

Pelatihan UMKM: Branding Usaha dan Pencatatan Keuangan pada UMKM di Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara

Hanna Meilani Damanik^{1*}, Romindo M Pasaribu², Hendrik E. S Samosir³, Martin Luter Purba⁴, Juara Simanjuntak⁵, Jusmer Sihotang⁶, Mangasa Sinurat⁷

¹⁻⁷Universitas HKBP Nommensen, Jl. Sutomo No. 4A, Medan

E-mail: hannadamanik@uhn.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerk.in.v5i1.7377>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 15 June 2026

Revised: 29 June 2026

Accepted: 12 July 2026

Kata Kunci:

UMKM, branding usaha, pencatatan keuangan, pelatihan, pemberdayaan masyarakat

Keywords:

business branding, financial record-keeping, training, community empowerment

ABSTRACT

Pelaku UMKM di Kecamatan Pantai Labu memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian, namun masih terkendala dalam membangun identitas merek dan pencatatan keuangan sehingga menghambat daya saing dan pengelolaan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam strategi branding dan penyusunan pencatatan keuangan sederhana. Kegiatan dilaksanakan secara partisipatif melalui identifikasi kebutuhan, pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Materi mencakup penyusunan identitas merek, pengembangan kemasan, strategi promosi, pencatatan transaksi, laporan arus kas, dan perhitungan laba-rugi sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang pentingnya branding serta kemampuan menyusun identitas usaha dan pencatatan keuangan sesuai karakteristik usahanya. Antusiasme peserta selama diskusi dan praktik menunjukkan materi yang diberikan relevan dan mudah diterapkan. Kegiatan ini meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Pendampingan berkelanjutan diperlukan agar keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara konsisten guna mendukung keberlanjutan dan pengembangan UMKM di Kecamatan Pantai Labu.

MSMEs in Pantai Labu District have significant potential to support the economy, but they still face challenges in building brand identities and maintaining financial records, thus hampering their competitiveness and business management. This community service activity aims to improve the knowledge and skills of MSMEs in branding strategies and preparing simple financial records. The activity was carried out in a participatory manner through needs identification, training, practice, mentoring, and evaluation. The material covered brand identity development, packaging development, promotional strategies, transaction recording, cash flow reports, and simple profit and loss calculations. The results of the activity demonstrated an increase in participants' understanding of the importance of branding and their ability to develop business identities and financial records according to their business characteristics. The participants' enthusiasm during the discussions and practice demonstrated that the material provided was relevant and easy to apply. This activity increased the capacity of MSMEs to manage their businesses more professionally. Ongoing mentoring is needed so that the acquired skills can be consistently applied to support the sustainability and development of MSMEs in Pantai Labu District.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Hanna Meilani Damanik, et al (2026). Pelatihan UMKM: Branding Usaha dan Pencatatan Keuangan pada UMKM di Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, 5(1) 1039-1045. <https://doi.org/10.31004/jerk.in.v5i1.7377>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena berkontribusi secara signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan

ekonomi, dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Data OECD menunjukkan bahwa pada tahun 2024 jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 56 juta unit atau sekitar 99,9% dari seluruh unit usaha, serta memberikan kontribusi sekitar 59,64% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (OECD, 2026).

Di Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, UMKM berkembang pada berbagai sektor, seperti kuliner, hasil olahan perikanan, perdagangan, kerajinan, dan jasa. Potensi tersebut menjadi modal penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya, terutama pada aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan. Perubahan perilaku konsumen yang semakin digital menuntut pelaku usaha untuk memiliki identitas merek (branding) yang kuat agar mampu bersaing dengan produk sejenis di pasar yang semakin kompetitif.

Branding tidak lagi dipahami sebatas pemberian nama atau logo pada produk, tetapi merupakan proses membangun identitas, citra, dan nilai yang mampu menciptakan kepercayaan serta loyalitas konsumen. UMKM yang memiliki merek yang jelas, kemasan yang menarik, serta strategi promosi yang tepat cenderung memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan usaha yang belum membangun identitas produknya secara konsisten. Sebaliknya, lemahnya branding menyebabkan produk sulit dikenali, memiliki nilai tambah yang rendah, dan sulit memperluas pangsa pasar.

Selain permasalahan branding, aspek pengelolaan keuangan juga masih menjadi tantangan utama bagi sebagian besar pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha belum melakukan pencatatan transaksi secara rutin, bahkan masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Kondisi tersebut mengakibatkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui laba-rugi, mengendalikan arus kas, mengevaluasi kinerja usaha, maupun memenuhi persyaratan administrasi ketika mengajukan pembiayaan kepada lembaga keuangan. OECD juga menegaskan bahwa keterbatasan pencatatan keuangan menjadi salah satu penyebab rendahnya akses UMKM terhadap pembiayaan formal.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pelatihan branding dan penyusunan laporan keuangan sederhana mampu meningkatkan pemahaman serta kompetensi pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara lebih profesional. Pendampingan yang berkelanjutan bahkan terbukti meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam membangun identitas merek, memanfaatkan media digital, serta menyusun laporan keuangan sederhana sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Branding Usaha dan Pencatatan Keuangan bagi UMKM di Pantai Labu. Melalui pelatihan ini diharapkan para pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis dalam membangun identitas usaha yang lebih kuat sekaligus mengelola keuangan secara tertib sehingga mampu meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta mewujudkan usaha yang berkelanjutan.

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola persaingan usaha sehingga kemampuan membangun merek (branding) dan melakukan pencatatan keuangan bukan lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan dasar bagi keberlangsungan UMKM. Persaingan produk yang semakin terbuka mengharuskan setiap pelaku usaha memiliki identitas yang mampu membedakan produknya dari produk pesaing, sekaligus membangun kepercayaan konsumen melalui kualitas dan citra merek yang konsisten. Di sisi lain, pencatatan keuangan yang sederhana namun sistematis menjadi fondasi dalam pengambilan keputusan bisnis. Tanpa adanya pembukuan yang baik, pelaku UMKM akan mengalami kesulitan dalam mengukur keuntungan usaha, mengendalikan biaya operasional, merencanakan pengembangan usaha, maupun memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan. OECD juga menekankan bahwa kualitas informasi keuangan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan akses pembiayaan dan keberlanjutan UMKM.

Bagi pelaku UMKM di Pantai Labu, pelatihan ini menjadi sangat relevan karena sebagian besar usaha masih dikelola secara sederhana dengan keterbatasan pengetahuan mengenai strategi pemasaran modern dan manajemen keuangan. Apabila kondisi tersebut tidak segera ditingkatkan, maka potensi usaha lokal akan sulit berkembang, nilai tambah produk menjadi rendah, dan daya saing UMKM terhadap produk luar daerah akan semakin melemah.

Melalui kegiatan pengabdian ini, peserta akan memperoleh keterampilan praktis mengenai penyusunan identitas merek, desain kemasan, strategi promosi, pemanfaatan media digital, serta penyusunan pencatatan pemasukan, pengeluaran, laba-rugi, dan arus kas secara sederhana. Kompetensi

tersebut diharapkan dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas usaha sehari-hari sehingga meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha, memperkuat kepercayaan konsumen, serta memperbesar peluang memperoleh akses pembiayaan dan ekspansi pasar.

Oleh karena itu, kegiatan Pelatihan Branding Usaha dan Pencatatan Keuangan bagi UMKM di Pantai Labu memiliki urgensi yang tinggi karena menjawab kebutuhan nyata masyarakat, mendukung penguatan kapasitas pelaku UMKM, serta sejalan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM sebagai penggerak utama perekonomian nasional.

UMKM di Kecamatan Pantai Labu memiliki potensi yang besar untuk berkembang karena didukung oleh keberagaman produk lokal, seperti kuliner, hasil olahan perikanan, kerajinan, dan perdagangan. Namun, hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam mengelola dan mengembangkan usahanya. Permasalahan utama terletak pada rendahnya pemahaman mengenai pentingnya branding sebagai strategi membangun identitas usaha dan meningkatkan daya saing produk. Banyak pelaku usaha yang belum memiliki nama merek yang kuat, logo yang representatif, desain kemasan yang menarik, maupun strategi promosi yang mampu meningkatkan nilai tambah produk.

Selain itu, sebagian besar pelaku UMKM belum menerapkan pencatatan keuangan secara sistematis. Transaksi usaha masih dilakukan secara sederhana, bahkan tidak sedikit yang mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui keuntungan usaha, mengendalikan arus kas, menyusun perencanaan bisnis, maupun memenuhi persyaratan administrasi ketika mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan. Apabila kondisi ini tidak segera ditangani, maka peluang UMKM untuk berkembang dan bersaing di tengah perubahan lingkungan bisnis akan semakin terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang memberikan pelatihan mengenai branding usaha dan pencatatan keuangan sederhana agar pelaku UMKM memiliki kemampuan mengelola usaha secara lebih profesional, meningkatkan daya saing produk, serta memperkuat keberlanjutan usahanya.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*), yaitu pendekatan yang menempatkan pelaku UMKM sebagai mitra sekaligus subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena keberhasilan suatu program pengabdian tidak hanya ditentukan oleh materi yang disampaikan, tetapi juga oleh sejauh mana materi tersebut mampu menjawab kebutuhan nyata yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu, seluruh rangkaian kegiatan dirancang agar peserta tidak hanya menerima pengetahuan, tetapi juga terlibat secara aktif dalam proses diskusi, praktik, dan penyelesaian permasalahan yang mereka alami dalam menjalankan usahanya. Melalui pendekatan ini diharapkan setiap materi yang diberikan dapat langsung diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari sehingga memberikan manfaat yang berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap persiapan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemerintah Kecamatan Pantai Labu, pemerintah desa, serta pihak-pihak yang menaungi pelaku UMKM untuk menyusun jadwal kegiatan, menentukan lokasi pelatihan, serta menetapkan peserta yang akan mengikuti program. Selanjutnya, tim melakukan identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi usaha yang dijalankan, hambatan yang dihadapi dalam pemasaran maupun pengelolaan keuangan, serta tingkat pemahaman peserta terhadap konsep branding dan pencatatan keuangan. Informasi yang diperoleh dari proses identifikasi tersebut menjadi dasar dalam menyusun materi pelatihan sehingga lebih relevan dengan kebutuhan dan kondisi riil para pelaku usaha.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan. Kegiatan ini disusun secara interaktif dengan memadukan metode ceramah, diskusi, studi kasus, demonstrasi, dan praktik langsung agar peserta lebih mudah memahami materi yang diberikan. Pada sesi pertama, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya branding sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing usaha. Materi yang disampaikan meliputi cara membangun identitas merek, menentukan nama usaha yang mudah diingat, merancang logo dan slogan yang mencerminkan karakter produk, mengembangkan desain kemasan yang menarik, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Penyampaian materi

dilengkapi dengan contoh-contoh UMKM yang berhasil membangun merek produknya sehingga peserta memperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai penerapan branding dalam dunia usaha.

Sesi selanjutnya difokuskan pada pengelolaan keuangan usaha. Dalam sesi ini peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha sebagai langkah awal menuju pengelolaan bisnis yang lebih profesional. Selain itu, peserta juga dilatih melakukan pencatatan transaksi harian, menyusun laporan arus kas sederhana, menghitung laba dan rugi usaha, serta mengelola modal kerja secara lebih efektif. Seluruh materi disampaikan menggunakan contoh-contoh transaksi yang dekat dengan aktivitas usaha peserta sehingga lebih mudah dipahami dan dapat langsung dipraktikkan.

Untuk memperkuat pemahaman peserta, setelah sesi penyampaian materi dilakukan kegiatan praktik dan pendampingan. Pada tahap ini, setiap pelaku UMKM dibimbing secara langsung untuk mulai menyusun identitas merek usahanya, mengevaluasi tampilan kemasan produk, serta membuat format pencatatan keuangan yang sesuai dengan karakteristik usahanya masing-masing. Tim pengabdian juga memberikan konsultasi kepada peserta yang masih mengalami kesulitan sehingga setiap permasalahan dapat didiskusikan dan dicarikan solusi bersama. Pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menerapkan hasil pelatihan setelah kegiatan selesai.

Sebagai tahap akhir, dilakukan evaluasi untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan program. Evaluasi dilakukan melalui pemberian pre-test dan post-test guna mengukur peningkatan pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Selain itu, tim juga melakukan observasi terhadap hasil praktik yang telah dikerjakan peserta serta menyebarkan kuesioner kepuasan untuk memperoleh masukan mengenai kualitas materi, metode penyampaian, dan manfaat kegiatan. Hasil evaluasi tersebut tidak hanya digunakan untuk mengukur keberhasilan program, tetapi juga menjadi dasar dalam merancang tindak lanjut dan penyempurnaan kegiatan pengabdian pada masa yang akan datang.

Keberhasilan kegiatan ini diukur dari meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya branding usaha dan pencatatan keuangan, meningkatnya kemampuan peserta dalam menyusun identitas merek serta melakukan pembukuan sederhana, dan tumbuhnya komitmen pelaku UMKM untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh dalam pengelolaan usahanya. Dengan metode yang bersifat partisipatif, interaktif, dan berbasis praktik, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberikan dampak yang nyata terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Kecamatan Pantai Labu. Pada akhirnya, peningkatan kapasitas tersebut diharapkan dapat memperkuat daya saing usaha, memperluas peluang pasar, meningkatkan kualitas pengelolaan bisnis, serta mendukung terciptanya UMKM yang lebih mandiri dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjalankan berbagai jenis usaha, antara lain kuliner, olahan hasil perikanan, perdagangan, dan kerajinan. Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan peserta melalui observasi dan diskusi langsung. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki produk yang cukup potensial untuk dikembangkan, namun masih menghadapi kendala dalam membangun identitas usaha dan mengelola keuangan secara tertib. Sebagian besar peserta belum memiliki strategi branding yang jelas, sementara pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana, bahkan beberapa pelaku usaha belum memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usahanya.

Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi peserta bukan terletak pada kualitas produk, melainkan pada aspek pengelolaan usaha. Produk yang dihasilkan sebenarnya memiliki peluang untuk bersaing di pasar yang lebih luas, tetapi belum didukung oleh identitas merek yang mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen. Di sisi lain, keterbatasan dalam melakukan pencatatan keuangan menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui perkembangan usahanya, menghitung keuntungan secara akurat, maupun menyusun perencanaan usaha untuk jangka panjang.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang berfokus pada dua aspek utama, yaitu branding usaha dan pencatatan keuangan sederhana. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui ceramah, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung sehingga peserta

tidak hanya memahami konsep, tetapi juga memperoleh kesempatan untuk menerapkannya sesuai dengan kondisi usahanya masing-masing.

Pada sesi branding, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya membangun identitas usaha sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing produk. Diskusi berlangsung secara aktif karena sebagian besar peserta menyampaikan pengalaman mereka dalam memasarkan produk yang masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Banyak peserta yang menyadari bahwa selama ini mereka belum memberikan perhatian terhadap nama merek, desain logo, maupun tampilan kemasan, padahal aspek-aspek tersebut menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih produk. Setelah memperoleh penjelasan dan contoh-contoh praktik yang berhasil, peserta mulai memahami bahwa branding bukan hanya berkaitan dengan tampilan visual, tetapi juga merupakan upaya membangun citra, kepercayaan, dan nilai tambah produk di mata konsumen.

Pada sesi praktik, peserta didampingi untuk mengevaluasi identitas usahanya masing-masing. Beberapa peserta mulai memperbaiki nama merek agar lebih mudah diingat, menyusun konsep logo yang lebih sederhana namun menarik, serta mendiskusikan alternatif desain kemasan yang lebih informatif dan memiliki daya tarik visual. Pendampingan ini memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam menerapkan materi yang telah diperoleh sehingga proses belajar menjadi lebih kontekstual dan mudah dipahami.

Materi berikutnya difokuskan pada pencatatan keuangan sederhana. Dalam sesi ini peserta diperkenalkan pada pentingnya memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi sebagai langkah awal dalam membangun tata kelola usaha yang lebih baik. Selanjutnya peserta dilatih mencatat transaksi harian, mengelompokkan pemasukan dan pengeluaran, menghitung laba-rugi, serta menyusun laporan arus kas sederhana. Contoh-contoh transaksi yang digunakan disesuaikan dengan aktivitas usaha peserta sehingga mereka lebih mudah memahami proses pencatatan dan manfaatnya dalam pengelolaan usaha.

Selama kegiatan berlangsung terlihat adanya perubahan cara pandang peserta terhadap pentingnya administrasi keuangan. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta menganggap pencatatan keuangan sebagai sesuatu yang rumit dan hanya diperlukan oleh usaha berskala besar. Namun setelah mengikuti pelatihan dan melakukan praktik secara langsung, peserta mulai memahami bahwa pembukuan sederhana justru dapat membantu mereka mengetahui kondisi usaha, mengendalikan pengeluaran, serta menjadi dasar dalam mengambil keputusan bisnis. Perubahan persepsi ini merupakan salah satu capaian penting karena menjadi langkah awal menuju pengelolaan usaha yang lebih profesional.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pemberian *pre-test* dan *post-test*, observasi selama praktik, serta diskusi reflektif di akhir kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep branding dan pencatatan keuangan. Peserta juga mampu menyusun rancangan identitas merek dan format pembukuan sederhana yang dapat langsung digunakan dalam kegiatan usahanya. Selain itu, antusiasme peserta selama sesi diskusi dan praktik menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka dan memiliki manfaat yang dapat dirasakan secara langsung.

Hasil kegiatan ini memperkuat berbagai penelitian yang menyatakan bahwa penguatan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan branding dan manajemen keuangan merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing usaha. Branding yang baik mampu meningkatkan nilai tambah produk serta memperkuat kepercayaan konsumen, sedangkan pencatatan keuangan yang tertib memberikan informasi yang dibutuhkan pelaku usaha dalam mengelola modal, mengendalikan biaya operasional, dan merencanakan pengembangan usaha. Dengan demikian, kedua aspek tersebut saling melengkapi dalam mendukung keberlanjutan UMKM.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Pantai Labu. Meskipun perubahan yang terjadi masih berada pada tahap awal, kegiatan ini telah menumbuhkan kesadaran peserta mengenai pentingnya membangun usaha yang tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga dikelola secara profesional melalui penguatan identitas merek dan pengelolaan keuangan yang lebih tertib. Ke depan, pendampingan yang berkelanjutan sangat diperlukan agar pengetahuan yang telah diperoleh selama pelatihan dapat diterapkan secara konsisten sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha para pelaku UMKM.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Pelatihan *Branding* Usaha dan Pencatatan Keuangan bagi UMKM di Kecamatan Pantai Labu telah memberikan manfaat yang positif bagi para pelaku usaha. Selama kegiatan berlangsung, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai pentingnya membangun identitas merek dan mengelola keuangan usaha, tetapi juga mendapatkan kesempatan untuk mempraktikkan materi tersebut sesuai dengan karakteristik usahanya masing-masing. Pendekatan yang bersifat partisipatif dan berbasis praktik membuat peserta lebih mudah memahami materi serta mampu mengaitkannya dengan permasalahan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya branding sebagai strategi untuk meningkatkan nilai tambah produk dan memperkuat daya saing usaha. Selain itu, peserta juga mulai memahami bahwa pencatatan keuangan yang sederhana dan dilakukan secara konsisten merupakan langkah penting dalam mengetahui kondisi usaha, mengendalikan arus kas, serta mendukung pengambilan keputusan bisnis. Perubahan cara pandang ini menjadi modal awal bagi pelaku UMKM untuk mengelola usahanya secara lebih profesional dan berkelanjutan.

Meskipun demikian, peningkatan kapasitas pelaku UMKM tidak dapat dicapai hanya melalui satu kali pelatihan. Diperlukan pendampingan dan pembinaan secara berkelanjutan agar pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh benar-benar diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Oleh karena itu, sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, lembaga pendamping UMKM, dan para pelaku usaha perlu terus diperkuat sehingga program pemberdayaan dapat memberikan dampak yang lebih luas. Dengan adanya kolaborasi tersebut, diharapkan UMKM di Kecamatan Pantai Labu semakin mampu meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

Keberhasilan pelaksanaan pelatihan ini menjadi langkah awal dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kecamatan Pantai Labu. Agar manfaat kegiatan dapat dirasakan secara berkelanjutan, diperlukan program pendampingan lanjutan yang lebih intensif. Pendampingan tersebut dapat difokuskan pada implementasi branding yang telah dirancang peserta, seperti penyempurnaan logo, desain kemasan, pembuatan materi promosi, serta pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana pemasaran produk.

Pada aspek pengelolaan keuangan, pelaku UMKM juga perlu mendapatkan pendampingan berkala agar pencatatan keuangan yang telah diperkenalkan selama pelatihan dapat diterapkan secara konsisten. Pendampingan ini dapat dilakukan melalui monitoring rutin, konsultasi, maupun pelatihan lanjutan mengenai penyusunan laporan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, penentuan harga pokok produk, hingga perencanaan keuangan usaha. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak hanya mampu melakukan pembukuan, tetapi juga memanfaatkan informasi keuangan sebagai dasar dalam mengambil keputusan bisnis.

Selain itu, perlu dibangun kolaborasi yang lebih erat antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, lembaga keuangan, komunitas UMKM, dan sektor swasta dalam mendukung pengembangan usaha mikro. Sinergi tersebut dapat diwujudkan melalui program inkubasi bisnis, fasilitasi sertifikasi produk, pendampingan perizinan usaha, pelatihan pemasaran digital, serta perluasan akses terhadap sumber pembiayaan. Kolaborasi yang berkelanjutan akan memberikan dukungan yang lebih komprehensif bagi pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan dunia usaha yang semakin kompetitif.

Sebagai tindak lanjut, tim pengabdian juga merekomendasikan dilakukannya evaluasi dampak dalam jangka menengah, misalnya enam hingga dua belas bulan setelah pelatihan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peserta telah menerapkan hasil pelatihan dalam kegiatan usahanya, mengidentifikasi kendala yang masih dihadapi, serta mengukur perubahan yang terjadi, seperti peningkatan kualitas branding, konsistensi pencatatan keuangan, pertumbuhan penjualan, maupun perkembangan usaha secara keseluruhan. Hasil evaluasi tersebut dapat menjadi dasar dalam menyusun program pengabdian berikutnya yang lebih tepat sasaran dan memberikan dampak yang lebih luas bagi pengembangan UMKM di Kecamatan Pantai Labu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan Pelatihan Branding Usaha dan Pencatatan Keuangan bagi UMKM di Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang dapat terlaksana dengan baik: 1) Pimpinan Universitas HKBP Nommensen atas dukungan akademik dan kelembagaan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. 2) Pemerintah Kecamatan Pantai Labu beserta pemerintah desa yang telah memfasilitasi koordinasi dan pelaksanaan kegiatan, sehingga seluruh rangkaian program dapat berjalan dengan lancar. 3) Seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Pantai Labu yang telah berpartisipasi secara aktif, menunjukkan antusiasme yang tinggi selama pelatihan, serta berbagi pengalaman dan tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan usahanya. 4) Seluruh anggota tim pengabdian, mahasiswa yang terlibat sebagai pendamping, serta semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik dalam bentuk tenaga, pemikiran, maupun dukungan teknis selama proses persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Diharapkan kerja sama yang telah terjalin dapat terus berlanjut melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat lainnya sehingga memberikan manfaat yang lebih luas bagi pengembangan UMKM dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

REFERENSI

- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). Ikatan Akuntan Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Global ed.). Pearson Education Limited.
- OECD. (2018). *SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264306264-en>
- OECD. (2024). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2024: An OECD Scoreboard*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/fa521246-en>
- Ries, A., & Ries, L. (2002). *The 22 Immutable Laws of Branding*. Harper Business.
- Wahyuni, P. D., Suroso, E., & Marsyaf. (2025). Enhancing the competitiveness of MSMEs through branding optimization and financial reporting in Kembangan Selatan Subdistrict. *International Journal of Community Service*, 5(3), 373–380.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93.
- Yusuf, M., Rahayu, S., & Nugraha, D. (2023). Digital branding strategy to improve the competitiveness of micro, small, and medium enterprises. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 145–154.