



DOI: <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v4i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pemberdayaan UMKM Kota Batu melalui Digitalisasi Pemasaran dan Penguatan Literasi Keuangan Usaha

Yuniadi Mayowan¹, Yossi Hendrawan Saraswanto², Nandita Wilda Nisa³

¹Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia, ymayowan@ub.ac.id.

²Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Batu, Jawa Timur, Indonesia, yoselka1304@gmail.com.

³Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Batu, Jawa Timur, Indonesia, Nanditawn58@gmail.com.

Corresponding Author: ymayowan@ub.ac.id¹

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Batu City have great potential alongside the rapid growth of the tourism sector. However, their competitiveness remains hindered by weak product visual identity, the unavailability of structured digital promotional media, and the low financial literacy of business owners. This community service activity aims to enhance the competitiveness and sustainability of MSMEs assisted by the Integrated Business Service Center (PLUT) of KUMKM Batu City through three integrated interventions, namely packaging and visual identity rebranding, the development of digital product catalogs, and training and mentoring in simple financial recording. The activity was carried out by students of Thematic Community Service Program (KKN-T) from the Faculty of Administrative Sciences, Universitas Brawijaya, in partnership with the Department of Cooperatives, Micro Enterprises, Industry, and Trade of Batu City. The implementation methods included partner surveys and coordination, door-to-door mentoring for product photography and interviews, design development, face-to-face training accompanied by hands-on practice, and evaluation through questionnaires and observation. The results of the activity show that partner MSMEs obtained outputs in the form of modern packaging designs and visual identity guidelines, ready-to-distribute digital product catalogs accessible via links and QR codes, as well as financial recording tools including cash books, spreadsheet templates, and independent bookkeeping modules. A total of 15 targeted MSME owners participating in the financial training received and utilized all the tools, achieving a 100% uptake rate, accompanied by an improved understanding of separating personal assets from business capital. This program contributes to the achievement of SDGs 1, 4, 8, and 17.*

Keyword: *MSMEs, Digital Catalogue, Packaging Rebranding, Financial Literacy, PLUT KUMKM*

Abstrak: Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Batu memiliki potensi besar seiring pesatnya sektor pariwisata, namun daya saingnya masih terhambat oleh lemahnya identitas visual produk, belum tersedianya media promosi digital yang terstruktur,

serta rendahnya literasi keuangan pelaku usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM Kota Batu melalui tiga intervensi terintegrasi, yaitu rebranding kemasan dan identitas visual, penyusunan katalog produk digital, serta pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan sederhana. Kegiatan dilaksanakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya bermitra dengan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Batu. Metode pelaksanaan mencakup survei dan koordinasi mitra, pendampingan door-to-door untuk pemotretan dan wawancara produk, perancangan desain, pelatihan tatap muka disertai praktik langsung, serta evaluasi melalui kuesioner dan observasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM mitra memperoleh luaran berupa desain kemasan modern dan panduan identitas visual, katalog produk digital siap sebar melalui tautan dan kode QR, serta perangkat pencatatan keuangan berupa buku kas, template spreadsheet, dan modul pembukuan mandiri. Sebanyak 15 pelaku UMKM sasaran pelatihan keuangan menerima dan memanfaatkan seluruh perangkat dengan capaian 100%, disertai peningkatan pemahaman dalam memisahkan aset pribadi dan modal usaha. Program ini berkontribusi terhadap pencapaian SDGs 1, 4, 8, dan 17.

Kata Kunci: UMKM, Katalog Digital, Rebranding Kemasan, Literasi Keuangan, PLUT KUMKM.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama perekonomian daerah dan penopang penciptaan lapangan kerja di Indonesia. Di tengah percepatan transformasi digital, daya saing UMKM tidak lagi ditentukan semata oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun identitas merek, mengelola promosi yang menarik, serta menata administrasi keuangan usaha secara tertib. Kelemahan pada aspek identitas visual dan kemasan yang kurang menarik kerap menjadi penghambat utama produk lokal untuk menembus pasar yang lebih luas, meskipun produk tersebut memiliki kualitas yang tinggi (Vellina, 2025).

Kota Batu, Provinsi Jawa Timur, dikenal sebagai kota wisata unggulan berbasis alam, edukasi, dan agropolitan. Pesatnya sektor pariwisata memicu pertumbuhan sektor akomodasi, kuliner, dan industri kreatif secara masif, sekaligus membuka peluang pasar yang besar bagi produk lokal. Dalam ekosistem tersebut, Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM Kota Batu—yang berada di bawah naungan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian, dan Perdagangan (DISKUMPERINDAG) Kota Batu—memegang peran vital sebagai fasilitator pembinaan, pendampingan, dan inkubasi bagi sekitar 4.000 UMKM terdaftar dari total potensi 31.000 UMKM yang tersebar di tiga kecamatan (Badan Pusat Statistik Kota Batu, 2026).

Meskipun potensi pasar sangat besar, hasil observasi dan pendataan awal di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM mitra belum mampu memanfaatkan peluang tersebut secara optimal. Tiga permasalahan prioritas teridentifikasi. Pertama, banyak pelaku usaha belum memiliki identitas merek yang jelas; logo dan kemasan produk masih bersifat konvensional tanpa nilai estetika modern. Tindakan rebranding kemasan dan logo terbukti efektif dalam membangun citra merek dan kesadaran merek serta memberikan nilai tambah agar produk mampu memikat konsumen modern (Aisyah & Pudjoprastyono, 2024). Kedua, mayoritas UMKM belum memiliki media promosi visual yang terstruktur berupa katalog produk digital, sehingga kesulitan menawarkan produk secara profesional kepada pasar yang lebih luas. Ketiga, rendahnya literasi keuangan menyebabkan pelaku usaha kerap mencampur

aset pribadi dengan modal usaha dan mengandalkan pencatatan manual yang rentan rusak atau hilang. Kegagalan keberlanjutan usaha mikro mayoritas disebabkan oleh ketidakmampuan pelaku usaha dalam memantau arus kas serta memisahkan pengeluaran rumah tangga dari modal kerja (Astuti et al., 2025).

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat menjadi wahana strategis untuk menjembatani kebutuhan tersebut. Berdasarkan analisis situasi di atas, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan daya saing visual UMKM melalui rebranding kemasan dan penguatan identitas merek; (2) memperluas jangkauan pemasaran melalui penyusunan katalog produk digital yang informatif dan siap sebar; serta (3) memperkuat tata kelola dan literasi keuangan pelaku usaha melalui pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan sederhana. Ketiga tujuan tersebut diselaraskan dengan pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDG 1, 4, 8, dan 17.

METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan oleh mahasiswa KKN-T Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya (FIA UB) Kelompok 49 dan Kelompok 50 dengan mitra utama Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM Kota Batu, yang beralamat di Kelurahan Ngaglik, Kecamatan Batu, Kota Batu. Sasaran kegiatan adalah UMKM binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT), meliputi UMKM lama yang memerlukan pembaruan media visual maupun UMKM baru yang belum memiliki instrumen pemasaran dan pembukuan yang memadai. Penetapan mitra sasaran dilakukan berdasarkan rekomendasi dinas serta penggalian data layanan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT), dengan cakupan wilayah yang meluas ke sekitar Kota Batu.

Pelaksanaan program ditempuh melalui enam tahapan yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah sosialisasi dan pembekalan KKN-T secara daring oleh fakultas, mencakup skema kegiatan, modul acuan, serta penetapan lokasi. Tahap kedua adalah survei awal dan koordinasi dengan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian, dan Perdagangan (DISKUMPERINDAG) yang kemudian mengarahkan kelompok untuk bermitra dengan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM, guna mengurus perizinan, mengidentifikasi permasalahan, dan memetakan karakteristik UMKM. Tahap ketiga adalah pendataan dan pemetaan UMKM sasaran beserta penyusunan jadwal pendampingan. Tahap keempat adalah pelaksanaan program kerja yang terdiri atas tiga klaster intervensi. Tahap kelima adalah monitoring dan evaluasi bersama Dosen Pembimbing Lapangan (DPL). Tahap keenam adalah pelaporan dan penyerahan luaran kepada UMKM mitra dan pihak Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT).

Klaster A. Rebranding Kemasan dan Identitas Visual

Program ini diawali dengan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi kemasan dan kebutuhan merek tiap UMKM, dilanjutkan dengan pemotretan produk, penyusunan konsep rebranding yang lebih modern dan komunikatif melalui pendekatan storytelling, serta perancangan logo dan kemasan multifungsi yang dilengkapi kode QR menuju media informasi.

Klaster B. Penyusunan Katalog Produk Digital dan Konten Promosi

Tim melakukan kunjungan door-to-door untuk wawancara identitas dan spesifikasi produk sekaligus pemotretan produk secara estetis. Data dan foto kemudian diolah melalui penyuntingan, penataan tata letak (layouting), penulisan deskripsi, penetapan harga, dan pencantuman kontak pemesanan, hingga tersusun menjadi katalog digital interaktif berformat PDF maupun tautan yang diakses melalui kode QR. Konten promosi berupa foto dan video produk turut diproduksi untuk mendukung pemasaran melalui media sosial UMKM.

Klaster C. Pelatihan dan Pendampingan Literasi Keuangan

Pelatihan diselenggarakan secara tatap muka di Ruang Pelatihan Gedung Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM Kota Batu dengan materi utama pentingnya pemisahan kas pribadi dan kas usaha, perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), serta tata cara pencatatan arus kas harian. Metode pembelajaran memadukan ceramah, tanya jawab, studi kasus, dan praktik langsung pengisian buku kas serta template pencatatan berbasis spreadsheet yang didampingi anggota kelompok. Setiap peserta menerima buku kas operasional fisik, akses template spreadsheet keuangan digital, dan modul pembukuan mandiri. Keberhasilan program diukur melalui kuesioner tingkat pemahaman dan observasi langsung terhadap pembukuan yang diterapkan pelaku usaha.

Ringkasan keterkaitan antara permasalahan, metode, dan luaran ketiga klaster program disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Keterkaitan Permasalahan, Metode Pelaksanaan, dan Luaran Program

Klaster Program	Metode Pelaksanaan	Luaran
A. Rebranding kemasan & identitas visual	Observasi, pemotretan produk, penyusunan konsep storytelling, perancangan logo & kemasan	Panduan identitas visual (brand guidelines), master file logo, mockup kemasan modern
B. Katalog produk digital & konten promosi	Kunjungan door-to-door, wawancara, editing & layouting, produksi konten	Katalog produk digital (PDF/tautan/QR), konten promosi media sosial
C. Pelatihan & pendampingan literasi keuangan	Pelatihan tatap muka, studi kasus, praktik pengisian buku kas & template, pendampingan	Buku kas operasional, template spreadsheet keuangan, modul pembukuan mandiri

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketiga klaster program berhasil dilaksanakan sesuai rencana dan menghasilkan luaran yang dimanfaatkan langsung oleh UMKM mitra. Uraian hasil dan pembahasan disajikan menurut masing-masing klaster berikut.

Rebranding Kemasan dan Penguatan Identitas Visual

Pada klaster ini, kegiatan diarahkan untuk memperbarui tampilan kemasan UMKM yang semula sederhana dan belum merepresentasikan karakter produk. Melalui pendekatan storytelling, tim menyusun panduan identitas visual (brand guidelines), memperbarui aset logo dalam format digital, serta merancang prototipe (mockup) kemasan modern siap pakai. Hasil rebranding pada UMKM mitra seperti Keripik Dewi Nurjan Mbah Batu dan Cuka Apel Albariqi menghasilkan tampilan produk yang lebih profesional dan komunikatif. Capaian ini sejalan dengan temuan Aisyah dan Pudjoprastyono (2024) bahwa rebranding label kemasan mampu meningkatkan citra merek (brand image) dan kesadaran merek (brand awareness), serta penegasan Vellina (2025) bahwa desain kemasan berbasis estetika modern menjadi faktor penting bagi daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas.



Gambar 1. Beberapa Contoh Penguatan Identitas Visual

Katalog Produk Digital dan Konten Promosi

Pendekatan pendampingan door-to-door yang disertai wawancara terstruktur terbukti efektif menjangkau pelaku usaha secara personal tanpa mengganggu jam operasional mereka. Melalui pendekatan ini, pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya katalog digital sebagai instrumen pemasaran modern meningkat, terutama bagi pelaku usaha yang sebelumnya masih mengandalkan pemasaran konvensional. Sebagai luaran konkret, sebanyak 15 UMKM binaan telah memiliki berkas katalog produk digital secara mandiri yang dapat disebarluaskan melalui WhatsApp Business, media sosial, maupun pemindaian kode QR di tempat usaha. Penggunaan katalog digital berbasis tautan dan kode QR menawarkan efisiensi biaya karena meniadakan biaya cetak sekaligus memperluas jangkauan pemasaran tanpa batas geografis. Hasil ini menguatkan pandangan bahwa penyediaan media promosi visual yang terstruktur mampu meningkatkan nilai persepsi (*perceived value*) produk di mata calon konsumen (Saragih et al., 2024). Rekapitulasi capaian kuantitatif program disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Capaian Kuantitatif Luaran Katalog Digital Dan Perangkat Pencatatan Keuangan

Indikator Capaian	Luaran	Target	Capaian
Katalog produk digital	File PDF/tautan/QR	15 UMKM	15 UMKM (100%)
Buku kas operasional fisik	Paket buku kas	15 paket	15 paket (100%)
Template pencatatan keuangan	Draf spreadsheet	15 draf	15 draf (100%)
Modul pembukuan mandiri	Modul digital	Tersedia	Tersedia

Kendala yang dihadapi pada klaster ini terutama berkaitan dengan keterbatasan jarak sebagian UMKM yang jauh dari pusat kota serta ketersediaan waktu pemilik usaha, sehingga tidak seluruh UMKM dalam daftar awal dapat diwawancarai akibat kesibukan produksi. Kendala tersebut diatasi dengan penjadwalan ulang dan penyesuaian target UMKM berdasarkan kesediaan mitra.

**Gambar 2. Contoh katalog**

Pelatihan dan Pendampingan Literasi Keuangan

Pelatihan pencatatan keuangan sederhana diselenggarakan secara tatap muka di Gedung Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM Kota Batu dan dihadiri oleh para pelaku UMKM binaan. Sesi materi diawali dengan penyampaian pentingnya pengelolaan keuangan yang terpisah antara kas pribadi dan kas usaha, dilanjutkan pemaparan teknik pencatatan transaksi harian secara sistematis dan perhitungan HPP. Pembawaan materi yang lugas dan interaktif mendorong tingginya partisipasi peserta dalam diskusi mengenai kendala pencatatan yang mereka hadapi sehari-hari. Untuk memastikan pemahaman, kegiatan dilanjutkan dengan studi kasus, simulasi, serta praktik langsung pengisian buku kas dan template spreadsheet yang didampingi anggota kelompok.

**Gambar 3. Pelatihan dan Pendampingan Literasi Keuangan**

Pada tahap akhir, seluruh pelaku UMKM sasaran menerima seperangkat instrumen pencatatan keuangan berupa buku kas operasional fisik, akses template spreadsheet keuangan digital, dan modul pembukuan mandiri. Dari aspek kepesertaan, kegiatan berhasil memfasilitasi 15 pelaku UMKM dengan capaian 100% terhadap target, dan seluruh peserta menerima serta memanfaatkan 15 paket buku kas dan 15 draf template pencatatan. Evaluasi melalui kuesioner tingkat pemahaman dan observasi terhadap pembukuan harian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM dalam memisahkan kas pribadi dari kas usaha, serta tata kelola administrasi keuangan yang lebih terstruktur. Temuan ini memperkuat prinsip business entity concept sebagaimana ditegaskan Astuti et al. (2025), bahwa intervensi berupa template dan buku kas praktis memiliki tingkat kemudahan adopsi yang tinggi sehingga aplikatif bagi pelaku usaha dengan literasi teknologi menengah ke bawah.

Kontribusi terhadap SDGs dan Keberlanjutan Program

Secara keseluruhan, rangkaian program memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Penguatan tata kelola keuangan dan perluasan akses pasar mendukung SDG 1 (Tanpa Kemiskinan) melalui stabilitas omzet pelaku usaha; transfer literasi digital dan keuangan mendukung SDG 4 (Pendidikan Berkualitas); formalisasi dan efisiensi operasional usaha mendukung SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi); serta kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku usaha mendukung SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan). Keberlanjutan program diperkuat melalui publikasi kegiatan di media massa daerah serta penyerahan seluruh luaran kepada UMKM dan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) agar dapat terus dimanfaatkan setelah masa KKN-T berakhir. Untuk itu, direkomendasikan agar Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM dan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian, dan Perdagangan (DISKUMPERINDAG) melanjutkan monitoring berkala, dan agar pelaku UMKM menjaga konsistensi identitas visual serta membiasakan pencatatan keuangan secara rutin.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat melalui KKN-T FIA UB di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM Kota Batu berhasil meningkatkan daya saing dan kapasitas UMKM mitra melalui tiga intervensi terintegrasi. Klaster rebranding menghasilkan panduan identitas visual, pembaruan logo, dan mockup kemasan modern yang membuat tampilan produk lebih profesional. Klaster katalog digital menghasilkan katalog produk siap sebar melalui tautan dan kode QR bagi 15 UMKM, sekaligus meningkatkan literasi promosi digital pelaku usaha secara efisien tanpa biaya cetak. Klaster literasi keuangan berhasil membekali 15 pelaku UMKM (capaian 100%) dengan buku kas, template spreadsheet, dan modul pembukuan mandiri, disertai peningkatan pemahaman dalam memisahkan aset pribadi dan modal usaha. Ketiga capaian tersebut menunjukkan bahwa pendampingan yang tepat sasaran mampu mempercepat modernisasi promosi dan penguatan tata kelola UMKM. Implikasinya, sinergi berkelanjutan antara perguruan tinggi, Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM, dan pelaku usaha menjadi kunci agar luaran program tidak berhenti pada masa kegiatan, melainkan terus berkembang sebagai fondasi UMKM yang mandiri, adaptif, dan berdaya saing.

REFERENSI

- Aisyah, K. N., & Pudjoprastyono, H. (2024). *Rebranding label kemasan untuk meningkatkan daya saing dan brand awareness pada UMKM Tahu Crispy Rakhmad*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 6270–6276.
- Astuti, R., Rochim, S. A., Putri, S. S. D., & Muhammad. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui digital marketing dan penerapan akuntansi melalui sistem informasi aplikasi pencatatan keuangan “SIAPIK”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1066–1078.
- Badan Pusat Statistik Kota Batu. (2026). *Kota Batu dalam angka 2026*. Batu: BPS Kota Batu.
- Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. (2026). *Buku pedoman Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)/Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik*. Malang: FIA UB.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2023). *Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 53 Tahun 2023 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi*. Jakarta: Kemendikbudristek.
- Saragih, Q. A., Pasaribu, I. M., & Nasution, M. A. (2023). Pengaruh Desain Visual, Influencer Marketing, Dan Nilai Emosional Terhadap Minat Beli Produk Virtual Pada Game Online Mobile Legends (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Medan). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 826–839. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3846>
- Vellina, V. (2025). Daya saing UMKM melalui desain kemasan produk madu lokal berbasis estetika modern. *Journal of Community Development*, 6(1), 513–522.