

Penguatan UMKM Melalui Digitalisasi dan Pendampingan Legalitas: Sebuah Bentuk Pengabdian Mahasiswa di Desa Sukahening

Dewi Ratnasari Astuti¹⁾, Mutia Maharani²⁾, Siti Maulah³⁾, Siti Hilma Azizah⁴⁾, Wuslah Raia Maulidiyah⁵⁾, Rizky Barkatul Awwaludin⁶⁾, Ijang Mulyana⁷⁾, Ikmal Syabanul Haq⁸⁾

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas Cipasung Tasikmalaya, Jawa Barat Indonesia

Email: dewiratnasariastuti@uncip.ac.id¹, mutiamaharani434@gmail.com², maulahsiti4@gmail.com³, hilmaazizahuncip@gmail.com⁴, dewuslahrm07@gmail.com⁵, rizky.awwaludin57@gmail.com⁶, ijangmulyana078@gmail.com⁷, prasetyaikmal@gmail.com⁸

Article History : Received: 22-09-2025

Accepted: 28-10-2025 Publication: 05-12-2025

Abstract: *This community service activity aims to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sukahening Village through digitalization and business legality assistance. The methods used include digital marketing outreach and training, rebranding in the form of logo, banner, and product catalog creation, and business profile creation on Google Maps. The results of the community service demonstrate an increase in the capacity of MSMEs in managing their businesses digitally and meeting legal requirements, which contributes to increased competitiveness and business development opportunities. In conclusion, this community service supports MSMEs in upgrading and sustainable business development through innovation and strengthening legal aspects. This program emphasizes the strategic role of mentoring and collaboration in strengthening the local economy.*

Abstrak : *Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sukahening melalui pendampingan digitalisasi dan legalitas usaha. Metode yang digunakan sosialisasi dan pelatihan digital marketing, re-branding berupa pembuatan logo, banner, dan katalog produk, serta pembuatan profil bisnis di Google Maps. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara digital dan memenuhi persyaratan legal, yang berkontribusi pada peningkatan daya saing dan peluang pengembangan usaha. Kesimpulannya, pengabdian ini mendukung UMKM dalam naik kelas dan pengembangan usaha yang berkelanjutan melalui inovasi dan penguatan aspek hukum. Program ini menegaskan peran strategis pendampingan dan kolaborasi dalam memperkuat ekonomi lokal.*

Keywords : *MSMEs, Digitalization, Legality, Re-Branding, Sukahening Village*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia khususnya sektor pangan olahan memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian daerah (Daur et al., 2025). Sama halnya dengan UMKM yang ada di Desa Sukahening yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi desa. UMKM di desa ini berpotensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui hasil produk lokal yang unik dan berkualitas. Ada berbagai jenis kegiatan usaha yang dilakukan baik usaha perorangan maupun kelompok. Setelah melakukan pendataan UMKM secara

menyeluruh didapatkan 17 UMKM di desa sukahening yang akan kami tindak lanjuti sesuai dengan kebutuhan dan program kerja yang akan diusung.

Salah satu UMKM unggulan yang terdapat di desa sukahening yang akan kami tindak lanjuti adalah Kelompok Wanita Tani (KWT). Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan wadah untuk para perempuan yang memberikan akses serta kesempatan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para perempuan (Ardiani & Rusmala Dibyorini, 2021). KWT tersebar di berbagai wilayah di Desa Sukahening yang memiliki peran penting dalam membangun perekonomian desa dan meningkatkan produktivitas warga terutama Wanita usia 25-50 tahun. Di Desa Sukahening kegiatan utama dari KWT yaitu penanaman sayur dan olahan makanan ringan yang nantinya dipasarkan langsung oleh kelompok yang menghasilkan kas dan dipergunakan untuk keperluan kelompoknya.

Namun, berbagai kendala masih dihadapi oleh pelaku UMKM, khususnya terkait legalitas usaha dan aspek branding yang belum optimal. Legalitas yang belum lengkap menyebabkan keterbatasan dalam akses pasar dan perlindungan hukum, sementara branding yang kurang menarik menghambat daya saing produk UMKM di era digital yang mengedepankan visual dan citra yang kuat.

Fenomena ini menjadi tantangan utama yang perlu segera diatasi agar UMKM di Desa Sukahening dapat naik kelas dan berkembang lebih pesat. Digitalisasi menjadi salah satu solusi penting dalam meningkatkan branding produk, melalui pemanfaatan media sosial, pembuatan banner usaha, logo, label, katalog produk dan pembuatan profil bisnis di google maps. Selain itu, pendampingan legalitas juga sangat dibutuhkan agar pelaku UMKM mengerti pentingnya administrasi dan sertifikasi usaha, yaitu berupa pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal sehingga usaha mereka memiliki dasar hukum yang kuat dan lebih dipercaya oleh konsumen serta pihak lain.

Digitalisasi UMKM adalah proses mengadopsi teknologi digital untuk membantu berbagai aspek dalam menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah. Dengan digitalisasi, UMKM bisa bekerja lebih cepat, efisien, dan menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga usaha mereka dapat berkembang dan naik kelas dengan lebih baik (Laziva & Atieq, 2024). Dan penting bagi UMKM untuk menyadari pentingnya digitalisasi demi mempertahankan keberlangsungan bisnis dan persaingan yang semakin ketat (Agustin et al., 2023). Digitalisasi bisa dimulai dengan melakukan re-branding seperti pembuatan logo, label, katalog produk dan banner yang mengikuti tren pasar dan menarik perhatian. Selain itu, untuk digitalisasi dengan melakukan re-branding dilakukan juga pembuatan profil bisnis di google maps yang menjadi tugas mahasiswa dalam menindaklanjutinya.

Selain digitalisasi, aspek legalitas usaha menjadi faktor penting yang menentukan keberlanjutan dan pengembangan UMKM. Legalitas usaha merupakan identitas usaha dan salah bentuk perlindungan yang diberikan oleh pemerintah untuk pelaku UMKM. Manfaat lain dari kepemilikan legalitas usaha

adalah untuk perluasan akses pembiayaan UMKM yang diberikan oleh pemerintah maupun akses pembiayaan dari perbankan (Soimah & Imelda, 2023). Legalitas yang lengkap membantu UMKM memperoleh perlindungan hukum dan akses pasar yang lebih baik, termasuk mendapatkan kemudahan untuk bermitra dengan pihak lain (Marlina et al., 2024). Mahasiswa KKN berperan dalam memfasilitasi para pelaku UMKM di desa Sukahening untuk pendampingan dan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikasi Halal. Dengan adanya pendampingan yang dilakukan mahasiswa KKN di Desa Sukahening, pelaku UMKM akan memperoleh pemahaman dan dukungan teknis dalam proses pengurusan legalitas, sehingga diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan usaha dan daya saing. Pendampingan legalitas menjadi sama penting untuk memberikan landasan hukum yang kuat, memastikan UMKM dapat beroperasi dengan aman dan mendapatkan perlindungan hukum, sekaligus memudahkan akses ke berbagai kemudahan seperti perizinan dan bantuan pemerintah (Safaah & Damayanti, 2022).

METODE

Metode pengabdian masyarakat yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan partisipatif. Pendekatan ini dipilih agar mahasiswa KKN dapat secara langsung terlibat dalam mendampingi dan melakukan observasi terhadap UMKM di Desa Sukahening, khususnya dalam aspek digitalisasi dan pendampingan legalitas usaha. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Sukahening dalam kurun waktu 35 hari, dimulai pada tanggal 21 Agustus sampai 24 September 2025 dengan subjek pengabdian adalah pelaku UMKM yang dipilih secara purposive, yaitu UMKM yang aktif namun mengalami kendala dalam digitalisasi dan legalitas usaha. Tahapan pelaksanaan meliputi observasi awal yang mulai dilakukan dari tanggal 22 Agustus 2025 untuk mengidentifikasi permasalahan UMKM, lalu pada tanggal 30 Agustus 2025 dilakukan sosialisasi dan penyuluhan mengenai pentingnya digitalisasi dan legalitas usaha, kemudian mulai dari minggu pertama sampai minggu ketiga di bulan September dilakukan pendampingan dan pelatihan teknis dalam penggunaan media digital serta proses pengurusan legalitas. Selanjutnya pada minggu keempat dilakukan monitoring dan evaluasi terhadap penerapan hasil pendampingan tersebut. Data dan informasi dikumpulkan dari hasil observasi lapangan, wawancara dengan pelaku UMKM dan dokumentasi kegiatan. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan mengidentifikasi tema-tema utama terkait peran mahasiswa dalam mendorong digitalisasi dan legalitas UMKM agar mampu naik kelas. Metode ini diharapkan memberikan gambaran komprehensif sekaligus solusi nyata dalam pemberdayaan UMKM di Desa Sukahening melalui peran aktif mahasiswa KKN

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi desa, termasuk di Desa Sukahening. UMKM di desa ini berpotensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui hasil produk lokal yang unik dan berkualitas. Adapun peran mahasiswa kkn untuk mendorong umkm naik kelas di desa sukahening adalah dengan melakukan program yang berfokus dalam pendampingan legalitas dan digitalisasi produk. Program ini akan dilaksanakan dalam waktu 35 hari untuk setiap umkm di desa sukahening.

Survei merupakan penelitian yang berusaha mengumpulkan data satu atau beberapa variable yang diambil dari anggota populasi tersebut pada penelitian (Fitrotunnisa et al., 2022). Survei yang dilakukan di Desa Sukahening memberikan gambaran jumlah dan kondisi UMKM yang ada, dan menjadi landasan untuk merancang program pendampingan yang tepat sasaran. Data ini membantu mengidentifikasi kebutuhan nyata pelaku usaha, baik dari segi pengembangan produk, digitalisasi, hingga kendala legalitas yang dihadapi.



Gambar 1 Survei pelaku UMKM

Melalui sosialisasi program kerja, pelaku UMKM diberikan pemahaman dan arahan mengenai tahapan dan tujuan dari program kerja yang akan dilakukan. Tahap ini penting dilakukan untuk membangun sinergi dan kepercayaan antara mahasiswa KKN dan para pelaku UMKM sehingga dukungan dan partisipasi aktif dapat terwujud selama program berjalan. Sosialisasi merupakan suatu bentuk komunikasi informatif mengenai permasalahan atau topik khusus dengan kelompok Masyarakat secara non formal yang tujuannya untuk menghasilkan perubahan perilaku pengetahuan dan sikap yang menguntungkan bagi kelompok tersebut, demi mendapatkan hasil yang menguntungkan atau menghasilkan solusi atau permasalahan yang di sosialisasikan (Mulyani et al., 2020).



Gambar 2 Kegiatan Sosialisasi dan Pemaparan Program PKM

Program awal yang penulis lakukan setelah sosialisasi adalah dengan mengadakan seminar digital marketing kepada pelaku umkm dengan mendatangkan pemateri dari FKP (Forum Kewirausahaan Pemuda). Strategi digital marketing mengacu pada rencana dan pendekatan dalam menggunakan media digital dan teknologi internet untuk mempromosikan produk, layanan, merek, dan berinteraksi dengan pelanggan secara daring yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi (Oktafianto et al., 2024). Langkah ini menjadi awal untuk memberikan gambaran kepada pelaku umkm mengenai salah satu program berupa digitalisasi dalam strategi pemasaran online yang bisa dilakukan untuk mempromosikan produknya. Dengan membahas pemanfaatan dari penggunaan media sosial untuk meningkatkan penghasilan umkm. Selain itu, dalam program ini dilakukan sosialisasi mengenai pemaparan program pendampingan legalitas dan re-branding yang akan dilakukan oleh mahasiswa kkn yang menghasilkan data dan kebutuhan para pelaku umkm dari program yang diusung.

Digitalisasi adalah proses konversi bisnis dari bisnis analog ke bisnis digital. Bisnis digital adalah usaha yang dibangun dalam dunia digital (Rizki Agam Syahputra et al., 2023). Di era digitalisasi sebagai pelaku UMKM haruslah mengikuti trend pasar untuk keberlangsungan UMKM dengan melakukan re-branding. Rebranding merupakan proses perubahan brand, nama, dan logo dari suatu brand yang sudah ada (Marco Ariano, 2017). Untuk kegiatan dalam re-branding ada pembuatan logo, pembuatan banner usaha dan pembuatan katalog produk yang disesuaikan dengan tren pasar modern agar menarik perhatian konsumen. Selain itu, kegiatan re-branding ini akan membantu profil UMKM agar bisa bersaing lebih baik di pasar luas.



Gambar 3 Pemaparan Materi Pendampingan Digitalisasi dan Legalitasi UMKM

Logo pada dasarnya adalah simbol atau tanda khusus yang dirancang untuk mewakili suatu entitas, seperti perusahaan, organisasi, produk, ataupun individu secara unik dan mudah dikenali. Fungsi utama logo adalah sebagai identitas yang memudahkan konsumen mengenali dan mengingat suatu merek, sehingga memiliki peran strategis dalam membedakan produk atau layanan di pasar yang kompetitif (Sayatman et al., 2017). Untuk pembuatan logo di Desa Sukahening banyak menarik minat dari para pelaku UMKM. Kegiatan ini dimulai dengan mendata logo sebelumnya lalu melakukan wawancara dengan pihak terkait untuk menentukan desain logo yang baru lalu pendistribusian logo ke pihak UMKM. Dampak dari program ini membuat setiap UMKM yang ada di Desa Sukahening memiliki logo resmi yang menjadi identitas usahanya dan logo yang dibuat sudah mengikuti tren pasar dengan desain yang menarik.



Gambar 4 Hasil Desain Logo UMKM N&M Kirca, dan UMKM Sri Mulya

Label merupakan perangkat pemberi informasi yang digunakan hingga sekarang, dan seiring waktu penggunaan label sangat berguna sebagai bagian dari kemasan dimana dapat di tempel ke kemasan produk (Gunawan & Hidayat, 2022). Label juga berperan dalam membangun citra merek dan meningkatkan daya tarik visual produk, sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan label yang jelas dan menarik, produk UMKM lebih mudah diingat dan dipercaya, yang berpotensi meningkatkan penjualan.



Gambar 5 Label UMKM N&M Kirca

Banner yang menarik sangat penting untuk meningkatkan visibilitas UMKM sehingga dapat mendorong konsumen mempertimbangkan produk atau layanan yang ditawarkan. Informasi yang jelas pada banner dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Herpindo et al., 2024). Para pelaku UMKM menunjukkan antusiasme yang tinggi untuk program pembuatan banner ini. Kegiatan ini dimulai dengan melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan pelaku UMKM untuk menentukan desain banner lalu dilakukan pencetakan desain dan pendistribusian banner ke pihak UMKM. Dampak dari pembuatan banner ini membuat lokasi usaha menjadi lebih mudah dikenali karena adanya banner sebagai identitas usaha.



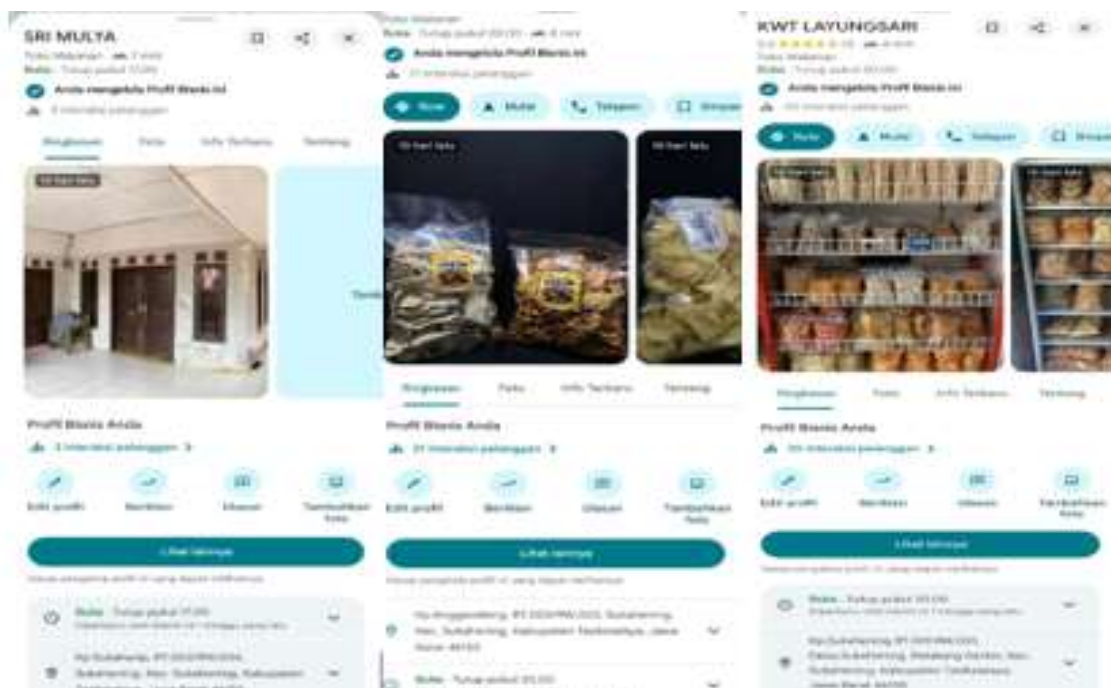
Gambar 6 Aktivitas Tim Pendamping Dalam Pemberian Pelatihan

Katalog untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan manfaat sosial yang besar. Selain menjadi sumber informasi tentang produk lokal, katalog ini memudahkan masyarakat dalam mendukung perekonomian sekitar mereka. Dengan katalog UMKM, masyarakat dapat menemukan berbagai produk yang mungkin tidak tersedia di toko besar, sehingga memberikan lebih banyak pilihan dan variasi. Katalog ini juga membantu pemilik UMKM dalam meningkatkan visibilitas usaha mereka di dunia digital. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap merek lokal melalui katalog, hal ini membuka peluang untuk membangun loyalitas pelanggan yang kuat serta menciptakan identitas usaha yang kokoh (Herpindo et al., 2024). Kegiatan ini dimulai dengan pembelian produk UMKM, lalu sesi foto produk dan pembuatan desain katalog produk yang sudah di koordinasikan dengan pihak UMKM sebelumnya dan desain katalog tersebut dimasukan di banner lalu dicetak dan di distribusikan ke pihak UMKM.



Gambar 7 Hasil kegiatan Pendampingan UMKM

Program selanjutnya yang dilakukan adalah pembuatan profil bisnis di google maps, kegiatan ini dimulai dengan pembuatan e-mail bisnis dan selanjutnya dibuatkan profil bisnis dengan memasukkan data usaha, alamat usaha serta produk yang dihasilkan agar bisa muncul di google maps. Google Maps merupakan salah satu platform yang dapat membantu menampilkan lokasi usaha secara spesifik untuk meningkatkan eksistensi dari UMKM (Athasani et al., 2025). Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan agar profil usaha dapat terbaca di google maps dan mudah dicari oleh konsumen. Selain itu, Dengan adanya profil bisnis yang lengkap dan terverifikasi, UMKM dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperluas jaringan pemasaran secara digital. Berikut dokumentasi dari 5 UMKM yang dibuatkan profil bisnis di google maps.



Gambar 7 Profil Bisnis UMKM Dampungan

Program terakhir adalah pendampingan legalitas UMKM yang meliputi kegiatan pembuatan nomor induk berusaha (NIB) dan pendampingan sertifikasi halal. Dalam kegiatan ini pembuatan NIB menjadi tanggungjawab penuh dari mahasiswa kkn sementara untuk sertifikasi halal hanya dilakukan pendampingan karena kendala waktu pembuatan sertifikasi halal yang membutuhkan waktu lama. Proses pendampingan dilakukan dengan edukasi tata cara pengurusan dokumen, pendampingan teknis saat pengajuan, dan monitoring hasil sertifikasi. Program ini membantu pelaku UMKM memenuhi persyaratan hukum tanpa kendala administratif, sehingga meningkatkan profesionalitas dan daya saing usaha, serta mendukung UMKM di desa Sukahening untuk naik kelas dan berkembang mandiri.

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat yang difokuskan pada pendampingan digitalisasi dan legalitas usaha memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM di Desa Sukahening. Melalui sosialisasi, pelatihan digital marketing, serta kegiatan re-branding seperti pembuatan logo, banner, dan katalog, pelaku UMKM dapat meningkatkan daya tarik produk dan visibilitas usaha di pasar digital. Pendampingan dalam proses pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal juga memperkuat legalitas usaha sehingga membuka akses pasar yang lebih luas serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan peningkatan kapasitas ini, UMKM desa mampu naik kelas dan berkembang secara mandiri. Program pengabdian ini membuktikan bahwa sinergi praktis antara pendamping dan pelaku UMKM merupakan langkah strategis dalam memperkuat ekonomi lokal berbasis inovasi dan kepatuhan hukum.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16, 33.
- Ardiani, F. D., & Rusmala Dibyorini, M. C. (2021). Pemberdayaan Perempuan Melalui Kelompok Wanita Tani (KWT) “ASRI” Kalurahan Bendung Kapanewon Semin Kabupaten Gunung Kidul. *Sosio Progresif: Media Pemikiran Studi Pembangunan Sosial*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.47431/sosioprogresif.v1i1.111>
- Athasani, R., Sadira, S. R., Indira, A. N., Faza, A. H., Arkom, A. A. A., & Rahmatin, L. S. (2025). *Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi dan Legalitas Usaha di Kelurahan Jepara Surabaya*. 5(3), 156–167.
- Daur, D., Sampah, U., Lebak, D., Informasi, P. T., Informasi, S., & Komputer, I. (2025). *Penguatan Umkm Melalui Digitalisasi , Legalitas , Literasi Keuangan ,*. 115–121.
- Fitrotunnisa, F., Suhartiningih, S., & Kurniasih, F. (2022). Pengembangan Buku Ajar Tema 7 Subtema 2 Indahnya Keragaman Budaya Negeriku Berbasis Kearifan Lokal Lumajang Kelas IV di SDN Lumajang. *EduStream: Jurnal Pendidikan Dasar*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.26740/eds.v5n1.p1-6>
- Gunawan, M., & Hidayat, H. (2022). Peluang Dan Potensi Berbisnis Stiker. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 14(2), 403–421. <https://doi.org/10.25170/wpm.v14i2.4174>
- Herpindo, Singgih, S., Yudhanto, W., & Nikmatullah, M. R. (2024). Pembuatan Katalog Online Layanan Jasa Berbasis Web Sebagai Media Periklanan Penyedia Layanan Jasa UMKMDesa Trasan Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara, September*, 6080–6090.
- Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor. *Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 7, 1050–1079. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Marco Ariano. (2017). Pengaruh Rebranding Dan Repositioning Terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 6(2), 1453.
- Marlina, T., Rahman, H. P., Milyanti, M., Fitriani, A. A., 'Aisy, R. R., Shonia, A. N., Nisa, Q., Tantowijaya, B., & Yasir, N. M. (2024). Penguatan Legalitas Pelaku UMKM melalui Pembuatan Nomor Induk Berusaha di Kelurahan Watubelah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 2(2), 251–256. <https://doi.org/10.54082/jpmii.375>
- Mulyani, E. Y., Pambudi, A., Rachmat, I., & Fuad, A. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sosialisasi Program Kuliah Kerja Nyata (Kkn-Ppm) Tematik Di Wilayah*. 6.
- Oktafianto, R., Yuliana, L., & Hikmah Perkasa, D. (2024). Peran Digital Marketing Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Era Digitalisasi: Studi Pada UMKM Di Kabupaten Kudus. *Multidisipliner Knowledge*, 2, 1–13.

- Rizki Agam Syahputra, Cut Widy Aulia Putri, Noer Octaviana Maliza, & Rachmatika Lestari. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding UMK. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(1), 521–527.
- Safaah, E., & Damayanti, K. I. (2022). Pendampingan Legalitas Berusaha Berbasis Resiko untuk Bantuan Permodalan Usaha Mikro Masyarakat Kelurahan Ciwaduk. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 4(2), 134–139. <https://doi.org/10.31092/kuat.v4i2.1809>
- Sayatman, Darmawati, N. O., & Dwitasari, P. (2017). Pengembangan Metode Desain Logo dan Sistem Grafis untuk Mendukung Pembelajaran Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 16(2), 24. https://doi.org/10.12962/iptek_desain.v16i2.3590
- Soimah, N., & Imelda, D. Q. (2023). Urgensi Legalitas Usaha Bagi UMKM. *Jurnal Benuanta*, 2(1), 21–25. <https://doi.org/10.61323/jb.v2i1.47>