

PEMBUATAN LOGO USAHA DAN PELATIHAN PENGELOLAAN KEUANGAN BERBASIS DIGITAL PADA UMKM JAJAN UPAKARA DESA BLAHBATUH

Putri Agung Permata Sari^{1*)}, Made Pradnyan Permana Usadi²⁾, Ni Wayan
Sintia Dewi³⁾, Ni Kadek Ayu Sepiani⁴⁾

^{1,2,3,4)}Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email: putri.agung@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan identitas usaha dan kemampuan pengelolaan keuangan digital pada UMKM jajan upakara di Desa Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, Bali. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum optimalnya *branding* usaha serta pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara konvensional. Metode pelaksanaan meliputi observasi awal, identifikasi kebutuhan mitra, perancangan logo sesuai karakteristik produk, serta pelatihan dan pendampingan penggunaan laporan keuangan digital sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memperoleh logo usaha yang lebih representatif dan mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan yang sistematis dan mudah dipantau. Selain itu, kegiatan ini mendorong peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya *branding* dan pengelolaan keuangan digital dalam mendukung keberlanjutan usaha. Program ini memberikan kontribusi praktis bagi penguatan daya saing UMKM lokal berbasis potensi desa.

Kata Kunci: UMKM, logo usaha, laporan keuangan digital, *branding*

ANALISIS SITUASI

Desa Blahbatuh merupakan salah satu desa di Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, yang memiliki potensi besar di bidang seni, budaya, dan ekonomi kreatif. Kehidupan masyarakat yang erat dengan pelaksanaan upacara adat dan keagamaan mendorong berkembangnya UMKM, khususnya usaha jajan upakara sebagai sarana banten (Sekarini et al., 2025). UMKM ini tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi bagian penting dalam menjaga kelestarian tradisi dan kearifan lokal Bali (Uran, 2026).

Meskipun memiliki potensi yang besar, umumnya UMKM jajan upakara masih menghadapi berbagai tantangan terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin modern (Sudirga et al., 2023), tidak terkecuali UMKM di Kecamatan Blahbatuh. Sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan usahanya secara tradisional, sehingga belum mampu memaksimalkan aspek pemasaran. Berdasarkan hasil observasi, salah satu kendala utama adalah belum adanya identitas visual yang kuat, seperti logo produk, yang berfungsi sebagai ciri khas dan daya tarik bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan Sary (2025) yang menemukan 70-80% usaha mikro masih kekurangan identitas visual.

Permasalahan lain juga ditemukan pada aspek pengelolaan keuangan UMKM jajan upakara di Blahbatuh. Mayoritas pelaku UMKM masih menggunakan pencatatan secara manual yang berisiko terhadap kesalahan pencatatan dan kurang efisien dalam memantau arus kas usaha. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengetahui secara pasti keuntungan yang diperoleh serta menghambat akses terhadap sumber permodalan. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital memang membuka peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas pengelolaan usaha. Transformasi digital tidak hanya sekadar mengikuti tren, tetapi menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing (Elsa et al., 2025). Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi menjadi salah satu hambatan utama yang perlu diatasi (Anwar et., 2023).

Kombinasi visual *branding* dan pengelolaan keuangan digital menjadi strategi yang saling melengkapi dalam meningkatkan daya saing UMKM (Usadi & Oktaviani, 2025). Dalam hal ini, diperlukan upaya pendampingan yang terarah melalui pembuatan desain logo sebagai bentuk penguatan *branding* serta pelatihan pengelolaan laporan keuangan berbasis digital. Program pengabdian masyarakat ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi di atas, maka rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah :

1. Bagaimana meningkatkan identitas usaha UMKM jajan upakara melalui pembuatan logo yang menarik dan representatif?
2. Bagaimana meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam pengelolaan laporan keuangan yang tertib dan terstruktur?
3. Bagaimana mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam pencatatan laporan keuangan UMKM?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Blahbatuh, solusi yang diberikan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan Logo Usaha: Memberikan pendampingan dalam merancang logo yang menarik dan sesuai dengan karakteristik usaha jajan upakara, sehingga dapat meningkatkan identitas dan daya tarik produk.
2. Pelatihan Pengelolaan Keuangan: Memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai cara pencatatan keuangan yang sederhana, tertib, dan terstruktur agar memudahkan dalam memantau kondisi usaha.

3. Penerapan Sistem Keuangan Berbasis Digital: Mengenalkan dan melatih penggunaan format laporan keuangan berbasis digital yang mudah digunakan, sehingga pelaku UMKM dapat mengelola keuangan secara lebih efisien dan modern.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, dengan menggunakan metode partisipatif, yaitu melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Kegiatan ini diawali pada tanggal 9 Maret 2026 dengan tahap observasi yang bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Pada tahap ini, dilakukan diskusi secara langsung dengan pemilik usaha terkait kendala yang dialami, khususnya dalam hal kemasan produk yang masih kurang menarik dan belum memiliki identitas visual yang kuat. Selanjutnya, pada tanggal 10 Maret 2026 dilakukan pelaksanaan kegiatan hari pertama. Kegiatan difokuskan pada pembuatan desain logo yang lebih menarik dan sesuai dengan karakter usaha. Proses ini dilakukan secara interaktif, di mana tim secara langsung menerima masukan dari pemilik usaha untuk kemudian dilakukan revisi hingga mencapai hasil yang diinginkan.

Pada tanggal 11 Maret 2026, kegiatan dilanjutkan ke pelaksanaan hari kedua. Dalam tahap ini dilakukan penyerahan hasil cetakan stiker logo kepada pemilik usaha sebagai bentuk implementasi dari desain yang telah dibuat. Selain itu, tim juga memberikan pelatihan terkait pencatatan laporan keuangan secara digital guna membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan dengan lebih sistematis. Kegiatan ini diakhiri dengan sesi tanya jawab yang membahas kesan serta manfaat yang dirasakan oleh pemilik usaha setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

Tahap akhir dilaksanakan pada tanggal 9 April 2026 yaitu evaluasi. Pada tahap ini dilakukan pengamatan langsung untuk menilai sejauh mana keberhasilan kegiatan, khususnya dalam penerapan pencatatan keuangan digital oleh pemilik usaha. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari pelatihan yang telah diberikan serta sebagai bahan perbaikan untuk kegiatan selanjutnya.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM jajan upakara di Desa Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, Bali. Program ini diarahkan untuk menjawab dua persoalan utama mitra, yaitu lemahnya identitas visual produk dan belum optimalnya pencatatan keuangan usaha secara digital. Kedua persoalan tersebut memiliki keterkaitan langsung dengan keberlanjutan UMKM karena produk yang belum memiliki identitas visual yang kuat cenderung sulit dibedakan dari produk sejenis, sedangkan pencatatan keuangan yang belum tertib dapat menyulitkan pelaku

usaha dalam memantau arus kas, menghitung keuntungan, serta mengambil keputusan usaha secara tepat.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui kunjungan observasi dan diskusi langsung dengan pemilik usaha. Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM jajan upakara di Desa Blahbatuh telah memiliki potensi produk yang cukup baik karena berkaitan dengan kebutuhan masyarakat terhadap sarana upakara di Bali. Namun, potensi tersebut belum didukung oleh tampilan kemasan dan identitas visual yang memadai. Produk masih dipasarkan dengan tampilan sederhana sehingga belum memiliki pembeda yang kuat dari produk sejenis.

Kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan UMKM tidak hanya berkaitan dengan kualitas produk, tetapi juga dengan kemampuan membangun citra usaha. Dalam konteks usaha kecil, logo dan kemasan tidak sekadar berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang memperkenalkan nama usaha, karakter produk, dan kesan profesional kepada konsumen. Temuan ini sejalan dengan beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pembaruan logo, kemasan, dan identitas visual dapat meningkatkan persepsi profesional, daya tarik produk, serta daya saing UMKM lokal.

Selain permasalahan *branding*, hasil observasi juga menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan mitra masih dilakukan secara konvensional. Pencatatan pemasukan dan pengeluaran belum dilakukan secara rutin dan sistematis. Akibatnya, pemilik usaha belum memiliki gambaran yang jelas mengenai perkembangan pendapatan, biaya produksi, laba usaha, maupun kebutuhan modal. Kondisi ini menjadi dasar pentingnya pelatihan pencatatan laporan keuangan digital yang sederhana, praktis, dan sesuai dengan kemampuan pelaku UMKM.



Gambar 1. Kunjungan observasi pada UMKM jajan upakara (Sumber : Dokumentasi,2026)

2. Perencanaan Kegiatan

Setelah permasalahan mitra teridentifikasi, tahap berikutnya adalah

menyusun perencanaan kegiatan. Perencanaan ini dilakukan agar program pengabdian dapat berjalan secara terarah, sesuai kebutuhan mitra, dan menghasilkan luaran yang dapat langsung dimanfaatkan oleh pelaku UMKM. Pada tahap ini, tim menyusun dua bentuk kegiatan utama, yaitu perancangan desain logo usaha dan pelatihan pencatatan laporan keuangan berbasis digital.

Perencanaan desain logo dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik usaha jajan upakara, nilai lokal yang melekat pada produk, serta kebutuhan mitra terhadap identitas visual yang sederhana, menarik, dan mudah dikenali. Tim juga menyiapkan konsep desain yang dapat diaplikasikan pada kemasan produk dalam bentuk stiker. Hal ini dilakukan agar logo yang dihasilkan tidak hanya bersifat visual, tetapi juga dapat langsung digunakan dalam aktivitas pemasaran produk.

Sementara itu, perencanaan pelatihan pencatatan keuangan digital disusun dengan menyesuaikan kemampuan dan kebutuhan pelaku UMKM. Materi pelatihan difokuskan pada pencatatan sederhana yang mencakup pemasukan, pengeluaran, biaya produksi, dan keuntungan usaha. Format pencatatan dibuat sederhana agar mudah dipahami dan dapat diterapkan secara mandiri oleh pemilik usaha. Dengan demikian, tahap perencanaan ini menjadi dasar penting agar kegiatan tidak bersifat umum, tetapi benar-benar menjawab permasalahan nyata yang dihadapi mitra.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui dua bentuk pendampingan utama, yaitu pendampingan pembuatan logo usaha dan pelatihan pencatatan keuangan digital. Pada kegiatan pendampingan logo, tim melibatkan pemilik usaha secara aktif dalam proses perancangan. Pemilik usaha diberikan kesempatan untuk menyampaikan masukan mengenai bentuk, warna, tulisan, dan kesan visual yang diharapkan. Proses ini dilakukan secara interaktif agar logo yang dihasilkan sesuai dengan karakter usaha dan dapat diterima oleh mitra.

Hasil dari pendampingan ini adalah tersusunnya desain logo yang lebih representatif untuk UMKM jajan upakara. Logo tersebut kemudian dicetak dalam bentuk stiker dan diserahkan kepada pemilik usaha untuk digunakan pada kemasan produk. Penggunaan stiker logo memberikan perubahan pada tampilan produk, yaitu produk terlihat lebih rapi, memiliki identitas, dan lebih mudah dikenali oleh konsumen. Dengan adanya logo, produk tidak lagi hanya dipasarkan sebagai produk rumahan biasa, tetapi mulai memiliki citra usaha yang lebih profesional.

Selain pendampingan logo, kegiatan juga dilanjutkan dengan pelatihan pencatatan keuangan berbasis digital. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemilik UMKM dalam mencatat transaksi usaha secara lebih tertib dan sistematis. Materi pelatihan diberikan secara praktis,

mulai dari cara mencatat pemasukan, pengeluaran, biaya bahan baku, biaya produksi, hingga perhitungan keuntungan sederhana.

Pelatihan pencatatan keuangan digital memberikan pemahaman kepada mitra bahwa pengelolaan keuangan tidak hanya penting bagi usaha besar, tetapi juga sangat dibutuhkan oleh UMKM. Melalui pencatatan yang baik, pemilik usaha dapat mengetahui kondisi keuangan secara lebih jelas, memantau perkembangan usaha, serta mengambil keputusan secara lebih tepat. Misalnya, pemilik usaha dapat mengetahui apakah harga jual sudah sesuai dengan biaya produksi atau apakah pengeluaran tertentu perlu dikendalikan.



Gambar 2. Melakukan sketsa desain logo sesuai keinginan pemilik usaha (Sumber:Dokumentasi,2026)

4. Evaluasi Kegiatan

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil kegiatan dapat diterapkan oleh mitra. Evaluasi difokuskan pada dua aspek utama, yaitu penggunaan logo pada kemasan produk dan penerapan pencatatan keuangan digital. Berdasarkan hasil pengamatan, logo yang telah dibuat mulai digunakan oleh pemilik usaha dalam bentuk stiker pada kemasan produk. Hal ini menunjukkan bahwa luaran kegiatan dapat dimanfaatkan secara langsung oleh mitra.

Pada aspek pencatatan keuangan, pemilik usaha mulai memahami pentingnya mencatat pemasukan dan pengeluaran secara teratur. Meskipun penerapannya masih memerlukan pembiasaan, pelatihan yang diberikan telah membantu mitra memahami alur dasar pencatatan keuangan digital. Pemilik usaha tidak lagi hanya mengandalkan ingatan dalam menghitung transaksi, tetapi mulai diarahkan untuk mencatat aktivitas keuangan secara lebih tertib. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan dasar pelaku UMKM. Dampak tersebut terlihat dari adanya perubahan pada tampilan produk melalui penggunaan logo serta meningkatnya kesadaran mitra

terhadap pentingnya pencatatan keuangan.



Gambar 3. Penyerahan logo desain jajan dan pendampingan pelatihan tentang laporan keuangan *digital*

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM jajan upakara di Desa Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, menunjukkan bahwa pendampingan berbasis kebutuhan mitra dapat memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kapasitas usaha. Permasalahan utama yang ditemukan adalah belum optimalnya identitas visual produk serta pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara konvensional. Melalui kegiatan observasi, perencanaan, pendampingan pembuatan logo, pelatihan pencatatan keuangan digital, dan evaluasi, program ini mampu memberikan luaran konkret berupa desain logo, stiker kemasan, serta peningkatan pemahaman mitra dalam mengelola keuangan usaha secara lebih tertib dan sistematis.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penggunaan logo pada kemasan membantu produk UMKM memiliki identitas visual yang lebih jelas, menarik, dan mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, pelatihan pencatatan keuangan digital mendorong pelaku usaha untuk mulai mencatat pemasukan dan pengeluaran secara lebih terstruktur. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan tampilan produk, tetapi juga memperkuat aspek manajemen usaha. Program pengabdian ini dapat dinilai berhasil meningkatkan kesadaran dan keterampilan dasar pelaku UMKM dalam membangun *branding* usaha serta menerapkan pencatatan keuangan digital sebagai upaya mendukung keberlanjutan dan daya saing usaha lokal.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, pelaku UMKM disarankan untuk menggunakan logo secara konsisten pada setiap kemasan produk agar identitas usaha semakin kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, pencatatan keuangan digital perlu dilakukan secara rutin agar pemilik usaha dapat memantau perkembangan pendapatan, pengeluaran, keuntungan, dan kebutuhan modal secara lebih akurat. Konsistensi dalam

pencatatan keuangan menjadi penting agar pelaku usaha tidak hanya mengandalkan ingatan, tetapi memiliki data yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk memperluas pendampingan pada aspek pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial, katalog produk, dan marketplace agar produk jajan upakara dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, pendampingan lanjutan juga perlu diarahkan pada pengembangan desain kemasan, strategi penetapan harga, serta penyusunan laporan keuangan sederhana yang lebih lengkap. Bagi pihak desa, perguruan tinggi, maupun lembaga pendamping UMKM, program serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan agar pelaku UMKM lokal semakin adaptif terhadap perkembangan teknologi dan memiliki daya saing yang lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, H., Sya'rawi, H., & Pratiwi., E.L. (2023). Faktor Penghambat Daya Saing Usaha Mikrokecil Menengah Kota Banjarmasin Dalam Menghadapi Era Industri 5.0. *Jurnal INTEKNA*, 23(2), pp. 179-183.
- Elsa, D., Indrawati, H., & Caska, C. (2025). Digital transformation in SMEs: global maps and trends of research. *Strategy & Leadership*, 53(2), pp. 132–159.
- Novitasari, N.L.G., Asana, G.H.S., & Suartini, I.A.G.A. (2024). Optimalisasi Pengelolaan Keuangan Untuk Meningkatkan Profitabilitas Pada Umkm Dayu Ngurah Busana Di Pasar Seni Sukawati Bali. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 3(2), pp. 1023–1028
- Sary, K. (2025). Perancangan Visual *Branding* untuk Meningkatkan Identitas dan Daya Saing UMKM Binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN). *Jurnal ABDINUS Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(1), pp. 200-211
- Sekarini, G.A.A., Widhiyanti, A.A.S., & Meliana, N.K.G. (2025). Implementasi *Branding*, Packaging dan Digital Marketing Produk UMKM Sari Yoga. *Jurnal Pustaka Mitra*, 5(3), pp. 83-89.
- Sudirga, I.M., Pratama, P.A.S Pratama, I.P.A.W. (2023). Meningkatkan Pemberdayaan UMKM Usaha Jajanan Upakara. *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 2(1), pp. 126-130.
- Uran, B.E.K.R. (2026). Merawat Kearifan Lokal Lamaholot Studi pada UMKM Qwatex Handycraf. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 4(6), pp. 142-153.
- Usadi, M.P.P. & Oktaviani, P. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Visual *Branding* Dan Pengelolaan Keuangan Digital Pada Kasyaraa Co. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 4(2), pp. 1170–1176.