

PENDAMPINGAN PEMBUATAN DIGITAL BRANDING DAN DIGITAL MARKETING UMKM BUMDES DESA BRANTA PESISIR

Imam Syafi'ie¹, Moh.Aminollah Hamzah², Syaiful Rizal³, Khoiruddin Ahmad⁴, Abd Wadud⁵, Sitti Wesilah⁶, Andre Adi S⁷, Fahrur Riyadi Abdillah⁸, Saifulloh⁹, Anis fitria¹⁰, Moh Faisol¹¹, Ahmad Fawaid¹², Ach Nur Faizi Firdaus¹³, Affan¹⁴, Syarif hidayatullah¹⁵, Indra Rofiyadi¹⁶, Munadi¹⁷
1234567891011121314151617 Universitas Islam Madura

official@uim.ac.id

ABSTRAK

Desa branta pesisir merupakan daerah yang terkenal dengan produk UMKM yang cukup banyak. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan strategi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sehari-hari karena sering meningkatnya pertumbuhan ekonomi kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Desain merupakan salah satu kebutuhan wajib pada saat promosi dan kegiatan pendampingan masyarakat ini bertujuan sebagai solusi strategi penjualan yaitu branding dan pengemasan yang menarik sehingga mampu menarik minat konsumen dan mampu meningkatkan daya saing dan produk yang bermutu. Tingkat keberhasilan seluruh produk ini akan di capai oleh melonjaknya volume penjualan dan produk yang dapat di kenal oleh masyarakat. Sasaran dari kegiatan pendampingan ini adalah pelaku UMKM yang di naungi oleh BUMDES branta pesisir kecamatan tlanakan metode yang digunakan adalah metode pendampingan yang diawali dengan berkonsultasi langsung pada BUMDES terkait pembuatan, pentingnya logo usaha, label kemasan, dan desain kemasan yang menarik. Hasil dari kegiatan ini berupa desain dan strategi dalam meningkatkan penjualan produk berupa informasi terkait lokasi dan nomor penjualan, pemberian merek usaha, label kemasan, dan pengemasan yang menarik.

Kata Kunci: Identitas Visual, Digital Branding, Digital Marketing, BUMDES

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan strategi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sehari-hari karena seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi, kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Usaha yang dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan pokok termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di bidang Logo Usaha, Label Kemasan dan Desain Kemasan merupakan titik awal yang penting untuk memahami peran sektor UMKM yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Desain memiliki arti penting dalam membantu UMKM memasuki pasar yang lebih kompetitif. Desain dapat membantu UMKM memisahkan diri dari produk lain. Produk atau jasa yang disampaikan secara jujur memiliki ciri khas yang menarik bagi pelanggan. Desain membantu dalam menciptakan merek dan identitas yang kuat. Logo, Desain kemasan, dan Label kemasan

membantu menciptakan merek yang dapat dikenali pelanggan.

Dalam perekonomian desa khususnya BUMDES yang ada di Desa Branta Pesisir Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, UMKM merupakan kelompok usaha dengan jumlah Paling besar dan terbukti dapat bertahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi Perkembangan jumlah UMKM dari tahun ke tahun semakin bertambah. Perkembangan UMKM baru terlihat dari sisi jumlahnya saja. Secara umum, khususnya dalam aspek branding dan promosi, hanya sedikit UMKM yang mengalami perkembangan, hal ini tak lepas dari ketidaksadaran pelaku UMKM terhadap Pentingnya digital marketing, branding produk, desain kemasan dan logo.

Identitas merek digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan, memperlihatkan, dan menerangkan apa produk yang ingin dijual oleh para pelaku usaha. Dua unsur yang ada dalam identitas merek adalah desain logo dan nama merek. Desain logo dan nama merek ini

memiliki pengaruh dalam membentuk citramerek brand image (Natari & Raharja, 2022).

Selain itu juga hal yang tidak kalah pentingnya yaitu desain kemasan pada sebuah produk berguna untuk mempromosikan produk atau barang, dengan bentuk tampilan desain yang bagus serta beda dengan yang lainnya akan menarik minat konsumen atau pasar. Desain kemasan produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat menguatkan branding bisnis dalam persaingan yang semakin ketat, desain kemasan yang menarik dan berkualitas menjadi pembeda antara brand sendiri dengan kompetitor. Melalui desain kemasan produk, kita dapat menyampaikan informasi mengenai identitas bisnis UMKM tersebut seperti logo, jenis produk, dan sebagainya. Hal seperti ini tentu bisa menarik perhatian pelanggan dan menambah nilai jual terhadap produk yang kita miliki (Febriyanti, t.t.).

Berdasarkan uraian di atas, harus ada pendampingan dalam pembuatan merek dagang, label kemasan, dan Desain kemasan UMKM Milik Desa (BUMDES) Branta Pesisir Kecamatan Tlanakan. Desain ini diprediksi mampu memberikan efek peredaman yang lebih besar bagi UMKM desa Branta dibandingkan sebelumnya.

2. METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif mencakup observasi, wawancara, dan pendampingan, sumber data yang diperoleh dengan cara wawancara kepada Bumdes dan pelaku UMKM di desa branta pesisir, observasi ditempat penelitian dan dokumentasi. Pendampingan dilakukan kepada Bumdes desa Branta pesisir Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan. Dan pendampingan ini hanya dilakukan selama satu bulan, adapun bentuk pendampingan berupa pemasaran produk, pembuatan desain logo dan keemasan, pembuatan video dan foto profile produk serta memberikan pemahaman pentingnya digital marketing dan branding produk (Fitrianto et al., 2020). Metode ini dirancang untuk memberikan wawasan yang komprehensif tentang proses pengembangan identitas visual UMKM dalam kerjasama dengan Bumdes Desa Branta Pesisir. Dengan menggabungkan data dari berbagai sumber, penelitian ini akan membantu dalam Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SENIAS) 2023 – Universitas Islam Madura

pemahaman lebih baik tentang bagaimana identitas visual dapat memengaruhi UMKM dan bagaimana proses pengembangan tersebut dapat ditingkatkan untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan selama 1 bulan, yang pelaksanaannya di mulai pada 1 Agustus hingga 30 Agustus 2023. Kegiatan pengabdian ini dilakukan di desa Branta Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan di desa ini dikenal dengan banyaknya produk UMKM yang banyak ragamnya sehingga menjadi sebuah tantangan dalam bidang kesejahteraan masyarakat.

2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

❖ Tahapan Awal

Langkah pertama dari penjangkauan proyek ini kepada BUMDES berfokus pada identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dimiliki oleh BUMDES yang bertindak sebagai subjeknya. Ini adalah langkah pertama yang penting dalam perencanaan dan pelaksanaan proyek yang berfokus pada solusi. Proses identifikasi ini mencakup beberapa langkah kunci:

1) Survey Awal

Tim peneliti melakukan survei awal pada BUMDES. Survei yang dilakukan saat ini menunjukkan Survei ini mencakup wawancara terstruktur dengan anggota komunitas, pengamatan lapangan, dan pemetaan masalah-masalah utama yang dihadapi oleh BUMDES. Survei ini membantu untuk memahami secara lebih menyeluruh “tantangan-tantangan” yang diungkapkan oleh komunitas.

2) Wawancara dan Diskusi Fokus

Bersamaan dengan survei, para peneliti juga melakukan serangkaian wawancara dengan tokoh-tokoh lokal, pemimpin komunitas, dan anggota BUMDES yang memiliki pemahaman mendalam tentang masalah yang ada. Diskusi antar anggota BUMDES juga digunakan untuk mengkaji berbagai perspektif dan pandangan yang beragam.

3) Analisis Data Sekunder

Data sekunder, termasuk data statistik dan dokumentasi terkait komunitas, juga dianalisis untuk memperoleh pemahaman yang lebih

komprehensif tentang kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan komunitas.

4) Konsultasi dengan komunitas atau tokoh desa.

Selama tahap ini, tim penelitian juga berkomunikasi dengan pemimpin komunitas, perangkat desa, dan organisasi yang beroperasi di wilayah tersebut. Ini bertujuan untuk membangun kerjasama dan mendapatkan masukan lebih lanjut tentang prioritas komunitas.

❖ Tahapan Pelaksanaan

1) Penilaian Kebutuhan Komunitas

Pada tahapan awal ini dilakukan Penilaian kebutuhan komunitas yang dilakukan di awal pertemuan melalui survei dan wawancara, pengamatan lapangan, dan analisis data. Survei ini secara signifikan mengidentifikasi permasalahan dan bidang minat untuk tugas KKNT kami. Untuk memahami permasalahan utama yang harus diatasi, kelompok KKNT bekerja sama dengan tokoh lokal atau tokoh BUMDES. Hasil dari tahap ini membantu merumuskan masalah-masalah utama yang perlu diatasi dalam proyek pendampingan ini.

2) Perencanaan dan Desain Program

Tim penelitian dan komunitas lokal bersama-sama merencanakan program pendampingan berdasarkan hasil penilaian kebutuhan. Ini mencakup perumusan tujuan, sasaran, dan kegiatan-kegiatan dalam proyek. Keputusan untuk lokasi pelaksanaan, dan waktu. Program ini dirancang untuk mencakup pendidikan, pelatihan, dan tindakan konkret yang relevan dengan masalah yang ada.

3) Implementasi Program

Pada tahap implementasi program, pelaksanaan program ini berjalan sesuai dengan rencana yang telah disepakati sebelumnya. Pelatihan, dan pendidikan BUMDES yang dilakukan di lokasi yang telah ditentukan dalam kemitraan dengan tim peneliti. Untuk memastikan proses yang efektif dan inklusif, tim peneliti berkolaborasi dengan tokoh BUMDES.

4) Evaluasi dan Pemantauan Berkelanjutan

Evaluasi dan tindak lanjut dilakukan setelah pelaksanaan program untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas proyek pengabdian. Evaluasi menekankan

pengumpulan informasi tentang perubahan pengetahuan, keterampilan, dan potensi BUMDES serta rasa kebersamaan yang lebih nyata. Pemantauan dilakukan secara rutin sehari-hari dengan tokoh BUMDES dan personel kunci untuk memantau kemajuan dan mengenali potensi masalah bila mungkin timbul.

5) Pelaporan dan Diseminasi

Hasil pengabdian masyarakat ini disajikan dalam sebuah laporan yang memuat uraian yang mencakup mengenai program, temuan, dan dampak yang telah dilaksanakan. Laporan ini ditujukan kepada komunitas lokal, pemimpin setempat, dan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, temuan proyek juga dapat diseminasi melalui presentasi dalam seminar, konferensi, atau publikasi ilmiah

❖ Tahapan Monitoring dan Evaluasi Monitoring Pelaksanaan Program.

Sepanjang pelaksanaan program pengabdian, tim peneliti terlibat aktif dalam mendiskusikan agenda yang berjalan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap proyek terlaksana sesuai dengan tenggat rencana, waktu, dan tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa langkah penting yang dilakukan pada sesi monitoring ini antara lain:

➤ Pertemuan Rutin

Selama pelaksanaan program, kami rutin mengadakan pertemuan dengan komunitas untuk memantau kemajuan, saling mendengarkan masukan. bertujuan untuk mengidentifikasi potensi permasalahan dan mengidentifikasi permasalahan mendasar. Tempat pertemuan ini berfungsi sebagai wadah bagi kami untuk saling berbagi ilmu dan belajar.

➤ Pengumpulan Data

Data yang relevan terkait dengan pelaksanaan program dikumpulkan secara real-time dan online lewat kuersioner. Ini mencakup catatan tentang partisipasi peserta, perkembangan proyek, dan perubahan yang diamati dalam pengetahuan.

➤ Evaluasi Proses

Tim peneliti juga melakukan evaluasi menyeluruh terhadap proses pelaksanaan program. Hal ini mencakup evaluasi efektivitas metode dan pendekatan yang digunakan, serta

potensi penyesuaian untuk mencapai hasil terbaik.

Evaluasi Dampak dan Pemantauan

Setelah program selesai, kita beralih ke evaluasi efektivitas program dan pelaksanaannya. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah program telah mencapai tujuannya dan menunjukkan hasil yang diinginkan. Beberapa langkah utama dalam tahap ini meliputi:

➤ Survei Program

Survei program dilakukan untuk mengukur perubahan dalam segi pengetahuan, keterampilan, dan perilaku peserta program setelah program selesai. Dimungkinkan untuk menentukan dampak jangka panjang program dengan menggunakan data ini.

➤ Wawancara dan Focus Kelompok

Wawancara mendalam dan diskusi kelompok dengan peserta program dan anggota komunitas dilakukan untuk menggali cerita sukses dan tantangan yang dihadapi, serta untuk memahami dampak yang lebih mendalam dari program terhadap kehidupan mereka.

➤ Analisis Data

Untuk mengidentifikasi penghambatan program yang sebenarnya dan untuk mengukur sejauh mana tujuan telah tercapai, data dari survei pengawasan pasca-program dan wawancara dianalisis secara cermat. Hasil dari evaluasi dampak dan pemantauan pasca-implikasi di buat catatan evaluasi. Catatan ini mencakup temuan utama, rekomendasi untuk perbaikan, dan pembelajaran yang dapat diambil untuk program-program serupa di masa depan.

3. PEMBAHASAN DAN KETERCAPAIAN

Sebelum dilaksanakannya pendampingan atau kegiatan dilakukan koordinasi antar mahasiswa KKNT 2023 Posko 4 dengan BUMDES kecamatan tlanakan branta pesisir. Koordinasi tersebut termasuk dalam obeservasi lapangan yang dilakukan untuk mengetahui produk unggulan UMKM di Desa Branta Pesisir kecamatan tlanakan. Dan setelah dilakukanya koordinasi tersebut kami melakukan wawancara mengenai produk yang menjadi unggulan UMKM Branta Pesisir dari hasil wawancara tersebut. permasalahan yang di hadapi adalah produk yang belum memiliki Logo Usaha, Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SENIAS) 2023 – Universitas Islam Madura

Lebel Kemasan, dan Desain Kemasan. Kegiatan pendampingan di mulai dari mengerjakan Desain Kemasan terlebih dahulu setelah itu Logo Usaha dan Label Kemasan yang pengerjaanya dilakukan di rumah tempat posko KKNT kami dan rumah BUMDES branta pesisir kecamatan tlanakan.

Usaha yang memiliki kemampuan bersaing atau keunggulan bersaing tidak hanya dapat menghasilkan posisi yang baik di pasar, namun terlebih lagi perusahaan yang di anggap unggul akan memiliki konsumen atau pun pelanggan yang lebih banyak di banding perusahaan lain. Desain produk merupakan salah satu unsur daya tarik konsumen dalam bersaing dengan produk-produk lainnya terutama yang sejenis (Umdiana & Sri, 2018).

Ada beberapa banyak sumber referensi yang sudah tersedia pada internet seperti contoh-contoh spanduk, pamflet, brosur dan logo sesuai dengan jenis usaha dan jasa para pelaku UMKM. Dengan begitu pengetahuan para pelaku pengusaha semakin bertambah dan menambah wawasan untuk membuat desain yang diinginkan seperti contoh ketika ada promo pada hari atau perayaan tertentu bisa membuat media promosi nya secara langsung tanpa harus menggunakan jasa desainer grafis (Wika Undari, Anggia Sari Lubis, 2021).

Merumuskan creative brief

Dalam dunia praktisi dikenal creative brief, sesuai namanya creative brief merumuskan secara kreatif beberapa point yang dibutuhkan untuk perancangan. Format creative brief bermacam-macam (Muntazori dkk., 2019). creative brief yang disajikan dalam tabel 1 ini adalah berdasarkan hasil wawancara dan juga pengamatan secara langsung pada produk:

Tabel 1. Perumusan Creative brief sebagai tahap awal perancangan

<i>Nama merek</i>	Abon Ikan, Emping Jagung, Sale Pisang, Frozen Olahan Ikan, rengginang ikan, ikan kering crispy, dengdeng ikan, pastel, sambal, kerupuk ikan
<i>problem</i>	Produk baru, Sehingga membutuhkan Logo, Label, dan Kemasan <u>berharap menciptakan identitas visual yang kuat</u>
<i>Objective</i>	Untuk mengenalkan produk baru UMKM Branta Pesisir
<i>Target Market</i>	Pria dan wanita, dewasa sampai usia remaja, mahasiswa, pelajar, para <u>ibu muda</u> dan keluarga yang berdomisili Branta dan sekitar
<i>Tindakan</i>	Membuat desain yang menjadi permasalahan

Kegiatan pendampingan dan pengerjaan kami selama bersama BUMDES mulai terlaksana pada sesi ini pula kami juga membahas tentang:

- Evaluasi dilakukan terhadap merek yang telah ada sebelumnya. Pada hal ini yang di evaluasi terkait merek bisnis, label kemasan, dan Desain kemasan yang meliputi logo, tulisan, gambar produk dan keterangan produk.
- Membuat alternatif desain yang di butuhkan baik merek bisnis, label kemasan dan Desain Kemasan.
- Pengambilan keputusan bersama BUMDES untuk menggunakan desain yang telah kami buat.

Dan setelah pengambilan keputusan dan pengerjaan desain untuk UMKM branta pesisir dapat terlaksana, pihak BUMDES memilih beberapa di antara desain alternatif yang telah diberikan. Desain akhirnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Hasil Desain Produk UMKM



Gambar 2. Desain Kemasan Produk dan Logo

Setelah seluruh Desain selesai. berikut adalah Hasil dan luaran yang dicapai selama dalam pelaksanaan kegiatan ditunjukkan seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Pembukaan Bazar bersama bupati dan perangkat desa

Pelaksanaan pembukaan Bazar Bersamaan dengan hari jadi branta pesisir yang ke-173 dan juga bersamaan dengan momentum hari kemerdekaan yang ke-78 di hari pertama juga turut dihadiri dan diresmikan oleh Bupati dan wakil Bupati, camat se pamekasan, korda madura jaya dan warga sekitar branta pesisir.

Luaran yang dihasilkan adalah terpublikasinya kegiatan yang telah dilaksanakan. Terbit di media online pada hari Selasa, 22 Agustus 2023 terpublisnya di kabardharian.com di gambar 4 ini.

Imam Syafi'ie, Moh.Aminollah Hamzah, Syaiful Rizal, Khoiruddin Ahmad, Abd Wadud, Sitti Wesilah, Andre Adi S, Fahrur Riyadi Abdillah, Saifulloh, Anis fitria, Moh Faisol, Ahmad Fawaid, Ach Nur Faizi Firdaus, Affan, Syarif hidayatullah, Indra Rofiyadi, Munadi. Pendampingan Pembuatan Digital Branding dan Digital Marketing UMKM Bumdes Desa Branta Pesisir



Gambar 4. Terpublikasinya kegiatan bazar di kabar-harian.com

Berikut alamat link berita :

KKNT Posko 4 Sukseskan Bazar UMKM Yang Digelar di Pesisir Desa Branta. (kabar-harian.com)

Setelah Berakhirnya acara bazar kami melakukan evaluasi bersama BUMDES atau komunitas Mencakup permasalahan yang ada ketika bazar dilaksanakan. Sedikit dari peserta yang mengikuti bazar UMKM setelah dilakukan wawancara dan observasi masih banyak peserta yang belum cukup mengetahui pentingnya branding. Maka pada hari kamis, 31 agustus kami mengadakan Workshop Digital Marketing Dengan Tema “Pentingnya Branding dan Identitas Visual Bagi UMKM” dan pelaksanaan acara di tunjukan pada Gambar 5.

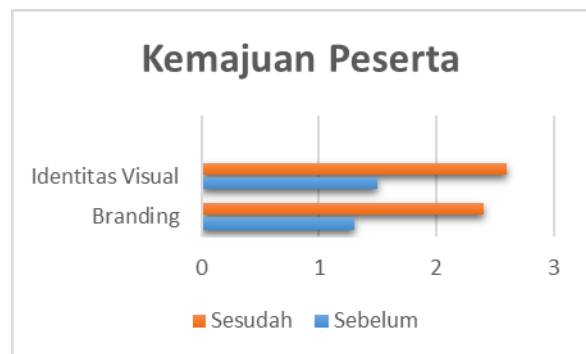


Gambar 5. Terlaksananya Workshop digital marketing

Hasil yang diperoleh dari kegiatan acara ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dari peserta . Dalam hal ini kami menggunakan kuesioner atau menggunakan google form dengan begitu ketepatan sasaran

Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SENIAS) 2023 – Universitas Islam Madura

yang diinginkan akan terpenuhi dan mendapat respon dari pengisi kuesioner yang sudah kami sediakan. saat ini adalah pilihan yang tepat untuk mencari atau mendapatkan informasi menggunakan kuesioner karena dapat memperoleh data dengan mudah dan efisien Hasil kuersioner dapat dilihat grafiknya pada Gambar 6.



Gambar 6. Grafik peningkatan pemahaman peserta

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan ini sangatlah penting bagi masyarakat Branta Pesisir khususnya bagi pelaku UMKM, karena kegiatan pendampingan ini sangatlah berdampak bagi mereka karena setelah adanya pendampingan membuka wawasan baru dengan cara strategi brand dan kemasan yang lebih estetik dengan adanya pendampingan menjadikan usaha yang mampu bersaing dengan produk lain.

Produk yang di naungi langsung oleh BUMDES di desa branta pesisir kecamatan tlanakan tidak hanya di sukai oleh masyarakat desa setempat namun di minati juga oleh masyarakat luar branta pesisir. Pengembangan merek usaha sangatlah penting untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan pula dengan adanya merek dapat membangun visual indentitas yang kuat sehingga banyak di minati dan dengan demikian pula produk UMKM ini dapat di terima oleh masyarakat dengan baik.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah swt, karena kehendak dan ridhaNya penulis dapat menyelesaikan Artikel ini. Penulisan Artikel ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk kelulusan (KKNT) Universitas Islam Madura, Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Artikel ini banyak

melibatkan orang-orang. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa hormat serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Moh. Aminullah Hamzah, S.kom M.kom, selaku DPL dari Universitas Islam Madura
2. Nurholis, M.Pd, selaku BUMDES desa Branta Pesisir yang telah memberikan arahan, informasi UMKM dan bimbingan sejak mendesain produk,
3. Pelaksana program, LPM/LPPM dan para pendukung pelaksana Dari Universitas Islam Madura.
4. Dan kepada kepala desa Branta pesisir dan semua jajaran perangkat desa dan tentunya masyarakat yang sudah membantu.
5. Kepada semua pihak yang tidak disebutkan satu-persatu. Terima kasih semuanya semoga amal kebaikan dan kebajikan akan mendapatkan imbalan dari Tuhan.

Akhirnya penulis berharap semoga artikel yang penulis kerjakan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya untuk pembaca artikel ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Arisetyawan, R. F. (T.T.). S1 Desain Komunikasi Visual. Penerapan Desain Grafis Pada Media Sosial Sebagai Silent Ambassador Suatu Brand
- Cholil, S. R., Vydia, V., & Hendrawan, A. (2022). Peningkatan Kemampuan Membuat Desain Promosi Produk Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Propinsi Jawa Tengah. *Jurnal Tematik*, 4(1).
- Febriyanti, D. (T.T.). Dosen Pembimbing I Dosen Pembimbing II. Perancangan Desain Promosi Online Dan Kemasan Produk Pada Umkm Le'tat Bakery Palembang
- Mawaddah, R. O., & Kusuma, Y. B. (T.T.). Pendampingan Pada Masyarakat Dalam Peningkatan Pendapatan Melalui Program Bazar Ramadhan Di Desa Laweyan.
- Muntazori, A. F., Listya, A., & Qeis, M. I. (2019). Branding Produk Umkm Pempek Gersang. *Jurnal Desain*, 6(03), 177. <https://doi.org/10.30998/Id.V6i3.4252>

- Natari, S. U., & Raharja, S. J. (2022). E-Desain Sebagai Strategi Pemasaran Digital Bagi Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kabupaten Pangandaran. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 621. <https://doi.org/10.24198/Kumawula.V5i3.38614>
- Nurhayati, E. C. (2018). Pengaruh Market Day (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa Unsiq Jawa Tengah Di Wonosobo. *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 1–16. <https://doi.org/10.32699/Paramurobi.V1i2.522>
- Umdiana, N., & Sri, N. (2018). Pengembangan Ukm Melalui Desain Produk Dan Kemampuan Bersaing. 01.
- Wika Undari, Anggia Sari Lubis. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32–38. <https://doi.org/10.32696/Jp2sh.V6i1.702>
- Wildad, S. W., & Jayatri, F. (2022). Analisis Program Bazar Kampus Sebagai Sarana Menumbuhkan Kepercayaan Diri Mahasiswa Dalam Berwirausaha. 1(1).