



**Penguatan Identitas dan Pemasaran Digital pada UMKM Warung Seribu Berkah
Mbak Siti Bagus Melalui Program Kuliah Kerja Usaha**

***Strengthening the Identity and Digital Marketing of Mbak Siti Bagus' Warung Seribu
Berkah MSME Through the Business Work Lecture Program***

**Anisa Rosiana Anggraheni¹, Sabti Ramadhina², Muhammad Zaim Mustofa³, Dian
Anita Sari⁴**

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas YPPI Rembang,
Indonesia

Email penulis : dian.soekamto@gmail.com

Alamat Kampus: Jl. Raya Rembang-Pamotan KM 4 Rembang, 59219

Korespondensi penulis: dian.soekamto@gmail.com

Article History:

Received: Juni 22, 2025;

Revised: Juni 28, 2025;

Accepted: Juli 20, 2025;

Published: Juli 30, 2025;

Keywords: MSME Identity, Digital
Marketing, Business Work Lecture
(KKU)

Abstract: Mbak Siti Bagus's Warung Seribu Berkah UMKM is located in the Karang Jahe Beach tourist area, Punjulharjo Village, Rembang District, Rembang Regency, Central Java. Within 10 years of running the business, the UMKM experienced obstacles in developing the business, namely branding that was not optimal, which was indicated by: 1) Not having a business identity; 2) the location of the UMKM was difficult to identify with other UMKM; and 3) the business did not have an online marketing channel. From these obstacles, the Business Work Lecture (KKU) Team provided assistance with a program to maximize branding by: 1) Creating a logo design for cup packaging; 2) Creating a logo on the packaging; 2) Creating proof of payment receipts, 3) Creating Google Maps aimed directly at the UMKM stall, and 4) Creating social media accounts in the form of TikTok and Instagram. The KKU implementation method includes: 1) Pre-survey to the MSME Location, 2) Identifying problems in the MSME Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus, 3) Program preparation, 4) Program implementation, 4) Mentoring, 5) Evaluation. The program results obtained are as follows: 1) MSMEs have a unique logo for cup packaging, 2) MSMEs already have a note to add up orders, 3) MSMEs already have Google Maps which are directly centralized in the MSME stall, and 4) MSMEs have social media accounts to facilitate marketing..

Abstrak

UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus berada di kawasan wisata Karang Jahe Beach, Desa Punjulharjo, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang Jawa Tengah. Dalam kurun waktu 10 tahun menjalankan usaha, UMKM tersebut mengalami kendala dalam mengembangkan usaha yaitu *branding* belum maksimal yang diindikatori dengan: 1) Belum memiliki identitas usaha; 2) lokasi UMKM susah diidentifikasi dengan UMKM lainnya; dan 3) Usaha belum memiliki saluran pemasaran *online*. Dari kendala tersebut, maka Tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) melakukan pendampingan dengan program memaksimalkan branding dengan: 1) Membuat desain logo untuk kemasan cup; 2) Membuat logo dalam kemasan; 2) Membuat bukti kwitansi pembayaran, 3) Pembuatan google maps yang ditujukan langsung ke warung UMKM, dan 4) Membuat akun media sosial berupa Tiktok dan Instagram. Metode pelaksanaan KKU meliputi: 1) Pra survei ke Lokasi UMKM, 2) Mengidentifikasi masalah di UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus, 3) Penyusunan program, 4) Implementasi program, 4) Pendampingan, 5) Evaluasi. Hasil program yang diperoleh adalah sebagai berikut: 1) UMKM memiliki logo unik untuk kemasan cup, 2) UMKM sudah memiliki nota untuk menjumlahkan pesanan, 3) UMKM sudah memiliki Google Maps yang langsung terpusat di lapak UMKM, dan 4) UMKM memiliki akun media sosial untuk memudahkan pemasaran.

Kata kunci : Identitas UMKM, Pemasaran Digital, Kuliah Kerja Usaha (KKU)

1. PENDAHULUAN

Peranan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam perkembangan suatu daerah. Peran tersebut tercermin dalam kemampuan UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja. Menurut Halim (2020:18) UMKM adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah setempat. Mudahnya dalam mendirikan UMKM inilah yang menyebabkan pertumbuhan UMKM secara kuantitas meningkat.

Banyaknya jumlah UMKM ternyata tidak diikuti dengan perkembangannya secara daya saing. Masih banyak pelaku usaha mikro yang menghadapi kendala dalam membangun identitas merek dan melakukan pemasaran digital secara efektif. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola platform digital sebagai media promosi, serta belum optimalnya identitas visual dan komunikasi usaha mereka (Sidharta et al., 2023).

Salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah adalah UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus yang bergerak di bidang makanan yang dimiliki oleh Bu Siti Bagus. Usaha Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus terletak di daerah pariwisata Karang Jahe Beach (KJB) di Desa Punjuharjo, Kecamatan Rembang yang merupakan ikon wisata populer di Kabupaten Rembang. Melalui analisis SWOT, UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus memiliki beberapa kekuatan yang menjadi peluang perkembangannya yaitu (1) Lokasi yang dekat dengan akses utama KJB, (2) Sudah memiliki aliran listrik sendiri sehingga memiliki peralatan yang memadai, (3) Menu bervariasi sehingga wisatawan lebih memiliki banyak pilihan.

Di samping kekuatan, dalam menjalankan usahanya UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus memiliki kendala. Hasil kegiatan pra-survey mendapatkan bahwa kelemahan dalam usaha UMKM tersebut adalah kurangnya branding serta identitas yang membedakan dengan UMKM di sekitarnya. Hal ini dikarenakan di kawasan KJB banyak pelaku usaha serupa, sehingga UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus perlu untuk melakukan penguatan branding. Selain hal tersebut, UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus belum tersentuh digitalisasi dalam melakukan promosi. Dalam pengelolaan pembelian, UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus masih manual belum memiliki nota untuk pelanggan. Berangkat dari kelemahan tersebut, maka Tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) Universitas YPPI Rembang melakukan pendampingan untuk UMKM tersebut.

Program Kuliah Kerja Usaha (KKU) menjadi salah satu bentuk pengabdian berbasis pendidikan tinggi yang mampu menjembatani kesenjangan ini. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa dapat berperan sebagai fasilitator transformasi digital UMKM, dengan memberikan pendampingan langsung dalam hal branding, pembuatan konten, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace. Studi oleh Supriyanto (2022) menunjukkan bahwa UMKM yang didampingi mahasiswa dalam pemasaran digital mengalami peningkatan interaksi pelanggan dan penjualan produk, khususnya setelah menggunakan media seperti Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok secara strategis.

Penguatan identitas melalui desain logo, pembuatan slogan, serta narasi usaha yang konsisten sangat penting untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, pelatihan pembuatan konten visual dan pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan konsumen. Studi dari Fadlilah dan Tania (2024) membuktikan bahwa pelaku UMKM yang mengelola akun Instagram dan TikTok secara aktif mampu meningkatkan engagement rate hingga 60% dalam tiga bulan.

Melalui program KKU, kegiatan ini akan diarahkan pada pendampingan intensif terhadap UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus, dengan fokus pada peningkatan kualitas identitas merek, kemampuan promosi digital, serta keberlanjutan pemasaran melalui strategi konten dan monitoring performa digital. Tujuan akhirnya adalah membangun UMKM yang mandiri secara branding dan mampu bersaing di era digital.

2. METODE

Pada pelaksanaan KKU yang dilakukan dalam kurun waktu 1 bulan yaitu pada bulan Mei 2025. Dalam pelaksanaannya melakukan beberapa tahapan-tahapan yang akan digunakan bagi pihak UMKM, untuk langkah tahapannya sebagai berikut:

1. Pra-survei ke Lokasi UMKM

Peserta Kuliah Kerja Usaha (KKU) berkunjung ke tempat UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus dan meminta izin kepada pemilik UMKM untuk digunakan sebagai tempat Kuliah Kerja Usaha.

2. Mengidentifikasi masalah di UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus

Peserta Kuliah Kerja Usaha melaksanakan pendampingan dan menganalisis permasalahan yang di alami UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus.

3. Penyusunan Program

Penyusunan program merupakan suatu proses merencanakan, merancang, dan

Penguatan Identitas dan Pemasaran Digital pada UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus Melalui Program Kuliah Kerja Usaha

merealisasikan kegiatan yang akan dilakukan. Kegiatan yang dilakukan harus spesifik dan dapat menghasilkan tujuan.

4. Implementasi Program

Merupakan kegiatan pelaksanaan nyata dilapangan yang dilakukan oleh mahasiswa untuk menerapkan program-program yang telah direncanakan. Tujuan dari implementasi ini memberikan pengalaman praktis dan kontribusi kepada UMKM

5. Pendampingan

Dalam konteks KKU pendampingan memberikan bimbingan, dukungan, serta bantuan kepada pelaku usaha untuk mengembangkan usaha mereka, serta membantu pihak UMKM dalam aspek pemasaran, dan identitas produk.

6. Evaluasi

Merujuk pada penelitian terhadap pelaksanaan kegiatan KKU mahasiswa yang telah dilaksanakan. Dengan demikian evaluasi merupakan bagian yang penting dari proses kegiatan tersebut dan juga dapat mengembangkan diri secara optimal.

3. HASIL

Program pengabdian Masyarakat yang dilakukan Kuliah Kerja Usaha atau KKU ini berlangsung 1 bulan, tahap pelaksanaan dalam program ini meliputi:

1. Pra survey.

Pada tahap awal ini tim melakukan observasi awal dan wawancara singkat dengan pemilik UMKM guna mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM. Berdasarkan hasil dari tahap pra survey ini, ditemukan bahwa UMKM belum memiliki identitas atau label produk, belum memiliki nota, belum ada titik langsung menuju Lokasi UMKM di Google Maps, belum memiliki media promosi online. Berdasarkan masalah menjadi dasar untuk merancang program kerja yang sesuai dengan kebutuhan UMKM selama kegiatan KKU berlangsung, jadi UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus layak untuk dijadikan tempat pengabdian.

2. Mengidentifikasi masalah pada UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus

Ditahap idetifikasi masalah, tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) menemukan beberapa masalah yakni. UMKM belum memiliki logo label dikemasnya, belum memiliki nota yang digunakan untuk mempermudah menjumlah pemesanan, belum terdaftar di Google Maps titik langsung menuju Lokasi Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus, dan UMKM juga belum mempunyai atau belum melakukan pemasaran secara online di media sosial. Dari bebrapa masalah yang dihadapi UMKM tersebut,

tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) melakukan pendampingan dengan program memaksimalkan branding dengan, membuat desain logo untuk kemasan cup agar membedakan antara UMKM lain yang ada di sekitar, membuat, membuat bukti nota pemesanan agar mempermudah dalam menjumlahkan saat transaksi, membuat Google Maps yang ditujukan langsung ke Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus untuk mempermudah pengunjung menemukan Lokasi warung, dan Membuat akun media sosial berupa Tiktok dan Instagram sebagai tempat pemasaran online yang bertujuan untuk memudahkan produk dan warung dikenal oleh banyak orang.

3. Penyusunan Program

Penyusunan program Kuliah Kerja Usaha (KKU) yang dilaksanakan oleh mahasiswa setelah kegiatan pra survey dan identifikasi masalah, dengan tujuan merancang kegiatan yang tepat sasaran, berorientasi pada solusi, dan sesuai dengan kebutuhan. Dalam tahap ini, mahasiswa menyusun program berdasarkan hasil SWOT yang telah diperoleh saat tahap pra survey. Proses penyusunan program ini tidak dilakukan secara sepihak melainkan melalui diskusi intensif dalam tim serta bimbingan langsung dari dosen pembimbing lapangan (DPL), yang berperan memberikan arahan akademis, masukan strategis, dan memastikan bahwa program yang dirancang sejalan dengan tujuan pembelajaran KKU serta memberikan dampak nyata dan berkelanjutan bagi UMKM.

4. Implementasi Program

Implementasi program KKU yakni tahap melaksanakan dari rencana kegiatan yang telah dibuat sebelumnya oleh mahasiswa bersama dosen pembimbing. Pada tahap ini, mahasiswa mulai menjalankan kegiatan secara langsung di lapangan sesuai dengan program yang sudah dirancang. Yaitu memulai dari membuat desain logo stempel untuk kemasan cup, nota, titik langsung di Google Maps, dan akun media sosial untuk mempromosikan produk secara online. Dengan tujuan membantu menyelesaikan masalah di UMKM, selama pelaksanaan mahasiswa bekerja sama dengan pihak UMKM, serta tetap dibimbing dan diawasi oleh dosen. Proses ini juga menuntut mahasiswa untuk beradaptasi dengan kondisi lapangan, menyelesaikan masalah yang muncul, dan memastikan program berjalan sesuai dengan rencana agar hasilnya bisa dinikmati oleh pihak UMKM.

5. Implementasi Program

Proses pemberian arahan, bimbingan, dan dukungan yang dilakukan secara berkelanjutan oleh mahasiswa kepada pihak UMKM selama pelaksanaan program,

Penguatan Identitas dan Pemasaran Digital pada UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus Melalui Program Kuliah Kerja Usaha

bertujuan memastikan bahwa setiap kegiatan berjalan sesuai dengan rencana, dapat dipahami dengan baik oleh pihak yang didampingi, dan mampu memberikan manfaat yang berkelanjutan. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pelaksana, tetapi juga sebagai fasilitator dan pihak UMKM yang aktif membangun komunikasi 2 arah. Pendampingan juga melibatkan pengawasan dari dosen pembimbing, yang bertugas memberikan evaluasi, masukan dan menjaga agar kegiatan tetap berada dalam oridior akademis. Melalui pendampingan yang intensif dan berkelanjutan, diharapkan pihak UMKM bisa melanjutkan atau mengembangkan hasil program secara mandiri setelah kegiatan KKU selesai.

6. Evaluasi

Dalam kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) evaluasi merupakan tahap penting yang dilakukan untuk menilai sejauh mana program yang telah dirancang dan diimplementasikan oleh mahasiswa berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, serta untuk mengukur efektivitas efisiensi dan dampak dari kegiatan yang dilakukan terhadap pihak UMKM. Proses evaluasi dilakukan secara sistematis dan objektif, baik oleh mahasiswa melalui refleksi internal maupun oleh dosen pembimbing melalui pengamatan langsung. Evaluasi ini mencakup penilaian terhadap proses pelaksanaan, partisipasi pihak UMKM, hasil yang dicapai, serta masalah atau kendala yang dihadapi selama proses berlangsung. Hasil evaluasi ini tidak hanya digunakan untuk bahan pertanggung jawaban akademik tapi juga menjadi dasar dan pengembangan program dimasa yang akan datang agar lebih tepat sasaran.

4. DISKUSI

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat yang diwujudkan dalam Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini sekitar 1 bulan. UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus yang beralamat di kawasan wisata Karang Jahe Beach, Desa Punjulharjo, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang Jawa Tengah. Beberapa hasil diskusi program yang dilakukan untuk mengembangkan pemasaran sebagai berikut:

1. Stampel Logo

Pembuatan logo bertujuan membantu membangun identitas UMKM agar lebih mudah dikenal dan sebagai pembeda dari usaha di sekitar. Hasil dari pembuatan logo menjadikan UMKM dapat tampil lebih profesional, mudah dikenali, dan memiliki daya saing yang lebih tinggi. Adapun logo usaha sebagai berikut:



Gambar 1 Kegiatan stampel logo di cup

2. Pembuatan Nota

Hasil dari pembuatan nota yaitu, nota sudah digunakan untuk menjumlah pesanan dari pembeli dan sebagai bukti transaksi antara penjual dan pembeli yang mencatat jumlah pesanan, harga dan total pembayaran. Bertujuan untuk memberikan bukti sah atas transaksi yang dilakukan. Berikut adalah hasil pembuatan nota:



Gambar 4. Nota

3. Pembuatan Google Maps

Hasil dari pembuatan Google Maps yang langsung menuju titik Warung seribu berkah Mbak Siti Bagus mempermudah pengunjung untuk menemukan warung tersebut diantara banyaknya UMKM, karena sebelumnya di maps hanya menuju pada gapura Pantai. Berikut adalah hasil pembuatan titik langsung di maps:

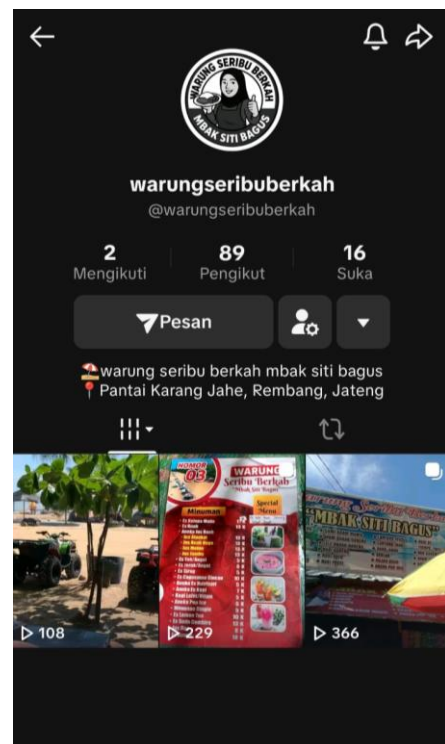
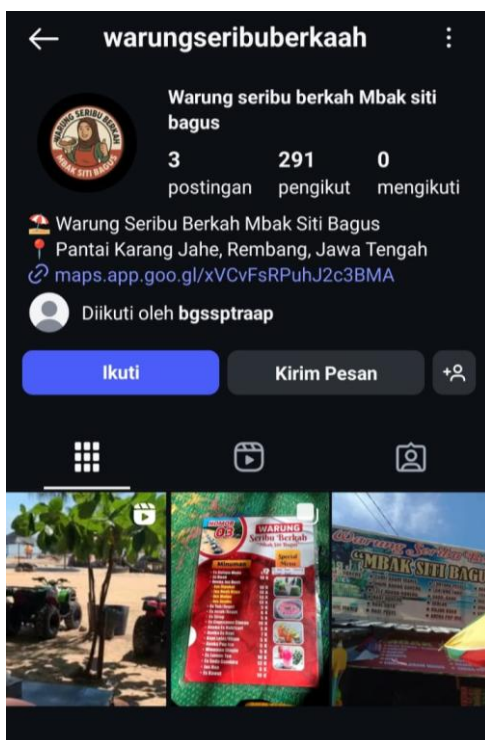
Penguatan Identitas dan Pemasaran Digital pada UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus Melalui Program Kuliah Kerja Usaha



Gambar 5. Titik langsung warung Seribu berkah Mbak Siti Bagus di Google Maps

4. Pembuatan Media Pemasaran online (*Tik Tok dan Instagram*)

Hasil dari kegiatan membuat media pemasaran online yaitu akun sosial media Tik Tok dan Instagram sudah dibuat untuk memprekenalkan produk agar mudaht dikenal oleh khalayak umum.



Gambar 5 dan 6. Akun Instagram dan akun Tiktok

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan KKU di UMKM Warung seribu berkah Mbak Siti Bagus, dapat disimpulkan (1) UMKM sudah mempunyai kemasan yang ada logo khas nya, sehingga lebih mudah dikenal oleh banyak orang dan menjadi ciri khas/pembeda pada UMKM

lain, (2)UMKM sudah memiliki nota dan berlogo, sehingga memudahkan pemilik UMKM menjumlah/menulis pesanan pembeli, (3) UMKM sudah memiliki maps yang ber titik langsung didepan warung, sehingga mempermudah pengunjung menemukan Lokasi warung diantara banyaknya warung di sekitar, (4) UMKM sudah memiliki akun media sosial yakni Instagram dan Tiktok sebagai tempat promosi sehingga lebih mudah di kenal oleh banyak orang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas YPPI Rembang dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dalam program Kuliah Kerja Usaha (KKU) dan anggota Warung seribu berkah Mbak Siti Bagus selaku pelaksana dari UMKM Desa Punjulharjo, kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang, serta masyarakat dan semua orang yang telah menyambut kami dengan baik selama kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini. Kami percaya bahwa hanya untuk dipelajari tetapi juga untuk dibagikan dan diterapkan. Semoga apa yang telah kami berikan bermanfaat bagi semua orang dan bermanfaat bagi kita semua. Adapun, rasa Syukur disampaikan pada mereka yang berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan dan efisiensi program Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul, Halim., (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju STIE Muhammadiyah, Mamuju. Vol. 1 No.2, Juli 2020
http://repository.umpri.ac.id/id/eprint/802/7/SKRIPSI%20NABILA%20-%20revisi%20alldone1_7.pdf
- Damayanti, A. I., Nurhidayati, A., Ihsan, S., & Rohman, M. H. A. (2024). Pendampingan dan Pengembangan Usaha UMKM Anis Tempe melalui Branding Produk di Era Digital. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 509-515.
<https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/adiwidya/article/view/9810>
- Fitriyani, L. R., & Rachmawati, D. (2023). Sosialisasi Digital Marketing dan Penggunaan Pembayaran Digital bagi UMKM Desa Penglipuran, Bangli, Bali. *Journal of SERVITE*, 5(1), 13-21.
<https://journal.lspr.edu/index.php/servite/article/view/507>
- Kartika, A., & Wahyuningrum, S. R. (2022). Pendampingan promosi online untuk meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di Wisata Api Tak Kunjung Padam Pamekasan. *Pêrdikan: Journal of Community Engagement*, 4(1), 41-57.
<https://repository.iainmadura.ac.id/788/>.
- Miftah, S. E. M., Sari, D. A., Niâ, N., & Sodik, F. (2024). PENGEMBANGAN UMKM B&B SNACK DESA SAWAHAN KABUPATEN REMBANG MELALUI GOOGLE MAPS DAN PAPAN PETUNJUK ARAH. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 456-466.

Penguatan Identitas dan Pemasaran Digital pada UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus Melalui Program Kuliah Kerja Usaha

- <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/adiwidya/article/view/10270>
- Mulyadi, M., Palahudin, P., Yulianingsih, Y., Dania, A. Y., Shidiq, M. S., Sari, S. D., & Rismadewi, J. (2023). Cimol Sebagai Upaya meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Muarajaya Kecamatan Caringin Bogor. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(11), 2259-2268. <https://mail.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/6867>
- Riyadi, N., & Mujanah, S. (2021). Strategi pemasaran dan pendampingan manajemen usaha kelompok usaha kecil kerupuk di Kenjeran kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 3(1). <https://abdimastpb.unram.ac.id/index.php/AMTPB/article/view/56>
- Saefullah, A., & Ruvi, M. (2022). Penguatan Legalitas Usaha Pelaku UMKM melalui Pembuatan NIB di Lokasi Wisata Ciung Wanara Ciamis. <https://journal.neolectura.com/index.php/pundimas/article/view/918>
- Saragih, Y. H. J., Sipayung, T., Parinduri, T., Purba, F., Girsang, R. M., & Damanik, Y. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Pengembangan UKM Di Daerah Wisata Tigaras. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(1), 55-63. <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/JPM SMH/index>
- Sari, D.A. (2022). Pengabdian Pendampingan Manajemen Usaha UMKM Sambel Pecel Bu Heru Untuk Meningkatkan Daya Saing: Pendampingan Manajemen Usaha UMKM Sambel Pecel Bu Heru Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 82-89. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/adiwidya/article/view/8135>
- Sidharta, Y., Hidayat, M., & Fajar, L. (2023). Pendampingan Pemasaran Digital dan Pembukuan Sederhana bagi UMKM di Pasuruan. *Jurnal Reswara*, 5(2). <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/reswara/article/view/2674>
- Supriyanto, D. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Penguatan UMKM Berbasis Progam KKN, *Jurnal Inisiatif*, (1). <https://journal.nahnuinisiatif.com/index.php/Inisiatif/article/view/6>
- Setiadi, T., Wibawa, E. S., Sudirman, B., & Wijayanti, A. (2024). Pendampingan Penggunaan Branding Untuk Social Media Marketing Bagi Pelaku UMKM Kota Pati. *Buletin Abdi Masyarakat*, 4(2), 148-155. <https://journal.uyr.ac.id/index.php/bam/article/view/658>
- Widiati, E., Levyda, L., & Ratnasari, K. (2021). Optimalisasi Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Bisnis Bagi Umkm Di Bangka Belitung. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 4(2). <https://jurnal.usahid.ac.id/kewirausahaan/article/view/628>
- Varadisa, A. Q., & Ridho, W. F. (2023). Pendampingan digital marketing guna meningkatkan branding UMKM Desa Sumberjo. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 22-26. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/829>