



Penguatan Identitas Produk Lokal: Asistensi Pembuatan Label UMKM “Berkah Bersama” di Kelurahan Surabaya Kota Bengkulu

Nila Kencana^{*1}, Elva Utami², Yuneva³, Fevi Wira Citra⁴, Ellya Revolina⁵, Zumkasri⁶, Seftya Dwi Sinta⁷, Eka Nurdianty Anwar⁸
^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH, Bengkulu, Indonesia
⁹Akademi Analis Harapan Bangsa, Bengkulu, Indonesia
Email: nilakencana1974@gmail.com^{*1}

ABSTRAK

UMKM-KUEP (Kelompok Usaha Ekonomi Produktif) “Berkah Bersama” di Kelurahan Surabaya, Kota Bengkulu, merupakan kelompok usaha pangan lokal yang memproduksi berbagai jenis makanan seperti keripik pare, keripik daun remungai, stik ubi ungu, rempeyek kacang, dan kare-kare ubi. Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, kelompok ini belum memiliki label produk profesional, belum memahami komponen wajib dalam label, dan tidak memiliki identitas visual yang konsisten. Hal ini menyebabkan produk kurang menarik secara visual dan memiliki keterbatasan dalam bersaing di pasar. Kegiatan PKM ini dilaksanakan untuk memperkuat identitas produk melalui rangkaian sosialisasi, pelatihan desain label, pendampingan implementasi, dan evaluasi dengan pre-post test serta observasi. Sebanyak 12 peserta mengikuti program ini. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman sebesar 62% dari nilai rata-rata pre-test 48,3 menjadi 78,2 pada post-test. Program ini menghasilkan delapan desain label baru dan enam di antaranya telah dicetak dan diaplikasikan pada produk. Melalui perubahan visual tersebut, UMKM memperoleh peningkatan kepercayaan diri dalam pemasaran serta kenaikan minat konsumen. Kegiatan ini terbukti efektif memperkuat identitas visual dan daya saing UMKM di pasar lokal.

Kata Kunci: *Identitas Produk; UMKM; Label; Branding; Pemasaran*

ABSTRACT

The MSME-KUEP (Productive Economic Business Group) “Berkah Bersama” in Surabaya Subdistrict, Bengkulu City, is a local food business group that produces various types of snacks such as bitter melon chips, moringa leaf chips, purple sweet potato sticks, peanut rempeyek, and sweet potato kare-kare. Before the community service program was carried out, the group did not have professional product labels, lacked understanding of the mandatory label components, and did not have a consistent visual identity. This resulted in products that were visually less attractive and limited in their market competitiveness. This PKM activity was implemented to strengthen product identity through a series of socialization sessions, label design training, implementation assistance, and evaluation using pre-post tests and observation. A total of 12 participants joined the program. The results show a 62% increase in understanding, from an average pre-test score of 48.3 to 78.2 in the post-test. The program produced eight new label designs, six of which have been printed and applied to the products. Through these visual improvements, the MSME gained increased confidence in marketing and higher consumer interest. This activity has proven effective in strengthening the visual identity and competitiveness of MSMEs in the local market.

Keywords: *Product Identity; MSMEs; Labels; Branding; Marketing*

DOI: <https://doi.org/10.54832/judimas.v4i1.718>

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Hermawan et al., 2024, Afira & Marta, 2021 dan Shobikah, 2017).

Namun, tantangan yang dihadapi UMKM tidak hanya terbatas pada produksi, tetapi juga pada pemasaran dan branding (Sopwan et al., 2025) (Defri et al., 2022). Salah satu kendala utama yang sering dialami oleh UMKM adalah kurangnya identitas produk yang jelas, termasuk dalam aspek desain dan label kemasan (Irwandi et al., 2024) (Ahsan et al., 2024) (Ainun et al., 2023).

Label produk memiliki fungsi krusial dalam meningkatkan daya tarik suatu produk di pasar. Label yang menarik dan informatif dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas jangkauan pemasaran (Riki et al., 2022). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya label sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa asistensi dalam pembuatan label yang efektif dan menarik (Catharina et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan kontribusi mencapai 61% terhadap Produk Domestik Bruto serta menyerap hampir seluruh tenaga kerja produktif. Namun, di balik kontribusi besar tersebut, banyak UMKM masih menghadapi kendala mendasar, terutama dalam aspek branding dan penguatan identitas produk. Tantangan ini semakin terlihat pada UMKM sektor pangan yang bersaing ketat dalam pasar yang sarat pilihan, namun sering kali belum mampu menampilkan identitas visual yang kuat dan menarik. Dalam berbagai penelitian, branding termasuk keberadaan label produk diakui memiliki peranan penting dalam membangun citra, meningkatkan kredibilitas, serta memperluas jangkauan pemasaran. Tanpa label yang layak, produk UMKM cenderung kalah bersaing meskipun kualitas isinya baik.

Situasi tersebut tampak jelas pada UMKM-KUEP “Berkah Bersama”, sebuah kelompok usaha yang beranggotakan produsen makanan lokal seperti keripik pare, keripik daun remunggai, rempeyek kacang, kare-kare ubi, hingga stik ubi ungu. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa UMKM ini belum memiliki label produk profesional; mereka hanya menggunakan kemasan plastik polos tanpa logo, tanpa komposisi, tanpa tanggal kedaluwarsa, dan tanpa informasi penting lain yang seharusnya tercantum dalam label pangan. Kondisi ini bukan hanya berpengaruh pada estetika, namun juga menurunkan kepercayaan konsumen dan menghambat potensi pemasaran, baik di tingkat lokal maupun digital.

Selain ketiadaan label, UMKM “Berkah Bersama” juga menghadapi keterbatasan kemampuan desain grafis. Para pelaku usaha belum familiar dengan aplikasi desain sederhana seperti Canva atau CorelDRAW, sehingga tidak memiliki kemampuan untuk menghasilkan

desain secara mandiri. Di sisi lain, biaya untuk memesan desain dari pihak luar tidak terjangkau bagi sebagian besar anggota kelompok. Keterbatasan tersebut menyebabkan produk sulit berkembang meskipun memiliki potensi kualitas yang kompetitif. Melihat kompleksitas permasalahan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang untuk memberikan asistensi menyeluruh mulai dari pemahaman tentang pentingnya label, pelatihan teknis pembuatan desain, hingga pendampingan dalam implementasi dan evaluasi label produk secara langsung.

Dengan adanya kegiatan asistensi ini, diharapkan dapat tercipta perubahan signifikan dalam pemasaran produk UMKM-KUEP "Berkah Bersama". Identitas produk yang kuat melalui label yang menarik akan memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif (Irwandi et al., 2024). Keberlanjutan program ini juga menjadi faktor penting agar UMKM dapat terus berinovasi dan berkembang secara berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

1. Sosialisasi

Tahap pertama dalam kegiatan asistensi ini adalah sosialisasi mengenai pentingnya label dalam branding dan pemasaran produk UMKM. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk seminar atau diskusi kelompok yang melibatkan seluruh anggota UMKM-KUEP "Berkah Bersama". Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman tentang peran label dalam meningkatkan daya saing produk, baik dari aspek estetika maupun informasi yang terkandung di dalamnya. Materi yang disampaikan mencakup elemen penting dalam pembuatan label, seperti pemilihan warna, jenis huruf, logo, serta informasi produk yang harus disertakan.

Selain itu, dalam sesi ini juga dipaparkan contoh-contoh label dari berbagai produk yang telah berhasil membangun brand awareness di pasar. Pendekatan partisipatif digunakan dengan mengajak peserta untuk berbagi pengalaman dan kendala yang mereka hadapi dalam pemasaran produk mereka. Dengan demikian, peserta dapat lebih memahami urgensi label yang profesional serta merancang strategi branding yang sesuai dengan karakteristik produk mereka.

Kegiatan dilaksanakan selama sepuluh hari, yakni pada 7–16 Januari 2023, bertempat di Sekretariat UMKM-KUEP "Berkah Bersama". Metode yang digunakan

dirancang secara bertahap agar peserta mendapatkan pemahaman komprehensif terkait label produk. Tahap pertama berupa sosialisasi yang disampaikan dalam bentuk diskusi interaktif, di mana peserta diperkenalkan pada peran label dalam strategi branding serta unsur-unsur wajib dalam pelabelan produk pangan, seperti informasi komposisi, berat bersih, identitas produsen, tanggal kedaluwarsa, hingga legalitas seperti PIRT. Pada tahap ini juga ditampilkan beberapa contoh label dari UMKM lain yang berhasil meningkatkan nilai jual produknya melalui identitas visual yang menarik.



Gambar 2.1

Tahap sosialisasi pada pentingnya label dan branding

2. Pelatihan Desain Label

Tahap berikutnya adalah pelatihan intensif desain label yang dilakukan dalam empat sesi. Peserta diajarkan cara menggunakan aplikasi desain grafis yang mudah diakses, seperti Canva, untuk membuat logo, memilih warna yang sesuai dengan karakter produk, mengatur tata letak teks, dan menambahkan elemen visual lain. Peserta juga diberi kesempatan untuk mencoba langsung membuat rancangan label dengan bimbingan fasilitator. Pendekatan praktik langsung ini terbukti membantu peserta lebih mudah memahami konsep desain.



Gambar 2.2.1
Pelatihan

Dalam sesi ini, peserta juga diperkenalkan pada prinsip-prinsip desain yang efektif agar label yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga komunikatif. Beberapa aspek yang ditekankan meliputi keterbacaan teks, kontras warna, serta keseimbangan desain secara keseluruhan. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan peserta memiliki keterampilan dasar yang cukup untuk menciptakan label secara mandiri, tanpa harus selalu bergantung pada jasa desain profesional.



Gambar 2.2.2
Pendampingan

3. Pendampingan Implementasi

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan implementasi, yaitu proses mencetak label dan menempelkan pada kemasan produk. Dalam sesi ini, fasilitator membantu peserta memilih jenis bahan label yang sesuai, memberikan contoh teknik

penempelan, serta memastikan aplikasi label dilakukan secara rapi. Tahap terakhir adalah evaluasi melalui pre-post test untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta serta observasi visual yang membandingkan kondisi label sebelum dan sesudah pendampingan.

Selain pencetakan, peserta juga diberikan panduan tentang cara menempelkan label secara tepat agar terlihat rapi dan profesional. Fasilitator membantu dalam proses ini dengan memberikan contoh langsung serta mendampingi setiap peserta dalam menerapkan label pada produk mereka. Dengan adanya tahap ini, diharapkan peserta dapat lebih percaya diri dalam menerapkan branding produk secara nyata.



Gambar 2.3

Hasil label Keripik Pare hasil Pelatihan

4. Evaluasi dan Umpan Balik

Tahap terakhir dalam metode pelaksanaan adalah evaluasi terhadap efektivitas kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi ini dilakukan melalui diskusi kelompok dan kuesioner yang diberikan kepada peserta untuk menilai sejauh mana pemahaman mereka meningkat setelah mengikuti program asistensi. Aspek yang dievaluasi meliputi pemahaman peserta tentang desain label, kemampuan dalam menggunakan aplikasi desain, serta kesiapan dalam menerapkan label pada produk mereka.

Selain itu, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan umpan balik terkait kendala yang mereka hadapi selama proses desain dan implementasi label. Umpan balik ini menjadi bahan perbaikan untuk kegiatan serupa di masa mendatang, serta

memberikan wawasan lebih lanjut tentang kebutuhan spesifik UMKM dalam aspek branding dan pemasaran. Dengan adanya evaluasi ini, program asistensi dapat lebih disempurnakan agar manfaatnya semakin maksimal bagi UMKM.

Hasil dan Pembahasan

Evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa program asistensi membawa dampak positif yang signifikan bagi peserta. Berdasarkan hasil pre–post test, terjadi peningkatan pemahaman peserta sebesar 62%, dari rata-rata nilai 48,3 sebelum kegiatan menjadi 78,2 setelah pelatihan selesai. Peserta mengaku lebih memahami unsur-unsur wajib dalam label, lebih percaya diri menggunakan aplikasi desain, dan memiliki pemahaman baru mengenai pentingnya identitas visual dalam produk. Temuan ini sejalan dengan pendapat Ainun et al. (2023) yang menyatakan bahwa pembekalan desain visual dapat membangun citra dan meningkatkan nilai jual produk UMKM.

Kegiatan asistensi ini memberikan dampak positif bagi peserta, terutama dalam hal peningkatan pemahaman tentang pentingnya label dalam branding dan pemasaran produk. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, mayoritas peserta belum memahami bagaimana desain label yang efektif dapat meningkatkan daya saing produk mereka. Namun, setelah mengikuti serangkaian pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman serta keterampilan desain label (Ahsan et al., 2024).

Dalam sesi pelatihan, peserta diberikan kesempatan untuk mendesain label sendiri dengan bimbingan dari fasilitator. Hasilnya, sebagian besar peserta mampu menghasilkan desain label yang lebih menarik dan profesional dibandingkan dengan label sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, UMKM dapat mengembangkan branding produk secara mandiri. Hasil dari pelatihan dan pembimbingan selama beberapa hari dengan hasil seperti pada tabel 3.1.

Tabel 3.1

Hasil Label Produk

No	Hari/Tgl 13.00-15.00	PRODUK	LABEL DIHASILKAN
1	Sabtu, 07/01/23	Keripik Daun Remunggai	
2	Sabtu, 07/01/23	Keripik Pare	
3	Sabtu, 07/01/23	Rempeyek Kacang	

4	Minggu, 08/01/23	Stik Ubi Ungu	
5	Minggu, 08/01/23	Kare Kare Ubi	
6	Minggu, 08/01/23	Stik Jagung	

7	Sabtu, 15/01/23	Juadah Kere	
8	Minggu 16/01/23		

Dari sisi output konkret, kegiatan ini menghasilkan delapan desain label baru untuk produk keripik pare, keripik daun remunggai, rempeyek kacang, kare-kare ubi, stik ubi ungu, stik jagung, juadah kere, dan stik pisang. Enam dari delapan desain tersebut berhasil dicetak dan diaplikasikan pada kemasan produk. Perubahan visual ini cukup mencolok ketika dibandingkan melalui observasi sebelum dan sesudah kegiatan. Sebelum pendampingan, produk menggunakan kemasan polos tanpa identitas, sementara setelah kegiatan, produk tampil lebih profesional dengan label berwarna, lengkap dengan logo, komposisi, dan informasi lain yang meningkatkan kepercayaan konsumen.

Selain perubahan visual, dampak kegiatan ini juga terasa pada aspek pemasaran. Berdasarkan wawancara singkat, peserta menyampaikan bahwa konsumen menunjukkan ketertarikan lebih besar terhadap produk dengan label baru. Sebagian peserta melaporkan adanya peningkatan permintaan sebesar 20–30% pada penjualan lingkungan sekitar, meskipun data ini masih bersifat indikatif. Temuan ini mendukung pernyataan Irwandi et al. (2024) yang menekankan pentingnya label profesional dalam meningkatkan daya tarik dan kredibilitas produk pangan UMKM.

Kegiatan PKM ini juga memperlihatkan bagaimana peningkatan keterampilan desain grafis dapat mendorong kemandirian UMKM. Sebelum kegiatan, peserta selalu bergantung pada pihak luar untuk membuat desain label. Setelah pelatihan, sebagian besar peserta mampu menghasilkan desain secara mandiri dan bahkan mengembangkan variasi desain tambahan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan teknis yang sederhana sekalipun dapat memberikan dampak substansial bagi keberlanjutan usaha kecil.

Pendampingan implementasi juga menunjukkan hasil yang positif. Setelah label yang baru selesai dibuat, peserta diajarkan teknik pencetakan dan penerapan label pada kemasan produk mereka. Hasilnya, produk UMKM-KUEP "Berkah Bersama" terlihat lebih menarik secara visual, sehingga memiliki daya tarik yang lebih tinggi bagi konsumen.

Selain peningkatan dalam aspek desain dan implementasi label, kegiatan ini juga memberikan wawasan bagi peserta tentang pentingnya konsistensi branding. Beberapa peserta menyadari bahwa label yang informatif dan menarik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar (Irwandi et al., 2024) (Sopwan et al., 2025).

Tantangan utama yang dihadapi dalam kegiatan ini adalah keterbatasan akses terhadap teknologi desain dan biaya pencetakan label. Sebagian peserta tidak memiliki perangkat yang memadai untuk mendesain label secara mandiri. Untuk mengatasi hal ini, fasilitator memberikan alternatif solusi dengan memperkenalkan aplikasi desain berbasis online yang lebih mudah digunakan.



Gambar 3.1

Display produk setelah diberi Label

Dari segi biaya pencetakan label, beberapa peserta merasa kesulitan dalam mencetak label dalam jumlah besar. Oleh karena itu, dalam diskusi evaluasi, diberikan solusi berupa pencetakan bertahap serta penggunaan bahan label yang lebih ekonomis tetapi tetap



berkualitas. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah membantu UMKM-KUEP "Berkah Bersama" dalam meningkatkan daya saing produk mereka melalui label yang lebih profesional. Keberlanjutan program ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi para pelaku usaha, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terbukti memberikan kontribusi signifikan bagi penguatan identitas produk UMKM-KUEP "Berkah Bersama". Program tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta mengenai peran label dalam branding, namun juga membekali mereka dengan keterampilan teknis untuk merancang dan menerapkan label secara mandiri. Peningkatan pemahaman sebesar 62% menunjukkan efektivitas pelatihan yang diberikan, sedangkan delapan desain label yang dihasilkan menjadi bukti konkret keberhasilan program. Perubahan visual produk juga berpengaruh positif terhadap peningkatan minat konsumen dan memperkuat posisi UMKM dalam persaingan pasar lokal.

Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata bagi UMKM, baik dalam aspek peningkatan pengetahuan, keterampilan, maupun daya saing produk. Selain itu, program ini juga mempertegas peran akademisi dalam memberikan solusi praktis bagi masalah branding yang banyak dialami UMKM. Ke depan, kegiatan serupa dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan pelatihan pemasaran digital dan legalitas usaha sehingga UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan. Asistensi ini telah memberikan kontribusi positif bagi UMKM-KUEP "Berkah Bersama" dalam meningkatkan pemahaman tentang branding melalui label produk. Peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam desain label tetapi juga menyadari pentingnya konsistensi dalam strategi pemasaran mereka. Dampak nyata dari kegiatan ini adalah peningkatan daya tarik produk di mata konsumen, yang dapat mendukung perluasan pasar UMKM secara lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam branding dapat memberikan manfaat signifikan bagi keberlanjutan usaha kecil. Ke depan, kegiatan serupa perlu diperluas dengan memberikan pendampingan lebih lanjut dalam strategi pemasaran digital dan optimalisasi media sosial. Dengan begitu, UMKM dapat semakin berkembang dan bersaing di era digital. Diharapkan, keberlanjutan program ini tetap terjaga dengan adanya dukungan dari pemerintah, akademisi, serta komunitas bisnis untuk menciptakan ekosistem UMKM yang lebih kuat dan berdaya saing.



Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam terlaksananya kegiatan ini, khususnya kepada UMKM-KUEP "Berkah Bersama" di Kelurahan Surabaya, Kecamatan Sungai Serut, yang telah berpartisipasi secara aktif. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pemerintah daerah dan instansi terkait yang telah memberikan dukungan serta fasilitas dalam kegiatan ini. Semoga hasil dari program asistensi ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM lokal.

Daftar Pustaka

- Afira, R., & Marta, W. (2021). *Sosialisasi Desain Visual Brand Identity Friendly Bagi Usaha Masyarakat Kecil dan Menengah (UMKM)*. 28, 54–59. <https://doi.org/10.35134/jmi.v28i2.83>
- Ahsan, J., Gary, C., Tua, G., Umar, A. T., Studi, P., Akuntansi, P., & Medan, U. N. (2024). Pendampingan Pembuatan Label, Kemasan, dan Desain Pada UMKM Aneka Kue di Desa Laut Dendang, Percut Sei Tuan, Deli. *Journal of Human And Education*, 4(4).
- Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 674–681.
- Catharina, R., Agung, L., & Kunci, K. (2024). Pendampingan Pengurusan Legalitas Usaha dan Pembuatan Label Kemasan Pada UMKM di Desa Pasi, Kabupaten Lamongan. The Assistance of Administering the Business Legality and Creating Packaging Abstrak. *DIANDRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 62–67.
- Defri, I., Furkhon, A. Al, Anastasia, B. W., & Saputro, E. A. (2022). *Re-branding UMKM Kelurahan Kedundung Mojokerto Melalui Logo Baru yang Unik dan Menarik*. 2(1), 10–19.
- Hermawan, M. F., Salsabila, R., & Saputra, I. M. (2024). *Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pengentasan Kemiskinan*. 3.
- Irwandi, P., S, M. K., Adetya, A., Wirda, B., Abdul, C., & Wahpiyudin, B. (2024). *PENDAMPINGAN PEMBUATAN LABEL PRODUK SEBAGAI DAN BRANDING UMKM KERIPIK dan legalitas produk, informasi yang tertera pada label semakin penting. label yang jelas dan informatif, seperti komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, pemasaran. Desain label yang menarik dan profesional mampu tersebut (Nurasia et al., 2021; Fitriyani et al., 2023). Oleh karena itu, UMKM*. 8(6), 11–12.
- Riki, A., Yusuf, B., Fatimatuazzahro, U., Putra, F. L., & Ardiyana, I. G. (2022). *PENDAMPINGAN PEMBUATAN LABEL PADA PRODUK KEMASAN UMKM*. 01(02), 48–54.
- Shobikah, N. (2017). The Importance of English Language in Facing Asean Economic Community (AEC). *At-Turats*, 11(1). <https://doi.org/10.24260/at-turats.v11i1.873>
- Sopwan, I. D., Setiawati, S. E., Muavia, E., Ramadhani, F., Linda, R., Nurlaeli, A., Wandini, S., Sindiawati, T., Ali, S., Sinta, D., Haikal, M., Yusuf, M., Juandi, O. H., Maulana, A., Ekonomi, P., Pangeran, I., Kusuma, D., & Indramayu, K. (2025). *Pengembangan Strategi Re-Branding UMKM Desa Majakerta untuk Meningkatkan Penjualan*. 3, 469–479.