalam mengatur jadwal posting produk di media sosial. Dengan adanya panduan tersebut, konten promosi menjadi lebih terstruktur, teratur, dan berkesinambungan.



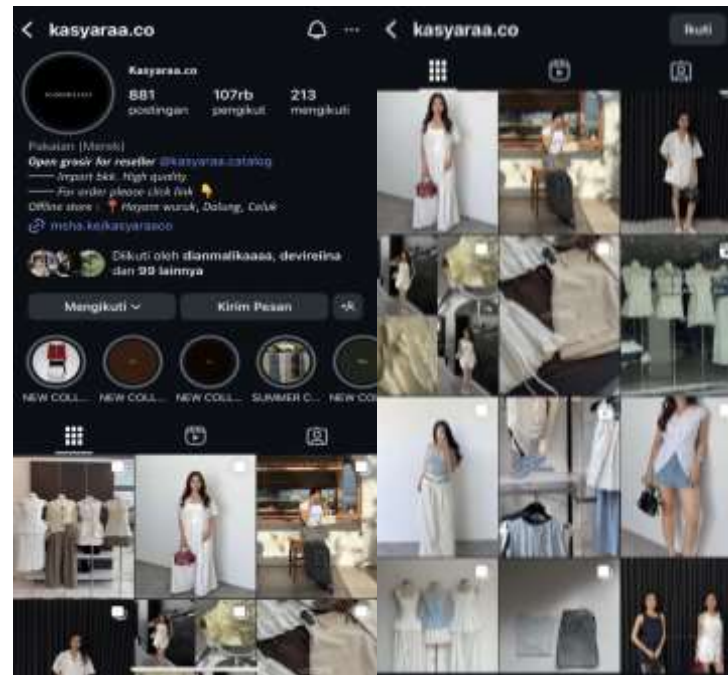
Gambar 1. Melaksanakan photoshoot produk dengan model.



Gambar 2. Tampilan before-after photoshoot produk



Gambar 3. Sesi pelatihan dan pendampingan kepada staf & kepala toko mengenai pembuatan kalender upload di media sosial dan penggunaan template pembukuan digital berbasis Microsoft Excel.



Gambar 4. Postingan Produk Fashion dengan Model Sesuai Kalender Upload

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan KKN Alternatif di Kasyaraa.Co berhasil mencapai tujuan yang dirumuskan, yaitu meningkatkan daya saing UMKM melalui penguatan visual branding dan digitalisasi pembukuan. Program photoshoot on-model telah menghasilkan konten visual yang lebih menarik dan profesional sehingga memperkuat citra merek serta meningkatkan daya tarik promosi produk. Di sisi lain, penerapan pembukuan digital berbasis Microsoft Excel memudahkan pencatatan transaksi harian, meningkatkan akurasi perhitungan, serta mempercepat proses rekap keuangan bulanan. Keberhasilan kedua program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi operasional usaha, tetapi juga meningkatkan keterampilan staf dalam bidang pemasaran visual dan pengelolaan keuangan digital. Ke depan, Kasyaraa.Co disarankan untuk terus memperbarui konten promosi secara konsisten, menjalankan kalender upload media sosial dengan disiplin, serta mengembangkan sistem pencatatan menuju aplikasi akuntansi sederhana agar semakin efisien. Selain itu, pendampingan berkelanjutan berupa pelatihan singkat secara berkala penting dilakukan agar staf tetap terampil dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan tren pemasaran dan teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Azman, N. A., Mohamed, A., & Jamil, A. M. (2021). Artificial Intelligence in Automated Bookkeeping: A Value-added Function for Small and Medium Enterprises. *International Journal on Informatics Visualization*, 5(3), 224–230. <https://doi.org/10.30630/JOIV.5.3.669>

- Azuwandri, A., Gustini, G., Putra, M. B. E., Akmal, S., & Novrianda, H. (2024). Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan UMKM Menggunakan Aplikasi Microsoft Excel Di Desa Selebar Jaya Kecamatan Amen Kabupaten Lebong. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 3(2), 41–46.
- Bahtera, N. T., Marjianto, R. S., & Salam, M. D. (2022). Digital entrepreneurship training for micro, small and medium enterprises (msmes) for typical culinary of tuban regency. *Darmabakti Cendekia: Journal of Community Service and Engagements*, 4(1), 31–36.
- Batubara, C., Safitri, D., Permata Sari, D., Tasya Luthfiah, H., & Utama Putra, B. (2023). Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras. *Bagaskara Utama Putra Journal of Human And Education*, 3(2), 420–427.
- Evanita, S., & Pebriyeni, E. (2025). Boosting Local Brand Value: Pelatihan Visual Branding dan Digital Marketing pada UMKM Ceta Bacorak. *Manaruko: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 106–113.
- Febriansyah, Y., Puspasari, O. R., & Fitriani, C. (2024). Penggunaan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile dalam Menunjang Kinerja UMKM. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 8(2), 108–117.
- Jiang, J. (2024). A study on the digital transformation trends in financial management for small and micro enterprises. *International Journal of Global Economics and Management*, 3(1), 355–363.
- Kurniawan, E., Affar, M., Rianto, R., & Octaviani, A. D. (2022). Penerapan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM Berbasis Microsoft Excel pada Kanein Food di Jatirasa, Bekasi (Application of Financial Statements Based on SAK EMKM Based on Microsoft Excel at Kanein Food in Jatirasa, Bekasi). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 119–129.
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347–356.
- Sabna Sabilla, Abdulrahman Pais Nasution, & Mega Aulia Putri. (2024). Peran Visual Branding dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Platform Media Sosial: Kajian Literatur Periklanan di Era Digital. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu (JPMT)*, 8(No.7), 36–46. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jpmt/article/view/3527>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 633–642. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>
- Sianturi, F. A., & Sianturi, R. L. (2025). Optimalisasi Pembukuan UMKM melalui Aplikasi Excel dan Google Sheets. *Jurnal Edukasi Dan Abdi Generasi*, 1(1), 13–18.