



Pendampingan UMKM Keripik Wulan 008 di Desa Panimbang Jaya: Inovasi Produk, Branding, Digitalisasi Pemasaran, Pencatatan Keuangan, dan Pengajuan Bantuan Mesin Produksi

Wulan 008 Chips MSME Mentoring in Panimbang Jaya Village: Product Innovation, Branding, Marketing Digitalization, Financial Record Keeping, and Application for Production Machine Assistance

Wiwi Sulandari^{1*}, Gagah Dwiki Putra Aryono², Andika Purnama³, Abdul Kohar⁴, Rizqi Ardiansyah⁵

¹⁻⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Kota Serang, Indonesia

Email: wiwisulandari16@gmail.com^{1*}

Alamat: Jl. Raya Serang - Jkt No.KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten 42124

*Korespondensi Penulis

Article History:

Naskah Masuk: 04 Agustus, 2025;

Revisi: 18 Agustus, 2025;

Diterima: 02 September, 2025;

Terbit: 04 September, 2025;

Keywords: Branding, Financial recording, Marketing digitalization, MSMEs, Product innovation.

Abstract: This community service program aims to empower UMKM Keripik Wulan 008 in Panimbang Jaya Village through a series of activities focusing on business capacity enhancement. The program was initiated to address challenges faced by the business, such as limited product innovation, lack of branding, insufficient digital marketing strategies, and suboptimal financial management. To overcome these issues, the program adopted a participatory approach consisting of several stages: field observation to identify core problems, training sessions to improve knowledge, workshops for practical application, and direct mentoring to ensure implementation. Key activities included product innovation by introducing new flavor variants and designing more attractive packaging, strengthening brand identity through the creation of professional logos and labels, and expanding marketing reach via social media and marketplace platforms. Additionally, Excel-based financial recording training was provided to simplify cash flow monitoring and basic financial reporting. The team also assisted in preparing a proposal for production equipment support to increase production capacity. Evaluation results demonstrated significant improvements in product quality, stronger brand identity, and more modern and effective marketing strategies. Overall, this program has proven to be effective in enhancing the competitiveness of UMKM Keripik Wulan 008 and is expected to serve as a sustainable empowerment model for small businesses, thereby contributing to local economic development.

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM Keripik Wulan 008 di Desa Panimbang Jaya melalui serangkaian intervensi yang fokus pada penguatan kapasitas usaha. Latar belakang kegiatan ini adalah masih rendahnya daya saing UMKM akibat keterbatasan inovasi produk, branding, digitalisasi pemasaran, serta pengelolaan keuangan yang belum optimal. Oleh karena itu, program ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang mencakup beberapa tahapan, yaitu observasi lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan, pelatihan untuk peningkatan kompetensi, workshop untuk penerapan praktis, serta pendampingan langsung agar UMKM dapat mengimplementasikan materi yang diberikan. Kegiatan utama meliputi inovasi produk melalui penambahan varian rasa dan desain kemasan yang lebih menarik, penguatan branding dengan pembuatan logo dan label profesional, serta digitalisasi pemasaran melalui pemanfaatan media

sosial dan platform marketplace untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pelatihan pencatatan keuangan berbasis Excel diberikan untuk mempermudah pemantauan arus kas dan laporan keuangan secara sederhana. Tim juga mendampingi penyusunan proposal bantuan pengadaan mesin produksi sebagai upaya pengembangan kapasitas. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kualitas produk, identitas merek yang lebih kuat, serta strategi pemasaran yang lebih modern dan efektif. Program ini terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM Keripik Wulan 008 dan diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan dalam mendukung penguatan ekonomi lokal.

Kata Kunci: Branding, Digitalisasi pemasaran, Inovasi produk, Pencatatan keuangan, UMKM.

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat struktur ekonomi nasional. Keberadaan UMKM sangat penting dan seharusnya terus dikembangkan karena perannya yang vital dalam mendistribusikan kekayaan masyarakat serta merangsang kreatifitas usaha sesuai dengan perkembangan zaman. Bank Indonesia meyakini bahwa UMKM memegang peranan yang sangat vital bagi perekonomian Indonesia, terutama sebagai kontributor utama dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) dan dalam menyerap tenaga kerja. Di tengah tantangan ekonomi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi, berinovasi, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan agar tetap kompetitif di pasar. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di wilayah pedesaan adalah keterbatasan dalam hal inovasi produk, strategi pemasaran, pencatatan keuangan yang tertib, serta akses terhadap fasilitas produksi yang memadai.

UMKM Keripik Wulan 008, yang berlokasi di Desa Panimbang Jaya, merupakan salah satu contoh UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam proses produksi dan pemasaran. Produk keripik yang dihasilkan telah memiliki cita rasa khas dan disukai masyarakat lokal, namun belum memiliki sistem branding dan kemasan yang menarik serta belum memanfaatkan platform digital secara optimal untuk promosi dan penjualan. Selain itu, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan sederhana, sehingga menyulitkan pemilik usaha dalam mengontrol arus kas dan membuat laporan keuangan. Proses produksi juga masih menggunakan alat sederhana, yang membatasi jumlah produksi harian dan efisiensi waktu.

Pengembangan UMKM memerlukan inovasi dalam pemasarannya, salah satunya melalui pemasaran digital. Melalui teknologi pendistribusian produk oleh pelaku UMKM dapat menjadi semakin lebih luas. Dengan kemajuan teknologi yang pesat dan pertumbuhan internet yang sangat cepat, dunia pemasaran akan mengalami perubahan signifikan. Walaupun tidak jauh berbeda dari pemasaran konvensional, pemasaran digital dianggap lebih efisien dalam

menjangkau konsumen yang lebih luas. Melalui pemasaran digital, para pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis, sehingga produk dapat dikenal dari berbagai daerah bahkan hingga mancanegara.

Salah satu tantangan signifikan yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah kurangnya branding. Branding UMKM menjadi salah satu fokus utama yang dikejar oleh para pelaku usaha, kebanyakan UMKM mulai berjualan tanpa punya brand atau merek. Masalah ini timbul karena para pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami pentingnya branding, kurang memiliki pengetahuan tentang branding, serta belum memiliki pola pikir wirausaha yang proaktif. Selain branding, rebranding juga merupakan langkah penting yang perlu dipertimbangkan oleh UMKM yang telah memiliki merek namun belum optimal. Rebranding adalah strategi untuk memperbarui citra dan identitas produk agar lebih sesuai dengan tren terkini, lebih menarik, dan relevan dengan pasar. Rebranding melibatkan perubahan nama, logo, dan tampilan perusahaan untuk membuat citra perusahaan lebih baik, meningkatkan daya saing, dan menambah nilai produk atau layanan.

Pencatatan keuangan merupakan aspek fundamental dalam pengelolaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang sering kali masih diabaikan oleh pelaku usaha. Banyak UMKM menjalankan operasional bisnis secara informal tanpa sistem pencatatan yang tertata, sehingga kesulitan dalam memantau arus kas, menghitung keuntungan secara akurat, maupun mengidentifikasi efisiensi biaya. Ketidakteraturan dalam pencatatan keuangan dapat menghambat proses pengambilan keputusan, mengurangi kepercayaan investor atau lembaga keuangan, serta menyulitkan saat pengajuan pinjaman atau bantuan usaha. Selain itu, pencatatan keuangan yang baik juga menjadi dasar untuk menyusun laporan keuangan sederhana yang dapat digunakan sebagai alat evaluasi dan perencanaan usaha ke depan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk mulai menerapkan sistem pencatatan keuangan yang sederhana namun sistematis, baik secara manual maupun dengan bantuan aplikasi digital, guna mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha secara profesional.

Melihat kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberdayakan UMKM Keripik Wulan 008 melalui berbagai pendekatan, yaitu pengembangan inovasi produk dan desain kemasan (labeling dan branding), digitalisasi pemasaran melalui media sosial dan platform digital lainnya, pelatihan pembukuan sederhana menggunakan aplikasi atau template digital, serta pendampingan penyusunan proposal permohonan bantuan alat produksi berupa mesin pengaduk adonan kepada pemerintah desa. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat keberlanjutan usaha UMKM Keripik Wulan 008 sebagai

bagian dari penguatan ekonomi masyarakat Desa Panimbang Jaya.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM Keripik Wulan 008 di Desa Panimbang Jaya. Tahapan kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM, baik dari sisi produksi, pemasaran, hingga manajemen keuangan. Hal ini dilakukan agar pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta. Selanjutnya dilakukan pelatihan dan workshop secara bertahap, yang mencakup pengembangan inovasi produk, desain kemasan dan label, serta strategi branding. Digitalisasi pemasaran dilakukan melalui pelatihan penggunaan media sosial dan platform marketplace, serta pembuatan konten promosi yang menarik. Di bidang keuangan, diberikan pelatihan pencatatan keuangan sederhana menggunakan format pembukuan digital berbasis Excel atau aplikasi gratis yang mudah diakses. Tahap akhir adalah pendampingan penyusunan proposal permohonan bantuan alat produksi berupa mesin pengaduk adonan kepada pemerintah desa, termasuk penyusunan dokumen pendukung seperti profil usaha dan analisis kebutuhan alat. Seluruh kegiatan dilaksanakan selama periode waktu tertentu secara intensif, dengan monitoring dan evaluasi untuk memastikan efektivitas program dan keberlanjutan hasilnya.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan.

Hari, Tanggal	Materi	Pemateri
Minggu, 20 Juli 2025	Pelatihan inovasi produk Teknik Foto Produk, Video	Abdul Kohar, Deviana Agustin M.Fauzan Alfaris, Yayah
Senin, 21 Juli 2025	Produk & Pembuatan logo usaha Membuka dan pengaturan toko	Sugiyah, Nasrullah
Selasa 22 Juli 2025	online di Shopee dan Tiktokshop	Lukman David, M.Jaffar Sodik
22/07/2025	Pelatihan Pencatatan dan pembukuan keuangan diexcel	Wiwi Sulandari, Nabila Novianti

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Keripik Wulan 008 di Desa Panimbang Jaya dilakukan secara bertahap dan terstruktur, dimulai dari identifikasi masalah hingga pendampingan dalam peningkatan kapasitas usaha. Berbagai aktivitas yang dilakukan telah memberikan dampak positif, baik dalam aspek produksi, manajerial, maupun pemasaran.

Kegiatan diawali dengan survei lokasi usaha guna memperoleh pemahaman yang utuh mengenai kondisi UMKM secara langsung. Melalui observasi dan diskusi dengan pemilik usaha, ditemukan beberapa tantangan yang dihadapi, seperti kemasan produk yang belum menarik, minimnya varian rasa, promosi yang masih konvensional, serta keterbatasan alat produksi. Informasi ini menjadi dasar dalam merancang program pendampingan yang tepat sasaran dan sesuai kebutuhan.

Setelah menjelaskan manfaat dari mempunyai logo, mahasiswa lanjut menjelaskan terkait logo yang akan dibuat. Sebelum membuat logo, terdapat kriteria yang perlu dipersiapkan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan keberadaannya di dalam logo. Pertama, kesederhanaan desain logo yang simpel memberikan kesan elegan bagi pengamat, sehingga semakin sederhana logo, semakin menarik, namun tetap perlu memiliki makna yang signifikan. Kedua, logo mudah diingat sehingga mampu membangun citra merek dan identitas yang kuat, karena kemampuan orang untuk mengingat logo akan mempengaruhi persepsi terhadap merek tersebut. Ketiga, kesesuaian dengan tren logo perlu dirancang dengan sifat yang dapat bertahan lama dan tetap relevan dengan perkembangan zaman, untuk periode 10 hingga 20 tahun ke depan. Keempat relevansi jenis huruf dan grafis dalam logo harus mencerminkan citra perusahaan agar orang yang melihatnya dapat dengan mudah memahami identitas perusahaan tersebut.

Pembuatan logo dan label pada kemasan (Branding dan Labeling) Salah satu langkah awal yang dilakukan adalah pembuatan logo dan desain label kemasan. UMKM Keripik Wulan 008 sebelumnya belum memiliki identitas visual yang kuat. Oleh karena itu, tim KKM merancang logo sederhana namun representatif, lengkap dengan label kemasan yang menampilkan nama produk, varian rasa, informasi kontak, serta keterangan singkat mengenai produk. Kemasan yang lebih menarik ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat identitas merek. Pada 21 Juli 2024, dilakukan penyerahan logo dan mengaplikasikannya terhadap produk agar dapat menambah daya tarik pembeli. Pembuatan logo ini nantinya akan ditempel pada kemasan. Label UMKM Keripik Wulan 008 disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Label Produk UMKM Keripik Wulan 008.

Pada 20 Juli 2025, dilakukan pelatihan inovasi produk dengan menambahkan varian rasa pada keripik yang diproduksi. Varian seperti balado pedas manis, jagung bakar, dan pedas pada keripik bawang. Kemudian varian coklat pada keripik pisang dan varian balado, pedas pada keripik singkong diperkenalkan sebagai alternatif dari rasa original. Proses ini melibatkan uji coba dan penyesuaian resep hingga diperoleh hasil yang sesuai dengan selera pasar. Inovasi ini direspons positif oleh pelaku UMKM karena memberikan nilai tambah pada produk serta memperluas pilihan bagi konsumen. Dokumentasi pelatihan inovasi produk disajikan pada Gambar 2.



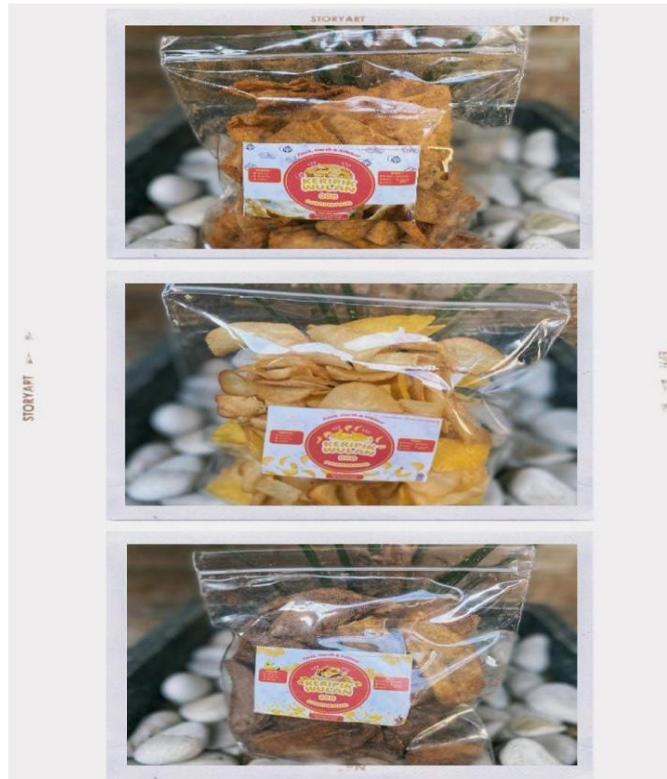
Gambar 2 Dokumentasi Pelatihan Inovasi Produk.

Selanjutnya, pada 22 Juli 2025 pendampingan dilakukan dalam bentuk digitalisasi dan pemasaran produk. UMKM dibantu untuk membuat dan mengelola akun media sosial bisnis seperti WhatsApp Business. Selain itu, tim juga memberikan pelatihan dasar terkait cara membuat konten promosi yang menarik sehingga mampu menjangkau pasar lebih luas. Produk Keripik Wulan 008 juga mulai diperkenalkan melalui marketplace lokal agar memiliki kanal distribusi yang lebih luas dibanding hanya melalui penjualan offline.

Kegiatan ini bertujuan untuk memperluas jaringan penjualan dan menarik perhatian calon pembeli melalui marketplace Shopee. Hal pertama yang perlu dilakukan adalah membuat akun Shopee tersebut. Setelah membuat akun Shopee maka langkah selanjutnya yaitu mengisi kelengkapan format secara rinci dan mengunggah gambar produk yang akan dijual. Selain itu, perlunya mencantumkan harga produk dan mengaktifkan jasa kirim sesuai kebutuhan.

Dengan adanya akun Shopee ini, diharapkan pelaku usaha dapat memaksimalkan pemasaran dan penjualan produknya menjadi lebih baik. Pelaku usaha dapat melanjutkan untuk mengelola akun Shopee dan menjual produk pada akun Shopee dengan sistem pre-order.

Selain logo, foto produk merupakan komponen penting dalam sebuah produk yang digunakan sebagai branding dari produk tersebut. Sama halnya seperti logo, foto produk memiliki nilai yang dapat menambah daya tarik dari sebuah produk, sehingga dapat menambah daya jual produk tersebut. Semakin baik kualitas foto produk tersebut, maka semakin tinggi pula nilai daya tariknya. Foto merupakan lapisan pertama yang dapat membuat konsumen memutuskan akan membeli produk tersebut atau tidak. Oleh karena itu, dilakukan pendampingan dalam pengambilan foto produk, termasuk pemberian arahan terkait teknik pencahayaan, sudut pengambilan gambar, serta penggunaan properti pendukung agar tampilan produk menjadi lebih menarik. Selain itu, pelaku UMKM juga dibimbing dalam mengoperasikan akun toko daring, khususnya mengenai langkah-langkah mengunggah foto produk serta memahami aturan dan ketentuan yang berlaku di platform online shop tersebut. Contoh tampilan produk yang sudah dikemas disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi.

Sisi yang kini banyak disorot untuk mendukung UMKM, utamanya di masa pandemi Covid-19 adalah percepatan transformasi ekonomi digital. Transformasi ekonomi digital merupakan proses transformasi aktivitas, proses, dan model transaksi ekonomi dari yang semula dilakukan secara konvensional menjadi sistem otomatisasi digital, baik dari segi penjualan, pemasaran, dan layanan terhadap pelanggan. Transformasi ekonomi digital ini bukan hanya sekedar tentang teknologi dalam bentuk fisik saja, namun tentang nilai, pengoptimalan, dan kemampuan beradaptasi dengan cepat melalui penggunaan teknologi dan informasi yang relevan. Perkembangan teknologi yang sangat pesat akan mampu mengubah tatanan perekonomian menuju ekonomi dan keuangan digital. Oleh karena itu, transformasi ekonomi digital sangat perlu dilakukan untuk mendorong pemulihan ekonomi. Hal ini dikarenakan akan membantu masyarakat untuk mengembangkan ekonomi secara kreatif.

Dalam aspek pengelolaan keuangan, pelaku UMKM dilatih untuk mencatat transaksi usaha secara sederhana namun terstruktur. Tim pengabdian memberikan template pembukuan berbasis Excel, yang mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, serta stok bahan baku. Langkah ini penting agar pelaku usaha dapat memantau perkembangan keuangan, mengetahui laba-rugi secara berkala, serta menjadi dasar dalam perencanaan usaha ke depan.

Langkah terakhir dilakukan pendampingan dalam penyusunan proposal permohonan bantuan alat produksi, khususnya mesin pengaduk adonan. Dokumen proposal disusun

bersama dengan pelaku UMKM, mencakup latar belakang usaha, kebutuhan alat, manfaat yang diharapkan, serta estimasi biaya. Proposal tersebut diajukan kepada pihak pemerintah desa sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas produksi. Upaya ini merupakan bentuk pemberdayaan yang bersifat jangka panjang, agar UMKM tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang secara mandiri.

4. KESIMPULAN

Pendampingan yang dilakukan pada UMKM Keripik Wulan 008 di Desa Panimbang Jaya memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas usaha. Melalui pelatihan inovasi produk dan perbaikan desain kemasan, produk menjadi lebih bervariasi dan memiliki daya tarik visual yang kuat di mata konsumen. Pembuatan logo dan label turut mempertegas identitas merek, sementara pemanfaatan media sosial dan marketplace membantu memperluas jangkauan pemasaran.

Di sisi manajerial, penerapan pencatatan keuangan sederhana berbasis Excel memudahkan pelaku usaha dalam mengawasi arus kas dan menghitung keuntungan secara lebih akurat. Selain itu, pendampingan penyusunan proposal bantuan mesin produksi menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kapasitas serta efisiensi proses produksi. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk dan pemasaran, tetapi juga memperkuat fondasi pengelolaan usaha sehingga UMKM dapat berkembang secara mandiri dan berkelanjutan, sekaligus memberi kontribusi positif bagi perekonomian masyarakat setempat.

DAFTAR REFERENSI

- Abdurrahman, H., Fikri, A. N., Makharizki, F. Y., Sukmana, I. W., Insani, M. F., & Ameiliany, S. (2024). Digitalisasi pemasaran dan re-branding dalam upaya meningkatkan minat beli di Desa Sukamanah. *Toewijding: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 23–28. <https://doi.org/10.51988/0w01bz29>
- Akbar, M., & Sonni, A. F. (2024). Perubahan identitas visual: Kajian makna dan pesan dari rebranding logo perusahaan Saudagar Property. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 6840–6846. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i7.4726>
- Alinsari, N. (2020). Peningkatan literasi keuangan pada UMKM melalui pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256–268. <https://doi.org/10.24246/jms.v1i22020p256-268>
- Alkamalat, A., Alvianti, S. N., Qomariyah, J., Maulana, B. Y., & Adiyanto, M. R. (2024). Penerapan pencatatan keuangan sederhana pada UMKM Elf's Cake. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(7).
- Andrianto, A., Varlina, V., & Leonard, M. A. (2024). Analisis semiotika dan resepsi visual dalam transformasi identitas logo Vans Off The Wall. *Wacadesain*, 5(1), 31–42.
- Bidin, C. R. K., Natsir, S., Adda, H. W., Rossanty, N. P. E., & Santi, I. N. (2024). Peningkatan

- kompetensi sumber daya manusia (SDM) usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran berbasis digital di pesisir pantai Desa Masaingi. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 3(2), 207–213. <https://doi.org/10.56303/jppmi.v3i2.298>
- Chandra, T. F., Khonrad, I. C., Leksono, A. N., Lauwono, L. B., & Malelak, M. I. (2024). Pendampingan pencatatan laporan keuangan UMKM: Menuju bisnis mandiri dan berdaya saing. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 993–1002. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i2.4531>
- Dewanti, I. R., Anggraini, L., Destriani, F., & Irbayuni, S. (2023). Upaya optimalisasi branding dan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UMKM Nizam Jaya. *Jurnal Sosiohumaniora Sasanti*, 4(3), 2722–6484.
- Genadi, Y. D., Busman, S. A., & Girsang, Z. A. (2024). Pelatihan branding dan desain kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk keripik pisang di Desa Mapak Kuranji. *Jurnal Abdi Anjani*, 2(2), 180–184. <https://doi.org/10.29303/anjani.v2i2.1450>
- Handayani, D., Wardani, D. D. K., Salsabila, A. A., Anggraini, C. D., & Dikuraisyin, B. (2024). Pengembangan UMKM melalui penguatan rebranding produk dan pelatihan e-commerce di Desa Sokaan, Probolinggo. *Abdimas Galuh*, 6(2), 1677–1690. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.15493>
- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan UMKM Segarhalal. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.35886>
- Kasmana, K. (2010). Tren gaya visual logo dan pengaruhnya terhadap keabadian penggunaan. *Visualita*, 2(1), 266959. <https://doi.org/10.33375/vslt.v2i1.1091>
- Kiromah, S., & Nuryami, N. (2024). Strategi digital dalam pemasaran produk UMKM di Desa Kropak: Peluang serta tantangan. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3).
- Kurniawan, W. (2025). Analisis branding logo pada toko merchandise kaos band. *Communication & Design Journal*, 1(2), 57–67.
- Lutfiyani, I. Q., Hastadi, A. Y., Wahyuningsih, F., Wahyuni, A. T., Fauzi, G. F., Nurfaizah, A., Mustofa, M., Rohimah, T., & Yanuar, R. (2022). Pengembangan UMKM melalui optimalisasi branding dan penggunaan media digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 4(1), 70–84. <https://doi.org/10.29244/pim.4.1.70-84>
- Mas'ud, L. P., & Susilo, M. Y. (2023). Peran UMKM dalam membangun dan menumbuhkan ekonomi kreatif di era revolusi 5.0 menuju ekonomi global. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 6(2), 266–275.
- Rohimat, S., Haryati, S., & Hapsari, N. (2023). Analisis keefektifan diferensiasi proses dalam pembelajaran kimia pada implementasi kurikulum merdeka di SMA Negeri 6. *VEKTOR: Jurnal Pendidikan IPA*, 4(2), 37–45.
- Setiawan, M. R., & Purwanto, E. (2024). Pemberdayaan UMKM dengan pelatihan branding dan penguatan pemasaran produk menggunakan strategi branding di Kebraon. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 91–99.
- Sholeha, A., Nurafifah, A., & Misra, I. (2025). Peran manajemen keuangan dalam pengelolaan UMKM untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis. *Opportunity Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 18–41.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>
- Silaen, K., Bachtiar, L. E., Silaen, M., & Parhusip, A. (2024). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk lokal di era online. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan*

- Inovasi IPTEKS*, 2(3), 1072–1079. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i3.1004>
- Sulistyo, Y., & Wikartika, I. (2024). Pembuatan logo guna membangun branding pada UMKM Sambel Pecel Lima Dua Kelurahan Gunung Anyar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 48–54. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1>
- Suwandi, A., Susanti, S., & Nisrina, N. (2023). Pengembangan logo pada produk sebagai branding UMKM di Desa Wisata Kertarahayu. *Journal of Tourism and Creativity*, 7(2), 108. <https://doi.org/10.19184/jtc.v7i2.38775>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Zakiya Handayani, D., Wardani, D. D. K., Salsabila, A. A., Anggraini, C. D., & Dikuraisyin, B. (2024). Pengembangan UMKM melalui penguatan rebranding produk dan pelatihan e-commerce di Desa Sokaan, Probolinggo. *Abdimas Galuh*, 6(2), 1677–1690. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.15493>