

Pendampingan Penguatan Tata Kelola Usaha Melalui Branding, Pemasaran Digital, Dan Administrasi Penjualan Pada Bisnis Ultra Mikro Azka Tailor

Fernanda Eka Prasetya^{1*}, Ari Ayu Wardani², Elva Retha Efin Pramesti³, Rafa Aurora Jannati⁴, Richo Diana Aviyanti⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Info Artikel

Email korespondensi:

Fernanda Eka Prasetya

Alamat Email

Fernandaprasetya2005@gmail.com

Keyword:

MSMEs, Branding, Marketing
Digitalization, Problem Based
Learning, Instagram, Google Maps

Kata Kunci:

UMKM, Branding, Digitalisasi
Pemasaran, Problem Based
Learning, Instagram, Google Maps

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in improving the community's economy, but they still face various obstacles, such as limited business identity and low utilization of digital media as a marketing tool. This community service activity aims to increase the visibility and competitiveness of Azka Tailor MSMEs by strengthening their brand identity and digitalizing their marketing. The method used is Problem Based Learning (PBL) with a participatory approach through the stages of needs assessment, solution design, implementation, and evaluation. The program implemented includes the creation of business banners, sales receipts, sewing labels, registration of business locations on Google Maps, and the creation of an Instagram account as a digital promotional medium. The results of the activity indicate that the program has succeeded in increasing business professionalism and facilitating customer access to locations and service information. The impact of the activity is demonstrated by an increase in monthly turnover from IDR 2,000,000 to IDR 3,500,000 or 75%, as well as an increase in the number of new customers from 15 to 20 people per month. These results indicate that strengthening brand identity and utilizing digital media are effective strategies in supporting the development and sustainability of MSMEs.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, namun masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan identitas usaha dan rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM Azka Tailor melalui penguatan branding dan digitalisasi pemasaran. Metode yang digunakan adalah Problem Based Learning (PBL) dengan pendekatan partisipatif melalui tahapan asesmen kebutuhan, perancangan solusi, implementasi, dan evaluasi. Program yang dilaksanakan meliputi pembuatan banner usaha, nota penjualan, label jahitan, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, serta pembuatan akun Instagram sebagai media promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program berhasil meningkatkan profesionalisme usaha dan mempermudah akses pelanggan terhadap lokasi maupun informasi layanan. Dampak kegiatan ditunjukkan oleh peningkatan omzet bulanan dari Rp2.000.000 menjadi Rp3.500.000 atau sebesar 75%, serta bertambahnya jumlah pelanggan baru dari 15 orang menjadi 20



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

orang per bulan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penguatan branding dan pemanfaatan media digital merupakan strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan dan keberlanjutan UMKM.

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) pada beberapa dekade saat ini memiliki peran vital dalam mendorong perekonomian masyarakat, khususnya wilayah pedesaan. Banyaknya lapangan pekerjaan baru yang tercipta dari adanya kegiatan UMKM ini, membuat roda perekonomian lokal kembali maju serta pendapatan harian keluarga menjadi stabil. Namun di balik perkembangannya, masih terdapat berbagai kendala berupa lemahnya tata kelola usaha, terbatasnya identitas usaha, serta optimalisasi teknologi digital sebagai media pemasaran (Pratama et al., 2023). Kondisi tersebut membuat banyak pelaku UMKM bergantung pada pemasaran offline dari mulut ke mulut. Akibatnya, hasil yang diperoleh kurang optimal, karena jangkauan pasar cenderung terbatas serta daya saing usaha kurang berkembang.

Azka Tailor merupakan UMKM jasa jahit rumahan milik Ibu Anik Ekawati yang berlokasi di Desa Tawangrejo, Kecamatan Gemarang, Kabupaten Madiun. Usaha yang telah berjalan selama kurang lebih 15 tahun ini sudah menghasilkan banyak produk jahitan dengan kualitas yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya. Meskipun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa pengelolaan usaha yang sudah berjalan lama ini masih memiliki beberapa kendala yang perlu dibenahi. Mulai dari identitas usaha seperti banner usaha, nota penjualan, dan label jahitan sebagai pendukung citra usaha Azka Tailor. Selain itu, lokasi usaha Azka Tailor yang belum terdaftar di Google Maps membuat akses calon pelanggan baru menjadi terbatas.

Selain itu, di era teknologi digital yang semakin berkembang pesat, pemanfaatan media sosial belum sepenuhnya optimal digunakan sebagai sarana pemasaran. Hal tersebut menyebabkan peluang pasar yang ada belum termanfaatkan secara maksimal. Berbagai penelitian pengabdian terhadap masyarakat yang ada menunjukkan bahwa identitas usaha, tata kelola usaha sederhana, serta pemasaran digital mampu meningkatkan profesionalisme UMKM sekaligus memperluas jangkauan pemasaran. Pendampingan melalui pemanfaatan media sosial dan digital marketing terbukti membantu pelaku usaha mengelola promosi secara lebih efektif, meningkatkan visibilitas produk, serta memperkuat daya saing usaha di tengah perkembangan teknologi informasi (Pratama et al., 2023; Putra et al., 2025). Selain itu, penguatan branding melalui media digital menjadi strategi yang efektif dalam membangun kepercayaan konsumen dan memperluas jaringan pemasaran sehingga usaha memiliki peluang berkembang secara berkelanjutan (Setiawan et al., 2026).

Berdasarkan kondisi yang dialami Azka Tailor, kegiatan Problem Based Learning (PBL) dilaksanakan dalam bentuk pendampingan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh Azka Tailor. Oleh karena itu, program pendampingan difokuskan pada pembuatan identitas usaha berupa banner usaha, nota penjualan, dan label jahitan. kemudian mendaftarkan lokasi usaha pada Google Maps, serta pembuatan akun Instagram (@azka.tailor18) sebagai media promosi digital. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas usaha Azka Tailor, kemudahan pelanggan dalam mengakses lokasi usaha. Serta jangkauan pemasaran semakin luas sehingga jumlah pelanggan meningkat, sehingga omzet usaha bisa naik

secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Azka Tailor milik Ibu Anik Ekawati yang berlokasi di Desa Tawangrejo, Kecamatan Gemarang, Kabupaten Madiun. Metode yang digunakan adalah Problem Based Learning (PBL) dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra selama tahapan kegiatan berlangsung. Pendampingan dilakukan melalui dua cara, yaitu pendampingan langsung ke rumah mitra dan koordinasi secara daring melalui video call WhatsApp. Kegiatan pendampingan berlangsung dimulai dengan tahapan observasi lapangan hingga implementasi program yang selanjutnya disusun secara sistematis agar solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra. Tahapan kegiatan pengabdian meliputi:

1. Asesmen Kebutuhan Usaha

Tim melakukan observasi dan wawancara dengan mitra untuk mengidentifikasi kondisi usaha serta permasalahan yang dihadapi. Hasil menunjukkan bahwa Azka Tailor belum memiliki identitas usaha yang lengkap, lokasi usaha belum terdaftar pada Google Maps serta pembuatan akun Instagram sebagai media pemasaran digital.

2. Perancangan Solusi

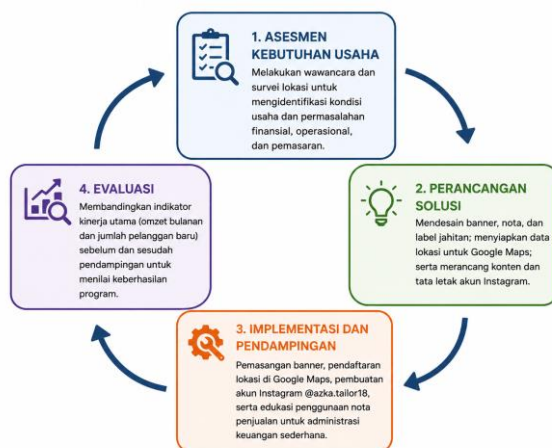
Berdasarkan hasil asesmen, tim menyusun beberapa solusi berupa pembuatan banner usaha, nota penjualan, dan label jahitan. Selain itu, disiapkan data pendukung sebagai syarat pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps serta pembuatan akun Instagram sebagai media pemasaran digital.

3. Implementasi dan Pendampingan

Solusi yang telah disusun kemudian diskusikan bersama mitra, agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan mitra. Kemudian setelah mendapat persetujuan tim melakukan proses cetak kemudian dilanjutkan dengan proses pemasangan mulai dari pemasangan banner usaha, pemberian nota penjualan untuk mendukung administrasi usaha, dan label jahitan. Kemudian pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps serta yang pembuatan akun media sosial Instagram (@azka.tailor18).

4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi usaha sebelum dan sesudah dilaksanakannya kegiatan pendampingan. Indikator yang digunakan meliputi peningkatan omzet bulanan, jumlah pelanggan baru, serta keberhasilan penerapan identitas usaha dan pemasaran digital.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

HASIL

1. Identifikasi Kebutuhan dan Implementasi Solusi

Hasil asesmen menunjukkan bahwa UMKM Azka Tailor masih menghadapi beberapa kendala dalam pengembangan usaha, terutama pada aspek identitas usaha, aksesibilitas lokasi, dan pemasaran digital. Kondisi tersebut menyebabkan usaha belum memiliki citra yang profesional serta jangkauan pemasaran yang masih terbatas. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian menyusun solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra melalui penguatan branding dan digitalisasi pemasaran. Implementasi solusi dilakukan secara bertahap agar setiap program dapat diterapkan secara optimal dan memberikan manfaat secara berkelanjutan.

Tabel 1. Permasalahan Mitra dan Solusi yang Diimplementasikan

No	Permasalahan Mitra	Solusi dan Output
1.	Belum memiliki identitas usaha yang lengkap	Pembuatan banner usaha, nota penjualan, dan label jahitan.
2.	Lokasi usaha belum terdaftar pada Google Maps	Pendaftaran lokasi Azka Tailor pada Google Maps sehingga mudah ditemukan pelanggan.
3.	Belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi	Pembuatan akun Instagram @azka.tailor18 beserta profil usaha dan katalog produk.

Penguatan identitas usaha dilakukan melalui penyediaan banner, nota penjualan, dan label jahitan sebagai identitas visual sekaligus media administrasi usaha. Banner dipasang di depan rumah produksi agar lokasi usaha lebih mudah dikenali masyarakat. Nota penjualan digunakan sebagai bukti transaksi sekaligus membantu pencatatan administrasi sederhana. Sementara itu, label jahitan berfungsi sebagai identitas produk sehingga mampu meningkatkan profesionalisme dan kepercayaan pelanggan terhadap Azka Tailor.

Digitalisasi pemasaran dilakukan melalui pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps dan pembuatan akun Instagram sebagai media promosi. Keberadaan lokasi pada Google Maps memudahkan pelanggan memperoleh informasi dan petunjuk arah menuju tempat usaha. Akun Instagram dimanfaatkan untuk menampilkan portofolio hasil jahitan, informasi layanan, dan kontak WhatsApp sehingga komunikasi dengan pelanggan menjadi lebih efektif. Hasil ini sejalan dengan (Pratama et al., 2023) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

2. Evaluasi Dampak Program

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi usaha sebelum pendampingan, target yang ditetapkan, dan capaian setelah pelaksanaan program. Pengukuran difokuskan pada indikator omzet bulanan dan jumlah pelanggan baru karena kedua indikator tersebut dapat menggambarkan perkembangan usaha setelah dilakukan penguatan branding dan digitalisasi pemasaran.

Tabel 2. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Pendampingan

No	Indikator	Sebelum	Sesudah
1.	Omzet	Rp2.000.000	Rp3.500.000
2.	Pelanggan baru	15 orang	20 orang
3.	Banner usaha	Tidak ada	Ada
2.	Google Maps	Belum terdaftar	Sudah terdaftar
3.	Instagram	Tidak ada	@azka.tailor18

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendekatan Problem Based Learning (PBL) pada UMKM Azka Tailor berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu memperkuat identitas usaha dan meningkatkan pemasaran berbasis digital. Program yang dilaksanakan berupa pembuatan banner usaha, nota penjualan, label jahitan, pendaftaran lokasi pada Google Maps, serta pembuatan akun Instagram @azka.tailor18 mampu meningkatkan visibilitas dan profesionalisme usaha. Implementasi program juga memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha yang ditunjukkan dengan peningkatan omzet bulanan dari Rp 2.000.000 menjadi Rp 3.500.000 atau sebesar 75%, serta bertambahnya jumlah pelanggan baru dari 15 orang menjadi 20 orang per bulan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penguatan branding yang dipadukan dengan pemanfaatan media digital dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan dalam pengelolaan keuangan digital serta optimalisasi pemasaran melalui media sosial agar perkembangan usaha dapat dipertahankan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kelompok 1 - 6B Akuntansi. (2026). *Laporan Problem Based Learning (PBL) Pendampingan UMKM Azka Tailor*. Madiun: Universitas PGRI Madiun.
- Prasetya, F. E., Wardani, A. A., Pramesti, E. R. E., Jannati, R. A., Avianti, R. D. (2026). *Strategi Penguatan Brand Identity dan Marketing Digital UMKM Fashion Rumahan*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Akuntansi.
- Ridwansyah, M. (2025). Pengaruh Branding Dan Digital Marketing Terhadap Upaya Optimalisasi Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 4350–4359. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1854>
- Ikhwana, H., Ekawati, Y. A., & Hasibuan, E. (2025). *Transformasi Usaha Tradisional Menjadi Bisnis Berkelanjutan Melalui Pelatihan Branding dan Manajemen Operasional*. 1(1), 1–9.

- Pratama, Y. M., Wisnu Aji, M. R., Kinanthi, E. S., Budiyo, E. F. C. S., Putra, T. S., Mayasari, A., Visnu Pradana, B. G., & Dewangga Pramudita, D. P. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Tata Kelola Usaha dan Digital Marketing pada UMKM Binaan PLUT Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. *Jurnal Atma Inovasia*, 3(5), 417–422. <https://doi.org/10.24002/jai.v3i5.7760>
- Setiawan, T., Aryo Putro, F. H., Hertini, E. S., Muryanto, S., Chumaeson, W., & Aziz, M. A. (2025). Penguatan Tata Kelola Usaha dan Kapasitas Produksi Serta Pemasaran Digital Pupuk Organik Produk Paguyuban Tunggal Rabuk di Desa Kragilan, Mojosongo, Boyolali. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 6(1), 42–48. <https://doi.org/10.31004/abdira.v6i1.1178>
- I Wayan Gde Yogiswara Darma Putra, Ade Ruly Sumartini, & Ni Made Vita Indriyani. (2025). Pendampingan Tata Kelola Usaha, Pengelolaan Keuangan, Dan Pemasaran Digital Usaha Susu Kedelai Krisna. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(4), 4159–4164.
- Budiantoro, R. A., Sulistyani, U. N. L., Susanti, A., Putra, F. I. F. S., & Utami, A. (2026). Inisiasi Pengembangan Sistem Informasi BUMDes Wunut (SIBUMDes Wunut) untuk Modernisasi Administrasi dan Branding Desa Wisata. *KENDURI Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 30–49. <https://app.dimensions.ai/details/publication/pub.1201155055>