

MODEL PENGEMBANGAN KAPASITAS DIGITAL UMKM SEKTOR F&B STUDI KASUS PELATIHAN DESAIN CANVA PADA SIGMA COFFEE AND TEA

Fitri Yunita¹, Ilyas², Syafrizal Taher³, Achmad Isya Alfassa⁴, Samsudin⁵, Endy Sudeska⁶

^{1,2,5}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

³Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

⁴Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

e-mail: fitriyunyun@gmail.com

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah menciptakan pergeseran fundamental dalam strategi pemasaran, menuntut Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beradaptasi agar tetap kompetitif. Salah satu tantangan krusial yang dihadapi oleh UMKM, khususnya SIGMA COFFEE AND TEA, adalah keterbatasan sumber daya dan pengetahuan dalam mengembangkan promosi visual yang kreatif dan inovatif, yang secara langsung menghambat daya saing produk mereka di pasar. Kurangnya keahlian *product branding* ini menyebabkan produk UMKM seringkali dianggap kurang berkualitas dibandingkan produk perusahaan besar. Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk mengatasi masalah tersebut melalui pelatihan intensif desain grafis digital menggunakan aplikasi Canva. Canva dipilih karena sifatnya yang *user-friendly* dan sangat mudah diakses, menjadikannya aset berharga bagi tim SIGMA COFFEE AND TEA yang memiliki keterbatasan keterampilan teknis. Tujuan utama kegiatan ini adalah memberdayakan tim SIGMA COFFEE AND TEA agar mampu secara mandiri menghasilkan materi promosi yang profesional, konsisten, dan menarik, seperti menu digital, konten media sosial, dan desain kemasan *takeaway*. Metode yang digunakan bersifat partisipatif dan praktis, melibatkan tahap survei kebutuhan, penyusunan modul pelatihan yang relevan dengan sektor F&B (Food & Beverage), praktik langsung, dan evaluasi hasil. Pelaksanaan pelatihan ini berhasil mencapai peningkatan signifikan dalam kompetensi peserta: 90% tim kini memahami prinsip dasar desain F&B seperti komposisi, tipografi, dan psikologi warna *branding* kafe, serta 95% mampu menciptakan desain mandiri yang *on-brand*. Dampak langsung yang terukur adalah peningkatan *engagement* digital hingga 25% dan indikasi kenaikan penjualan sebesar 15% dalam kurun waktu satu bulan pasca-pelatihan, membuktikan bahwa peningkatan estetika visual secara fundamental meningkatkan persepsi kualitas di mata konsumen. Meskipun sukses, keberlanjutan program memerlukan perhatian terhadap tantangan, terutama terkait menjaga konsistensi visual merek (*style guide*) dan mengintegrasikan desain ke dalam strategi pemasaran digital yang komprehensif. Oleh karena itu, direkomendasikan adanya pendampingan rutin, pengembangan *Brand Guideline*, dan pelatihan lanjutan yang fokus pada manajemen merek digital. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model percontohan pengembangan kapasitas digital UMKM sektor F&B di wilayah lain, memastikan bahwa SIGMA COFFEE AND TEA dapat terus tumbuh dan memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan.

Kata kunci: Desain Grafis, Canva, UMKM F&B, Product Branding, SIGMA COFFEE AND TEA, Pemasaran Digital.

Abstract

The rapid development of information technology and digitalization has created a fundamental shift in marketing strategies, compelling Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adapt in order to remain competitive. A crucial challenge faced by MSMEs, particularly SIGMA COFFEE AND TEA, is the limitation of resources and knowledge in developing creative and innovative visual promotions, which directly hinders the competitiveness of their products in the market. This lack of product branding expertise often results in MSME products being perceived as inferior in quality compared to those from larger companies. This community service program was designed to address this issue through intensive digital graphic design training using the Canva application. Canva was selected because of its user-friendly nature and high accessibility, making it a valuable asset for the SIGMA COFFEE AND TEA team, who have limited technical skills. The main objective of this activity was to empower the SIGMA COFFEE AND TEA team to independently produce professional, consistent, and appealing promotional materials, such as digital menus, social media content, and takeaway packaging designs. The methodology

employed was participatory and practical, involving needs assessment surveys, the development of training modules relevant to the F&B (Food & Beverage) sector, hands-on practice, and results evaluation. The implementation of this training successfully achieved a significant increase in participant competency: 90% of the team now understand basic F&B design principles such as composition, typography, and the psychological use of color in café branding, and 95% are capable of creating independent, on-brand designs. The measurable direct impact included an increase in digital engagement up to 25% and an indication of a 15% sales increase within one month post-training, proving that enhancing visual aesthetics fundamentally improves the perception of quality among consumers. Despite the success, the program's sustainability requires attention to challenges, primarily related to maintaining visual brand consistency (style guides) and integrating design into a comprehensive digital marketing strategy. Therefore, continuous support is recommended, including regular mentoring, the development of Brand Guidelines, and advanced training focused on digital brand management. The success of this program is expected to serve as a model for the digital capacity development of F&B sector MSMEs in other regions, ensuring that SIGMA COFFEE AND TEA can continue to grow and make a significant economic contribution.

Keywords Graphic Design, Canva, F&B MSMEs, Product Branding, **SIGMA COFFEE AND TEA**, Digital Marketing.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi yang berkembang semakin pesat membuat pergeseran dalam pola aktivitas kehidupan manusia. Salah satu aktivitas yang mengalami pergeseran pola diantaranya adalah strategi pemasaran produk / marketing [1]. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan dalam sumber daya dan pengetahuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif. Banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam hal desain grafis dan promosi visual, yang secara langsung mempengaruhi daya tarik dan citra merek produk mereka di mata konsumen. Kemajuan teknologi, terutama dalam bidang desain grafis, telah memiliki pengaruh yang besar dalam arena pemasaran global. Desain grafis mampu menjadi alat komunikasi yang lebih menarik dan kreatif karena menggabungkan elemen gambar dan teks yang dipresentasikan dalam palet warna yang menakjubkan bagi mata.[2]

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam perekonomian, khususnya di era digital. Hal ini dikemukakan dalam penelitian Syukri & Sunrawali (2022) bahwa Kecanggihan teknologi menjadi salah satu peluang bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha di tengah persaingan tak terlihat yang ada di dunia digital. Kemajuan teknologi telah mengubah lanskap bisnis, mengharuskan UMKM beradaptasi dengan lingkungan digital baru agar tetap kompetitif. Salah satu aspek penting dari adaptasi ini adalah pemanfaatan aplikasi yang dapat mendukung upaya penjualan dan pemasaran. Canva, alat desain grafis online, telah muncul sebagai aset berharga bagi UMKM dalam hal ini [3].

Dalam upaya mengakselerasi pertumbuhan dan daya saing di pasar yang kompetitif, SIGMA COFFEE AND TEA memerlukan suatu pendekatan strategis yang holistik dan praktis. Observasi menunjukkan bahwa kendala utama yang menghambat peningkatan bisnis mereka adalah kurangnya promosi yang kreatif dan inovatif yang terintegrasi dalam strategi pemasaran digital mereka. Efektivitas komunikasi visual produk masih perlu ditingkatkan agar mampu menarik perhatian audiens yang lebih luas, terutama di platform media sosial.

Menanggapi kebutuhan mendesak ini, pelatihan desain grafis digital dengan memanfaatkan platform Canva muncul sebagai solusi yang sangat relevan dan menarik. Canva adalah *platform* yang dirancang secara intuitif dan sangat ramah pengguna, menjadikannya dapat diakses oleh siapa saja, termasuk pelaku UMKM dan staf SIGMA COFFEE AND TEA yang mungkin memiliki latar belakang teknologi terbatas. Dengan Canva, mereka dapat secara mandiri menghasilkan materi promosi berkualitas tinggi, mulai dari poster digital, *feed* Instagram yang estetik, hingga konten *Stories* yang dinamis.

Melalui pelatihan ini, SIGMA COFFEE AND TEA akan diberdayakan untuk mengubah narasi visual mereka. Mereka akan mampu memperbaiki dan meningkatkan strategi pemasaran secara signifikan dengan memproduksi konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual, konsisten, dan mampu mencerminkan *branding* unik dari produk kopi dan teh mereka. Implementasi pelatihan ini diharapkan menjadi katalisator bagi peningkatan *engagement* pelanggan, ekspansi jangkauan pasar, dan pada akhirnya, peningkatan volume penjualan

Digitalisasi kini telah merambah melampaui ranah ekonomi dan bisnis semata. Penguatan ekosistem digital perlu diimbangi dengan instrumen regulasi dan etika agar praktik bisnis para pelakunya berjalan sesuai ekspektasi, yakni mencapai profitabilitas maksimal sembari meminimalkan risiko kerugian, baik materiel maupun immateriel. Di Indonesia, fasilitasi digitalisasi ini telah dijamin oleh Negara melalui pengesahan berbagai peraturan perundang-undangan yang mendukung transformasi digital.[4]

Meskipun demikian, tantangan yang dominan dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia saat ini adalah ketatnya persaingan di arena pemasaran dengan perusahaan-perusahaan skala besar yang produknya telah memenuhi standar kualitas yang ketat. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja untuk mengatasi angka pengangguran[5]. Akar permasalahan ini seringkali terletak pada keterbatasan keahlian pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas dan standarisasi produk mereka.

Oleh karena itu, agar mampu bersaing secara efektif dengan korporasi besar di pasar, peningkatan kualitas produk UMKM menjadi prasyarat mutlak[6]. Salah satu strategi krusial untuk mencapai hal ini adalah dengan membangun *brand image* bisnis UMKM melalui teknik *product branding* yang solid. Citra merek (*brand image*) didefinisikan sebagai identifikasi produk yang khas, termasuk logo, desain, dan elemen visual lainnya yang membuat produk tersebut mudah dikenali dan meninggalkan kesan positif di benak konsumen[7].

Pelatihan penggunaan aplikasi Canva dalam desain grafis memiliki peluang yang signifikan untuk memberikan dukungan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan upaya promosi produk mereka. Dengan pemahaman dan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan tersebut, UMKM dapat menciptakan materi promosi yang menarik, bersifat profesional, dan sejalan dengan identitas merek mereka. Akibatnya, pelatihan semacam ini berpotensi memberikan dampak yang besar dalam memperluas jangkauan pasar dan kesuksesan UMKM di era digital saat ini. Efek dari pelatihan tersebut terlihat dalam peningkatan pemahaman tentang desain grafis menggunakan Canva. Hal ini terbukti melalui semangat tinggi peserta selama dua hari pelatihan, di mana tingkat kehadiran mencapai 90%. Selain itu, dukungan positif dari masyarakat juga menjadi aspek yang signifikan dalam kesuksesan acara pelatihan ini. Pelatihan ini berhasil mengedukasi dan melatih mengenai pemasaran digital dengan menggunakan perangkat lunak desain grafis Canva kepada mitra. Dampak yang dihasilkan dari pelatihan ini adalah kenaikan penjualan mitra dalam kisaran 10%-50%. Diharapkan bahwa pelatihan semacam ini dapat dijadikan sebagai kegiatan berulang oleh instansi yang terkait, sehingga dapat terus meningkatkan peningkatan penjualan mitra secara berkelanjutan[8].

Target utama dari program ini adalah terciptanya peningkatan signifikan pada kualitas desain produk dan *branding* SIGMA COFFEE AND TEA, yang secara langsung akan mendorong peningkatan daya saing dan volume penjualan. Lebih dari sekadar hasil teknis, program ini diharapkan dapat membangkitkan semangat kewirausahaan dan kreativitas di kalangan staf dan pelaku UMKM, menjadikannya model percontohan pengembangan kapasitas digital UMKM untuk wilayah lain. Dengan implementasi pelatihan ini, SIGMA COFFEE AND TEA diharapkan menjadi representasi UMKM yang berhasil memanfaatkan teknologi digital untuk menopang pengembangan ekonomi lokal dan menciptakan nilai tambah.

Keberlanjutan inisiatif ini sangat bergantung pada kolaborasi strategis antara pihak akademisi, pemerintah daerah/mitra terkait, dan pelaku UMKM sendiri. Pada intinya, pengembangan desain produk UMKM melalui aplikasi Canva bukan sekadar urusan estetika, melainkan strategi fundamental untuk menciptakan nilai tambah bagi produk lokal. Dengan citra merek dan desain visual yang lebih menarik serta profesional, produk SIGMA COFFEE AND TEA akan memiliki peluang yang jauh lebih besar untuk menembus pasar yang kompetitif dan memberikan dampak ekonomi yang positif bagi komunitas setempat.

2. METODE

Metode Metode pelatihan terdiri dari penjelasan teori dan praktek langsung. Pelatihan diawali dengan penjelasan teori kemudian praktek langsung tentang bagaimana membuat spanduk dengan menggunakan canva. Peserta pelatihan terdiri dari 26 mahasiswa Universitas Islam Indragiri dengan tenaga pengajar merupakan dosen Universitas Islam Indragiri.

1. Tahap Survey

Pada tahap pertama adalah melakukan survey. Survey ini dilakukan dengan tujuan melakukan penjajakan secara langsung dengan UMKM mengenai jenis yang akan diterapkan dan implementasinya. Selanjutnya, tujuan dari survei ini adalah untuk melakukan koordinasi antara dosen dan mahasiswa mengenai jadwal kegiatan, peserta pelatihan, dan perangkat komputer yang digunakan.

2. Tahap Persiapan

Untuk mempersiapkan kegiatan, dibuat proposal kegiatan, dibuat jadwal kegiatan, dibuat perangkat pembelajaran, termasuk materi desain grafis menggunakan canva, dibuat daftar absensi peserta dan tim pengajar, dan diinstal perangkat lunak pada masing-masing komputer.

3. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan dengan melakukan pendampingan kepada seluruh peserta. Dua pengajar terlibat dalam pelaksanaan ini, dan setiap pengajar harus menilai hasil pembelajaran siswa yang mengikuti pelatihan.

4. Tahap Evaluasi

Setelah pengabdian selesai, tahap evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan peserta dalam mengikuti pelatihan. Tujuan lain dari evaluasi adalah untuk mengidentifikasi kesalahan yang terjadi dalam kegiatan tertentu agar dapat diperbaiki dalam kegiatan berikutnya.

5. Tahap Dokumentasi

Pengisian surat-menyurat, pembuatan laporan akhir kegiatan pengabdian, dan dokumentasi foto-foto pelatihan adalah semua bagian dari dokumentasi kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pelaksanaan Pelatihan

Program pengabdian masyarakat yang terfokus pada peningkatan kemampuan visual *branding* telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan kerangka rencana. Pelatihan yang ditujukan kepada tim operasional dan manajemen SIGMA COFFEE AND TEA menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hasil dari kegiatan ini dapat dirangkum sebagai berikut:

a. Peningkatan Pemahaman Desain Grafis F&B

Sebelum pelatihan, tim SIGMA COFFEE AND TEA memiliki pemahaman yang minim mengenai prinsip dasar desain grafis dan peran krusial visualisasi produk F&B (Food & Beverage) dalam pemasaran digital. Setelah sesi pelatihan, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai elemen-elemen desain yang spesifik untuk industri kopi dan teh, seperti komposisi menu digital, psikologi warna dalam *branding* kafe, dan tipografi yang menarik.

Berdasarkan evaluasi pasca-pelatihan, 90% peserta kini memahami dasar-dasar desain grafis dan mampu mengidentifikasi elemen visual yang selaras dengan citra *premium* dan modern dari SIGMA COFFEE AND TEA.

b. Peningkatan Keterampilan Menggunakan Canva

Canva, sebagai alat desain berbasis web yang *user-friendly*, terbukti sangat efektif dalam membantu tim SIGMA COFFEE AND TEA menghasilkan materi promosi yang menarik. Awalnya, kurang dari 15% staf memiliki pengalaman menggunakan aplikasi desain. Setelah pelatihan intensif, 95% peserta mampu membuat desain mandiri untuk berbagai kebutuhan kafe:

1. Menu Digital yang estetik.
2. Poster Promosi untuk minuman musiman.
3. *Content* Instagram Stories dan Feed yang konsisten.

4. Desain untuk Kartu Loyalitas atau *Voucher*.

Peningkatan keterampilan ini langsung tercermin pada hasil desain mereka yang kini lebih profesional, *on-brand*, dan konsisten.

c. Hasil Produk Desain Peserta

Sebagai hasil implementasi, tim diminta merancang ulang beberapa elemen *branding* utama SIGMA COFFEE AND TEA. Hasilnya menunjukkan peningkatan kualitas desain yang luar biasa, berfokus pada:

1. Desain Kemasan *Takeaway*: Penggunaan logo dan palet warna yang lebih harmonis pada gelas *cup* dan tas kertas.
2. Visualisasi Menu: Foto-foto produk (kopi dan teh) yang disajikan dengan tata letak dan *font* yang bersih, meningkatkan persepsi kualitas minuman.
3. Konten Promosi: Pembuatan *template* desain yang siap pakai untuk pengumuman promosi harian.

1.2 Dampak pada Pemasaran dan *Branding*

Indikator keberhasilan program ini adalah peningkatan daya tarik visual yang langsung memengaruhi aktivitas pemasaran. Manajemen SIGMA COFFEE AND TEA melaporkan dampak positif dalam waktu satu bulan pasca-pelatihan:

1. Peningkatan *Engagement* Digital: Jumlah *likes*, *shares*, dan *comments* pada konten media sosial meningkat hingga 25% setelah menggunakan desain promosi baru yang lebih profesional.
2. Peningkatan Penjualan: Terdapat indikasi kenaikan penjualan sebesar 15% pada produk-produk yang dipromosikan menggunakan desain visual yang baru dan menarik.
3. Ekspansi Digital: Keberanian untuk secara aktif memanfaatkan *platform* digital seperti Instagram dan *marketplace* makanan meningkat, didukung oleh ketersediaan aset visual yang berkualitas tinggi.

1.3 Diskusi

Peningkatan kemampuan desain dan *product branding* pada SIGMA COFFEE AND TEA tidak hanya memperbaiki tampilan, tetapi juga secara fundamental mengubah persepsi kualitas di mata konsumen. Produk kopi dan teh dengan desain menu dan promosi yang konsisten dan profesional cenderung menciptakan kesan merek yang premium dan terpercaya, yang sangat penting dalam industri kafe.

Penggunaan Canva terbukti sangat efektif karena:

1. Kemudahan Akses: Tim dapat segera membuat perubahan desain dari perangkat apa pun.
2. Efisiensi Waktu: Tersedianya *template* yang dapat dimodifikasi cepat memungkinkan tim berfokus pada operasional inti kafe.

Namun, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan dampak jangka panjang:

- a. Konsistensi *Visual Identity*: Meskipun desain yang dibuat menarik, beberapa staf masih memerlukan pendampingan untuk menjaga konsistensi ketat pada penggunaan palet warna dan logo (*style guide*) SIGMA COFFEE AND TEA di setiap materi promosi.
- b. Integrasi Strategi: Penggunaan desain belum sepenuhnya terintegrasi dengan strategi pemasaran digital yang komprehensif (misalnya, membuat desain yang spesifik untuk *funnel* penjualan).

Untuk mengatasi kendala ini, SIGMA COFFEE AND TEA memerlukan dukungan berkelanjutan, termasuk sesi *mentoring* desain dan pelatihan lanjutan yang fokus pada penguatan strategi pemasaran digital yang memanfaatkan desain sebagai ujung tombaknya.

1.4 Implikasi dan Rekomendasi

Keberhasilan program di SIGMA COFFEE AND TEA memberikan implikasi positif sebagai model pengembangan *branding* UMKM sektor F&B berbasis teknologi digital di wilayah tersebut.

Rekomendasi untuk keberlanjutan program ini meliputi:

- Brand Guideline* dan Pendampingan Rutin: Menyediakan panduan visual merek (*brand guideline*) yang ketat dan memberikan bimbingan rutin kepada tim untuk menjaga konsistensi desain.
- Pelatihan Lanjutan Strategi Pemasaran: Menyelenggarakan pelatihan lanjutan yang fokus pada *content strategy*, manajemen merek, dan analisis efektivitas iklan media sosial.
- Kerjasama dengan *Stakeholder*: Melibatkan dinas terkait atau asosiasi bisnis lokal untuk memfasilitasi *networking* dan perluasan pasar produk SIGMA COFFEE AND TEA yang kini memiliki *branding* yang lebih kuat.

Meningkatkan Kreativitas Desain

Dengan implementasi yang berkelanjutan, diharapkan UMKM di kelurahan Tembilahan dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing produk mereka, dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal.



Gambar 1. Implementasi Desain kepada UMKM Sigma Caffee and Tea



Gambar 2. Dokumentasi Peserta PKM dan Dosen Pembimbing

4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui pelatihan desain grafis menggunakan Canva terbukti menjadi pendekatan yang holistik dan praktis untuk mengatasi kendala promosi visual yang dihadapi oleh UMKM SIGMA COFFEE AND TEA. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman tim mengenai prinsip desain grafis F&B dan meningkatkan keterampilan praktis mereka dalam memproduksi materi promosi yang profesional, *on-brand*, dan menarik. Dampak nyatanya tercermin dari peningkatan *engagement* digital hingga 25% dan kenaikan penjualan sekitar 15% pada produk kopi dan teh, menunjukkan bahwa desain yang lebih baik secara fundamental meningkatkan persepsi kualitas dan daya saing di pasar digital. Meskipun demikian, terdapat tantangan terkait konsistensi visual merek dan integrasi desain ke dalam strategi pemasaran digital yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, keberlanjutan program memerlukan pendampingan rutin, penyusunan *Brand Guideline* yang ketat, dan pelatihan lanjutan yang fokus pada *content strategy*, memastikan bahwa SIGMA COFFEE AND TEA dapat terus memanfaatkan potensi penuh digitalisasi untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan dan menjadi model pengembangan UMKM sektor F&B di wilayah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Wahidin, "Pelatihan Desain Grafis Untuk Pemasaran Produk," pp. 2636–2640, 2022.
- [2] Y. Fahdillah *et al.*, "Pelatihan Desain Dengan Canva Untuk Meningkatkan Promosi Pada Umkm Tuku Sambal (Focus Group Discussion)," *Jpmu*, vol. 3, no. 1, p. 33, 2024, [Online]. Available: <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jpmu>
- [3] A. I. S. Alamsyah, "Peran Aplikasi Canva Dalam Mendukung Umkm Bersaing Di Era Digital," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 8, no. 2, p. 343, 2024, doi: 10.52362/jisamar.v8i2.1448.
- [4] Budiarti, R., & Setiawan, A. (2024). Peran UMKM dalam Mereduksi Angka Pengangguran: Kajian Strategi Peningkatan Produktivitas. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(1), 45-58.
- [5] Putra, A. R. (2024). Kerangka Regulasi Digitalisasi Sektor UMKM di Indonesia: Perlindungan Hukum dan Dukungan Negara. *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, 12(2), 110-125.
- [6] Sukmawati, D., & Sari, N, (2023). Strategi Peningkatan Kualitas Produk UMKM dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7,(3), 180-195.
- [7] Wibowo, T., Handayani, R., & Permana, B.(2024). Pengaruh *Product Branding* terhadap Peningkatan *Brand Image* dan Loyalitas Konsumen pada UMKM. *Jurnal Pemasaran dan Kewirausahaan*, 9(1), 22-35.
- [8] R. Prasetya dan M. Ningsih, "Pemberdayaan UMKM melalui Teknologi Kreatif," *Jurnal Inovasi Sosial*, Vol. 3,no. 1, pp. 61-70,2023.
- [9] M.A Wibisono dan H.Setyorini, "Pemanfaatan Media Sosial dan Desain Konten untuk Peningkatan Penjualan UMKM Makanan dan Minumam," *Jurnall Abdimas*, Vol. 5, no. 1, pp.10-18, 2024
- [10] I.G.A.A.D. Saputri dan I.N.G.W. Suastika, "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopo pada Generasi Milenial," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.18, no. 2, pp. 151-160, 2024.
- [11] M. Jibril, M. Amin, S. Wardah, and K. Ihwan, "Pelatihan dan Penerapan Desain Grafis sebagai Upaya Peningkatan Branding pada UMKM Teras Sayur Nurul," *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIMAS)*, vol. 3, pp. 171–177, 202