

DIGITALISASI IDENTITAS DAN PROMOSI UMKM DESA SUKAMAJU MELALUI LOGO, GOOGLE MAP, DAN BANNER

**Sekar Wahyu Ningtyas², Lastarida Sinaga^{1*}, Mulana³, Sri Dewi Handayani⁴, Ratu Bilqis Nurhaida⁵,
Suci Juita Ramadhani⁶, Rian Saripudin⁷**

¹Manajemen Sumberdaya Manusia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

²Teknik Sipil, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

³Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Bangsa

⁴Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

⁵Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Bina Bangsa

⁶Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bina Bangsa

⁷Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

Jl. Raya Serang - Jakarta Km. 03 No. 1B Pakupatan, Serang, Indonesia

sekarbintang954@gmail.com, sinagalastar@gmail.com, mulana759@gmail.com,

sridewihandayani1717@gmail.com, ratubilqis248@gmail.com, sucijuita516@gmail.com,

riansaripudin226@gmail.com

(*) Corresponding Author

Abstract

The rapid advancement of information technology requires Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) and Village-Owned Enterprises (BUMDes) to establish strong visual identities and digital presence to enhance their competitiveness. However, UMKM in Sukamaju Village faced challenges in developing business identities and utilizing digital platforms for promotion. This Community Service Program, conducted by Student Community Service (KKM), aimed to improve the digital identity and visibility of six assisted UMKM while strengthening the institutional image of BUMDes through logo development, Google Maps registration, and banner installation. The program was implemented through needs assessment, field observation, logo design assistance, business location registration and verification on Google Maps, and the installation of a promotional banner. The results showed that all participating UMKM successfully obtained visual business logos and were registered on Google Maps, improving their online visibility and accessibility. Additionally, the BUMDes banner increased public awareness of its presence and services. This program demonstrates that structured student assistance effectively supports the digital transformation of UMKM and strengthens BUMDes branding, contributing to sustainable village economic empowerment. Continued digital literacy and marketing training are recommended to ensure long-term program sustainability.

Keywords: Community service; UMKM; BUMDes; Digital identity; Google Maps; Branding.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki identitas visual dan keberadaan digital untuk meningkatkan daya saing. Namun, UMKM di Desa Sukamaju masih menghadapi keterbatasan dalam membangun identitas usaha dan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) bertujuan meningkatkan identitas dan visibilitas digital enam UMKM binaan serta memperkuat citra BUMDes melalui pengembangan logo usaha, pendaftaran lokasi pada Google Maps, dan pemasangan banner BUMDes. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan, observasi, pendampingan pembuatan logo, registrasi dan verifikasi Google Maps, serta perancangan dan pemasangan banner. Hasil kegiatan menunjukkan seluruh UMKM telah memiliki logo sebagai identitas visual dan berhasil terdaftar di Google Maps sehingga meningkatkan visibilitas, kemudahan akses informasi, dan peluang promosi. Banner BUMDes yang dipasang di lokasi strategis juga meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap keberadaan dan layanannya. Program ini membuktikan bahwa pendampingan mahasiswa mampu mempercepat digitalisasi identitas UMKM dan memperkuat branding BUMDes sebagai upaya mendukung pemberdayaan ekonomi desa. Keberlanjutan program dapat diwujudkan melalui pelatihan literasi digital dan pemasaran berbasis teknologi.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat; UMKM; BUMDes; Digitalisasi; Google Maps; Branding.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam struktur perekonomian Indonesia [1]. Pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan diarahkan untuk meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi usaha masyarakat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, dan penciptaan lapangan kerja [2]. Hal tersebut juga menjadi bagian dari kerangka pemberdayaan UMKM sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang kemudian mengalami perubahan melalui regulasi berikutnya.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen [3]. Digitalisasi tidak lagi hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi untuk kegiatan administrasi, tetapi juga mencakup kemampuan membangun identitas merek, menyampaikan informasi produk, memperkenalkan lokasi usaha, serta berinteraksi dengan konsumen melalui berbagai platform digital [4]. Pemerintah juga menempatkan adopsi teknologi dan pendampingan digital sebagai salah satu strategi untuk mendukung pertumbuhan UMKM.

Dalam perkembangan terbaru, tantangan UMKM tidak hanya berkaitan dengan keterhubungan terhadap internet, tetapi juga kemampuan menggunakan teknologi secara produktif dan kompetitif. Pemerintah menekankan bahwa transformasi digital perlu menghasilkan manfaat nyata berupa peningkatan kapasitas, perluasan pasar, dan peningkatan daya saing usaha [5].

Digitalisasi pemasaran menjadi salah satu pendekatan yang dapat diterapkan pada UMKM di wilayah perdesaan. Pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha memperkenalkan produk kepada konsumen dengan jangkauan yang lebih luas dibandingkan promosi konvensional. Penelitian mengenai optimalisasi pertumbuhan UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat berperan dalam meningkatkan visibilitas dan mendukung pertumbuhan UMKM [6].

Salah satu aspek penting dalam pemasaran adalah identitas visual. Logo bukan hanya berfungsi sebagai tanda pengenal, tetapi juga dapat menjadi bagian dari strategi branding untuk membangun karakter dan citra suatu usaha. Kegiatan pendampingan identitas visual pada UMKM menunjukkan bahwa pengembangan logo dan elemen branding dapat membantu usaha

membangun identitas yang lebih konsisten dan profesional [7].

Digitalisasi identitas UMKM juga dapat dilakukan melalui integrasi antara logo dan keberadaan usaha pada platform digital berbasis lokasi. Studi pengabdian di Desa Sukorejo menunjukkan bahwa pembuatan logo dan integrasi Google Maps dapat memperkuat branding lokal sekaligus meningkatkan visibilitas usaha di ruang digital [8].

Google Maps dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sarana sederhana untuk membantu masyarakat menemukan lokasi usaha. Melalui informasi lokasi, nama usaha, kontak, foto, dan informasi pendukung lainnya, konsumen dapat memperoleh gambaran mengenai keberadaan suatu UMKM sebelum melakukan kunjungan. Pemanfaatan Google Maps untuk digitalisasi pemasaran telah diterapkan pada berbagai kegiatan pengabdian masyarakat dengan hasil berupa peningkatan aksesibilitas dan visibilitas UMKM [9].

Kegiatan digitalisasi UMKM berbasis Google Maps juga menunjukkan bahwa teknologi tersebut relatif mudah diterapkan pada masyarakat apabila disertai pendampingan. Pada kegiatan pengabdian di Desa Purwotani, pendaftaran dan verifikasi UMKM pada Google Maps membantu meningkatkan visibilitas usaha dan akses masyarakat terhadap informasi usaha [9], [10].

Hasil kegiatan serupa di Desa Menjer menunjukkan bahwa pemetaan digital melalui Google Maps dapat digunakan untuk memperkenalkan lokasi, produk, dan informasi kontak UMKM kepada masyarakat. Sementara itu, kegiatan digitalisasi UMKM di Bukit Lawang Plantation Village menunjukkan bahwa pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps dapat memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan keterhubungan usaha dengan calon konsumen [11].

Pemanfaatan Google Maps juga dapat dikombinasikan dengan strategi pemasaran digital lainnya. Pendampingan UMKM di Kelurahan Kampung Dalam, misalnya, menggunakan Google Maps sebagai bagian dari strategi branding, peningkatan akses konsumen, dan promosi digital. Kegiatan lain yang mengintegrasikan Google Maps dan marketplace juga menunjukkan pentingnya keberadaan usaha pada berbagai kanal digital untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pemasaran [11], [12].

Selain identitas digital, media promosi fisik tetap memiliki relevansi dalam lingkungan perdesaan. Banner dapat berfungsi sebagai media komunikasi visual yang memberikan informasi mengenai keberadaan lembaga atau unit usaha kepada masyarakat secara langsung. Dengan

demikian, strategi digitalisasi UMKM sebaiknya tidak sepenuhnya menggantikan media konvensional, tetapi mengintegrasikan keduanya agar informasi usaha dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas [13].

Dalam konteks kelembagaan desa, BUMDes memiliki posisi strategis sebagai salah satu instrumen pengembangan kegiatan ekonomi desa. Kerangka pengaturan BUMDes terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa. Oleh karena itu, penguatan identitas dan media promosi BUMDes dapat menjadi bagian dari upaya membangun citra kelembagaan sekaligus memperkenalkan potensi ekonomi desa kepada masyarakat [14].

Literasi digital juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan digitalisasi UMKM. Penggunaan teknologi tidak cukup hanya dengan menyediakan platform, tetapi membutuhkan pengetahuan dan keterampilan agar pelaku usaha mampu mengelola informasi usahanya secara mandiri. Program pelatihan digital dasar pemerintah diarahkan antara lain untuk meningkatkan literasi dan kompetensi pemasaran online pelaku UMKM [15].

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian yang tidak hanya memberikan pemahaman mengenai digitalisasi, tetapi menghasilkan luaran konkret yang dapat langsung digunakan oleh pelaku usaha. Program digitalisasi UMKM di Desa Sukamaju dirancang melalui tiga bentuk intervensi utama, yaitu pengembangan identitas visual melalui logo, digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps, dan penguatan media informasi desa melalui pembuatan banner BUMDes.

Program ini diharapkan mampu menjadi langkah awal dalam meningkatkan daya kenal UMKM Desa Sukamaju, mempermudah masyarakat menemukan lokasi usaha, serta memperkuat promosi potensi ekonomi desa. Pendekatan tersebut sejalan dengan arah transformasi digital UMKM yang tidak berhenti pada keberadaan usaha di ruang digital, tetapi diarahkan agar teknologi dapat memberikan manfaat nyata bagi produktivitas dan daya saing usaha.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Sukamaju, Kecamatan Cikeusal, Kabupaten Serang, Provinsi Banten, dengan pendekatan pengabdian kepada masyarakat yang bersifat partisipatif. Tahapan pelaksanaan meliputi: (1) observasi dan identifikasi masalah pada enam UMKM binaan dan BUMDes untuk memetakan kondisi identitas visual dan digital yang ada; (2) forum group discussion (FGD) bersama pelaku UMKM dan pengurus

BUMDes guna menyepakati konsep logo dan banner yang akan dibuat; (3) pendampingan pembuatan logo usaha untuk masing-masing UMKM; (4) pendampingan pendaftaran dan verifikasi lokasi usaha pada Google Maps; serta (5) perancangan, produksi, dan pemasangan banner BUMDes di lokasi yang strategis dan mudah dilihat masyarakat. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan membandingkan kondisi UMKM dan BUMDes sebelum dan sesudah intervensi dilaksanakan.

Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang berada di wilayah Desa Sukamaju serta pengelola BUMDes sebagai pihak yang berperan dalam pengembangan dan promosi potensi ekonomi desa. Pemilihan sasaran didasarkan pada kebutuhan untuk meningkatkan identitas usaha, kemudahan akses informasi lokasi, serta kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital untuk promosi. Pendekatan pendampingan langsung dipilih karena beberapa kegiatan digitalisasi UMKM menunjukkan bahwa demonstrasi dan praktik langsung dapat membantu meningkatkan pemahaman serta keterampilan pelaku usaha dalam menggunakan platform digital.

Metode pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*). Pendekatan ini menempatkan masyarakat dan pelaku UMKM sebagai pihak yang terlibat secara aktif dalam proses identifikasi kebutuhan, perancangan solusi, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Pendekatan partisipatif relevan digunakan dalam kegiatan digitalisasi UMKM karena proses pengembangan identitas usaha dan informasi digital membutuhkan keterlibatan langsung pemilik usaha [9], [16]. Studi pengabdian terkait digitalisasi identitas UMKM melalui logo dan Google Maps juga menggunakan pendekatan berbasis partisipasi masyarakat yang meliputi survei awal, penyuluhan, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal (Masalah)

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa keenam UMKM binaan sama sekali belum memiliki logo sebagai identitas visual usaha dan belum terdaftar pada Google Maps, sehingga keberadaan usaha sulit ditemukan secara daring oleh calon konsumen. BUMDes Desa Sukamaju juga belum memiliki banner maupun media informasi visual apa pun yang dapat diketahui oleh masyarakat, sehingga banyak warga desa yang belum mengetahui keberadaan dan layanan yang disediakan oleh BUMDes.

Intervensi, Solusi, dan Pelaksanaan Kegiatan

Menjawab kondisi tersebut, mahasiswa KKM 43 melakukan pendampingan pembuatan logo bagi enam UMKM sesuai dengan karakter dan jenis produk masing-masing, dilanjutkan dengan pendaftaran serta verifikasi lokasi usaha pada Google Maps agar dapat ditemukan oleh masyarakat luas maupun calon konsumen dari luar desa. Selain itu, mahasiswa juga merancang dan memasang banner BUMDes Desa Sukamaju di lokasi yang strategis, sehingga informasi mengenai keberadaan dan layanan BUMDes dapat diketahui langsung oleh masyarakat yang melintas maupun berkunjung, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)
Gambar 1. Pemasangan banner BUMDes Mandiri Desa Sukamaju

Perubahan dan Capaian

Setelah kegiatan pendampingan dilaksanakan, keenam UMKM kini telah memiliki logo sebagai identitas visual usaha serta terdaftar dan terverifikasi pada Google Maps. Rincian capaian masing-masing UMKM disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Capaian digitalisasi identitas 6 UMKM binaan KKM 43 Desa Sukamaju

No	Nama UMKM/BUMDes	Capaian
1	BUMDes Mandiri Desa Sukamaju	Memiliki logo & banner usaha; terdaftar & terverifikasi di Google Maps
2	UMKM Peternakan Jangkrik Moderen	Memiliki logo usaha; terdaftar & terverifikasi di Google Maps
3	UD. Berkah Jaya (Tahu Bandung)	Memiliki logo usaha; terdaftar & terverifikasi di Google Maps
4	UMKM Keripik Singkong Barokah Aminah	Memiliki logo usaha; terdaftar & terverifikasi di Google Maps
5	UMKM Keripik Tempe Mang Suhe	Memiliki logo usaha; terdaftar & terverifikasi di Google Maps
6	UMKM Rengginang Ibu Nursiyah	Memiliki logo usaha; terdaftar & terverifikasi di Google Maps

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)



Gambar 2. Logo BUMDes Mandiri Desa Sukamaju



Gambar 3. Logo UMKM Peternakan Jangkrik Moderen



Gambar 4. Logo UD. Berkah Jaya (Tahu Bandung)



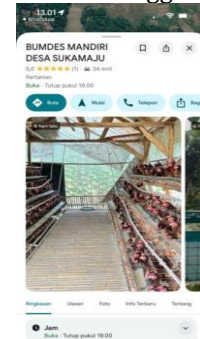
Gambar 5. Logo UMKM Keripik Singkong Barokah Aminah



Gambar 6. Logo UMKM Keripik Tempe Mang Suhe



Gambar 7. Logo UMKM Rengginang Ibu Nursiyah



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)
Gambar 8. Contoh verifikasi lokasi usaha BUMDes Mandiri pada Google Maps

Dampak dan Keberlanjutan

Kehadiran mahasiswa KKM 43 terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap transformasi digital UMKM dan BUMDes Desa Sukamaju.

Sebelum program berlangsung, keenam UMKM binaan sepenuhnya tidak memiliki identitas visual dan sama sekali tidak terdeteksi secara digital, sementara BUMDes tidak memiliki media informasi apa pun yang dikenal masyarakat. Setelah program dilaksanakan, seluruh UMKM kini memiliki logo resmi dan terverifikasi di Google Maps, sedangkan BUMDes memiliki banner yang terpasang di lokasi strategis. Perubahan dari kondisi belum tersedia menjadi tersedia dan berfungsi ini menegaskan bahwa peran mahasiswa bukan sekadar pendamping teknis, melainkan katalisator utama percepatan digitalisasi yang selama ini belum tersentuh oleh UMKM maupun BUMDes secara mandiri.

Dampak yang dirasakan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menyentuh aspek ekonomi, sosial, dan kelembagaan. Secara ekonomi, keberadaan logo dan lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps membuka peluang UMKM dijangkau oleh konsumen dari luar desa yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan usaha tersebut, sehingga berpotensi memperluas pasar dan meningkatkan volume transaksi. Secara sosial, pelaku UMKM menunjukkan peningkatan rasa percaya diri dalam memasarkan produknya karena kini memiliki identitas usaha yang setara dengan usaha-usaha yang lebih maju secara digital. Secara kelembagaan, banner BUMDes yang terpasang meningkatkan legitimasi dan kepercayaan masyarakat terhadap BUMDes sebagai lembaga ekonomi resmi milik desa, yang sebelumnya kurang dikenal karena minimnya media informasi.

KESIMPULAN

Kegiatan KKM 43 di Desa Sukamaju berhasil menjawab permasalahan mendasar berupa ketiadaan identitas visual dan visibilitas digital pada enam UMKM binaan serta BUMDes setempat. Melalui rangkaian intervensi berupa pembuatan logo usaha, pendaftaran dan

verifikasi lokasi ke Google Maps, serta perancangan dan pemasangan banner BUMDes, kondisi UMKM dan BUMDes mengalami perubahan nyata dari yang semula tidak memiliki identitas digital menjadi memiliki identitas visual yang jelas dan mudah diakses masyarakat maupun calon konsumen. Kehadiran mahasiswa KKM 43 terbukti berperan besar sebagai penggerak utama transformasi ini. Program ini membuktikan bahwa pendampingan mahasiswa yang terarah dan partisipatif mampu menjadi solusi konkret dalam mempercepat digitalisasi identitas UMKM desa serta memperkuat citra kelembagaan BUMDes.

Saran

Berdasarkan hasil dan dampak positif yang dirasakan, pihak Kantor Kepala Desa Sukamaju menyarankan agar program digitalisasi identitas serupa dilanjutkan dan diperluas kepada UMKM-UMKM lain di Desa Sukamaju, agar seluruh pelaku usaha dapat merasakan manfaat digitalisasi secara merata. Kerja sama dengan pihak kampus melalui program KKM/KKN juga disarankan untuk dijadikan program berkelanjutan setiap periode, agar pendampingan digital bagi UMKM desa terus berjalan secara berkala.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Sukamaju, para pelaku UMKM binaan, pengurus BUMDes Mandiri Desa Sukamaju, Dosen Pembimbing Lapangan Bapak Lastarida Sinaga, S.T., M.T. serta Universitas Bina Bangsa atas dukungan fasilitas dan kesempatan yang diberikan selama pelaksanaan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) 43.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "2779-Article Text-7717-1-10-20260208".
- [2] Muhammad Zaenal Abidin, Siti Khoiriyah, Muhamad Zakariya, and S. Suningsih, "Digitalisasi Identitas UMKM Desa Sukorejo: Pembuatan Logo dan Integrasi Google Maps

- sebagai Strategi Branding Lokal,” *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 8, no. 1, pp. 282–290, Mar. 2026, doi: 10.24036/abdi.v8i1.1772.
- [3] Miralda Salsyabillah, Anggi Pranata, Ratu May Yasmin, and Misrah Misrah, “Peran Google Maps dalam Strategi Promosi dan Penjualan UMKM,” *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 4, pp. 460–470, Oct. 2025, doi: 10.55606/nusantara.v5i4.6957.
- [4] Anisa Rosiana Anggraheni, Sabti Ramadhina, Muhammad Zaim Mustofa, and Dian Anita Sari, “Penguatan Identitas dan Pemasaran Digital pada UMKM Warung Seribu Berkah Mbak Siti Bagus Melalui Program Kuliah Kerja Usaha,” *Harmoni Sosial: Jurnal Pengabdian dan Solidaritas Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 256–265, Jul. 2025, doi: 10.62383/harmoni.v2i3.1946.
- [5] F. Syabani Nur and U. Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, “DIGITALISASI UMKM DESA JATIMERTA MENGGUNAKAN GOOGLE MAPS DAN PEMBUATAN BANNER IDENTITAS USAHA.”
- [6] I. Riyanto, “NuCSJo: Nusantara Community Service Journal e-ISSN 3064-6138 website: <https://ijoed.org/index.php/ncsj/index> Digitalisasi Pemasaran UMKM Produk Lokal Melalui Optimalisasi Media Sosial di Desa Sasahan Digitalizing Local MSME Marketing Through Social Media Optimization in Sasahan Village.” [Online]. Available: <https://ijoed.org/index.php/ncsj/index>
- [7] L. Novelita Prissilia *et al.*, “Pemberdayaan UMKM Melalui Strategi Branding dan Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital (Studi Kasus di Kelurahan Penjaringan Sari Surabaya).”
- [8] J. Homepage *et al.*, “Journal of Innovative and Creativity Strategi Digitalisasi Ukm Melalui Rebranding Dan Optimalisasi Media Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing,” 2026.
- [9] I. Nursetiawan, K. Endah, and I. Sujai, “ABDIMAS GALUH DIGITALISASI PRODUK UNGGULAN DESA SUKAMAJU KECAMATAN CIHAURBEUTI KABUPATEN CIAMIS BERBASIS QR CODE DAN FACEBOOK MARKETPLACE,” 2019.
- [10] “Repository_Aisha%20Sabina”.
- [11] Niken Nuralifvah *et al.*, “Digitalisasi Promosai dan Penguatan Identitas Visual Produk Sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Desa Ngablak,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, vol. 5, no. 1, pp. 35–45, Dec. 2025, doi: 10.29407/dimastara.v5i1.27000.
- [12] V. Muldani and R. Fahrozi, “PENINGKATAN PEMASARAN DAN PROMOSI UMKM MELALUI DIGITALISASI DAN MEDIA SOSIAL PONDOK PESANTREN HIDAYATULLAH DEPOK,” 2022. [Online]. Available: <https://journal-stiehidayatullah.ac.id/index.php/peradaban>
- [13] M. J. Fittri and D. Apriadi, “Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi Strategi Penerapan Pemasaran Digital Marketing Untuk Meningkatkan Laba (Studi Kasus Pada UMKM Warung Tante Syera),” doi: 10.51903/jupea.v5i3.4323.
- [14] Q. El Hasan, M. Watulandi, D. D. Muttaqien, I. N. Azizah, D. S. Styawan, and A. Naufatti, “Strategi Penguatan Branding UMKM di Era Ekonomi Digital Melalui Transformasi Identitas Visual,” *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 2, pp. 528–540, Jul. 2026, doi: 10.46576/rjpkm.v7i2.8570.
- [15] A. Faqih, A. Rifa’i, A. N. Rochmah, and A. Alma’as, “AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Optimalisasi Pemasaran Digital Ukm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Lokal,” *Maret*, vol. 2, no. 2, 2023, [Online].



SENAPAS

Prosiding Seminar Ekonomi Nasional Pemberdayaan Dan Sinergi Masyarakat