

## PENGEMBANGAN IDENTITAS BRAND UMKM KERUPUK KEMPLANG UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI DESA LEMBAK (PELATIHAN LOGO)

Nency Agustin<sup>1</sup>, M Ammar Fauzan<sup>2</sup>, Pitri Rosmala Dewi<sup>3</sup>, Aliah Ghina<sup>4</sup>, Luis Marnisah<sup>5</sup>,

Muhammad Wadud<sup>6</sup>, Endy Agustian<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

<sup>7</sup> Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Indo Global Mandiri

*e-mail:* 2021510024@students.uigm.ac.id<sup>1</sup>, 2021510072@students.uigm.ac.id<sup>2</sup>,

2021280032@students.uigm.ac.id<sup>3</sup>, ghinaaliah93@uigm.ac.id<sup>4</sup>, luismarnisah@uigm.ac.id<sup>5</sup>, wadud@uigm.ac.id<sup>6</sup>,  
endyagustian@uigm.ac.id<sup>7</sup>

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan pelatihan logo item bisnis makanan pada UMKM Kerupuk Kemplang dan menjelaskan proses desain produk tersebut. Kegiatan program bersama mitra KKN menjadi data penelitian ini. Kemasan dan logo usaha merupakan satu hal yang penting dalam usaha, masyarakat desa Lembak masih belum memiliki pengetahuan yang lebih mengenai pentingnya branding dalam suatu produk. Berdasarkan temuan penelitian UMKM Kerupuk Kemplang diberikan pelatihan pembuatan logo untuk produk makanan. Di Desa Lembak Sumatera Selatan, pengembangan produk UMKM dapat dilakukan dengan diversifikasi produk yaitu membuat identitas seperti logo pada brand UMKM Kerupuk Kemplang Di desa Lembak. Tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat yaitu untuk mengembangkan produk UMKM Kerupuk Kemplang dan meningkatkan daya saing produk. Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu observasi secara langsung dan wawancara dengan pemilik UMKM, kemudian dilakukan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini mendapatkan respon yang positif dan antusias warga desa Lembak terutama untuk pemilik usaha UMKM Kerupuk Kemplang. Hasil dari Pengabdian Kepada Masyarakat dalam penelitian ini, produk UMKM Kerupuk Kemplang pada Desa Lembak mengerti dan bisa membuat logo untuk brand mereka sendiri menggunakan aplikasi yang diajarkan melalui pelatihan logo. Masyarakat desa Lembak jadi lebih memahami mengenai pentingnya identitas brand yang baik untuk suatu usaha, dan memiliki tampilan kemasan dan logo atau label yang lebih menarik sehingga diharapkan mampu untuk meningkatkan minat beli konsumen.

**Kata kunci:** Pengembangan, Brand, Daya Saing.

### Abstract

The aim of this research is to develop food business item logo training for Kerupuk Kemplang MSMEs and explain the product design process. Program activities with KKN partners are the data for this research. Packaging and business logos are important things in business, the people of Lembak village still do not have more knowledge about the importance of branding in a product. Based on research findings, Kerupuk Kemplang MSMEs were given training in making logos for food products. In Lembak Village, South Sumatra, MSME product development can be done by diversifying products, namely creating an identity such as a logo for the Kemplang Crackers MSME brand in Lembak Village. The aim of Community Service is to develop the Kemplang Crackers MSME product and increase product competitiveness. The implementation method used is direct observation and interviews with MSME owners, then community service is carried out. This activity received a positive and enthusiastic response from Lembak village residents, especially the owner of the Kemplang Crackers MSME business. As a result of Community Service in this research, the UMKM Kerupuk Kemplang products in Lembak Village understood and were able to create logos for their own brands using applications taught through logo training. The people of Lembak village have a better understanding of the importance of a good brand identity for a business, and having a more attractive packaging and logo or label appearance is expected to increase consumer buying interest.

**Keywords:** Development, Brand, Competitiveness.

### PENDAHULUAN

Untuk mencapai status maju dan menjadi teladan bagi negara lain, suatu negara harus melalui proses modernisasi yang kadang disebut dengan “fenomena digitalisasi”. Tujuan modernisasi adalah

untuk mengangkat cara hidup, norma, dan pola pikir tradisional suatu bangsa atau daerah. Pasca modernisasi, akan terjadi perbaikan-perbaikan baru di setiap aspek kehidupan anak, dan sektor makanan dan minuman adalah salah satunya. Sektor ini semakin maju dan terdepan di era digital. Perusahaan UMKM di daerah menghadapi tantangan sebagai akibat dari pergeseran pasar dan peluang yang ada, serta pendanaan dan media promosi, sumber daya manusia untuk inovasi dan teknologi, kecerdasan komersial, dan strategi pemasaran global (Ismail & Dermawan, 2023). Salah satu permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM adalah kurangnya jiwa kewirausahaan, tidak menyadari manfaat branding, dan yang paling penting, belum diberikan pelatihan atau arahan mengenai taktik branding. Dalam strategi pemasaran, branding berfungsi untuk menciptakan persepsi positif di benak konsumen yang perlu diwaspadai oleh para pelaku UMKM.

Untuk tumbuh dalam ekonomi digital, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus mahir dalam melihat peluang bisnis dan memanfaatkannya dengan memperbarui logo mereka. Menurut Longdong et al., (2022), branding adalah program yang memproyeksikan dan berkonsentrasi pada nilai-nilai merek. Proses pengambilan keputusan pelanggan bervariasi, dan program ini bertujuan untuk menciptakan barang dan menambah nilai pada bisnis. Namun, "rebranding" mengacu pada tindakan yang diambil oleh bisnis, barang, atau jasa untuk mengubah persepsi mereka guna membedakan diri dari pesaing melalui nama, branding, atau reposisi. Saat ini, branding merupakan komponen komunikasi pemasaran yang penting dan terintegrasi. Hal ini semakin penting seiring berjalannya waktu sebagai komponen media dan pertumbuhan perusahaan untuk memproyeksikan citra positif (Musyawarah & Idayanti, 2022). Berdasarkan data yang ada, UMKM Kerupuk Kemplang Desa Lembak di Kecamatan Lembak Kabupaten Muaraenim belum mempunyai identitas brand seperti logo pada pada UMKM Kerupuk Kemplang. Sebenarnya akan ada nilai tambah jika terdapat logo agar lebih menarik bagi pelanggan dan mudah dikenali.

Karena logo merupakan komponen penting dalam desain dan berfungsi sebagai identitas visual perusahaan, rebranding logo terjadi karena terus digunakan dalam konteks berbeda terkait identitas visual. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya merancang logo yang mencerminkan esensi dan kepribadian bisnis. Tren yang patut diperhatikan di Desa Lembak adalah sebagian besar UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) merasa nyaman menggunakan pendekatan pemasaran tradisional. UMKM harus berinovasi jika ingin lebih kompetitif. Ini termasuk penggunaan desain logo sebagai bagian dari branding mereka. Membangun reputasi positif di mata konsumen melalui branding merupakan hal yang krusial bagi perkembangan bisnis dan media. Usaha kecil dan menengah (UMKM) seringkali berupaya untuk meningkatkan keunggulan merek suatu produk dengan menciptakan nama atau logo.

Mahasiswa KKN Tematik Universitas Indo Global Mandiri merumuskan permasalahan pengembangan identitas branding logo pada usaha produk UMKM untuk membentuk brand image yang positif guna mengembangkan UMKM di Desa Lembak Kecamatan Lembak Kabupaten Muaraenim. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mendongkrak penjualan kemplang Desa Lembak dan memberikan wawasan kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya identitas logo brand didalam UMKM. Pelaku usaha masyarakat perlu melakukan perdagangan dengan baik agar dapat bersaing, bertahan, dan berkembang dalam dunia perdagangan. Produk yang diproduksi dan tersedia untuk masyarakat harus diperhatikan, dan inovasi produk serta pemasaran sama-sama meningkatkan minat konsumen. Hasilnya, hanya sedikit pedagang yang mampu meningkatkan kinerja perdagangan mereka. Gagasan bahwa ada banyak alasan untuk kinerja adalah alasannya. Inovasi pemasaran merupakan salah satu strategi yang digunakan dalam pemasaran bisnis; banyak penelitian sebelumnya telah menunjukkan dampak positif inovasi pemasaran terhadap bisnis.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui program kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Desa Lembak Kabupaten Muaraenim. Waktu pelaksanaan berlangsung dalam kurun waktu 40 hari. Pada kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi (Ghina et al., 2024). Berikut penjelasan lebih rinci tentang setiap tahapan:

### 1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan fase awal yang krusial bagi kelancaran pelatihan. Pada tahap ini, tim trainer melakukan beberapa langkah penting, meliputi:

- a. Pembentukan tim dan pembagian tugas: Tim trainer dibentuk dengan mempertimbangkan keahlian dan pengalaman masing-masing anggota dalam bidang desain grafis dan pengembangan brand. Pembagian tugas dilakukan secara jelas dan terstruktur untuk memastikan setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang spesifik.
- b. Persiapan perlengkapan: Perlengkapan yang diperlukan untuk pelatihan disiapkan dengan cermat, seperti alat tulis, laptop dengan software desain grafis, proyektor, dan papan tulis. Pastikan semua perlengkapan dalam kondisi baik dan berfungsi dengan optimal.
- c. Penyusunan materi pelatihan: Materi pelatihan dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta. Materi dibagi menjadi beberapa sesi yang terstruktur dan mudah dipahami, dengan dilengkapi contoh-contoh kasus terkait pengembangan identitas brand dan desain logo untuk usaha Kerupuk Kemplang.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Menurut Turangan, (2021) tahap pelaksanaan merupakan fase dimana pelatihan berlangsung secara aktif. Pada tahap ini, tim trainer melakukan beberapa langkah, yaitu:

- a. Membawa seluruh perlengkapan ke lokasi pelatihan: Tim trainer memastikan semua perlengkapan yang telah disiapkan pada tahap perencanaan dibawa ke lokasi pelatihan dengan aman dan tepat waktu.
- b. Kedatangan tim ke lokasi: Tim trainer tiba di lokasi pelatihan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- c. Melaksanakan tugas tim: Setiap anggota tim trainer menjalankan tugasnya dan bertanggung jawab penuh. Hal ini meliputi:
  1. Merekam segala kegiatan selama pelatihan untuk mendapatkan data yang akurat terkait proses pengembangan brand dan logo.
  2. Memberikan pelatihan kepada peserta UMKM Kerupuk Kemplang tentang cara mendesain logo yang efektif dan relevan dengan identitas brand mereka. Pelatihan dilakukan dengan metode yang interaktif dan mudah dipahami, dengan memanfaatkan contoh-contoh desain logo yang sukses dalam industri sejenis.
  3. Memfasilitasi sesi tanya jawab untuk memberikan kesempatan kepada peserta UMKM Kerupuk Kemplang untuk bertanya dan mendapatkan penjelasan lebih lanjut terkait materi pelatihan.
  4. Membuat laporan atas kegiatan yang telah dilakukan untuk mendokumentasikan proses pelatihan dan sebagai bahan evaluasi di masa depan.

## 3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan fase akhir yang bertujuan untuk menilai efektivitas pelatihan dan mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki di masa depan. Pada tahap ini, tim trainer melakukan beberapa langkah, yaitu:

- a. Melakukan evaluasi proses pelatihan: Tim trainer melakukan evaluasi terhadap keseluruhan proses pelatihan, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan cara menganalisis laporan kegiatan, hasil sesi tanya jawab, dan feedback dari peserta UMKM Kerupuk Kemplang.
- b. Menampung masukan dan kendala: Tim trainer menampung masukan dan kendala yang dialami oleh peserta selama proses pelatihan. Masukan dan kendala ini akan dianalisis untuk menjadi acuan dalam menyusun materi pelatihan yang lebih baik di masa depan.
- c. Membuat laporan evaluasi: Tim trainer membuat laporan evaluasi yang berisi kesimpulan dan rekomendasi untuk perbaikan pelatihan di masa depan. Laporan evaluasi ini akan digunakan sebagai bahan acuan untuk meningkatkan kualitas pelatihan dan memberikan manfaat yang lebih maksimal bagi para peserta.

Metode pelaksanaan pelatihan ini dirancang dengan sistematis dan terstruktur, dengan memperhatikan setiap tahapan dan langkah-langkah yang diperlukan untuk memastikan kelancaran dan efektivitas pelatihan. Dengan metode ini, diharapkan peserta UMKM Kerupuk Kemplang dapat memahami dengan baik cara mendesain logo yang efektif dan relevan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan identitas brand mereka di pasar lokal dan regional (Libraeni et al., 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat guna membantu pelaku UMKM Kerupuk Kemplang di Desa Lembak dalam pengembangan identitas brand, khususnya melalui pelatihan

pembuatan logo. Kegiatan ini dilaksanakan selama dua hari, dengan mempertimbangkan kondisi waktu yang tepat untuk memaksimalkan jangkauan dan efektivitas program. Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan, teridentifikasi beberapa permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM Kerupuk Kemplang terkait pengembangan identitas brand, yaitu:

1. Kurangnya Pemahaman tentang Pentingnya Identitas Brand: Banyak pelaku UMKM belum memahami betapa pentingnya identitas brand, termasuk elemen seperti logo, dalam membedakan produk mereka di pasar dan meningkatkan daya saing. Tanpa identitas brand yang kuat, produk mereka kurang terlihat di pasar, sehingga berpotensi menghambat pertumbuhan usaha.
2. Kurangnya Pemahaman tentang Unsur-Unsur Identitas Brand: Pelaku UMKM kesulitan dalam memahami dan mengidentifikasi unsur-unsur penting dalam pembuatan logo dan identitas brand yang efektif. Hal ini mencakup kesulitan dalam mendesain logo yang dapat merepresentasikan nilai dan keunikan produk mereka, yang pada akhirnya berdampak pada daya tarik dan kesadaran konsumen terhadap produk mereka.
3. Keterbatasan Kemampuan dalam Mendesain Logo: Keahlian pelaku UMKM dalam mendesain logo yang profesional dan menarik masih perlu ditingkatkan. Keterbatasan pengetahuan dalam desain grafis, minimnya pelatihan, dan kurangnya akses ke perangkat lunak desain yang memadai menjadi kendala utama yang menghambat pembuatan logo yang dapat meningkatkan daya saing produk di pasar.

### Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan logo adalah program atau kegiatan yang dirancang untuk mengajarkan keterampilan dan pengetahuan kepada peserta mengenai cara merancang dan mengembangkan logo yang efektif untuk suatu merek atau produk. Pelatihan ini akan memberikan panduan praktis bagi peserta untuk menerapkan strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat (Widiya et al., 2022). Pelatihan ini dirancang khusus untuk membantu UMKM dalam membangun brand yang kuat melalui desain logo yang tepat.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Logo dan Foto Bersama Para Pelaku UMKM Kerupuk Kemplang Desa Lembak

Melalui serangkaian workshop, penulis berhasil mengembangkan strategi yang mendalam dalam merancang logo serta kemasan yang unik untuk meningkatkan daya saing produk UMKM Desa Lembak. Pendekatan mencakup analisis mendalam terhadap preferensi pasar dan nilai-nilai lokal yang dimiliki Desa Lembak, sehingga logo dan kemasan yang dihasilkan tidak hanya menarik tetapi juga memenuhi harapan konsumen. Proses pendampingan berfokus pada menciptakan identitas visual yang kuat untuk UMKM Desa Lembak. Bekerja sama dengan pemilik UMKM untuk memahami esensi dari produk mereka dan nilai-nilai yang ingin mereka komunikasikan melalui desain logo. Hasilnya adalah logo baru yang mencerminkan keunikan dan keaslian produk Desa Lembak, serta kemasan yang dirancang untuk menonjolkan kualitas dan daya tarik produk tersebut. Dengan pendekatan ini, UMKM Desa Lembak tidak hanya mendapat peningkatan dalam penjualan, tetapi juga memperoleh pengurangan biaya produksi yang signifikan. Desain yang baru tidak hanya membuat produk lebih menarik di mata konsumen, tetapi juga memberikan kesan profesional dan modern yang penting dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

### Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan fase penting dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk mengukur efektivitas program dan mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki di masa depan. Dalam kegiatan ini, penulis menggunakan pendekatan partisipatif, di mana para pelaku UMKM

Kerupuk Kemplang di Desa Lembak secara aktif terlibat dalam proses evaluasi. Pendekatan ini memungkinkan penulis memperoleh informasi lebih dalam mengenai pemahaman dan penerapan materi pelatihan pembuatan logo yang telah disampaikan sebelumnya.

Pada tahap evaluasi, penulis memberikan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM dalam proses pembuatan dan penerapan logo untuk brand mereka. Penulis mengamati dengan cermat bagaimana para pelaku UMKM merancang dan mengimplementasikan logo, serta memberikan bimbingan dan arahan yang diperlukan. Penulis juga mendorong para pelaku UMKM untuk mendiskusikan kesulitan yang mereka hadapi dalam proses desain, dan bersama-sama mencari solusi yang tepat.

Dari pengamatan tersebut, penulis mengidentifikasi beberapa kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam pengembangan identitas brand, terutama dalam pembuatan logo. Kendala yang paling umum adalah kurangnya keterampilan dalam desain grafis dan pemahaman tentang elemen-elemen penting dalam logo yang efektif. Hal ini menyebabkan para pelaku UMKM terkadang tidak dapat membuat logo yang dapat merepresentasikan brand mereka dengan baik. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis dan pelaku UMKM berdiskusi dan sepakat untuk melakukan beberapa perbaikan. Penulis memberikan tambahan pelatihan mengenai prinsip-prinsip desain logo, serta alat dan teknik yang dapat membantu pelaku UMKM dalam proses desain. Dengan cara ini diharapkan mereka dapat membuat logo yang lebih profesional dan sesuai dengan identitas brand mereka.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menggambarkan bahwa para pelaku UMKM Kerupuk Kemplang mengalami kemajuan positif dalam pengembangan identitas brand mereka. Hal ini terlihat dari peningkatan kualitas logo yang dirancang dan implementasinya dalam materi promosi mereka. Perkembangan ini menggambarkan bahwa peningkatan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam desain logo dapat membantu mereka meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha mereka di pasar.

## SIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Desa Lembak dengan fokus pada pengembangan identitas brand UMKM Kerupuk Kemplang melalui pelatihan desain logo telah memberikan dampak positif yang signifikan. Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam evaluasi program memungkinkan pelaku UMKM untuk terlibat aktif, memberikan wawasan mendalam mengenai pemahaman dan penerapan materi pelatihan, serta mengidentifikasi kendala utama seperti kurangnya keterampilan desain grafis dan pemahaman elemen-elemen penting logo. Solusi berupa tambahan pelatihan dan alat desain yang relevan telah berhasil meningkatkan kualitas logo dan implementasinya dalam materi promosi. Dampak positif ini tidak hanya memperbaiki tampilan brand tetapi juga meningkatkan daya saing usaha mereka di pasar. Program ini telah menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan potensi ekonomi masyarakat Desa Lembak dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan program serupa di masa depan, seperti memperluas materi pelatihan dan meningkatkan akses ke sumber daya desain.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan KKN ini. Ucapan terima kasih yang tulus KKN-T Kelompok 6 sampaikan kepada Universitas Indo Global Mandiri, dan dosen pembimbing lapangan serta Pemerintah Desa Lembak, seluruh perangkat desa, serta seluruh masyarakat Lembak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang sangat berarti. Tanpa dukungan dari semua pihak, kegiatan KKN ini tidak akan berjalan dengan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisa Oktavia, P., Salsabila, M., Ananda Putri, R., Maulana, A., Dewi Purnamasari, E., Desitama Anggraini, L., Wulandari, T., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, P. (2023). Re-Branding Umkm Kerupuk Kemplang Lembak Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Di Desa Lembak. *Communnity Development Journal*, 4(6), 11770–11774.
- Ghina, A., Desitama Anggraini, L., & Aziatul Pebriani, R. (2024). Pengabdian Masyarakat: Membangun Kemampuan Penetapan Harga Produk Makanan Sesuai Tren Pasar Dan Target Konsumen Bagi Umkm. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1956–1974.

- Ismail, R. R., & Dermawan, R. (2023). *Pendampingan Pengembangan Kemasan Untuk Membangun Identitas Produk Bagi Umkm Di Kelurahan Turi, Kota Blitar*. 2.
- Lintang, I., Arifatangkas, F., Cahya, M., Setiawan, A., Saputra, A., Prasetyawati, M., Sudarwati, W., & Febrianti, T. (N.D.). *Prosiding Seminar Nasional Lppm Umj Website: Http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaskat E-Issn: 2714-6286 Pelatihan Pembuatan Logo Produk Usaha Makanan Pada Umkm Dapur Khalila. Http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaskat*
- Libraeni, L. G. B., Desmayani, N. M. M. R., Devi Valentino Waas, Ayu Gede Willdahlia, Gede Surya Mahendra, Ni Wayan Wardani, & Putu Gede Surya Cipta Nugraha. (2022). Pelatihan Penentuan Harga Pokok Penjualan Pada Toko Kue Dapur Friska. *Jurpikat (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 255–265. <https://doi.org/10.37339/Jurpikat.V3i2.973>
- Longdong, W., Genape, D., Kumaat, A., Pemasaran, M., Administrasi Bisnis, J., & Negeri Manado, P. (2022). *Strategi Branding Di Era Global: Studi Kasus Produk Scarlett Dan Ms Glow* (Vol. 1, Issue 1).
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Issn (Cetak) 2621-7406 Issn (Online). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 2656–6265.
- Rovita, D., Desitama Anggraini, L., Wulandari, T., & Dewi Purnamasari, E. (2023). *Diversifikasi Produk Umkm Kerupuk Kemplang Di Desa Lembak Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk*. 7(3).
- Turangan, J. A. (2021). Perhitungan Harga Pokok Penjualan Dan Harga Jual Produk Untuk Keberlangsungan Umkm Dapur Pipit, Jambi. *Prosiding Senapenmas*, 735. <https://doi.org/10.24912/Psenapenmas.V0i0.15096>
- Ulfah, A., Yusniah, S., Muthoharoh, A. N. L., Akbar, M., & Rozaq, M. (2022). Menjamu: Pelatihan Branding Dan Packaging Produk Unggulan Desa Karangwungu Sebagai Penguat Ekonomi Masyarakat. *Perdikan (Journal Of Community Engagement)*, 4(2), 94–103. <https://doi.org/10.19105/Pjce.V4i2.7310>
- Zihni Qistan, L., Agriani, R., Lailla, N., Ahmad Dahlan, J. K., Ciputat Timur, K., Tangerang Selatan, K., Manajemen, J., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Jakarta, U. (N.D.). *Prosiding Seminar Nasional Lppm Umj Pelatihan Desain Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi Usaha Rumahan Di Griya Sasmita Bojongsari, Depok*.