OPTIMALISASI PROMOSI DIGITAL, PEMBUKUAN KEUANGAN, DAN BRANDING PADA WARUNG NASI MEN RENDA

Ni Wayan Eka Mitariani[1,*], I Made Aryanda Diva Bramantya[2]
[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: mitariani@unmas.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, termasuk pada sektor kuliner. Warung Nasi Men Renda merupakan salah satu UMKM kuliner yang memiliki potensi untuk berkembang, tetapi masih menghadapi kendala dalam promosi digital, pengelolaan keuangan, dan branding usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha melalui optimalisasi promosi digital, pembukuan keuangan sederhana, dan penguatan branding. Metode pelaksanaan dilakukan melalui observasi, wawancara, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Program promosi digital dilakukan melalui penyediaan foto dan video produk serta penyusunan konten untuk media sosial. Pengelolaan keuangan dilakukan melalui pendampingan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara sederhana dan sistematis. Sementara itu, penguatan branding dilakukan melalui pembuatan dan pemasangan spanduk identitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra memperoleh media promosi digital, format pembukuan yang lebih terarah, serta media identitas usaha berupa spanduk. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu Warung Nasi Men Renda meningkatkan jangkauan pemasaran, keteraturan pengelolaan keuangan, dan daya tarik usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, promosi digital, pembukuan, branding, usaha kuliner

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi daerah. Selain menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, UMKM juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan ketahanan ekonomi di berbagai kondisi. Namun, di tengah perkembangan teknologi digital dan meningkatnya persaingan usaha, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan media digital sebagai sarana memperoleh informasi maupun melakukan pembelian. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas UMKM dalam aspek pemasaran, pengelolaan usaha, dan penguatan identitas merek menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha (Putri et al., 2022).

Menurut Saputra et al., (2023) perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan strategi pemasaran dari metode konvensional menuju

pemasaran digital (digital marketing). Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, maupun WhatsApp Business mampu membantu UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, digital marketing juga mampu meningkatkan interaksi dengan konsumen, membangun loyalitas pelanggan, serta memperkuat daya saing usaha. Namun, masih banyak pelaku UMKM, khususnya usaha kuliner, yang belum memanfaatkan media digital secara optimal sebagai media promosi. Keterbatasan dalam pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, serta kurangnya strategi pemasaran digital menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas sehingga peluang peningkatan penjualan belum dapat dimaksimalkan.

Selain itu, branding usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Branding yang mencakup identitas visual, citra usaha, dan konsistensi promosi mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, membedakan produk dari pesaing, serta memperkuat daya tarik produk, terutama melalui media digital. Oleh karena itu, penguatan branding diperlukan untuk meningkatkan nilai tambah dan keberlanjutan usaha (Panjalu et al., 2024).

Salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah Warung Nasi Men Renda, yang bergerak di bidang usaha kuliner dengan menyediakan berbagai menu makanan khas yang diminati masyarakat. Warung ini memiliki cita rasa yang khas dan telah memiliki pelanggan tetap. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, pengelolaan usaha masih menghadapi beberapa kendala, antara lain promosi yang masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut, pemanfaatan media sosial yang belum optimal sebagai sarana promosi, pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara sederhana tanpa adanya pembukuan yang terstruktur, serta branding usaha yang masih terbatas sehingga belum mampu meningkatkan daya tarik usaha secara maksimal di tengah persaingan bisnis kuliner.

Kondisi tersebut berpotensi menghambat perkembangan usaha karena keterbatasan promosi menyebabkan jangkauan konsumen tidak berkembang secara optimal, sementara pencatatan keuangan yang belum sistematis menyulitkan pemilik usaha dalam mengetahui kondisi keuangan dan mengevaluasi perkembangan bisnis. Di sisi lain, branding usaha yang belum kuat juga menyebabkan Warung Nasi Men Renda belum memiliki identitas yang mampu meningkatkan daya saing serta memperkuat posisi usaha di pasar kuliner.

Melihat berbagai permasalahan tersebut, diperlukan suatu program pemberdayaan yang berfokus pada optimalisasi promosi digital, pendampingan pengelolaan keuangan sederhana, serta penguatan branding usaha. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, menyusun pencatatan keuangan yang lebih tertib dan mudah dipahami, serta membangun identitas usaha yang lebih profesional sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka dilaksanakan program "Pemberdayaan UMKM Warung Nasi Men Renda Melalui Optimalisasi Promosi Digital, Pengelolaan

Keuangan Sederhana, dan Penguatan Branding Usaha." Melalui program ini diharapkan Warung Nasi Men Renda mampu meningkatkan efektivitas pemasaran, memperbaiki tata kelola keuangan usaha, serta memperkuat branding sehingga usaha menjadi lebih profesional, dikenal masyarakat secara lebih luas, dan mampu berkembang secara berkelanjutan.

PERUMUSAN MASALAH

Hasil observasi terhadap kegiatan operasional Warung Nasi Men Renda menunjukkan adanya beberapa aspek yang masih perlu dikembangkan untuk mendukung keberlanjutan usaha. Permasalahan tersebut meliputi:

1) Keterbatasan jangkauan pemasaran akibat pemanfaatan media digital yang belum maksimal, sehingga diperlukan pengembangan media sosial dan konten promosi yang mampu memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas.
2) Belum tertatanya administrasi keuangan usaha, karena transaksi pemasukan dan pengeluaran masih dicatat secara sederhana. Kondisi ini menyebabkan pemilik belum memiliki catatan keuangan yang dapat digunakan secara optimal untuk memantau kondisi usaha.
3) Kurangnya penguatan identitas usaha, terutama pada aspek tampilan visual dan media pengenalan warung. Kondisi tersebut menyebabkan keberadaan Warung Nasi Men Renda belum memiliki daya tarik visual yang maksimal bagi masyarakat dan calon konsumen.

Ketiga permasalahan tersebut kemudian menjadi landasan dalam pelaksanaan program pengabdian yang berfokus pada pengembangan promosi digital, penerapan pembukuan keuangan sederhana, serta peningkatan branding Warung Nasi Men Renda.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, kegiatan pengabdian pada Warung Nasi Men Renda diarahkan pada beberapa upaya yang dapat mendukung peningkatan pengelolaan dan daya saing usaha, yaitu:

1) Pengembangan Pemasaran Berbasis Digital
   Upaya ini dilakukan dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperkenalkan Warung Nasi Men Renda kepada masyarakat yang lebih luas. Kegiatan meliputi pengambilan foto dan video produk, penyusunan materi promosi, pembuatan konten, serta pendampingan dalam pengelolaan media sosial. Melalui kegiatan tersebut, mitra diharapkan mampu melakukan promosi secara lebih menarik dan konsisten.Program Penerapan Praktik
2) Penataan Sistem Pencatatan Keuangan Usaha
   Solusi pada aspek keuangan dilakukan melalui pengenalan format pembukuan yang sederhana dan mudah diterapkan dalam aktivitas usaha

sehari-hari. Pemilik didampingi untuk mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran sehingga kondisi arus keuangan dapat diketahui dengan lebih jelas. Penerapan pencatatan tersebut diharapkan membantu pemilik dalam melakukan pengawasan dan evaluasi keuangan usaha.

3) Peningkatan Identitas dan Daya Tarik Usaha
   Pada aspek branding, kegiatan diarahkan pada penyediaan media identitas usaha berupa spanduk. Prosesnya mencakup perancangan tampilan, pemilihan informasi yang perlu ditampilkan, pencetakan, hingga pemasangan pada lokasi usaha. Media tersebut diharapkan dapat memperjelas identitas Warung Nasi Men Renda, meningkatkan visibilitas lokasi, dan membantu masyarakat lebih mudah mengenali usaha.

Dengan adanya ketiga solusi tersebut, kegiatan pengabdian diharapkan dapat membantu Warung Nasi Men Renda dalam memperluas pemasaran, meningkatkan keteraturan pengelolaan keuangan, serta memperkuat identitas usaha secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Warung Nasi Men Renda dilakukan secara bertahap dengan menyesuaikan kondisi dan kebutuhan mitra. Setiap tahapan melibatkan pemilik usaha agar program yang diberikan dapat dipahami dan diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

1) Identifikasi Kondisi Mitra
2) Kegiatan diawali dengan pengamatan langsung terhadap aktivitas Warung Nasi Men Renda. Identifikasi dilakukan untuk mengetahui kondisi pemasaran, pencatatan keuangan, serta identitas usaha yang telah diterapkan. Hasil identifikasi menjadi dasar dalam menentukan program yang sesuai dengan kebutuhan mitra.
3) Penggalian Informasi
4) Informasi mengenai kondisi dan pengelolaan usaha diperoleh melalui komunikasi langsung dengan pemilik. Tahap ini digunakan untuk memahami kendala yang berkaitan dengan kegiatan promosi, pengelolaan transaksi keuangan, dan pengenalan usaha kepada konsumen.
5) Implementasi Program
6) Setelah permasalahan teridentifikasi, program dilaksanakan melalui tiga kegiatan utama. Pertama, pengembangan promosi digital melalui pembuatan materi foto dan video serta pengelolaan media sosial. Kedua, penerapan pembukuan sederhana untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha. Ketiga, penguatan branding melalui pembuatan dan pemasangan spanduk identitas warung.
7) Pendampingan Mitra

8) Pemilik usaha diberikan pendampingan selama penerapan setiap program. Pendampingan dilakukan agar pemilik tidak hanya menerima hasil kegiatan, tetapi juga memahami cara mengelola media sosial, melakukan pencatatan keuangan, dan memanfaatkan media branding secara mandiri.
9) Evaluasi dan Keberlanjutan
10) Tahap akhir dilakukan melalui monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan program. Evaluasi digunakan untuk mengetahui hasil kegiatan, mengidentifikasi kendala, serta menentukan perbaikan yang diperlukan. Program yang telah diberikan selanjutnya diharapkan dapat diteruskan oleh pemilik untuk mendukung pengembangan Warung Nasi Men Renda secara berkelanjutan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Program optimalisasi promosi digital pada Warung Nasi Men Renda dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan memperkenalkan produk kepada masyarakat melalui media digital. Kegiatan dilaksanakan secara bertahap dengan menghasilkan materi promosi berupa dokumentasi foto produk yang kemudian digunakan sebagai bahan publikasi pada media sosial. Tahapan kegiatan tersebut dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 1. Pengambilan Foto Produk Warung Nasi Men Renda

Kegiatan diawali dengan pengambilan foto produk yang tersedia di Warung Nasi Men Renda. Dokumentasi dilakukan untuk menghasilkan materi visual yang dapat digunakan sebagai bahan promosi. Foto produk dibuat dengan menampilkan makanan secara jelas sehingga calon konsumen dapat memperoleh gambaran mengenai produk yang ditawarkan. Kegiatan ini juga menghasilkan bahan dokumentasi yang dapat digunakan kembali untuk berbagai kebutuhan pemasaran digital.



Gambar 2. Hasil Foto Produk untuk Kebutuhan Promosi

Setelah proses pengambilan gambar selesai, diperoleh beberapa hasil foto produk yang selanjutnya dipilih dan disiapkan sebagai materi promosi. Penyediaan foto produk yang menarik menjadi salah satu bagian penting dalam mendukung pemasaran digital karena tampilan visual dapat membantu menyampaikan informasi mengenai produk kepada calon konsumen. Selain digunakan untuk publikasi, hasil dokumentasi tersebut dapat menjadi arsip visual bagi Warung Nasi Men Renda yang dapat dimanfaatkan kembali dalam pembuatan konten promosi.



Gambar 3. Pembuatan Akun Instagram dan Pengunggahan Konten

Tahap terakhir dilakukan dengan membuat akun Instagram Warung Nasi Men Renda sekaligus mengunggah hasil dokumentasi produk yang telah dipersiapkan sebelumnya. Pembuatan akun Instagram menjadi langkah awal dalam membangun kehadiran usaha pada media digital, sedangkan pengunggahan foto produk digunakan untuk memperkenalkan menu dan keberadaan warung kepada pengguna media sosial. Pemilik usaha juga diberikan arahan mengenai pengelolaan akun dan pentingnya

melakukan pembaruan konten secara berkelanjutan agar Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media promosi usaha dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, kegiatan optimalisasi promosi digital menghasilkan materi foto produk serta akun Instagram yang dapat digunakan sebagai media pemasaran Warung Nasi Men Renda. Program ini memberikan dasar bagi pemilik usaha untuk mulai mengembangkan promosi secara digital dan memperluas informasi mengenai produk kepada masyarakat. Keberlanjutan kegiatan diharapkan dilakukan melalui pengunggahan konten secara rutin dan pemanfaatan media sosial secara konsisten.

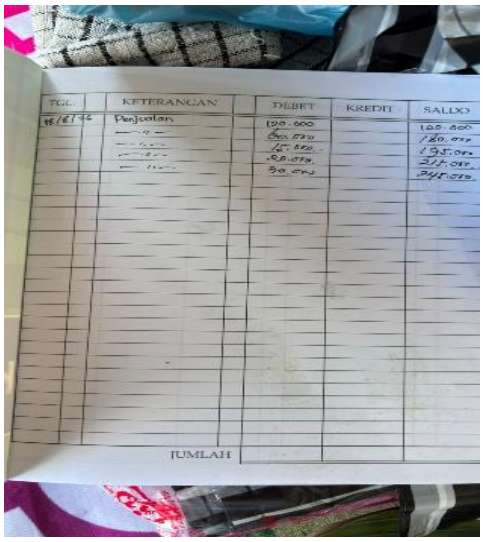
Program yang kedua yaitu, pembuatan pembukuan keuangan sederhana pada Warung Nasi Men Renda yang dilaksanakan untuk membantu pemilik usaha melakukan pencatatan transaksi secara lebih teratur. Kegiatan ini diawali dengan pendampingan dan pemberian arahan mengenai cara melakukan pencatatan pada buku keuangan sederhana, kemudian dilanjutkan dengan pengecekan terhadap pencatatan yang telah dilakukan oleh pemilik usaha.



Gambar 4. Pendampingan dan Arahan Pencatatan Buku Keuangan Sederha

Kegiatan diawali dengan memberikan pendampingan kepada pemilik Warung Nasi Men Renda mengenai tata cara pencatatan keuangan sederhana. Pemilik diberikan arahan untuk mencatat transaksi yang berkaitan dengan pemasukan dan pengeluaran usaha secara rutin. Pendampingan dilakukan dengan menggunakan format yang sederhana dan mudah dipahami sehingga dapat diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Melalui kegiatan ini, pemilik usaha diharapkan dapat memahami pentingnya pencatatan keuangan sebagai dasar untuk mengetahui kondisi keuangan usaha.

 ISSN 2963-2552



Gambar 5. Pengecekan Pencatatan Buku Keuangan Sederhana

Setelah pemilik memperoleh arahan dan mulai melakukan pencatatan, kegiatan dilanjutkan dengan pengecekan terhadap buku keuangan sederhana yang telah dibuat. Pengecekan dilakukan untuk memastikan bahwa pemasukan dan pengeluaran usaha telah dicatat dengan baik serta sesuai dengan transaksi yang terjadi. Pada tahap ini, pemilik juga diberikan arahan apabila masih terdapat bagian pencatatan yang perlu diperbaiki atau dilengkapi. Kegiatan pengecekan diharapkan dapat membantu pemilik membangun kebiasaan mencatat transaksi secara rutin dan teratur.

Melalui kegiatan tersebut, Warung Nasi Men Renda memperoleh sistem pencatatan keuangan sederhana yang lebih terarah. Pencatatan pemasukan dan pengeluaran dapat membantu pemilik mengetahui arus keuangan usaha serta menjadi bahan evaluasi dalam melihat perkembangan usaha. Dengan penerapan yang dilakukan secara konsisten, pembukuan sederhana diharapkan dapat mendukung pengelolaan keuangan Warung Nasi Men Renda secara lebih tertib dan berkelanjutan.

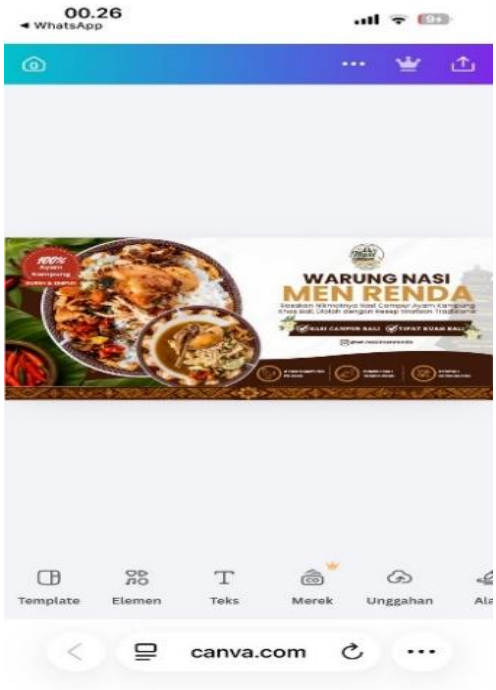
Program yang terakhir yaitu berupa pembuatan spanduk identitas Warung Nasi Men Renda dilaksanakan untuk memperkuat identitas visual sekaligus meningkatkan visibilitas usaha. Kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari pemilihan dan pengukuran lokasi pemasangan, pembuatan desain spanduk, hingga pemasangan spanduk pada lokasi yang telah ditentukan.

 ISSN 2963-2552



Gambar 6. Pemilihan dan Pengukuran Tempat Pemasangan Spanduk

Kegiatan diawali dengan menentukan lokasi yang tepat untuk pemasangan spanduk. Pemilihan lokasi dilakukan dengan mempertimbangkan posisi yang mudah terlihat oleh masyarakat dan pengguna jalan yang melintas di sekitar Warung Nasi Men Renda. Setelah lokasi ditentukan, dilakukan pengukuran area pemasangan untuk memastikan ukuran spanduk sesuai dengan ruang yang tersedia. Tahap ini dilakukan agar spanduk nantinya dapat terpasang dengan baik serta mampu memberikan informasi mengenai identitas usaha secara jelas.



Gambar 7. Pembuatan Desain Spanduk Identitas Warung

Setelah menentukan lokasi dan ukuran spanduk, kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan desain. Desain disusun dengan menampilkan identitas Warung Nasi Men Renda serta informasi yang diperlukan agar mudah dibaca dan dikenali oleh masyarakat. Penyusunan desain juga memperhatikan tampilan visual agar spanduk tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga dapat mendukung citra dan branding usaha. Hal ini sejalan dengan tujuan penguatan branding melalui penyediaan media identitas usaha yang lebih menarik dan informatif.



Gambar 8. Pemasangan Spanduk Identitas Warung

Setelah desain selesai dibuat dan spanduk dipersiapkan, tahap berikutnya adalah pemasangan pada lokasi yang telah ditentukan sebelumnya. Pemasangan dilakukan dengan memastikan posisi spanduk terlihat jelas dari arah jalan dan tidak mengganggu aktivitas di sekitar warung. Keberadaan spanduk diharapkan dapat membantu masyarakat mengenali lokasi Warung Nasi Men Renda dengan lebih mudah serta menjadi media promosi yang dapat dilihat secara langsung oleh calon konsumen.



Gambar 9. Hasil Pemasangan Spanduk Warung Nasi Men Renda

Hasil akhir dari kegiatan ini adalah terpasangnya spanduk identitas Warung Nasi Men Renda pada bagian depan lokasi usaha. Spanduk berfungsi sebagai penanda keberadaan warung sekaligus media branding yang memperjelas identitas usaha. Dengan adanya identitas visual yang lebih jelas, Warung Nasi Men Renda diharapkan lebih mudah dikenali oleh masyarakat dan memiliki tampilan usaha yang lebih menarik.

Secara keseluruhan, pembuatan dan pemasangan spanduk memberikan media identitas visual yang lebih jelas bagi Warung Nasi Men Renda. Selain meningkatkan visibilitas lokasi usaha, spanduk dapat menjadi bagian dari upaya membangun citra usaha yang lebih profesional dan mudah dikenali oleh konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Warung Nasi Men Renda, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian yang dilaksanakan memberikan dukungan terhadap peningkatan pengelolaan dan pengembangan usaha. Kegiatan yang dilakukan mencakup optimalisasi promosi digital, pembuatan pembukuan keuangan sederhana, serta penguatan branding melalui pembuatan dan pemasangan spanduk identitas warung.

Optimalisasi promosi digital menghasilkan akun Instagram dan materi foto produk yang dapat dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas. Penerapan pembukuan keuangan sederhana

membantu pemilik usaha melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara lebih teratur sehingga dapat digunakan untuk memantau kondisi keuangan usaha. Sementara itu, pembuatan dan pemasangan spanduk memberikan identitas visual yang lebih jelas serta membantu meningkatkan visibilitas Warung Nasi Men Renda.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pemilik usaha diharapkan dapat mengelola akun Instagram secara konsisten dengan melakukan pengunggahan konten secara berkala, baik berupa foto produk, informasi menu, maupun aktivitas Warung Nasi Men Renda.
2. Pencatatan keuangan sederhana perlu dilakukan secara rutin setiap terjadi transaksi pemasukan maupun pengeluaran agar kondisi keuangan usaha dapat dipantau dan menjadi bahan evaluasi dalam pengambilan keputusan.
3. Media branding yang telah dibuat perlu dipertahankan dan dirawat agar tetap terlihat jelas dan menarik sehingga dapat terus mendukung identitas serta visibilitas Warung Nasi Men Renda.
4. Pengembangan promosi dapat dilakukan secara bertahap dengan menambah variasi konten dan memanfaatkan fitur media sosial yang relevan untuk meningkatkan interaksi dengan calon konsumen.
5. Keberlanjutan program perlu dilakukan secara mandiri oleh pemilik usaha, sehingga hasil pendampingan tidak hanya memberikan manfaat selama kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berlangsung, tetapi juga dapat mendukung perkembangan usaha dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, R., dkk. (2023). Media sosial sebagai alat digital marketing bagi UMKM.

Jadhav, G. G., Rane, N. L., & Rane, J. (2023). Digital marketing and its impact on SMEs: A systematic literature review. *Journal of International Business Research*.

Panjalu, J. F., Muslikhah, R. R. S., Lestari, T., & Utami, W. (2024). Pemasaran Digital untuk Branding dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Informatika Komputer, Bisnis Dan Manajeme*, *22*(1), 69–79.

Putri, A. Z., Astuti, R. N., & Nusron, L. A. (2022). DETERMINAN KEBERLANJUTAN UMKM MELALUI DIGITALISASI MARKETING ,. *AKMENIKA: JURNAL AKUNTANSI & MANAJEMEN*, *20*(2), 786–796.

Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing umkm. *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*, *I*(1), 29–37.