

Pemberdayaan Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah Melalui *Personal Branding* Dan Literasi Keuangan Serta Kewirausahaan Kreatif Bagi Masyarakat Di Dusun Karya Tani

Aldi Wiranata Al Rizki¹, Naisyla Aura Fasya², Meyrianti³, Septia Kusumawardani Putri⁴,
Reyhan Nabil⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Tanjungpura, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia.

E-mail: ¹B1021231102@student.untan.ac.id ²B1021231103@student.untan.ac.id ³B1021231034@student.untan.ac.id ⁴B1021231042@student.untan.ac.id ⁵B1021231009@student.untan.ac.id

Article History:

Received: 05 November 2025

Revised: 11 Januari 2026

Accepted: 24 Januari 2026

Keywords: *Personal Branding, Literasi Keuangan, Kewirausahaan Kreatif*

Abstract: *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan seperti Dusun Karya Tani. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi tantangan dalam hal pengelolaan usaha, pemasaran, dan pemahaman literasi keuangan. Program ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui pendekatan personal branding, peningkatan literasi keuangan, dan pelatihan kewirausahaan kreatif. Metode yang digunakan adalah pelatihan, pendampingan, serta simulasi praktis yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat lokal. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam membangun identitas merek pribadi, mengelola keuangan usaha secara sederhana, serta menciptakan produk bernilai jual tinggi berbasis potensi lokal. Program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan yang berkelanjutan dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat Dusun Karya Tani.*

PENDAHULUAN

Permasalahan ekonomi di tingkat masyarakat pedesaan masih menjadi isu yang memerlukan perhatian serius, terutama dalam hal pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, pelaku UMKM di desa sering kali belum mampu mengikuti arus digitalisasi dan branding usaha secara optimal. Kondisi tersebut juga terlihat di Dusun Karya Tani, Desa Jeruju Besar, Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat, yang menjadi lokasi kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) kami. Mayoritas masyarakat menggantungkan penghasilan dari usaha kecil seperti makanan ringan, kerajinan tangan, dan produk olahan lokal. Namun, sebagian besar belum memiliki strategi branding yang jelas, belum melakukan pencatatan keuangan sederhana, dan belum memahami dasar-dasar kewirausahaan yang berkelanjutan.

Personal branding menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Identitas usaha yang kuat dapat membedakan produk lokal dari produk lain serta meningkatkan nilai jualnya (Yuniarti, 2024). Upaya peningkatan branding produk lokal juga terbukti dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat desa (Sembiring *et al*, 2024). Selain itu, transformasi digital menjadi tantangan bagi UMKM pedesaan dalam memperluas jangkauan pasar (Purnomo, 2024).

Literasi keuangan juga merupakan kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha dan masyarakat umum, khususnya ibu rumah tangga yang berperan dalam pengelolaan keuangan keluarga. Menurut Deti (2024), pemberdayaan ekonomi perempuan melalui literasi keuangan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan dan kemandirian finansial rumah tangga. Di sisi lain, pembentukan kebiasaan finansial yang baik juga perlu diajarkan sejak usia dini agar anak-anak memahami cara mengelola uang secara bijak (Kusnandar, 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, kelompok KKM kami merancang tiga program inti yang saling berkaitan dalam kerangka pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pertama, pelatihan personal branding bagi pelaku UMKM agar mampu membangun identitas usaha yang menarik. Kedua, workshop pencatatan keuangan sederhana dan kewirausahaan kreatif bagi ibu-ibu PKK di desa. Ketiga, sosialisasi kepada siswa sekolah dasar mengenai pengelolaan keuangan melalui pemahaman kebutuhan dan keinginan. Selain program inti, kegiatan KKM kami juga melaksanakan program non-ekonomi berupa pembuatan plang jalan di setiap dusun sebagai bentuk kontribusi sosial untuk memudahkan mobilitas dan akses warga sekitar.

Rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah: (1) bagaimana meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi *personal branding* yang efektif, (2) bagaimana meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan pribadi dan usaha, serta (3) bagaimana kegiatan KKM dapat memberikan kontribusi nyata terhadap penataan lingkungan sosial di Dusun Karya Tani. Adapun tujuan kegiatan ini yaitu untuk memberdayakan masyarakat secara ekonomi dan sosial melalui peningkatan kompetensi kewirausahaan, literasi keuangan, serta penguatan identitas usaha masyarakat desa secara digital dan berkelanjutan.

Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dalam bidang ekonomi dan sosial, sekaligus menjadi langkah awal menuju kemandirian ekonomi masyarakat Dusun Karya Tani secara berkelanjutan. Potensi wilayah yang produktif, semangat masyarakat dalam berwirausaha, dan dukungan lingkungan sosial menjadi modal penting dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini (Achsin *et al*, 2015).

METODE

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Dusun Karya Tani, digunakan beberapa metode pelaksanaan yang relevan untuk mencapai tujuan pengabdian kepada masyarakat. Berikut langkah - langkah yang dilakukan dalam mencapai tujuan pengabdian kepada masyarakat :

1. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tim pelaksana melakukan kunjungan langsung ke Dusun Karya Tani untuk mengamati kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, khususnya pelaku usaha gula merah dan ibu rumah tangga. Kemudian mengidentifikasi kendala utama yang dihadapi, seperti belum adanya identitas produk (*branding*) dan rendahnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan.

2. Pemberdayaan Usaha Gula Merah melalui *Personal Branding*

Kegiatan ini difokuskan pada tiga UMKM pelaku usaha gula merah dengan tahapan:

- Wawancara dan Dokumentasi: Menggali informasi tentang proses produksi, pemasaran, dan kendala usaha.
- Pembuatan Identitas Produk: Mendesain logo, label kemasan, dan memberikan edukasi dasar mengenai pentingnya branding dalam meningkatkan nilai jual.
- Sosialisasi Personal Branding: Memberikan materi dan praktik langsung mengenai konsep personal branding dalam pengemasan produk lokal.

3. Pelatihan Literasi Keuangan bagi Ibu Rumah Tangga

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mengelola keuangan rumah tangga secara sederhana melalui:

- Sosialisasi Aplikasi “Catatan Keuangan”: Pengenalan dan pelatihan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan harian berbasis digital.
- Simulasi Pencatatan: Praktik mencatat pemasukan dan pengeluaran secara rutin untuk meningkatkan kesadaran finansial.

4. Workshop Kewirausahaan Kreatif

Untuk mendukung ekonomi rumah tangga, dilakukan pelatihan keterampilan berbasis potensi lokal dan kreatif, dengan tahapan:

- Pelatihan pembuatan Gantungan Kunci dengan memberikan pelatihan membuat gantungan kunci sebagai produk kreatif yang mudah dibuat di rumah.
- Mendorong ibu-ibu untuk mulai memproduksi secara mandiri dan memperkenalkan cara sederhana menjual produk melalui media sosial atau pasar lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat di Dusun Karya Tani, sebuah wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup kuat namun belum dimanfaatkan secara optimal. Sebagai sektor yang mendukung perekonomian daerah, UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memanfaatkan potensi lokal (Japarianto, dalam Mastuti *et al*, 2024). Di Dusun Karya Tani, sebagian masyarakat berprofesi sebagai petani pohon kelapa dimana hasil panen buah kelapa dijual untuk memenuhi kebutuhan. Selain itu juga ada yang mengolahnya untuk dijadikan gula merah, kemudian dijual ke pasar tradisional. Namun, pelaku usaha gula merah masih belum memiliki identitas produk yang jelas. Selain itu, sebagian ibu rumah tangga di Dusun Karya Tani belum memiliki pemahaman mengenai pengelolaan keuangan keluarga dan peluang untuk berwirausaha dari rumah.

1. Pemberdayaan Usaha, Kecil, dan Menengah melalui Personal Branding

Kegiatan ini bertujuan untuk membangun Branding usaha milik pelaku usaha gula merah yang ada di Dusun Karya Tani, dengan pengambilan sampel kepada 3 Usaha Mikro, kecil, dan Menengah pelaku usaha gula merah. Pelaksanaan dilakukan dengan langkah awal observasi

pelaku usaha gula merah, kemudian mendatangi tempat pembuatan gula merah, dan diakhiri dengan pembuatan branding seperti logo pada kemasan.

2. Literasi Keuangan dan Kewirausahaan Kreatif bagi Masyarakat

Program ini fokus bertujuan pada ibu rumah tangga yang belum memahami tentang pengelolaan keuangan, kegiatan ini dibantu dengan menggunakan aplikasi “Catatan Keuangan” yang membantu pencatatan uang bulanan secara sederhana. Proses penyampaian materi dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1. Penyampaian Materi Pencatatan Keuangan.

Selain itu juga melakukan workshop kreatif membuat gantungan kunci untuk memulai usaha kecil dari rumah, mengubah waktu luang menjadi uang. Ibu rumah tangga diharapkan bisa mengisi waktu luangnya untuk membuat kerajinan kreatif yang bisa jual dimana kepada warga sekitar ataupun dijual kepada anak kecil melalui anaknya. Kegiatan ini selain mengisi waktu luang juga dapat menambah pemasukan keuangannya. Workshop bisa dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2. *Workshop* Pembuatan Gantungan Kunci.

Kegiatan ini juga turut dihadiri oleh mahasiswa dari Universitas Persatuan Guru Republik Indonesia Pontianak yang sedang melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di lokasi yang sama.

Adapun foto bersama setelah selesai kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Foto Bersama Peserta

Ada juga kegiatan Program Kerja tambahan kami mengadakan Sosialisasi Literasi Keuangan tentang memilih Kebutuhan vs Keinginan pada anak Sekolah Dasar. Kegiatan ini bertujuan agar anak-anak yang dimana generasi emas bijak dalam menggunakan uang dengan pemahaman sejak dini. Kegiatan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Sosialisasi Literasi Keuangan di Sekolah Dasar

KESIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Dusun Karya Tani berhasil menunjukkan kontribusi nyata dalam upaya pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta ibu rumah tangga di wilayah tersebut. Melalui kegiatan pembangunan *personal branding* bagi pelaku usaha gula merah, program ini mampu membantu pelaku usaha dalam mengenali pentingnya identitas produk serta memberikan pendampingan langsung dalam pembuatan logo dan kemasan produk. Hal ini menjadi langkah awal dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar.

Sementara itu, kegiatan literasi keuangan dan kewirausahaan kreatif yang ditujukan bagi

ibu rumah tangga memberikan dampak positif dalam menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan keluarga. Pemanfaatan aplikasi pencatatan sederhana serta pelatihan keterampilan membuat gantungan kunci telah membuka peluang usaha baru berbasis rumah tangga. Kegiatan ini tidak hanya bermanfaat dalam penguatan ekonomi keluarga, tetapi juga mendorong pemanfaatan waktu luang secara produktif.

Secara keseluruhan, program ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis pendampingan dan pelatihan praktis dapat menjadi strategi efektif dalam mengembangkan potensi lokal dan meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat desa.

DAFTAR REFERENSI

- Hastuti, D. (2018). Pemberdayaan masyarakat desa berbasis potensi lokal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 101–110.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Achsin *et al* (2015). Profil desa dan kelurahan: Panduan atau kajian tentang profil desa sebagai sumber data pembangunan lokal. *Neliti*. Retrieved from <https://www.neliti.com>
- Deti, R. (2024). Pemberdayaan perempuan dan literasi keuangan: Upaya peningkatan kapasitas ekonomi di daerah pedesaan. *Jurnal Pengabdian Politeknik Kebumen*. Retrieved from <https://jurnal.politeknikebumen.ac.id>
- Kusnandar, D. L. (2023). Kecakapan literasi keuangan pada anak usia sekolah dasar sebagai upaya pembentukan karakter cerdas mengelola uang. *Jurnal Dhigana*. Retrieved from <https://jurnal.unsil.ac.id>
- Sembiring *et al* (2024). Peningkatan Branding Produk Umkm Desa Cisolok Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. ResearchGate. Retrieved from <https://www.researchgate.net>
- Purnomo, S. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic review. *Semantic Scholar*. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org>
- Yuniarti, R. (2024). Branding UMKM melalui platform media sosial. *DSpace Perbanas Repository*. Retrieved from <https://dspace.perbanas.id>