



ABDIMAS BERKARYA

Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya

DOI : <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i03.643>

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI OPTIMALISASI BRANDING PADA “BILA CATERING” DESA TEGALREJO PROBOLINGGO

Diknastiya Putri Dieva*¹,
Rizky Dermawan²

^{1,2}Manajemen, Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur, Indonesia

Article history

Received : 02 April 2023

Revised : 01 Mei 2023

Accepted : 01 Juni 2023

Available Online : 30 Juni 2023

*Corresponding author :

Nama : Diknastiya Putri Dieva

Email: 20012010368@student.upn-jatim.ac.id

Licensed Under

a Creative Commons

Attribution 4.0

International License



Abstrak

Dalam dunia bisnis khususnya Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), branding merupakan hal yang sangat penting apalagi di era teknologi yang serba digital seperti saat ini, dimana setiap individu perlu meningkatkan daya saing melalui keunikan dan keterampilan yang dimilikinya. Maka dalam hal ini diperlukan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi dengan baik, khususnya bagi para pelaku UMKM di Desa Tegalrejo, kecamatan Dringu, Probolinggo untuk lebih mengembangkan usaha atau bisnisnya melalui branding agar dapat meningkatkan product knowledge konsumen. Brand (merk) adalah nama, tanda, istilah, yang tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dan membedakan suatu produk atau layanan dari yang lain. Branding adalah proses merencanakan, merancang, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mempertahankan reputasi (Anholt, 2003:5). Peran teknologi digital memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM. Model teknologi baru memanfaatkan potensi UMKM yang lebih kuat dan berkelanjutan. Namun kenyataannya, branding dan pemanfaatan media digital pada UMKM “Bila Catering” di Desa Tegalrejo masih belum optimal dan terdapat beberapa kendala yang terjadi pada UMKM tersebut, seperti belum memiliki brand yang optimal dan pemasaran yang dilakukan masih secara konvensional atau apa adanya. Hal ini disebabkan karena masih belum adanya pengetahuan para pelaku usaha tentang peran branding dan media sosial dalam mengembangkan usaha. Berdasarkan keterbatasan tersebut, dapat dilakukan analisis peluang dan keterbatasan UMKM melalui lingkungan bisnis internal dan eksternal serta optimalisasi branding dengan mengadakan sosialisasi dan pendampingan. Kegiatan pengabdian masyarakat terkait branding dilaksanakan pada bulan Mei 2023. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui sosialisasi pada pelaku UMKM mitra yakni “Bila Catering” dan kegiatan pendampingan branding logo, foto produk serta media sosial. Tujuan branding tersebut adalah agar UMKM memahami pentingnya kesadaran merek dan memberikan solusi atas kendala dan kurangnya pemahaman terkait branding. Dalam hal ini, pelaku UMKM mendapatkan manfaat dan kemudahan dalam meningkatkan pengetahuan serta keterampilan untuk mengembangkan usahanya di kemudian hari.

Kata Kunci: **Branding, Logo, Foto Produk**

Abstract

In the business world, especially Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), branding is very important, especially in today's all-digital technology era, where every individual needs to increase competitiveness through the uniqueness and skills they possess. So in this case the ability to use technology well is needed, especially for MSME actors in Tegalrejo Village, Dringu sub-district, Probolinggo to further develop their business or business through branding in order to increase consumer product knowledge. Brand (mark) is a name, sign, term, the purpose of which is to identify and distinguish a product or service from others. Branding is the process of planning, designing and communicating names and identities with the aim of building or maintaining a reputation (Anholt, 2003:5). The role of digital technology has a significant impact on MSMEs. New technology models harness the potential of stronger and more sustainable MSMEs. However, in reality, the branding and use of digital media in UMKM "Bila Catering" in Tegalrejo Village is still not optimal and there are several obstacles that occur to these UMKM, such as not having an optimal brand and marketing that is still carried out conventionally or as is. This is because there is still no knowledge of business actors about the role of branding and social media in developing a business. Based on these limitations, an analysis of the opportunities and limitations of MSMEs can be carried out through the internal and external business environment, as well as optimizing branding by holding outreach and mentoring. Community service activities related to branding will be carried out in May 2023. The implementation of activities is carried out through outreach to partner MSME actors, namely "Bila Catering" as well as logo branding assistance activities, product photos and social media. The purpose of this branding is for MSMEs to understand the importance of brand awareness and provide solutions to obstacles and lack of understanding related to branding. In this case, MSMEs get benefits and convenience in increasing knowledge and skills to develop their business in the future

Keywords: **Branding, Logo, Product Photos**

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia serta berperan cukup dominan dalam perekonomian Indonesia yang mana sebagai program mengurangi kemiskinan (Kurniawan & Fauziah, 2014). Sebagai perusahaan mandiri, UMKM dapat menjalankan usahanya baik secara untung maupun rugi. Selain itu, khususnya di pedesaan UMKM dapat menjadi industri yang bisa memberikan terobosan dalam inovasi, produk dan pemasaran. Dalam pelaksanaannya, karena UMKM sendiri merupakan usaha pengembangan ekonomi yang potensial di Indonesia, maka perlu dioptimalkan dan digali peluang yang ada untuk meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat. Salah satu strategi untuk mengembangkan UMKM adalah branding.

Branding adalah proses menciptakan identitas yang berkaitan dengan asumsi, perasaan yang mana mendahului pemasaran dan penjualan. Pemasaran belum dikatakan efektif tanpa brand yang kuat (Rampersad, 2008:2). Branding memungkinkan UMKM untuk lebih diketahui dan menambah penjualan produk mereka agar berkembang lebih jauh. Branding adalah proses menciptakan image yang positif pada perusahaan, produk atau jasa di benak konsumen sehingga menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Membangun branding sangat penting di era persaingan pasar global (Nugraha et al., 2017). Branding dapat memberikan ciri khas pada perusahaan, produk, atau layanan yang membedakan produk satu sama lain. Branding dapat dilakukan melalui komunikasi pemasaran dengan bermacam unsur seperti logo, foto produk, tema dan slogan.

Branding dibutuhkan untuk membangun suatu bisnis, tetapi branding juga mempunyai beberapa strategi dalam menciptakan branding yang baik, yaitu: (1) Digital marketing, adalah bentuk pemasaran yang dilakukan melalui perangkat elektronik. Perusahaan dapat menggunakan strategi branding sedemikian rupa sehingga wilayah pasar yang dijangkaunya juga bertambah luas. Dengan hal tersebut, pemasaran bisa dilakukan secara online sehingga konsumen tidak harus hadir secara fisik; (2) Media sosial, pemasaran online berkisar pada media sosial yang merupakan salah satu strategi branding. Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media dimana konsumen dapat berbagi gambar, video, suara, teks, dan informasi dengan orang lain. Media sosial adalah proses hubungan antar individu dengan menciptakan, berbagi, bertukar dan memodifikasi ide dengan bentuk komunikasi virtual atau online. Berbagai media sosial telah muncul dan berkembang di masyarakat dari waktu ke waktu. Nyaris semua orang terhubung dengan media sosial untuk memudahkan komunikasi dan menerima informasi dari orang lain.

Selain itu, dapat menyampaikan informasi dan berbagai kemudahan untuk membuat pengguna merasa nyaman. Media sosial dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif dan jangkauan pemasaran dapat lebih besar. Dengan era digital, semakin banyak pesaing dan mereka juga tetap berusaha mendapatkan lebih banyak keuntungan dalam bisnis. Media sosial memudahkan penjual untuk dekat dengan konsumen. Penjual dapat menerapkan berbagai konten bertema untuk menarik perhatian konsumen. Jenis media sosial sangat beragam seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Tiktok; (3) Website, situs web juga diperlukan dalam bisnis karena dapat digunakan memaksimalkan bisnis. Selain itu, dapat bermanfaat bagi masyarakat. Misalnya menulis tips dan trik atau informasi lain seputar bisnis. Jika brand tersebut menjual pakaian, maka bisa memberikan saran menarik tentang pakaian yang serasi dengan memastikan postingan dibuat menggunakan kata

kunci yang relevan sehingga ketika konsumen target mengetik kata kunci yang berkaitan ke mesin pencari Google, postingan tersebut menempati peringkat teratas.

Di era sekarang ini, UMKM harus dapat menggunakan media digital dalam upaya memasarkan produknya agar konsumen lebih mengenal produk-produk yang dibuat oleh UMKM tersebut. UMKM yang terhubung secara online, terlibat dalam media sosial dan mengembangkan bisnis pasti akan mencapai keuntungan yang baik dalam hal pendapatan, kesempatan kerja, inovasi dan daya saing. Namun, masih banyak UMKM yang belum menggunakan maupun memanfaatkan teknologi, khususnya media digital serta belum memahami manfaat dan peran dari penggunaan media digital. (Wardana, 2018).

Desa Tegalrejo merupakan salah satu desa di Kecamatan Dringu, Probolinggo. Desa Tegalrejo merupakan desa asri yang penuh potensi untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah. Ada beberapa UMKM dengan bisnis yang berbeda di desa tersebut. Salah satunya adalah "Bila Catering" yang merupakan usaha di bidang jasa kuliner dimana melayani pemesanan berbagai makanan dan minuman ataupun lainnya untuk kebutuhan dalam instansi skala besar maupun lainnya. UMKM “Bila Catering” Desa Tegalrejo mempunyai potensi yang mampu dimajukan. Namun, potensi yang ada masih kurang optimal dan memiliki berbagai kekurangan atau kendala seperti: 1) Pemasaran masih tradisional atau apa adanya; 2) Hanya membuat pesanan jika ada yang memesan 3) Belum memiliki branding yang optimal.

Hal ini disebabkan masih belum adanya pengetahuan pelaku UMKM tentang peran penting branding dan media digital untuk pengembangan usaha. Oleh karena itu, perlu analisis peluang optimalisasi branding yang dapat dilakukan dengan sosialisasi. Dari kegiatan branding ini bertujuan untuk meningkatkan keahlian para pelaku UMKM terkait branding agar mampu mengembangkan usahanya. Sedangkan, pendampingan dari kegiatan branding dilakukan pada UMKM “Bila Catering” dalam membuat merek produk usaha, foto produk dan media pemasaran (akun Instagram, website dan *marketplace*).

Dengan adanya aktivitas tersebut berharap dapat memberikan dampak positif dalam usaha. Seperti meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM sehingga usaha tersebut dapat dikembangkan lebih luas dan di optimalkan potensi yang ada di Desa Tegalrejo.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat terkait branding ini dilaksanakan pada bulan Mei 2023 dengan melibatkan beberapa UMKM di desa Tegal Rejo yang salah satunya adalah “Bila Catering”. Untuk Sosialisasi yang diadakan, dilaksanakan tanggal 18 Mei 2023. Dan pendampingan diadakan tanggal 21 Mei 2023. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini antara lain:

1) Sosialisasi.

Kegiatan ini diawali dengan sosialisasi terkait pentingnya branding bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kegiatan sosialisasi branding dilaksanakan di Rumah pemilik usaha Bila Catering Dusun Krajan Rt 005 Rw 001, Desa Tegalrejo Kec. Dringu Kab. Probolinggo dengan memberikan sebuah pemaparan materi sederhana terkait branding itu sendiri seperti pengertian, pentingnya branding, strategi dalam melakukan branding beserta unsur branding yang didalamnya meliputi logo, foto

produk, labeling, packaging dan social media. Tujuan diadakannya sosialisasi ini yaitu agar pelaku UMKM dapat mengetahui bahwa branding berperan penting sebagai upaya dalam pengembangan usaha serta memberikan solusi dari kurang pemahannya pelaku UMKM terkait branding suatu usaha. Sehingga, untuk kedepannya dapat memotivasi pelaku umkm tersebut agar selalu kreatif untuk dan dapat bersaing dengan cara terus berinovasi. Selain itu, juga dapat menambah wawasan pelaku UMKM mengenai manfaat besar dari media digital untuk meningkatkan penjualan.

2) Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan di Dusun Krajan Rt 005 Rw 001, Desa Tegalrejo Kec. Dringu Kab. Probolinggo yang secara langsung melakukan tahap Foto Produk sebagai bentuk branding usaha catering untuk menambah daya tarik konsumen. Foto produk merupakan salah satu bentuk fotografi komersial yang memiliki tujuan untuk menghadirkan tampilan produk berupa foto sebaik mungkin. Foto produk diperlukan untuk memberi deskripsi produk dengan lebih jelas secara visual kepada konsumen mengenai bentuk fisik dan fungsi dari produk tersebut. Selain itu, kami juga melakukan pendampingan pembuatan sosial media.

3) Penyerahan Hasil Capaian

Hasil capaian dari kegiatan sosialisasi dan pendampingan terkait branding pada UMKM “Bila Catering” antara lain :

1. Branding Logo
2. Foto Produk
3. Sosial Media Instagram
4. Website UMKM
5. MarketPlace

HASIL PEMBAHASAN

Branding bertujuan untuk memperkuat identitas suatu produk atau jasa. Branding adalah bagian penting dari bisnis. Setiap perusahaan membutuhkan merek produk atau jasa untuk menjalankan bisnisnya dan bersaing di pasar. Membangun brand membutuhkan strategi branding yang tepat dan efektif. Branding adalah aspek terpenting dalam bisnis. Hal yang paling penting untuk diketahui tentang branding adalah dapat digunakan untuk membedakan produk atau layanan perusahaan dari pesaing lainnya. Oleh karena itu, branding adalah proses meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari sudut pandangnya, merek memiliki beberapa arti. Secara garis besar, branding adalah periklanan, promosi, dan penerbitan suatu produk. Namun, dari sudut pandang akademik, branding adalah proses membangun merek dengan nama baik logo, identitas, kesadaran merek, dan citra merek, yang dapat dicapai melalui iklan, pengemasan produk, dan desain produk.

Oleh karena itu, branding dapat menciptakan citra produk yang baik pada konsumen sehingga konsumen dapat mengingat dan menggunakan produk tersebut. Selain itu, branding juga dapat memberikan sebuah identitas perusahaan atau bisnis. Dengan citra yang baik dimata konsumen, perusahaan dapat memperkuat loyalitas pelanggan. Ketika perusahaan memiliki kualitas yang baik, maka tercipta loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa tersebut. Jika branding dapat digunakan untuk membangun loyalitas pelanggan, konsumen mungkin lebih memilih merek yang dikatakan unggul dibandingkan

pesaing lainnya karena konsumen sudah yakin bahwa akan diberikan kualitas dan pelayanan yang memuaskan.

Sebelum melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini perlu adanya persiapan terlebih dahulu seperti menyiapkan materi yang akan diberikan kepada pelaku UMKM serta menentukan properti sebagai pendukung untuk pendampingan dalam melakukan foto produk “Bila catering”. Berikut aktivitas yang dilakukan antara lain :

a) Tahap Penyuluhan :

Sosialisasi Branding UMKM

Sosialisasi diadakan dalam satu hari yaitu pada tanggal 18 Mei 2023 berlokasi di Rumah pelaku UMKM “Bila Catering” Dusun Krajan Rt 005 Rw 001, Desa Tegalrejo Kec. Dringu Kab. Probolinggo pada pukul 14.00 – 18.00. Dimana kegiatan yang dilaksanakan berupa :

1. Pemaparan Materi

Pemberian materi ini dilakukan pada pelaku usaha “ Bila Catering” yakni Desi Ayuni dengan didampingi sebanyak 3 orang (Diknastiya Putri Dieva, Ajeng Dian R, M. Reza Maulana). Materi tersebut tentunya membahas mengenai peran penting branding bagi suatu usaha serta unsur secara menyeluruh yang ada pada branding meliputi logo, foto produk, social media, labeling dan packaging. Dalam hal ini, kami menjelaskan secara detail dan memberikan contoh pembahasan yang sesuai dengan fakta pada keadaan saat ini. Sehingga, pelaku usaha dapat menerima dengan baik terkait materi tersebut.

Berikut ini merupakan dokumentasi kegiatan saat sosialisasi Branding :

Gambar 1. Dokumentasi Sosialisasi Branding UMKM



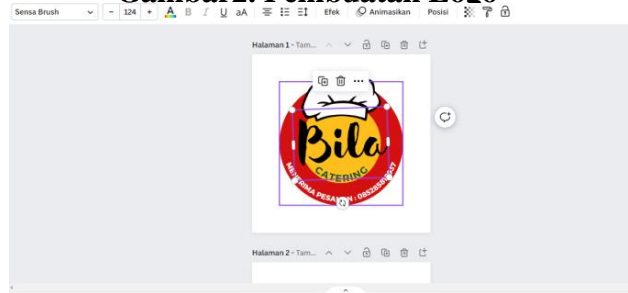
b) Tahap Pendampingan : Logo, Foto Produk dan Pembuatan Sosial Media (*Instagram, Website UMKM, Marketplace*) Tahap Pendampingan dilakukan pasca dilakukannya Sosialisasi Branding tanggal 18 Mei 2023. Kegiatan yang dilakukan berupa :

1. Logo

Tahap pendampingan yang pertama yaitu pembuatan logo “Bila Catering”. Di setiap brand pasti membutuhkan logo dan merupakan sebagai salah satu elemen terpenting dalam branding. Logo terdiri dari berbagai elemen yang dapat digabungkan menjadi gambar asset seperti kartu nama, situs web, media sosial, pasar, dan semua iklan pemasaran bisnis. Dalam pembuatan logo “Bila Catering” kami membuat melalui aplikasi Canva dengan elemen yang sederhana dan arti dari bila catering juga

merupakan nama singkatan dari sang buah hati dimana hal tersebut sesuai dengan permintaan pelaku usaha.

Gambar2. Pembuatan Logo



2. Foto Produk

Pada tahap pendampingan kedua, yang dilakukan ialah kami mempersiapkan terkait properti foto produk pada UMKM “Bila Catering”. Dalam hal ini, kami menggunakan properti yang sangat sederhana (*Kertas manila, lakban, Piring, Daun Pisang, Sendok Garpu*) dan mengambil gambar produk Kue Basah terlebih dahulu dari UMKM tersebut karena kebetulan pada hari itu sedang menerima pesanan Kue basah (*Kue Lapis, Kue Pastel dan Rollcake*). Berikut ini Dokumentasi pada kategori pendampingan :

Gambar 3. Pendampingan Foto Produk “Bila Catering”



Adapun Teknik yang perlu diperhatikan dalam melakukan foto Produk yang baik antara lain :

1. Pencahayaan, dalam melakukan foto produk diperlukan pencahayaan yang cukup. Sebisa mungkin mendapatkan cahaya alami dari sinar matahari. Namun, kita juga dapat memanfaatkan lampu untuk mendapatkan cahaya yang maksimal.
2. Background, gunakan latar foto dengan warna yang netral atau satu warna saja seperti hitam, putih, coklat atau motif kayu agar foto menjadi lebih fokus pada tata letak. Tidak lupa untuk menggunakan peralatan properti yang sederhana sebagai pendukung dari tema foto produk.
3. Metode Close Up, diperlukan pengambilan foto dengan metode tersebut agar pesan dan kesan foto produk tersampaikan pada audiens.
4. Menentukan Angle (sudut), pengambilan gambar dari berbagai *angle* yang berbeda dari setiap pemotretan akan menghasilkan foto produk yang optimal

karena lebih menarik dan berkesan dibanding hanya fokus pada satu sudut foto. Namun, penentuan angle juga harus disesuaikan dengan objek atau produk yang ingin di potret.

5. Editing, pada sebuah foto tentunya akan lebih menarik setelah diberikan sentuhan editing. Namun, tidak perlu editing berlebihan tetapi cukup membuat warna dari objek foto produk yang dipotret tersebut menjadi berkesan.

3. Sosial Media

Tahap pendampingan selanjutnya yaitu pembuatan sosial media untuk “Bila Catering”. Berdasarkan hasil observasi kami terhadap UMKM Bila Catering terdapat kekurangan atau kendala didalamnya yang mana dari segi penjualan dan pemasaran yang kurang luas hanya sebatas teman dan tetangga serta pemilik usaha hanya membuat pesanan ketika ada yang pesan dalam artian sesuai kondisi yang ada. Oleh karena itu, dalam hal ini kami memutuskan untuk melakukan pendampingan dalam pembuatan sosial media melalui Instagram, Website dan Marketplace Shopee. Pada pendampingan ini kami berharap agar dapat membantu UMKM “Bila Catering” untuk dapat lebih dikenal kalangan Masyarakat sehingga meningkatkan penjualan dalam mengembangkan usaha tersebut.

Gambar 4. Pendampingan Pembuatan Sosial Media



c) Penyerahan Hasil Capaian

Penyerahan hasil capaian dilakukan sebagai upaya dalam memberikan solusi dari kegiatan pengabdian Masyarakat. Mengenai branding pada UMKM “Bila Catering”. Hal ini diharapkan agar dapat membantu dan memberi kemudahan pada UMKM tersebut dalam menjalankan usahanya sehingga potensi yang ada pada UMKM “Bila Catering” dapat berjalan dengan optimal.

Gambar 5. Penyerahan Logo



Branding produk dilakukan dengan memberi bantuan pada mitra UMKM yakni “Bila Catering” dalam pembuatan logo sebagai identitas dari UMKM tersebut dimana dari hasil observasi pelaku usaha mengaku belum memiliki brand secara paten. Selain itu, kami juga memberikan bantuan pendampingan terkait foto produk agar dapat menjadi suatu hal yang bisa meningkatkan kepercayaan konsumen pada usaha tersebut.

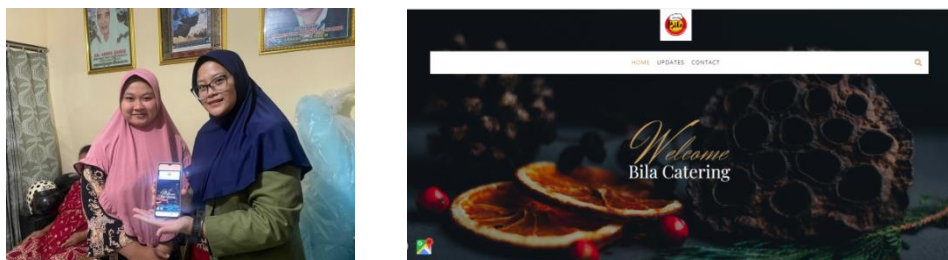
Gambar 6. Hasil Foto Produk



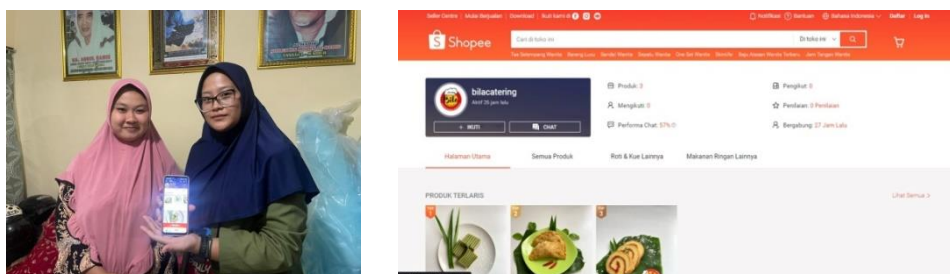
Gambar 7. Instagram Bila Catering



Gambar 8. Website Bila Catering



Gambar 8. Marketplace Bila Catering



Pendampingan dalam pembuatan media sosial merupakan bentuk dari pemanfaatan teknologi khususnya media digital sebagai pemasaran pada era saat ini. Dalam pembuatan akun Instagram, website serta marketplace sangat berpotensi untuk memperluas pasar.

Pada kegiatan tersebut kami juga menjelaskan terkait cara penggunaan serta fungsi yang dapat digunakan pada kegiatan pemasaran “Bila Catering”.

KESIMPULAN

Sosialisasi terkait branding sangat penting dan perlu dilakukan di Desa Tegalrejo. Terutama pada “Bila Catering” dimana berdasarkan hasil observasi yang kami dapatkan bahwa UMKM Bila Catering terdapat beberapa kekurangan serta kendala seperti melakukan pemasaran secara tradisional atau apa adanya dan hanya membuat pesanan jika ada yang memesan serta belum memiliki branding yang optimal. Oleh karena itu, kami mengadakan program kerja Pengabdian Masyarakat “Sosialisasi Branding UMKM” yang merupakan upaya dalam membangun branding pada UMKM tersebut agar pengembangan usaha dapat dilakukan secara optimal. Kegiatan Sosialisasi dan pendampingan branding secara Home To Home UMKM “Bila Catering” dilakukan dengan antusias besar dari pelaku usaha tersebut. Berdasarkan hasil dari kegiatan dapat disimpulkan bahwa dapat memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM Desa Tegalrejo terutama “Bila Catering” karena dapat memberikan manfaat serta menambah pemahaman dan skill pelaku UMKM. Sehingga, dapat meningkatkan daya saing dengan keunikan yang dimiliki. Kami berharap agar pelaku UMKM Desa Tegalrejo dapat mengembangkan usahanya secara kreatif dan inovatif dan terus belajar mengikuti sesuai perkembangan zaman dimana seperti era modern saat ini yaitu teknologi yang sangat berkembang pesat. Sehingga, diharapkan pelaku usaha dapat memiliki kemampuan dalam memanfaatkan teknologi tersebut dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN “Veteran” Jawa Timur, Dosen Pembimbing, Kelurahan Desa Tegalrejo, dan Pemilik UMKM “Bila Catering”.

DAFTAR PUSTAKA

- Muntazori, A. F., & Listya, A. (2021). BRANDING UMKM PRODUK KOPI BANG SAHAL MELALUI DESAIN LOGO. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 1(3), 342-351.
- Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E. F., & Simangunsong, P. B. N. (2021). BRANDING UMKM UNTUK MENINGKATKAN POTENSI PROMOSI DAN PENJUALAN SECARA Mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEK*, 1(1).
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI MARKETING DAN BRANDING PADA UMKM. *Prosiding*.
- Lutfiyani, I. Q., Hastadi, A. Y., Wahyuningsih, F., Wahyuni, A. T., Fauzi, G. F., Nurfaizah, A., ... & 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.
- Anugrah, R., Perwirianto, H. W., Zulfania, M., Ratih, D., Aprilianda, E. N., Haryawan, S. H., ... & Arum, D. P. (2022). PENERAPAN BRANDING PRODUK DAN

DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN
UMKM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian
Masyarakat*, 3(2), 740-746.

Mas' ula, S., Laviola, M., & DW, T. N. (2022, September). BRANDING DAN DIGITAL
MARKETING UNTUK PENGEMBANGAN UMKM MINUMAN SARI
BUAH STROBERI. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada
Masyarakat (SINAPMAS)*.

Pratiwi, D., Indartini, M., & Rahayu, E. E. (2020). PENTINGNYA STRATEGI
BRANDING BAGI PRODUK UMKM PENDAMPINGAN DI DESA
GLONGGONG KECAMATAN DOLOPO KABUPATEN
MADIUN. *JURNAL DAYA-MAS*, 5(2), 43-46.