

PELATIHAN BRANDING DAN DESAIN KEMASAN PADA KELOMPOK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KELURAHAN TEMPUREJO KEDIRI

Khamadi^{1*}, Ichwan Setiarso², Dennaya Cintya Danastri³

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual (Kampus Kota Kediri), Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Penanggungan No 41A, Bandar Lor, Mojoroto, Kota Kediri 54114

*E-mail: khamadi@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Kelurahan Tempurejo Kota Kediri memiliki berbagai potensi seperti wisata air Sumber Banteng, kesenian, dan produk UMKM. Saat ini, Kelurahan Tempurejo belum memiliki data yang lengkap terkait pelaku UMKM di wilayahnya. Padahal potensi sebagai desa wisata memberikan peluang besar bagi pemasaran produk UMKM kepada pengunjung wisata. Berdasarkan koordinasi dengan pihak kelurahan dan survei langsung di masyarakat, penjualan produk sebatas pesanan dan produksi harian yang diambil oleh pengecer ke warung-warung desa lainnya. Masyarakat belum terlalu memperhatikan peluang adanya kunjungan wisata yang semakin meningkat. Selain itu produk UMKM juga belum memiliki branding yang kuat dengan kemasan yang menarik dan sesuai. Sehingga tujuan kegiatan ini adalah memberikan edukasi pentingnya pengembangan produk UMKM dengan branding dan desain kemasan yang menarik sehingga bisa menarik pasar pengunjung wisata. Metode pelaksanaan dilakukan meliputi tahap persiapan dengan melakukan koordinasi dengan pihak mitra, kemudian tahap pelaksanaan yaitu kegiatan edukasi dan pelatihan branding dan desain kemasan, serta tahap evaluasi dan keberlanjutan.. Hasil dari kegiatan ini adalah desain branding dan kemasan bagi peserta yang dapat diimplementasikan pada produk usaha mereka. Desain yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dari peserta dan diarahkan dengan pendekatan desain komunikasi visual yang memperhitungkan estetika desain, komunikasi visual, dan kejelasan informasi produk yang ingin disampaikan.

Kata kunci: Branding, Desain Kemasan, UMKM, Tempurejo

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Tempurejo merupakan kelurahan binaan Universitas Dian Nuswantoro Kediri. Kelurahan Tempurejo berada di kecamatan Pesantren, Kota Kediri, Jawa Timur. Berada di ujung timur Kota Kediri yang berbatasan dengan Kabupaten Kediri, Kelurahan Tempurejo dikenal memiliki banyak potensi dengan sumber mata air, kesenian, dan pelaku UMKM keripik tempe. UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat (Vinsensia et al, 2023). UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan jumlah usaha yang ada (Widodo et al, 2024).

Pada tahun 2023, Universitas Dian Nuswantoro Kediri telah melakukan pengembangan desa wisata air Sumber Banteng di Kelurahan Tempurejo melalui kegiatan program pengembangan kapasitas organisasi mahasiswa Biro Desain Komunikasi Visual Udinus Kediri. Potensi sumber mata air dan kesenian tari serta batik telah berhasil dikenalkan ke khalayak ramai melalui pengembangan promosi wisata lewat media sosial dan website. Namun, potensi UMKM yang dimiliki masyarakat masih perlu pengembangan sesuai dengan rencana program pengembangan UMKM di tahun 2024. Sedianya, dalam wisata air Sumber Banteng Kelurahan Tempurejo telah menyediakan lapak UMKM. Namun, sampai saat ini masih terasa sepi dari penyediaan hasil UMKM dari masyarakat. Padahal dengan semakin banyaknya pengunjung wisata di Kelurahan Tempurejo menjadi kesempatan yang baik bagi pelaku UMKM untuk semakin meningkatkan pemasaran produk UMKNya.

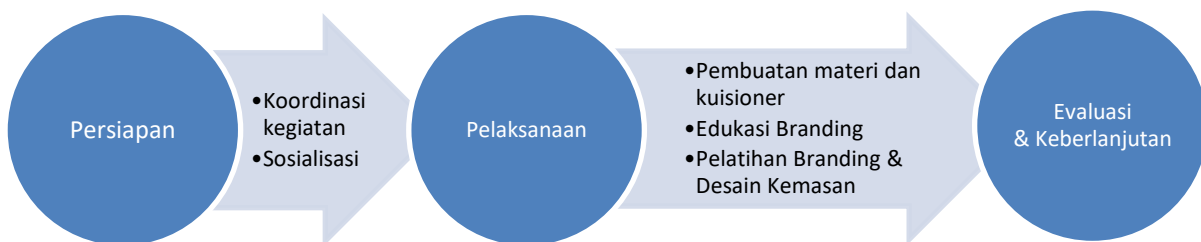
Saat ini terdapat kurang lebih 20 pelaku UMKM di Kelurahan Tempurejo yang didominasi dengan usaha makanan seperti keripik tempe, keripik jamur, keripik pare, dawet serabi, bandeng, peyek, dan lain sebagainya. Selain itu ada usaha di bidang seni seperti pengrajin topeng, jaranan, dan batik. Pelaku UMKM tersebut tersebar di berbagai lingkungan yang ada di Kelurahan Tempurejo.

Saat ini belum ada paguyuban atau organisasi dari pemerintah desa yang mengkoordinir para pelaku UMKM. Seperti yang disampaikan oleh Lurah Tempurejo, Bapak Ir. Oryza Mahendrajaya, bahwa pihak Kelurahan saat ini hanya mendata pelaku UMKM yang ada di lingkungan Tempurejo dan itu pun data dari mereka yang telah mendaftarkan ijin usahanya. Melalui kegiatan pengembangan UMKM di Kelurahan Tempurejo sebagai bentuk kerjasama UDINUS dengan Kelurahan Tempurejo, diharapkan selain memberikan pelatihan juga dapat merintis paguyuban yang menaungi pelaku UMKM.

Produk UMKM milik masyarakat Kelurahan Tempurejo saat ini sebatas memenuhi pesanan dan produksi harian. Mengingat potensi yang dimiliki Kelurahan Tempurejo yang memiliki tempat wisata air Sumber Banteng, seharusnya menjadi peluang yang besar bagi pelaku UMKM untuk mengenalkan dan memasarkan produknya secara luas. Namun, seperti usaha rumahan pada umumnya, produk UMKM masyarakat masih belum memperhatikan pengemasan produk yang baik. Produk makanan khususnya dibungkus dengan plastik tanpa menyertakan label nama produk. Padahal saat ini kebutuhan *branding* dan desain kemasan produk menjadi penciri utama agar produk bisa dikenal masyarakat. *Branding* adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan membangun identitas sebuah brand/merek dengan cakupan yang sangat luas, meliputi nama dagang, logo, karakter, dan persepsi konsumen akan brand tersebut (Susanti et al, 2023). Pembuatan *brand* akan membuat produk UMKM mudah dikenal baik dari segi nama maupun tampilan visual logonya. Sama halnya dengan *branding*, desain kemasan juga sangat penting dalam membangun citra sebuah merek di hati konsumen. Desain kemasan yang kreatif mampu membangkitkan kepedulian seorang konsumen terhadap sebuah produk tertentu. Meskipun pada awalnya kemasan hanya digunakan untuk membungkus makanan akan tetapi saat ini kemasan dijadikan sebagai sarana untuk menarik konsumen (Arifin et al, 2024). Sehingga dengan pembuatan *branding* dan desain kemasan yang menarik serta ditunjang banyaknya wisatawan yang datang ke Kelurahan Tempurejo, maka pengenalan produk UMKM Kelurahan Tempurejo akan semakin cepat.

METODE

Kegiatan pelatihan *branding* dan desain kemasan bagi UMKM di Kelurahan Tempurejo ini dilakukan melalui beberapa tahap pelaksanaan yaitu



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

a) Tahap Persiapan

Tahap awal kegiatan dimana tim pengusul melakukan pengumpulan data dengan survei langsung ke mitra sasaran kemudian mengidentifikasi masalah dan kebutuhan mitra sasaran sehingga menjadi dasar penentuan bentuk kegiatan yang akan dilakukan. Tahap ini meliputi: (1) Koordinasi kegiatan dengan mitra sasaran. Kegiatan koordinasi utamanya dilakukan secara langsung dengan pihak Kelurahan yaitu Bapak Ir. Oryza Mahendra selaku Lurah Tempurejo. Pihak Kelurahan memberikan data terkait perkembangan UMKM di Kelurahan Tempurejo yaitu masih belum adanya paguyuban UMKM dan data UMKM di Kelurahan belum lengkap, hanya sebatas yang mengurus surat ijin usaha saja. Koordinasi juga ditujukan untuk mengetahui kebutuhan mitra sasaran. (2) Sosialisasi dilakukan untuk melakukan pendataan secara menyeluruh terkait pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Tempurejo. Sosialisasi mengajak pihak kelurahan untuk membantu mendampingi pendataan secara langsung di lapangan.

b) Tahap Pelaksanaan

Tahap kegiatan pelatihan yang meliputi beberapa kegiatan yaitu: (1) Pembuatan materi kegiatan yang meliputi penyiapan administrasi kegiatan dan undangan kegiatan, pembuatan materi pelatihan *branding* dan desain kemasan, serta pembuatan kuisioner untuk mengevaluasi ketercapaian materi yang disampaikan. (2) Pemberian materi edukasi *branding* dan desain kemasan kepada peserta UMKM oleh tim pengusul. Edukasi menitikberatkan pada memberikan motivasi bagi UMKM untuk mengembangkan produknya secara profesional sehingga dapat bersaing dengan pasar yang lebih luas, khususnya untuk menggaet pasar pengunjung wisata di Kelurahan Tempurejo. (3) Pelatihan *branding* dan desain kemasan bagi peserta UMKM dengan target setiap peserta dapat membuat logo dan desain kemasan bagi produk UMKMnya. Pada tahap pelaksanaan ini, pihak mitra yaitu Kelurahan Tempurejo memfasilitasi tempat kegiatan dan ikut memberikan pendampingan selama kegiatan.

c) Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan

Tahap melakukan pengukuran keberhasilan kegiatan dari hasil kuisioner yang diberikan ke peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Bersama mitra melakukan evaluasi berupa penilaian kegiatan secara menyeluruh, menganalisis hambatan dan peluang, serta merencanakan kegiatan keberlanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Persiapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

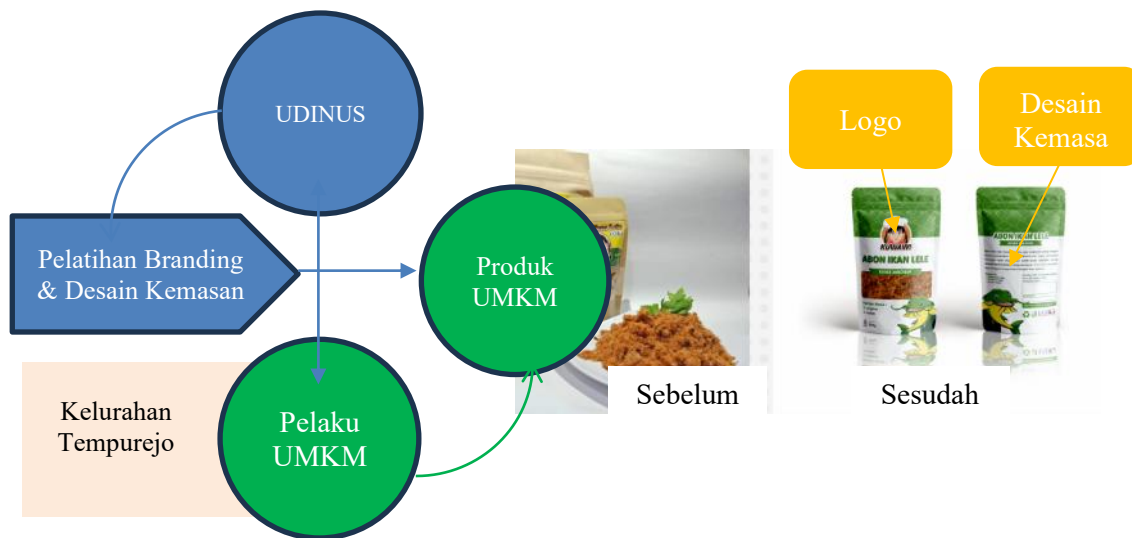
Persiapan pelaksanaan kegiatan seperti yang dijadwalkan adalah koordinasi lebih lanjut dengan pihak mitra yaitu Kelurahan Tempurejo.



Gambar 2. Koordinasi awal dengan pihak Kelurahan

Pada kegiatan persiapan ini Tim Pengabdian berdiskusi langsung dengan Lurah Tempurejo, Bapak Oryza Mahendra Jaya dan Sekretaris Lurah, Bu Ndari serta perangkat bidang UMKM yaitu Ibu Siti pada tanggal 2 Oktober 2024. Adapun persiapan kegiatan ini diantaranya: (a) Penentuan waktu kegiatan PkM yang berupa sosialisasi dalam bentuk seminar dan workshop di Hari Selasa tanggal 8 Oktober 2024. Tempat Kegiatan di Gedung Serba Guna Kelurahan Tempurejo. Waktu Kegiatan dimulai pukul 09.00-12.00 WIB. (b) Sesuai kesepakatan, peserta yang diundang sebanyak 20 peserta perwakilan UMKM dan ditambah dengan perangkat kelurahan. Penentuan peserta diserahkan tim PkM kepada pihak Kelurahan sesuai dengan kriteria UMKM yang telah disepakati. (c) Pihak Kelurahan membantu membuat surat undangan bagi peserta UMKM. (d) Tim PkM membuat materi baik teori maupun praktek yang akan disampaikan pada hari kegiatan. Adapun materi teori akan dibuat dalam bentuk modul bagi peserta dan materi praktek menggunakan kuisioner yang harus diisi peserta. (e) Peserta diminta membawa hasil UMKM untuk sesi foto produk sebagai bagian dari kegiatan.

Gambaran IPTEKS yang akan diimplementasikan di mitra sasaran adalah pelatihan pembuatan *branding* yaitu logo dan desain kemasan produk UMKM di Kelurahan Tempurejo seperti tampak dalam bagan di bawah ini



Gambar 3. Gambaran IPTEKS yang akan diimplementasikan

Tim UDINUS memberikan solusi berupa berbentuk pengetahuan dan keterampilan praktis sesuai kompetensi tim yaitu *branding* logo dan desain kemasan produk UMKM. Sehingga peserta pelaku UMKM memiliki logo dan desain kemasan sesuai pelatihan yang dapat diterapkan pada produknya. Jenis logo dan desain kemasan yang diberikan dibuat dalam bentuk softfile sehingga dapat disesuaikan kembali dan diperbanyak oleh peserta UMKM di kemudian hari. Variasi bentuk logo dan desain kemasan disesuaikan dengan jenis produk dan kebutuhan. Logo menjadi identitas produk UMKM baik dalam logogram maupun logotype, sedang desain kemasan untuk membungkus produk UMKM dengan visual yang menarik dan memberikan ketahanan pada produk UMKM

2) Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Sebelum kegiatan dimulai, peserta telah membawa contoh produk UMKM untuk dianalisis dan menjadi bahan pemotretan produk bagi desain kemasan yang akan dibuat. Kegiatan secara garis besar dilakukan dalam tiga sesi pemaparan materi yaitu Sesi 1 Pemaparan materi Branding untuk UMKM. Kegiatan ini dimulai dengan pengantar dari Lurah Tempurejo dan dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh Dr. Ichwan Setiarso, SE, MP yang menekankan pentingnya *brand* atau merk bagi produk UMKM agar dapat dikenali dan dicintai konsumen. Saat ini beberapa produk yang dibawa oleh peserta telah memiliki merk atau nama produk usaha. Namun, sebagian besar pengemasan produk masih konvensional seperti menggunakan kardus makanan polos. Nama-nama merk produk yang dimiliki peserta juga cukup sederhana dengan menamakan nama merk sesuai dengan nama pemilik atau nama keluarga.



Gambar 4. Sambutan Lurah dan Pemaparan materi 1 Branding

Sesi 2 Pemaparan materi Desain Branding agar UMKM Naik Kelas oleh Dennaya Cintya Danastri, S.Sn, M.BA. Materi menyambung dari materi 1, dimana setelah merk atau *brand* dibuat dengan baik, maka implementasi selanjutnya adalah desain kemasan yang menarik sehingga mampu menarik perhatian calon pembeli. Desain kemasan milik peserta tampak pada gambar 8 dirasa masih kurang menarik untuk bersaing dengan produk UMKM lain yang sudah memiliki nama. Meskipun ada sebagian produk yang telah memiliki kemasan dengan desain yang cukup baik, tetapi ada yang masih belum memperhatikan konten desain kemasan yang baik. Sehingga sesi kedua adalah edukasi terkait desain kemasan yang baik dan menarik. Baik dari sisi konten informasi yang diberikan dan menarik dari sisi visual. Melihat UMKM milik masyarakat sebagian besar adalah usaha rintisan, maka pendekatan edukasi desain kemasan lebih ke pembuatan desain kemasan yang lebih ekonomis sehingga terjangkau oleh peserta.



Gambar 5. Pemaparan Materi 2 tentang Desain kemasan

Sesi 3 Pembagian Kuisioner untuk pembuatan *brand* dan desain kemasan kemudian dilanjutkan dengan pemotretan produk UMKM milik peserta. Kegiatan ini dipandu oleh Khamadi, S.Sn, M.Ds dibantu dengan tim mahasiswa. Pada sesi ini diberikan kuisioner tentang nama usaha, nama produk, alamat usaha, slogan produk, komposisi produk, varian produk, berat bersih produk, No.P-IRT/NIB, ID Halal, kontak/sosial media, sasaran produk yang dituju, warna yang disukai, dan warna yang tidak disukai. Peserta sangat antusias dalam mengisi kuisioner. Sembari menunggu peserta mengisi kuisioner, tim Mahasiswa melakukan pemotretan pada produk yang telah dibawa oleh peserta.



Gambar 6. Pengisian Kuisioner dan Foto Produk

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan Branding dan Desain Kemasan bagi pelaku UMKM di Kelurahan Tempurejo didapatkan data sebagai berikut:

- a) Hasil Kuisioner menunjukkan Data peserta UMKM didominasi oleh pelaku UMKM Kuliner. Sebagian besar belum memiliki brand atau merk yang tercetak, tampak dari desain kemasan produk yang dibawa peserta masih menggunakan desain kemasan sederhana dan polos. Hanya sekitar 20% produk yang dibawa peserta yang telah memiliki merk secara visual. Lainnya menggunakan plastik atau kotak kardus dalam menjual produk tanpa memiliki tampilan merk sebagai penanda nama produk yang mengingatkan produk kepada konsumen.

Gambar 7. Hasil Isian Kuisioner oleh peserta

- b) Sebagian besar pelaku UMKM melakukan produksi usaha sesuai dengan pesanan seperti usaha catering, jajanan dan camilan. Produksi usaha belum memikirkan untuk dipasarkan secara luas. Sehingga dalam materi juga diberikan edukasi dan pemahaman terkait strategi pemasaran secara bertahap agar ke depan usaha peserta bisa memiliki pandangan untuk berkembang lebih besar.



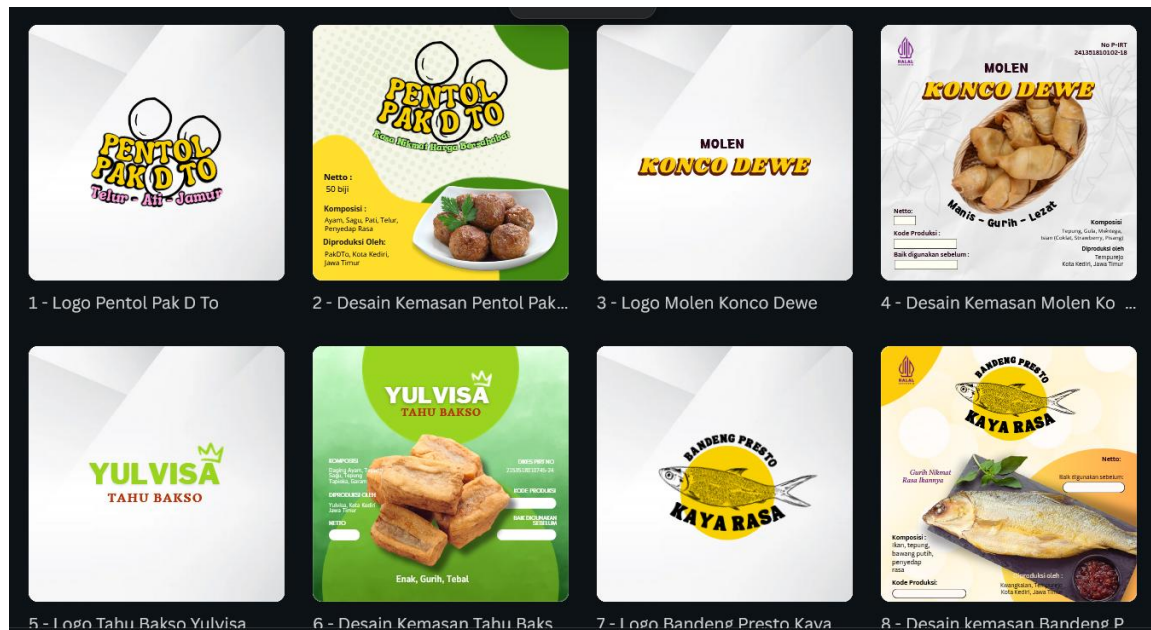
Gambar 8. Pengemasan produk dari peserta

- c) Peserta memiliki antusiasme yang baik dalam mengikuti sosialisasi dan pelatihan dalam sesi pemaparan materi maupun praktek. Terbukti banyak pertanyaan yang diberikan oleh peserta dalam sesi materi, sesi pengisian kuisioner, dan saat diskusi baik selama kegiatan maupun di luar kegiatan.



Gambar 9. Antusiasme peserta baik dalam menyampaikan feedback

- d) Dari hasil kegiatan kemudian oleh tim pengabdian membuat desain brand dan kemasan bagi UMKM. Desain ini menjadi rekomendasi bagi peserta untuk bisa diaplikasikan. Desain dibuat sesuai dengan hasil kuisioner yang diisi peserta seperti nama merk yang diinginkan, warna yang disukai, informasi yang diberikan.



Gambar 10. Hasil desain merk dan desain kemasan oleh tim pengabdian

3) Evaluasi dan Keberlanjutan

Tahap akhir kegiatan yaitu tim bersama mitra melakukan evaluasi berupa penilaian kegiatan secara menyeluruh, menganalisis hambatan dan peluang, serta merencanakan kegiatan keberlanjutan. Berdasarkan evaluasi, kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik dan lancar. Adapun faktor pendukung kegiatan ini, yaitu antusiasme peserta yang secara aktif memberikan umpan balik selama kegiatan, dukungan penuh Kelurahan Tempurejo dalam mengakomodasi kebutuhan kegiatan berupa peralatan dan gedung kegiatan. Pelaksanaan kegiatan ini pun tidak lepas dari kendala yang muncul, seperti kehadiran peserta yang kurang tepat waktu karena ada beberapa kesibukan peserta seperti menjemput anak. Juga ada beberapa peserta yang lupa membawa produk sehingga harus pulang mengambil kembali produk.

Sosialisasi dan pelatihan ini telah berjalan dengan baik, walaupun terdapat beberapa kendala teknis yang dialami, meskipun begitu hal tersebut tidak mengurangi antusiasme para peserta untuk dapat mengikuti kegiatan dengan baik. Kegiatan pelatihan bagi UMKM di tahun 2024 ini sendiri merupakan keberlanjutan dari kegiatan pemberdayaan sebelumnya dalam pengembangan desa wisata Sumber Banteng Kelurahan Tempurejo pada tahun 2023. Sesuai roadmap yang telah disusun tim maka keberlanjutan dari kegiatan ini adalah pengembangan pemasaran produk UMKM dengan menggandeng mitra terkait seperti Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kediri. Produk UMKM Kelurahan Tempurejo disiapkan untuk dapat mengikuti pameran UMKM yang biasa diselenggarakan oleh Pemkot Kediri melalui dinas tersebut.

KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan branding dan desain kemasan ini secara keseluruhan dapat dikatakan telah berhasil karena mampu memberikan edukasi kepada masyarakat selaku pelaku UMKM dan tim dapat mengakomodasi kebutuhan peserta dalam membuat atau memberikan rekomendasi desain brand dan desain kemasan bagi produk UMKM di Kelurahan Tempurejo. Desain dari tim pelaksana diserahkan ke peserta untuk dapat dicetak sesuai kebutuhan pelaku UMKM. Sebagai keberlanjutan tim juga tetap berkoordinasi dengan pihak Kelurahan Tempurejo

dalam hal monitoring atau kesediaan membantu bagi pelaku UMKM yang ingin berkonsultasi lebih lanjut dengan tim. Kegiatan pelatihan ini juga dapat berjalan lancar karena telah ada kedekatan antara tim dengan peserta maupun masyarakat yang dibangun dari kegiatan tahun sebelumnya dalam pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Tempurejo. Kepercayaan masyarakat kepada tim dari UDINUS memudahkan penyampaian materi dan keaktifan peserta dalam memberikan *feedback* serta menyampaikan kendala-kendala selama berwirausaha. Akhirnya kegiatan ini akan dilanjutkan pada kegiatan keberlanjutan dalam menggandeng mitra untuk mengembangkan pemasaran bagi produk UMKM di Kelurahan Tempurejo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terlaksana dengan lancar dan baik berkat dukungan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Dian Nuswantoro melalui hibah dana pengabdian kepada masyarakat semester genap tahun akademik 2023/2024. Selain itu, ucapan terima kasih juga ditujukan untuk masyarakat Kelurahan Tempurejo yang telah menjadi mitra dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Affan, M. W., & Irawan, D. (2020). PKM pendampingan pemasaran UMKM Ikatan Pengusaha Aisyiyah di Kota Malang. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 4(1). <https://doi.org/10.22219/skie.v4i1.10350>
- Arifiani, R. S., & Putri, V. P. (2020). Pendampingan dalam packaging dan branding pada usaha beras. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung*, 222–230.
- Arifin, M., Purwanto, E., & Syam AR, M. M. (2024). Pendampingan pembuatan desain kemasan pada UMKM di Desa Sumberangka. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 157–164. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v6i2.1172>
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan branding dan packaging UMKM Ikatan Pengusaha Aisyiyah di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(1), 32–36. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188>
- Muslimin, M., Latif, L., Tjiroso, B., & Rais, S. (2022). Pelatihan pembuatan kemasan produk-produk rumahan bagi masyarakat di Desa Toniku. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 91–98. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v5i1.964>
- Nugroho, R. A., Qastalano, R. I., & Bahanan, M. (2025). Asistensi desain kemasan dan logo sebagai upaya meningkatkan identitas visual UMKM di Kabupaten Bondowoso. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 878–886. <https://doi.org/10.56799/joongki.v4i3.8898>
- Prameswari, N. S., Suharto, M., & Wibawanto, E. (2018). Strategi branding melalui inovasi desain kemasan bagi home industry sabun cair. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 3(2), 179–198. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1547>
- Sugeng, Fitriani, Nasikah, D., Siswoyo, S. T., & Firdawati. (2025). Pelatihan branding, packaging dan penyusunan laporan keuangan kepada UMKM di Ganjar Asri Kota Metro. *Sinar Sang Surya: Jurnal Pusat Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.24127/sss.v9i1.3989>
- Susanti, A., et al. (2023). Branding dan labeling sebagai upaya strategi pemasaran produk emping singkong UMKM di Desa Petanang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7628–7635.
- Vinsensia, D., et al. (2023). Penerapan inovasi desain kemasan sebagai branding produk usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2306–2311. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1470>
- Widodo, A., et al. (2024). Branding dan desain ulang kemasan produk UMKM pada komunitas UMKM Desa Lengkong. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 2815–2820. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.23450>