

Pengembangan Keterampilan Digital Pada UMKM Jamu Mbah Su: Implementasi Logo, Stiker, Dan Banner Sebagai Strategi Pemasaran Di Kabupaten Jombang, Kecamatan Wonosalam

Arya Mahardika Priananda & Nurul Azizah

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010099@stdent.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan keterampilan digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi hal yang penting dalam meningkatkan daya saing di era digital saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi implementasi logo, stiker, dan banner sebagai strategi pemasaran pada UMKM Jamu Mbah Su yang berlokasi di Kabupaten Jombang, Kecamatan Wonosalam. Melalui pengembangan identitas visual yang kuat, UMKM ini dapat meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian konsumen. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi langsung dan wawancara dengan pemilik UMKM serta pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan logo, stiker, dan banner yang menarik dan sesuai dengan karakter produk dapat meningkatkan brand awareness serta memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, keterampilan digital dalam desain grafis yang diterapkan dalam pembuatan materi promosi memberikan dampak positif terhadap citra produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi UMKM lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha serta sebagai acuan untuk peningkatan kualitas produk dan layanan. Dengan demikian, pengembangan keterampilan digital pada UMKM Jamu Mbah Su diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lain di daerah sekitarnya untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Keterampilan Digital, Strategi Pemasaran, UMKM Jamu Mbah Su.

ABSTRACT

The development of digital skills in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is important in increasing competitiveness in today's digital era. This study aims to explore the implementation of logos, stickers, and banners as a marketing strategy at MSME Jamu Mbah Su located in Jombang Regency, Wonosalam District. Through the development of a strong visual identity, this MSME can increase visibility and attract consumers' attention. The research methods used include direct observation and interviews with MSME owners and customers. The results of the study show that the use of attractive logos, stickers, and banners that are in accordance with the character of the product can increase brand awareness and expand marketing reach. In addition, digital skills in graphic design applied in making promotional materials have a positive impact on product image. This study is expected to provide insight for other MSMEs in utilizing digital technology for business development and as a reference for improving the quality of products and services. Thus, the development of digital skills at MSME Jamu Mbah Su is expected to be a model for other MSMEs in the surrounding area to increase competitiveness in an increasingly competitive market.

Keywords: Digital Skills, Marketing Strategy, MSME Jamu Mbah Su.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap lapangan pekerjaan. Menurut (Janah & Tampubolon, 2024) UMKM berperan sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia, yang menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan menyumbang lebih dari 60% PDB nasional. Di tengah persaingan global yang semakin ketat, UMKM diharapkan tidak hanya berfokus pada produksi, tetapi juga pada pemasaran yang efektif. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah pengembangan keterampilan digital yang memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam strategi pemasaran mereka.

Menurut (Benardi & Karlaili, 2022), salah satu tantangan terbesar yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan dalam adopsi teknologi digital untuk memaksimalkan pemasaran produk mereka. Keterampilan digital memungkinkan UMKM untuk lebih berinovasi dalam memasarkan produk, memperluas jangkauan pasar, dan berinteraksi lebih intensif dengan konsumen melalui platform online. UMKM Jamu Mbah Su yang berlokasi di Kabupaten Jombang, Kecamatan Wonosalam, merupakan salah satu contoh UMKM yang telah mengambil langkah ini. Jamu, sebagai warisan budaya Indonesia, memiliki potensi besar dalam industri kesehatan dan wellness yang sedang berkembang pesat. (Dewantara, 2018) dalam penelitiannya mengenai menyebutkan bahwa industri jamu memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama di tengah meningkatnya tren produk kesehatan dan wellness yang berbasis alami. Namun, untuk dapat bersaing dengan produk lain yang serupa, UMKM ini perlu mengembangkan identitas

merek yang kuat. Penggunaan logo, stiker, dan banner sebagai bagian dari identitas visual dapat membantu meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat posisi di pasar.

Implementasi desain grafis dalam bentuk logo, stiker, dan banner tidak hanya memberikan identitas yang khas, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai produk. (Nugroho, Florina, & Edy, 2024) menyatakan bahwa visual yang menarik dan informatif adalah salah satu faktor penting dalam menarik perhatian konsumen, terutama di era digital yang penuh dengan informasi visual. Melalui logo yang menarik, UMKM dapat menciptakan kesan pertama yang positif di benak konsumen. Stiker dan banner yang dirancang dengan baik berfungsi sebagai media promosi yang dapat menarik perhatian masyarakat di sekitar, baik di tempat penjualan maupun dalam acara-acara lokal.

Keterampilan digital dalam mendesain materi promosi menjadi sangat penting, terutama bagi UMKM yang sering kali terbatas dalam sumber daya dan anggaran pemasaran. (Wijoyo, 2020) menjelaskan bahwa meskipun UMKM memiliki keterbatasan dalam hal anggaran, penggunaan teknologi digital, seperti desain grafis untuk pemasaran, memberikan peluang besar untuk menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan keterampilan digital bagi pelaku UMKM perlu dilakukan untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam menggunakan perangkat lunak desain grafis serta memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan pemahaman yang baik tentang alat-alat digital, UMKM Jamu Mbah Su diharapkan dapat menciptakan konten yang relevan dan menarik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan brand awareness dan penjualan.

Menurut (Sularsih, Ekasari, & Indah, 2023) dalam jurnal Pengaruh Pelatihan Digital terhadap Peningkatan Kinerja UMKM, pelatihan keterampilan digital terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM, khususnya dalam aspek pemasaran dan branding. Pelaku UMKM yang memahami cara menggunakan alat desain grafis dan platform digital mampu menghasilkan konten promosi yang lebih profesional, yang berdampak positif pada persepsi konsumen terhadap produk mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengembangan keterampilan digital pada UMKM Jamu Mbah Su melalui implementasi logo, stiker, dan banner sebagai strategi pemasaran. Branding melalui visual digital tidak hanya penting untuk menarik perhatian konsumen, tetapi juga berfungsi sebagai elemen penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dengan mengkaji bagaimana strategi ini diterapkan dan dampaknya terhadap usaha, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi UMKM lain dalam mengembangkan keterampilan digital dan meningkatkan daya saing mereka di pasar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan program-program pengembangan UMKM yang lebih efektif dan terarah. Peran pemerintah sangat krusial dalam memberikan pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi akses terhadap teknologi digital bagi pelaku UMKM. Program-program yang mendukung pengembangan keterampilan digital dapat menjadi kunci dalam memastikan UMKM di Indonesia mampu bersaing di pasar global.

METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah studi pustaka, yang bertujuan

untuk menggali dan menganalisis informasi terkait pengembangan keterampilan digital pada UMKM Jamu Mbah Su, serta implementasi logo, stiker, dan banner sebagai strategi pemasaran. Studi pustaka merupakan pendekatan yang efektif untuk memahami konteks teori dan praktik yang relevan dengan topik penelitian ini. Pertama, peneliti melakukan identifikasi literatur yang berkaitan dengan keterampilan digital dalam UMKM, dengan fokus pada aspek desain grafis dan pemasaran digital. Sumber-sumber yang digunakan mencakup buku, artikel jurnal, dan laporan penelitian sebelumnya yang membahas mengenai penerapan desain grafis dalam strategi pemasaran, khususnya dalam konteks UMKM.

Selanjutnya, peneliti menganalisis berbagai sumber yang mendiskusikan pentingnya identitas merek dalam meningkatkan daya saing produk, serta bagaimana logo, stiker, dan banner dapat berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang efektif. Penelitian ini juga menelaah bagaimana pengembangan keterampilan digital dapat membantu UMKM, khususnya dalam memanfaatkan teknologi untuk menciptakan materi promosi yang menarik dan relevan. Dengan mengkaji berbagai referensi, peneliti berusaha untuk mengidentifikasi praktik terbaik yang telah diterapkan oleh UMKM lain dan menilai relevansinya dengan kondisi di UMKM Jamu Mbah Su.

Selain itu, peneliti juga memperhatikan perkembangan tren pemasaran digital yang ada saat ini, termasuk penggunaan media sosial dan platform digital lainnya, sebagai saluran untuk mempromosikan produk. Dari hasil studi pustaka ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan mendalam mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM dalam mengimplementasikan keterampilan digital, serta efek positif yang dapat dihasilkan dari penerapan strategi

pemasaran yang berbasis desain grafis. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga mencoba mengaitkan hasil studi dengan praktik nyata yang ada di lapangan, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang praktis dan aplikatif bagi UMKM lain yang ingin mengembangkan keterampilan digital mereka. Dengan demikian, metode studi pustaka diharapkan mampu memberikan fondasi yang kuat untuk memahami dan mengevaluasi implementasi logo, stiker, dan banner dalam strategi pemasaran di UMKM Jamu Mbah Su, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan UMKM di daerah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan keterampilan digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu strategi penting dalam menghadapi tantangan di era digital. UMKM Jamu Mbah Su di Kabupaten Jombang, Kecamatan Wonosalam, merupakan salah satu contoh konkret dari penerapan keterampilan digital melalui implementasi logo, stiker, dan banner sebagai strategi pemasaran. Dalam pembahasan ini, kita akan mengkaji berbagai aspek dari penerapan tersebut, termasuk manfaat, tantangan, dan implikasinya terhadap pengembangan UMKM.

Pentingnya Identitas Merek

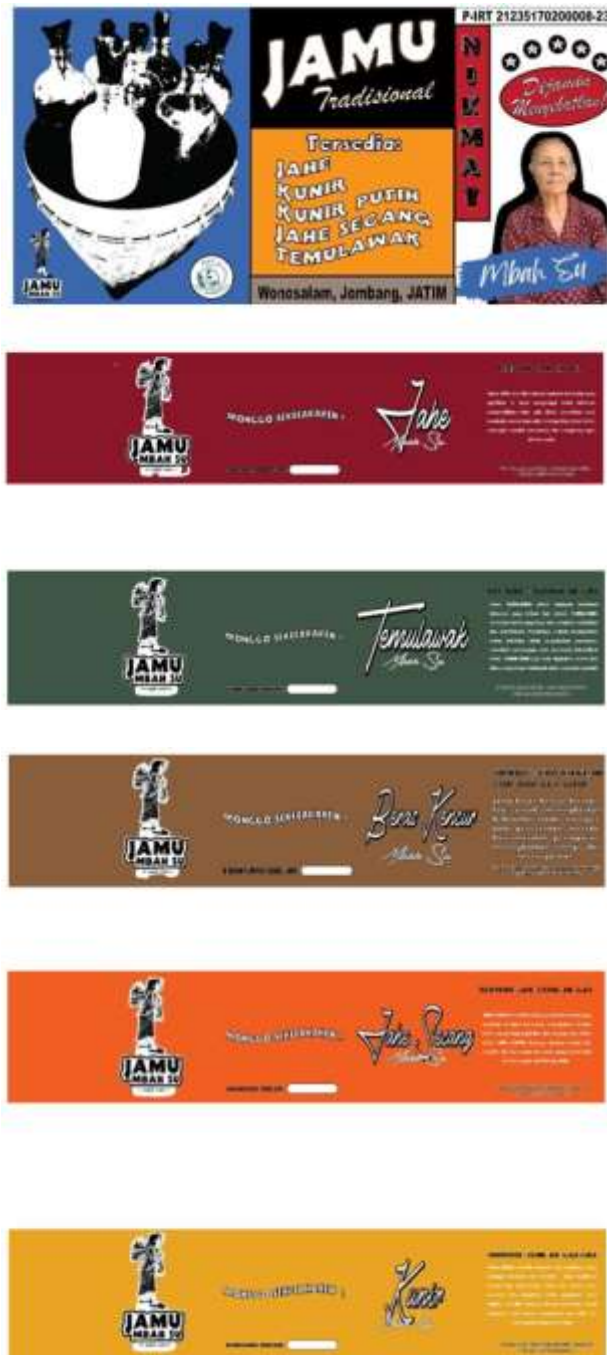
Identitas merek yang kuat sangat penting bagi UMKM, terutama di sektor yang kompetitif seperti industri jamu, di mana banyak produk yang serupa beredar di pasaran. Dalam konteks ini, penggunaan logo yang menarik dan representatif dapat membantu UMKM Jamu Mbah Su untuk secara efektif membedakan produk mereka dari para pesaing. Sebuah logo yang dirancang dengan baik tidak hanya berfungsi sebagai

simbol visual yang merepresentasikan merek, tetapi juga memiliki kekuatan untuk menciptakan kesan pertama yang positif di benak konsumen. Kesan ini, yang sering kali terbentuk dalam hitungan detik, sangat penting dalam membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Semakin positif kesan yang ditinggalkan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk memilih produk tersebut di atas produk lain. Loyalitas pelanggan yang terbentuk melalui identitas merek yang kuat akan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian di masa depan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan secara signifikan. Dengan demikian, investasi dalam desain logo dan identitas merek tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk membangun fondasi yang kokoh bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di pasar yang sangat dinamis dan kompetitif. Identitas merek yang konsisten dan menarik dapat menjadi alat yang efektif dalam menciptakan diferensiasi yang jelas, sehingga membantu UMKM Jamu Mbah Su untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mengukuhkan posisinya dalam industri jamu yang terus berkembang.

Efektivitas Stiker dan Banner dalam Pemasaran

Stiker dan banner merupakan alat promosi yang efisien dan relatif terjangkau bagi UMKM. Dengan desain yang menarik, stiker dapat digunakan pada kemasan produk, sehingga meningkatkan daya tarik produk secara visual di rak toko. Banner, di sisi lain, dapat dipasang di lokasi strategis untuk menarik perhatian konsumen yang lewat. Pemasaran yang efektif memerlukan pengulangan pesan, dan keberadaan stiker dan banner dapat memperkuat brand awareness di

kalangan masyarakat. Selain itu, stiker yang menarik juga dapat meningkatkan peluang berbagi informasi dari mulut ke mulut, karena konsumen cenderung menunjukkan produk yang menarik kepada orang lain.



Gambar 1. Banner

Pengembangan Keterampilan Digital

Pengembangan keterampilan digital di UMKM Jamu Mbah Su meliputi pelatihan dalam penggunaan perangkat lunak desain grafis yang memadai. Pelatihan ini tidak hanya membantu para pelaku usaha dalam membuat materi promosi yang menarik, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menggunakan teknologi. Dengan keterampilan ini, mereka dapat merespons perubahan tren pasar dengan lebih cepat dan efisien. Melalui penguasaan keterampilan digital, UMKM dapat berinovasi dan menciptakan konten pemasaran yang relevan dengan audiens target. Selain itu, keterampilan ini sangat penting untuk memungkinkan mereka merespons perubahan tren pasar dengan lebih cepat dan efisien. Dengan menguasai keterampilan digital yang relevan, UMKM tidak hanya dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman, tetapi juga memiliki potensi untuk berinovasi, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan konten pemasaran yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens target mereka. Hal ini pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Tantangan yang Dihadapi

Meskipun banyak manfaat yang dapat diperoleh, pengembangan keterampilan digital juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses terhadap teknologi dan pelatihan yang berkualitas. Beberapa pelaku UMKM mungkin tidak memiliki latar belakang pendidikan yang memadai dalam desain grafis, sehingga perlu adanya dukungan dari pemerintah atau lembaga terkait untuk memberikan pelatihan yang efektif. Selain itu, anggaran yang terbatas

juga dapat menjadi penghalang dalam pengadaan alat dan perangkat lunak yang diperlukan untuk menciptakan materi promosi yang berkualitas.

Implikasi bagi Pengembangan UMKM

Implementasi logo, stiker, dan banner dalam strategi pemasaran UMKM Jamu Mbah Su menunjukkan bahwa pengembangan keterampilan digital dapat berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Dengan memiliki identitas merek yang kuat dan alat pemasaran yang efektif, UMKM ini dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar. Selain itu, keberhasilan dalam mengimplementasikan keterampilan digital dapat menjadi inspirasi bagi UMKM lain di Kabupaten Jombang untuk mengadopsi pendekatan serupa, yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian lokal. Secara keseluruhan, pengembangan keterampilan digital pada UMKM Jamu Mbah Su melalui implementasi logo, stiker, dan banner sebagai strategi pemasaran merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan, dengan dukungan yang tepat dan pelatihan yang memadai, UMKM ini dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan pemasaran mereka. Keberhasilan dalam pendekatan ini tidak hanya akan memberikan manfaat bagi Jamu Mbah Su, tetapi juga berpotensi memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM lainnya di Kabupaten Jombang dan sekitarnya.

KESIMPULAN

Pengembangan keterampilan digital pada UMKM Jamu Mbah Su di Kabupaten Jombang, Kecamatan Wonosalam, menunjukkan pentingnya implementasi logo, stiker, dan

banner sebagai strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Melalui penciptaan identitas merek yang kuat, UMKM ini berhasil membedakan produk mereka dan menarik perhatian konsumen, yang merupakan langkah krusial dalam membangun loyalitas pelanggan. Stiker dan banner berfungsi tidak hanya sebagai media promosi yang menarik, tetapi juga memperkuat brand awareness di kalangan masyarakat, membantu memperluas jangkauan pemasaran mereka secara efisien dan terjangkau. Pengembangan keterampilan digital di kalangan pelaku UMKM memungkinkan mereka untuk merespons perubahan tren pasar dan berinovasi dalam menciptakan konten pemasaran yang relevan. Meskipun terdapat tantangan seperti keterbatasan akses terhadap teknologi dan anggaran, pelatihan dan dukungan yang memadai dari pemerintah dan lembaga terkait dapat membantu mengatasi hambatan ini. Dengan demikian, keberhasilan Jamu Mbah Su dalam mengadopsi keterampilan digital dan strategi pemasaran yang tepat dapat menjadi model bagi UMKM lain untuk mengikuti jejak serupa, yang pada akhirnya akan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dan pengembangan sektor UMKM secara keseluruhan. Hal ini menegaskan bahwa pengembangan keterampilan digital adalah investasi penting yang dapat memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha, serta menjadi pendorong bagi kemajuan UMKM di era digital yang terus berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penelitian ini mengenai pengembangan

keterampilan digital pada UMKM Jamu Mbah Su di Kabupaten Jombang, Kecamatan Wonosalam. Pertama-tama, kami ingin menyampaikan penghargaan kepada para pelaku usaha Jamu Mbah Su yang telah bersedia berbagi pengalaman dan informasi yang sangat berharga mengenai implementasi logo, stiker, dan banner sebagai strategi pemasaran. Tanpa keterbukaan dan kerjasama mereka, penelitian ini tidak akan mungkin terwujud. Kami juga berterima kasih kepada para mentor dan instruktur yang telah memberikan pelatihan keterampilan digital yang membantu para pelaku UMKM memahami dan menguasai teknologi desain grafis, sehingga dapat memaksimalkan potensi pemasaran produk mereka. Selain itu, kami mengucapkan terima kasih kepada pihak pemerintah dan lembaga terkait yang telah berkomitmen untuk mendukung pengembangan UMKM melalui program-program pelatihan dan penyuluhan. Dukungan dan fasilitas yang diberikan sangat krusial dalam membantu UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan zaman dan meningkatkan daya saing mereka. Kami berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi Jamu Mbah Su, tetapi juga bagi UMKM lainnya di daerah ini dan sekitarnya. Semoga langkah-langkah positif yang telah diambil dalam pengembangan keterampilan digital ini dapat menginspirasi lebih banyak pelaku usaha untuk berinovasi dan terus berkembang di era digital yang penuh tantangan ini. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan, semoga kerja keras kita bersama dapat membawa hasil yang bermanfaat bagi masyarakat dan perekonomian lokal..

DAFTAR PUSTAKA

- Adi I., Fajar M Adi P., Indriyani N., Muhammad Revan., Nurlita F., & Vanessa P. (2021). Rebranding dan Pembuatan Konten Produk untuk Media Sosial pada Brand Radyt Fashion, Mangga Dua Square Jakarta. *PEDES: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Desain / Vol. 1*, Th. 2021. Hal: 46-50.
- Ahmad Faiz M., Ariefika L., & Muhammad Iqbal Q. (2019). Branding Produk UMKM Pempek Gersang. *Jurnal Desain Vol. 6*, No.3, Mei 2019, pp. 177-185.
- Aji, M. (2022). Ritual Pager Wojo Di Pagar Nusa Rayon Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri Purwokerto (Studi Living Qur'an) (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri). <https://repository.uinsaizu.ac.id/16498/>
- Aniek Rumijati, Nurul Asfiah, & Iqbal R.F. (2021). Rebranding untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk di Kelompok Usaha Mikro Olahan Susu pada Ikatan Pengusaha 'Aisyiyah (IPAS). *Jurnal Budimas 03*(0)1, 2021.
- Apriyanto, A. I. (2020). Pengaruh E-Commerce Dan Proses Halal Terhadap Pendapatan Pengusaha Muslim Di Gerai Ayam Geprek (Studi Pada Gerai Ayam Geprek Di Kecamatan Sukrame) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). <http://repository.radenintan.ac.id/11217/>
- Arina Nur, I. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah (Doctoral dissertation, UIN PROF. KH Saifuddin Zuhri). https://repository.uinsaizu.ac.id/16030/1/Arina%20Nur%20Ifadloh_1817201175_Skripsi.pdf

- Benardi, & Karlaili, R. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan E-Commerce dalam Pengembangan Bisnis UMKM. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 158-167. <http://journalstiayappimakassar.ac.id/index.php/jppmi/article/view/1487>
- Dewantara, M. H. (2018). Pengembangan Pariwisata Medis Berbasis Tanaman Obat Di Desa Wanagiri- Bedugul. *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 31-54. <http://www.ojsjourney.pib.ac.id/index.php/art/article/view/3>
- Ghiovan H.P., Bintang Pramudya P.P., & Sultan Arif R. (2021). Rebranding UMKM Macnfish.ID untuk Meningkatkan Brand Awareness untuk Konsumen Usia 17-38 Tahun di Kota Surabaya. *SAINSBERTEK Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi* Vol. 1-DKV, September 2021.
- Haris Murwanto, & Dian Indriani Tri Lestari. (2023). Rebranding dan Upaya Peningkatan Loyalitas Pelanggan. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Nidang Ilmu Ekonomi* 21, No. 1 Januari 2023, Hal 30-39.
- Janah, U. R., & Tampubolon, F. R. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 739-746. <https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/931>
- Karsono, Purwanto, & Abdul Matin Bin S. (2021). Strategi Branding dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 2021, 869-880.
- Kheyene M.B. (2014). Re-branding Starbucks; Penguatan Merek “Logo Tanpa Nama”. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6 (2) (2014): 120-127.
- Laras R.P., Lidzikirillah F.P., Deby F.W., & Ria Wulandari. (2023). Re-branding Produk Sebagai Daya Tarik Pemasaran pada U MKM Jamu di Dusun Kedurus Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7 (2), 2023, 588- 596 .
- Marco Ariano. (2017). Pengaruh Rebranding dan Repositioning terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 6 No. 2* (2017).
- Maulitha, A. E., & Aminah, S. (2024). Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Mengoptimalkan Potensi UMKM yang ada di Desa Wonosalam. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 5(1), 82-87.
- Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Menggali Strategi Visual dan Naratif@ tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram. *Journal of Education Research*, 3158–3169. <https://www.jer.or.id/index.php/jer/article/view/1489>
- Sularsih, H., Ekasari, L. D., & Indah, S. (2023). Pelatihan Pengembangan Branding dan Pemasaran Produk Bubur Pedas Melalui Media Sosial dan Strategi Digital Marketing. *Studium: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 15–22. <https://journal.widapublishing.com/index.php/JP M/article/view/86>
- Viola Natalia, & Rezi Erdiansyah. (2020). Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan Terhadap Brand Image Gojek. *Prologia EISSN 2598-0777 Vol. 4, No. 2*. Oktober 2020, Hal 221-228.

Wachyuni, S. S., Wardhana, I. W., & Priyambodo, T. K. (Eds.). (2024). *Ekosistem UMKM Pangan Lokal Di Destinasi Pariwisata Super Prioritas Borobudur. Mata Kata Inspirasi.*

Wijoyo, H. (2020). *Digital economy dan pemasaran era new normal.* Selayo: INSAN CENDEKIA MANDIRI.