

INTEGRATED BRANDING KAMPUNG OLAHAN SINGKONG MELALUI VISUAL DAN INOVASI UMKM DI KELURAHAN DUKUH MENANGGAL

Regan Putra Ramadhan¹, Augustin Mustika Chairil², Nabilah Selayanti³, Muchammad Fajar Sholachuddin⁴, Bryan Idhatul Fitrahaq Krisna Rahardjo⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email : augustin.mustika.ilkom@upnjatim.ac.id

Abstrak

Pembangunan wilayah berbasis potensi lokal krusial untuk kemandirian ekonomi dan penguatan identitas sosial. Penelitian ini berfokus pada Kelurahan Dukuh Menanggal, Surabaya, yang memiliki potensi olahan singkong namun menghadapi tantangan dalam pemasaran, pengemasan, dan narasi visual. Tujuan utama penelitian ini adalah memperkuat identitas visual kampung dan mendorong pengembangan ekonomi lokal melalui integrated branding produk olahan singkong. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan Participatory Action Research, melibatkan observasi langsung, wawancara, dan fokus grup diskusi. Kegiatan dilakukan selama tiga minggu pada Juli 2025, mencakup identifikasi masalah, perumusan strategi, serta implementasi. Hasilnya menunjukkan keberhasilan dalam menciptakan logo dan kemasan produk "SHIMMER" yang menarik, mural tematik singkong sebagai penguat visual kampung, dan pelatihan inovasi olahan singkong yang meningkatkan kapasitas UMKM. Program ini terbukti meningkatkan minat konsumen, kepercayaan diri pelaku usaha, kebanggaan warga, dan potensi wisata kampung. Simpulan penelitian ini adalah bahwa pendekatan branding terintegrasi secara signifikan meningkatkan nilai jual produk lokal, memperkuat identitas kampung, dan membuka peluang ekonomi berkelanjutan bagi masyarakat.

Kata Kunci: Branding, Singkong, UMKM, Inovasi, Kampung.

Abstract

Regional development based on local potential is crucial for economic independence and strengthening social identity. This research focuses on Dukuh Menanggal Village, Surabaya, which has cassava processing potential but faces challenges in marketing, packaging, and visual narration. The main objective of this study is to strengthen the village's visual identity and encourage local economic development through integrated branding of processed cassava products. The method used is qualitative research with a Participatory Action Research approach, involving direct observation, interviews, and focus group discussions. Activities were carried out for three weeks in July 2025, covering problem identification, strategy formulation, and implementation. The results show success in creating attractive "SHIMMER" product logos and packaging, cassava-themed murals to strengthen the village's visual appeal, and innovative cassava processing training that increased the capacity of MSMEs. This program has been proven to increase consumer interest, boost the confidence of business

actors, enhance community pride, and promote village tourism potential. The conclusion of this study is that an integrated branding approach significantly increases the added value of local products, strengthens village identity, and opens up sustainable economic opportunities for the community.

Keywords: Branding, Cassava, MSME, Innovation, Village.

PENDAHULUAN

Pembangunan wilayah berbasis potensi lokal merupakan strategi krusial dalam mendukung kemandirian ekonomi sekaligus memperkuat identitas sosial budaya suatu komunitas. Di kawasan perkotaan, konsep kampung tematik atau kampung unggulan semakin berkembang sebagai pendekatan transformasi berbasis partisipasi masyarakat. Salah satu bentuk implementasinya adalah *branding* kampung, yakni proses pembentukan citra khas suatu wilayah yang didasarkan pada kekayaan sumber daya alam, budaya lokal, serta aktivitas ekonomi masyarakatnya (Harahap *et al.*, 2024).

Kelurahan Dukuh Menanggal di Kecamatan Gayungan, Surabaya, merupakan kawasan yang memiliki potensi lokal berupa hasil bumi singkong dan diolah menjadi produk makanan seperti keripik singkong. Berdasarkan observasi lapangan, meskipun potensi singkong tersedia dengan panen yang dilakukan setiap 6 bulan sekali, dengan hasil sekitar $\pm 2-3$ kg singkong per panen, produksi panen di Dukuh Menanggal tidak konsisten

dan cenderung dilakukan sesuai kebutuhan.

Namun, potensi singkong sebagai komoditas strategis sangat relevan dengan tren pasar global. Singkong kini semakin diminati konsumen di pasar internasional, termasuk Amerika Serikat dan Eropa, seperti yang disampaikan oleh Perekayasa Ahli Muda Pusat Riset Teknologi dan Proses Pangan – Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN, 2025) Nila Kusumawaty: “Produk olahan singkong, seperti keripik dan tepung singkong, mulai menarik perhatian konsumen di Amerika Serikat dan Eropa”.

Kondisi ini mendorong produsen untuk melakukan diversifikasi produk guna memperkuat daya saing di pasar global. Produk olahan singkong di wilayah ini juga masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan pengemasan yang menarik, serta minimnya narasi visual yang memperkuat citra kampung sebagai sentra olahan singkong. Salah satu cara terbaik untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui inovasi produk (Saputra, *et al.*, 2024). Inovasi dalam produk lokal yang dibuat dari sumber daya mentah yang

tersedia dapat sangat mempercepat kemakmuran ekonomi sebuah kota (Wicaksono, B., 2020).

Permasalahan kemasan yang kurang menarik ini merupakan kendala umum yang sering dialami oleh pelaku usaha mikro, yang dapat menghambat peningkatan produktivitas dan nilai jual produk di masyarakat, meskipun produk tersebut sudah dikenal di pasar (Rumijati *et al.*, 2021). Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk memperkuat identitas kampung sekaligus mendorong pengembangan ekonomi lokal.

Salah satu pendekatan yang diusulkan adalah dengan menciptakan mural tematik singkong di titik strategis kampung, seperti pos ronda, sebagai media visual untuk memperkenalkan potensi kampung kepada masyarakat luas. Mural tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika lingkungan, tetapi juga sebagai media komunikasi publik yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai dan keunggulan suatu kawasan (Astuti *et al.*, 2022). Beberapa studi sebelumnya juga menekankan efektivitas mural dalam memperkuat citra kawasan dan mengkomunikasikan nilai-nilai lokal secara partisipatif (Santoso *et al.*, 2023; Nurhidayati *et al.*, 2023).

Pentingnya branding, khususnya branding packaging, terletak pada kemampuannya untuk memikat calon konsumen, menjadi ciri khas produk, meningkatkan potensi promosi dan penjualan secara mandiri, serta membantu UMKM berinovasi untuk bersaing di pasar global (Rezky *et al.*, 2021). Penguatan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis pangan lokal menjadi krusial untuk meningkatkan kemandirian dan kapasitas masyarakat, terutama ibu-ibu, agar mampu bersaing di era modern (Rostin *et al.*, 2022). Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian ini mengusung pendekatan *Integrated Branding* Kampung Olahan Singkong, yang mencakup:

1. Branding produk UMKM mencakup desain logo, kemasan, dan tagline
2. Pembuatan mural tematik singkong sebagai penguat branding visual kampung
3. Pelatihan inovasi olahan singkong bagi pelaku UMKM.

Kegiatan ini terletak pada sinergi antara penguatan identitas visual kawasan melalui mural dengan upaya pemberdayaan ekonomi lokal berbasis hasil pertanian rakyat. Harapannya, model ini dapat membuka peluang pengembangan wisata kampung tematik berbasis pangan lokal

sekaligus meningkatkan rekognisi kampung di tingkat kota.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan Penulis dalam studi ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Menurut Rukin (2019), penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif menekankan makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu, serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam mengenai *integrated branding* kampung melalui visual dan inovasi.

Teknik pengumpulan data dalam studi ini dilakukan dengan dua cara, yaitu observasi dan wawancara. Menurut Sugiyono (2017), observasi digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dalam studi ini observasi langsung ke lapangan dilakukan untuk mengamati seluruh kegiatan yang berlangsung pada lokasi tersebut. Sedangkan wawancara digunakan sebagai

teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam penelitian ini wawancara melibatkan pertanyaan yang dimaksudkan untuk memperoleh pandangan dan pendapat dari para narasumber (Sugiyono, 2017) .

Sementara itu, pendekatan PAR dipilih karena menawarkan mekanisme yang kolaboratif dan partisipatif dalam mengatasi masalah sosial secara langsung, dengan melibatkan UMKM sebagai subjek sekaligus pelaku perubahan. Menurut Rizal et al (2025), *Participatory Action Research* (PAR) adalah pendekatan pengabdian yang melibatkan partisipasi aktif dari individu atau kelompok yang menjadi subjek pengabdian untuk mengidentifikasi, memahami, dan menyelesaikan permasalahan mereka secara kolaboratif. Pendekatan PAR didasarkan pada prinsip kesetaraan antara pengabdian dan partisipan, dimana proses pengabdian tidak hanya bertujuan menghasilkan pengetahuan, tetapi juga memberdayakan komunitas. Dengan demikian, PAR dapat menjadi

strategi efektif dalam menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Juli 2025 dan berlangsung selama tiga minggu, terhitung sejak tanggal 3 Juli hingga 23 Juli 2025. Fokus utama dari kegiatan ini adalah penguatan branding kampung pada Gang 5A, Kelurahan Dukuh Menanggal, serta memfasilitasi dan melakukan pendampingan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan inovasi produk olahan singkong. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis, antara lain:

1. Identifikasi masalah, tahap ini dilaksanakan selama satu minggu melalui observasi langsung di lokasi pengabdian serta diskusi bersama pihak kelurahan. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menggali permasalahan, tantangan, dan kebutuhan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Informasi yang diperoleh menjadi dasar dalam perumusan program kerja yang relevan dan kontekstual.
2. Focus Grup Discussion (FGD), tim pengabdian menyelenggarakan diskusi kelompok terfokus (FGD)

guna merumuskan strategi dan langkah-langkah intervensi yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi UMKM. Proses ini melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan agar solusi yang dihasilkan bersifat partisipatif dan aplikatif.

3. Pelaksanaan kegiatan, pada minggu kedua dan ketiga, kegiatan implementatif dilakukan berdasarkan hasil FGD. Beberapa kegiatan yang dilaksanakan antara lain pembuatan mural sebagai media visual dalam memperkuat identitas kampung, pengembangan branding produk olahan singkong, serta pelatihan inovasi pengolahan singkong kepada pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelurahan Dukuh Menanggal memiliki potensi lokal berupa lahan pertanian singkong dengan karakteristik panen yang dilakukan setiap 6 bulan dengan hasil rata-rata $\pm 2-3$ kg per panen. Berdasarkan observasi dan survei lapangan yang dilakukan, kondisi eksisting menunjukkan bahwa produksi singkong di wilayah ini belum optimal dan cenderung tidak konsisten karena dilakukan sesuai kebutuhan. Potensi singkong sebagai bahan baku produk olahan masih belum

dimanfaatkan secara maksimal, padahal wilayah ini memiliki keunggulan geografis dan ketersediaan lahan yang memadai. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya strategis untuk mengoptimalkan potensi lokal, mengingat pasar global untuk produk olahan singkong sangat menjanjikan sebagaimana disampaikan BRIN bahwa produk tersebut mulai menarik perhatian konsumen di Amerika Serikat dan Eropa.



Gambar 1. Aktivitas Panen Singkong

Meskipun demikian, wilayah ini memiliki potensi besar yang dapat dikembangkan, antara lain ketersediaan bahan baku singkong yang berkelanjutan, antusiasme warga dalam mengembangkan UMKM, lokasi strategis di kawasan perkotaan Surabaya, serta dukungan tren pasar global yang menguntungkan produk olahan singkong. Kondisi ini menjadi dasar kuat untuk mengimplementasikan program

branding kampung olahan singkong yang terintegrasi dengan harapan dapat mengoptimalkan potensi lokal sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

A. Implementasi Branding Produk UMKM

Tahap pertama dalam kegiatan pengabdian ini adalah menciptakan identitas visual yang kuat untuk produk olahan singkong melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan langsung pelaku UMKM lokal. Proses pengembangan logo dilakukan dengan menggabungkan elemen visual singkong dengan identitas lokal Dukuh Menanggal, menghasilkan logo “Kampung Olahan Singkong” yang menampilkan ikon rumah dengan elemen daun singkong yang elegan dalam warna coklat.



Gambar 2. Logo dan Desain Kemasan

Desain ini kemudian diintegrasikan ke dalam kemasan produk menggunakan

pendekatan desain profesional. Produk yang diberi nama SHIMMER (Singkong Lumer) ini dikemas dalam plastik bening dengan label stiker berwarna dominan kuning-emas dan coklat. Kombinasi warna ini memberikan kesan hangat, mewah, dan berkualitas tinggi. Label kemasan dilengkapi dengan tipografi modern untuk nama produk, logo elegan, serta visual fotografi makanan yang menggambarkan produk keripik singkong berwarna keemasan dalam mangkuk hitam yang menonjolkan kesan eksklusif.

Informasi produk pada kemasan juga disusun secara lengkap dan jelas, mencakup komposisi bahan (Singkong, Glaze, Minyak Nabati, NaCl, Baking Soda), serta sistem penulisan tanggal kedaluwarsa yang rapi dan mudah dipahami. Kelengkapan ini memberikan nilai tambah terhadap persepsi profesionalisme pelaku UMKM.

Implementasi *branding* ini menunjukkan dampak positif yang signifikan, antara lain: meningkatnya minat konsumen terhadap produk SHIMMER, kemudahan dalam mengidentifikasi produk di pasar melalui tampilan visual yang khas dan premium, serta meningkatnya kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. Kegiatan ini tidak

hanya menghasilkan desain visual yang menarik, namun juga meningkatkan daya saing produk lokal agar dapat bersaing di pasar modern.



Gambar 3. *Mockup* Kemasan Produk

Dengan demikian, *rebranding* produk olahan singkong melalui pendekatan desain visual, penamaan yang kreatif, dan kemasan yang menarik berhasil meningkatkan citra produk UMKM. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi contoh penerapan ilmu desain dan komunikasi visual dalam meningkatkan nilai tambah produk lokal berbasis potensi wilayah.

B. Pembuatan Mural Tematik Singkong sebagai Penguatan Branding Visual

Pembuatan mural tematik singkong dilaksanakan di lokasi strategis yaitu pos ronda kampung. Proses ini dimulai dengan tahap perencanaan yang mencakup identifikasi lokasi strategis, konsultasi dengan warga tentang konsep dan desain, serta persiapan alat dan bahan yang

diperlukan. Tahap pelaksanaan meliputi proses pengecatan dasar, pembuatan sketsa, pengembangan motif singkong dengan warna-warna menarik, dan penambahan elemen informasi tentang produk lokal yang memperkuat pesan branding kampung.



Gamar 4. Proses Mural

Hasil akhir berupa mural berukuran sekitar 3x2 meter yang menampilkan identitas "Kampung Olahan Singkong" dan "Dukuh Menanggal" dengan desain yang colorful menggunakan dominasi warna kuning-oranye yang cerah, hijau untuk elemen daun, dan aksan putih yang menciptakan kontras yang menarik. Mural ini dilengkapi dengan elemen visual singkong yang distilisasi secara modern, motif geometris sebagai background, dan informasi lokasi yang jelas, sehingga mudah dikenali pengunjung sekaligus berfungsi sebagai media komunikasi visual yang efektif untuk branding kampung.



Gambar 5. Hasil Akhir Mural

Respon masyarakat terhadap kehadiran mural ini sangat positif, ditunjukkan dengan antusiasme warga sekitar terhadap transformasi visual pos ronda yang sebelumnya polos menjadi landmark yang menarik, peningkatan kebanggaan warga terhadap identitas kampung melalui representasi visual yang kuat, dan fungsi mural sebagai penanda lokasi yang baru dan mudah dikenali. Mural dengan desain yang Instagram-able ini juga berpotensi menjadi spot foto yang menarik bagi pengunjung, sehingga dapat mendukung pengembangan potensi wisata kampung tematik di masa mendatang sambil memperkuat branding "Kampung Olahan Singkong" secara konsisten.

C. Pelatihan Inovasi Olahan Singkong untuk Pengembangan UMKM

Kegiatan pelatihan inovasi olahan singkong dilaksanakan sebagai bagian dari program pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM) di wilayah Kelurahan Dukuh Menanggal. Sasaran utama dari kegiatan ini adalah ibu rumah tangga. Pelatihan ini dirancang sebagai respons terhadap tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menghasilkan produk olahan singkong yang lebih variatif, higienis, dan memiliki nilai jual tinggi.

Tahapan pelatihan diawali dengan pemaparan materi mengenai diversifikasi produk berbasis singkong. Produk yang diperkenalkan tidak hanya terbatas pada keripik singkong, tetapi juga mencakup varian produk olahan kekinian seperti Singkong Lumer (SHIMMER). Selain itu, disampaikan pula materi terkait teknik pengolahan yang sesuai dengan prinsip higienitas dan standar mutu, strategi pengemasan dan penyimpanan yang optimal, serta pendekatan pemasaran melalui media sosial dan promosi berbasis komunitas lokal.



Gambar 6. Pelaksanaan Pelatihan Pengolahan Singkong

Metode pelatihan yang diterapkan bersifat partisipatif dan aplikatif. Kegiatan meliputi demonstrasi langsung oleh tim fasilitator, praktik pengolahan oleh peserta, diskusi kelompok mengenai kendala produksi dan solusi yang dapat diterapkan, serta sesi konsultasi individual. Model ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan peserta secara aktif dalam proses pembelajaran.



Gambar 7. Praktik Langsung Pembuatan Singkong Lumer

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan capaian yang signifikan. Para peserta mampu menciptakan variasi produk olahan singkong baru, terutama SHIMMER (Singkong Lumer) varian rasa *Coklat Tiramisu* yang menjadi produk unggulan. Selain peningkatan keterampilan teknis dalam pengolahan dan pengemasan, pelatihan ini juga mendorong terbentuknya

kolaborasi antar pelaku UMKM dan meningkatnya semangat kewirausahaan.

Salah satu hasil nyata dari pelatihan ini adalah kemampuan peserta dalam mengemas produk secara profesional menggunakan branding SHIMMER yang kuat, dilengkapi dengan label informatif dan desain visual yang menarik. Pelatihan ini tidak hanya menjadi titik awal inovasi produk, tetapi juga sebagai fondasi untuk membangun UMKM singkong yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Program branding Kampung Olahan Singkong memberikan dampak positif yang signifikan dalam aspek ekonomi, sosial, dan visual. Secara ekonomi, program ini meningkatkan nilai jual produk, membuka peluang pasar, serta menaikkan pendapatan UMKM, yang secara keseluruhan menggerakkan ekonomi kampung. Dari sisi sosial, warga menunjukkan kebanggaan terhadap identitas kampung melalui slogan “Kampung Olahan Singkong” dan partisipasi aktif dalam kegiatan mural, yang memperkuat kohesi sosial. Secara visual, pos ronda berubah menjadi landmark penuh warna, mural dan kemasan yang konsisten memperkuat daya tarik kampung, bahkan membuka potensi wisata tematik berbasis visual branding.

Namun, dalam pelaksanaannya, program menghadapi tantangan seperti keterbatasan dana, kualitas produk yang belum seragam, akses pasar yang terbatas, serta kekhawatiran tentang keberlanjutan pasca-KKN. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan berbagai strategi seperti penggunaan bahan lokal, pelatihan standardisasi produksi, optimalisasi media sosial untuk pemasaran, serta pembentukan kelompok UMKM sebagai upaya memperkuat kesinambungan program secara mandiri dan berkelanjutan.

Hasil evaluasi menunjukkan keberhasilan program pada hampir seluruh indikator, termasuk tingginya partisipasi warga, peningkatan pengetahuan, serta respons positif masyarakat. Potensi replikasi program di wilayah lain juga tinggi, dengan dukungan pemerintah dan roadmap pengembangan jangka panjang yang telah disusun. Secara keseluruhan, branding kampung terintegrasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk lokal, tetapi juga memperkuat identitas kampung dan mampu menjadi model pengembangan kampung tematik yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat "Integrated Branding Kampung Olahan

Singkong melalui Visual dan Inovasi UMKM di Kelurahan Dukuh Menanggal" berhasil mengoptimalkan potensi lokal singkong melalui pendekatan terintegrasi yang berfokus pada penguatan identitas visual dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Implementasi branding produk UMKM, khususnya SHIMMER (Singkong Lumer), dengan desain logo dan kemasan yang profesional, secara signifikan meningkatkan minat konsumen, kemudahan identifikasi produk, dan kepercayaan diri pelaku UMKM.

Selain itu, pembuatan mural tematik singkong di pos ronda telah secara efektif mengubah elemen lingkungan menjadi penanda lokasi yang menarik dan sarana komunikasi visual yang memperkuat citra "Kampung Olahan Singkong," memicu kebanggaan warga, dan berpotensi mendukung pengembangan wisata. Pelatihan inovasi olahan singkong juga berhasil meningkatkan keterampilan teknis ibu rumah tangga dalam menciptakan variasi produk baru yang higienis dan bernilai jual tinggi, serta mendorong kolaborasi dan semangat kewirausahaan di antara pelaku UMKM.

Secara keseluruhan, sinergi antara penguatan identitas visual kawasan melalui mural dan upaya pemberdayaan ekonomi

lokal berbasis hasil pertanian rakyat ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk lokal, tetapi juga memperkuat identitas sosial budaya kampung serta membuka peluang pengembangan ekonomi berkelanjutan di Kelurahan Dukuh Menanggal.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, E. Z., Ernawati, A., & Arifin, Z. (2023). Identitas Budaya Jawa Pada Mural di Kampung Batik Kota Semarang. *Jurnal Riset Komunikasi*, 6(1), 80–92. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v6i1.705>
- BRIN - Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2025.). BRIN - Badan Riset Dan Inovasi Nasional. <https://www.brin.go.id/news/122605/singkong-mulai-diminati-konsumen-as-dan-eropa-brin-dorong-produsen-diversifikasi-produk>
- Harahap, M., Bilgies, A., Nurjanah, S., Syamsuri, N., & Wijayanto, G. (2024). Pengembangan Branding Lokal Berkelanjutan: Mempromosikan Produk Unggulan dan Pariwisata Daerah melalui Pemasaran Berbasis Komunitas. *I-Com Indonesian Community Journal*, 4(2), 644–653.

- <https://doi.org/10.33379/icom.v4i2.4208>
- Nurhidayati, E., Lubis, M. S., & Hernovianty, F. R. (2023). Desain Mural Sebagai Citra Kawasan Tepian Sungai Di Kampung Beting. *Jurnal Pengabdian*, 6(2), 123. <https://doi.org/10.26418/jplp2km.v6i2.68869>
- Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E. F., & Simangunsong, P. B. N. (2021). Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri. *ABDIMAS IPTEK*, 1(1). <https://doi.org/10.53513/abdi.v1i1.3381>
- Rizal, M., Cikusin, Y., & Fitria Mustapita, A. (2025). *Peningkatan Kapasitas Mahasiswa Dalam Penulisan Artikel Ilmiah Melalui Metode Participatory Action Research*. <https://doi.org/10.46306/jub.v5i1>
- Rostin, R., Millia, H., Rumbia, W. A., Amartani, K., Hasjad, H., Josua, J., Fanji, F., & Rianti, D. (2022). Penguatan Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Pangan Lokal Di Kelurahan Unaasi Kecamatan Anggaberu. *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)*, 1(1), 23–30. <https://doi.org/10.47353/sikemas.v1i1.222>
- Rukin, S. P. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Rumijati, A., Asfiah, N., & Fuadiputra, I. R. (2021, February 1). *Rebranding untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk di Kelompok Usaha Mikro Olahan Susu pada Ikatan Pengusaha Aisyiyah (IPAS)*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/1792>
- Santoso, M. E., Djakaria, E., Darmayanti, T. E., Kusbiantoro, K., Lesmana, C., Nurrachman, I., Sugata, F., & Leonardo, L. (2023). Revitalisasi Dinding Melalui Pembuatan Mural dengan Narasi Sejarah Jamblang, Cirebon. *PengabdianMu Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 205–216. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i2.3846>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sularti, S. (2021, May 11). *USAHA OLAHAN SINGKONG UMKM*

*SIJARWO DESA WONOREJO
KECAMATAN JATYOSO
KABUPATEN KARANGANYAR.*

Sularti | Agrista.

[https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/
view/50803](https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/view/50803)

Saputra, M. F. E., Russela, R., Lestari, Y.,
Darma, M. P., Veronica, M., Alie, J.,
& Ardiwinata, Y. (2024).
PEMBERDAYAAN UMKM
UNTUK PENINGKATAN NILAI
PEREKONOMIAN MELALUI
POTENSI YANG ADA DI DESA
PETANANG.

journal.universitaspahlawan.ac.id.

[https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.331
53](https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.33153)

Wicaksono. B. (2024). Inovasi produk lokal
berbasis bahan baku yang mudah
diakses untuk pertumbuhan ekonomi
desa. *Jurnal Pertumbuhan Ekonomi
Lokal*, 18(2), 100-115.