

Pemanfaatan Potensi Lokal dalam Penguatan UMKM Melalui Pengolahan Produk, *Branding*, dan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) di Desa Panton Krueng, Panga, Aceh Jaya

Muhammad Arrie Rafshanjani Amin¹, Fhara Diva², Riski Irwansyah³, Sylvia Dwi Cherly⁴, Syamsul Kamal⁵, Fahad Tegar Pamungkas⁶, Efi Sutriani⁷, Dimas Pramudia Misuari⁸

Program Studi Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Teuku Umar, Aceh Barat ^{1,3},

Program Studi Teknologi Informasi Fakultas Teknik Universitas Teuku Umar, Aceh Barat ²,

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Teuku Umar, Aceh Barat ⁴,

Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar, Aceh Barat ⁶,

Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Teuku Umar, Aceh Barat ^{5,8},

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar, Aceh Barat ⁷



Email Korespondensi: fharadiva55@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 15-02-2026

Disetujui 25-02-2026

Diterbitkan 27-02-2026

Kata kunci:

UMKM, potensi lokal, branding, harga pokok produksi, pemberdayaan masyarakat

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong kemandirian ekonomi desa melalui pemanfaatan potensi lokal. Desa Panton Krueng, Kecamatan Panga, Kabupaten Aceh Jaya, memiliki komoditas kacang tanah yang melimpah, namun belum dimanfaatkan secara optimal melalui pengolahan bernilai tambah dan penguatan manajemen usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis kacang tanah melalui pendekatan terintegrasi yang mencakup pengolahan produk, penguatan branding, serta sosialisasi perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui tahapan observasi, perencanaan materi, sosialisasi dan diskusi interaktif, praktik simulasi perhitungan HPP, serta evaluasi dan refleksi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai diversifikasi produk, pentingnya identitas visual dalam meningkatkan daya saing, serta kemampuan menghitung biaya produksi secara lebih sistematis. Integrasi antara aspek produksi, branding, dan manajemen biaya memberikan fondasi yang lebih kuat bagi pengembangan UMKM desa secara berkelanjutan. Model sosialisasi terintegrasi berbasis potensi lokal ini dapat menjadi alternatif pendekatan pemberdayaan UMKM yang aplikatif dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Amin, M. A. R., Diva, F., Irwansyah, R., Cherly, S. D., Kamal, S. ., Pamungkas, F. T., Sutriani, E., & Misuari, D. P. (2026). Pemanfaatan Potensi Lokal dalam Penguatan UMKM Melalui Pengolahan Produk, Branding, dan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) di Desa Pantan Krueng, Panga, Aceh Jaya. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 448-458. <https://doi.org/10.63822/4y14kf29>

PENDAHULUAN

Desa Panton Krueng, Kecamatan Panga, Kabupaten Aceh Jaya, memiliki potensi sumber daya alam berupa kacang tanah yang cukup melimpah. Namun, komoditas tersebut selama ini sebagian besar dijual dalam bentuk mentah atau hanya direbus untuk konsumsi sederhana tanpa melalui proses pengolahan lanjutan yang mampu meningkatkan nilai tambah secara ekonomi. Belum terdapat upaya pengembangan produk olahan seperti kacang asin atau rempeyek yang diproduksi secara komersial. Kondisi ini menunjukkan bahwa peluang penguatan usaha berbasis potensi lokal masih sangat terbuka, khususnya melalui inovasi pengolahan dan penguatan manajemen usaha masyarakat desa.

Fenomena tersebut sejalan dengan tantangan yang dihadapi banyak wilayah pedesaan, di mana potensi lokal belum sepenuhnya dioptimalkan dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Padahal, UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan struktur ekonomi berbasis komunitas (Qadisyah et al., 2023; Suryadi, 2023).

Dalam konteks pembangunan wilayah, pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal menjadi pendekatan yang relevan untuk mendorong kemandirian desa karena lebih sesuai dengan karakteristik sosial, budaya, dan kebutuhan masyarakat setempat (Nugroho, 2017; Susanti & Kurniati, 2025). Pemanfaatan komoditas lokal, khususnya dalam sektor pengolahan pangan, terbukti mampu meningkatkan nilai tambah produk serta memperluas peluang ekonomi rumah tangga (Fatimah et al., 2025; Limonu & Kasim, 2023; Marta & Tensiska, 2015).

Meskipun demikian, optimalisasi potensi tersebut sering kali belum didukung oleh inovasi produk, identitas merek yang kuat, serta pengelolaan usaha yang terstruktur. Penguatan UMKM tidak hanya memerlukan peningkatan kualitas produk, tetapi juga strategi branding yang tepat untuk membangun identitas visual dan citra usaha yang membedakan produk dari pesaingnya (Fatmala & Anwar, 2024; Fauzi et al., 2024). Desain kemasan dan identitas merek yang profesional terbukti mampu meningkatkan persepsi kualitas dan daya tarik konsumen (Putri et al., 2025; Widodo et al., 2024).

Di sisi lain, aspek manajerial seperti perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) juga menjadi komponen penting dalam menentukan harga jual yang rasional dan berkelanjutan. Banyak pelaku UMKM masih menetapkan harga berdasarkan perkiraan tanpa memperhitungkan seluruh komponen biaya secara rinci (Narundana et al., 2024; Sumiyati et al., 2024), sehingga pendampingan dalam perhitungan HPP diperlukan untuk meningkatkan profesionalitas pengelolaan usaha (Rachman & Wardana, 2024).

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya umumnya berfokus pada satu aspek penguatan secara terpisah, baik produksi, branding, maupun manajemen keuangan. Padahal, dalam praktiknya ketiga aspek tersebut saling berkaitan dan memengaruhi keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pemberdayaan yang terintegrasi dan komprehensif guna meningkatkan kapasitas serta kemandirian ekonomi masyarakat desa secara menyeluruh (Damayanti et al., 2024; Suwito, 2024; Wijaya & Munandar, 2026).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Panton Krueng dirancang dengan mengintegrasikan pengolahan produk kacang tanah, penguatan *branding*, serta sosialisasi perhitungan HPP dalam satu rangkaian pendampingan.

Artikel ini bertujuan untuk memaparkan pelaksanaan dan hasil kegiatan tersebut sebagai model sosialisasi terintegrasi berbasis potensi lokal yang dapat menjadi alternatif pendekatan pemberdayaan UMKM desa secara aplikatif dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Pantan Krueng, Kecamatan Panga, Kabupaten Aceh Jaya, dalam rangka program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Sasaran kegiatan adalah masyarakat desa yang memiliki minat dalam pengembangan usaha berbasis potensi lokal, khususnya komoditas kacang tanah. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan kolaboratif, dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan partisipatif dinilai efektif dalam kegiatan pemberdayaan karena mendorong keterlibatan langsung masyarakat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program (Damayanti et al., 2024; Wijaya & Munandar, 2026).



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan program penguatan UMKM berbasis potensi lokal di Desa Pantan Krueng

Gambar 1 menunjukkan pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Observasi dan Identifikasi Potensi Lokal

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi bersama aparat desa serta masyarakat untuk mengidentifikasi potensi sumber daya lokal dan permasalahan usaha yang dihadapi. Identifikasi potensi lokal menjadi langkah penting dalam perencanaan program pemberdayaan berbasis wilayah (Nugroho, 2017; Suwito, 2024). Hasil observasi menunjukkan bahwa kacang tanah merupakan komoditas yang cukup melimpah, namun belum dimanfaatkan melalui pengolahan bernilai tambah.

2. Perencanaan Materi Sosialisasi

Berdasarkan hasil identifikasi, disusun materi sosialisasi yang mencakup tiga aspek utama, yaitu:

- (1) pengolahan produk kacang tanah sebagai contoh diversifikasi produk,
- (2) penguatan *branding* melalui pengenalan identitas visual dan desain kemasan, serta
- (3) simulasi perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP).

Integrasi ketiga aspek ini dirancang karena penguatan UMKM yang efektif tidak hanya berfokus pada produksi, tetapi juga pada strategi pemasaran dan manajemen biaya (Putri et al., 2025; Rachman & Wardana, 2024).

3. Pelaksanaan Sosialisasi dan Diskusi Partisipatif

Sosialisasi dilaksanakan melalui penyampaian materi secara langsung, dilanjutkan dengan diskusi interaktif. Pendekatan dialogis diterapkan agar peserta dapat berbagi pengalaman dan kendala yang dihadapi dalam pengelolaan usaha. Model sosialisasi partisipatif terbukti membantu meningkatkan pemahaman dan kesiapan pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya (Huddin et al., 2025; Pradana & Wardhanani, 2024).

4. Praktik Simulasi Perhitungan HPP

Sebagai bagian dari penguatan kapasitas manajerial, dilakukan simulasi perhitungan HPP menggunakan contoh komponen biaya produksi. Peserta diajak mengidentifikasi biaya bahan baku, tenaga kerja, kemasan, serta biaya pendukung lainnya, kemudian menghitung total biaya produksi dan menentukan harga jual yang rasional. Pendampingan perhitungan HPP secara praktis terbukti meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan penetapan harga pada pelaku UMKM (Narundana et al., 2024; Sumiyati et al., 2024).

5. Evaluasi dan Refleksi

Tahap akhir dilakukan melalui diskusi evaluatif untuk mengetahui pemahaman dan respons peserta terhadap materi yang disampaikan. Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui umpan balik langsung dan keterlibatan peserta dalam diskusi. Pendekatan reflektif ini menjadi bagian penting dalam kegiatan pemberdayaan untuk memastikan materi yang disampaikan dapat dipahami dan diimplementasikan (Damayanti et al., 2024).

Metode ini menekankan integrasi antara pengolahan produk, *branding*, dan manajemen biaya dalam satu rangkaian kegiatan pemberdayaan yang saling berkaitan. Pendekatan terintegrasi ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat secara komprehensif dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat secara aktif melalui diskusi dan tanya jawab. Materi yang disampaikan meliputi potensi pengolahan kacang tanah menjadi produk bernilai tambah, penitngnya identitas merek dalam meningkatkan daya saing, serta dasar perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP).

Selama pelaksanaan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, ditandai dengan keterlibatan aktif dalam sesi diskusi dan pertanyaan terkait teknik produksi maupun strategi penentuan harga. Kondisi ini menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap penguatan kapasitas usaha memang relevan dengan kondisi masyarakat desa.



Gambar 2. Pelaksanaan sosialisasi pengolahan produk dan penguatan UMKM melalui *branding* dan perhitungan HPP di Desa Pantan Krueng

Proses pembelajaran tidak hanya dilakukan melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui dialog interaktif guna meningkatkan pemahaman peserta terhadap keterkaitan antara kualitas produk, kemasan, dan keberlanjutan usaha.

2. Praktik Pengolahan Produk Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Tambah

Tahap berikutnya adalah praktik langsung pengolahan kacang tanah menjadi dua jenis produk, yaitu kacang asin dan peyek kacang. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta mengenai proses produksi yang higienis dan terstandar.

Proses produksi dilakukan dengan memperhatikan tahapan pemilihan bahan baku, pengolahan, pengemasan, hingga simulasi distribusi sederhana. Melalui praktik ini, masyarakat memperoleh pemahaman bahwa komoditas yang sebelumnya hanya dijual dalam bentuk mentah dapat diolah menjadi produk dengan nilai jual yang lebih tinggi.



Gambar 3. Praktik pengolahan kacang tanah sebagai upaya peningkatan nilai tambah produk lokal

Hasil praktik menunjukkan bahwa produk olahan memiliki tampilan yang lebih menarik dan berpotensi untuk dipasarkan secara lebih luas dibandingkan kacang tanah mentah.

3. Penguatan Identitas Produk melalui *Branding*

Selain aspek produksi, penguatan identitas usaha dilakukan melalui perancangan label dan kemasan produk. Pemberian identitas merek bertujuan untuk meningkatkan daya tarik visual serta membedakan produk dari pesaing.

Desain kemasan disesuaikan dengan karakteristik produk lokal dan mempertimbangkan aspek keterbacaan, kesederhanaan, serta kemudahan reproduksi. Dengan adanya label, produk tidak lagi dipandang sebagai hasil olahan rumahan semata, tetapi sebagai produk yang memiliki identitas usaha yang jelas.



Gambar 4. Hasil pengembangan produk kacang asin dan rempeyek dengan identitas merek lokal

Keberadaan identitas visual ini menjadi langkah awal bagi pelaku usaha untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen serta memperkuat keberadaan produk di pasar lokal. Dengan adanya logo dan kemasan yang jelas, produk tidak lagi terlihat sebagai hasil olahan biasa, melainkan sebagai usaha yang dikelola dengan lebih serius dan terarah. Tampilan yang rapi dan konsisten membantu konsumen merasa lebih yakin terhadap kualitas produk, sehingga membuka peluang yang lebih besar untuk dikenal dan dipilih di tengah persaingan pasar.

4. Simulasi Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)

Aspek manajerial diperkuat melalui praktik perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Sebelumnya, penentuan harga jual dilakukan berdasarkan perkiraan tanpa memperhitungkan seluruh komponen biaya secara rinci. Melalui simulasi ini, peserta diajak mengidentifikasi biaya bahan baku, biaya tambahan, serta biaya kemasan.

Berikut adalah contoh simulasi perhitungan HPP untuk produksi kacang asin dan rempeyek ditunjukkan oleh Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Simulasi Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)

Komponen	Satuan/Ket	Biaya
Kacang	4 kg	Rp170.000
Tepung Beras	2 bungkus	Rp16.000
Minyak	1,5 liter	Rp28.500
Bawang Putih	0,25 ons	Rp14.000
Royco	1 pcs	Rp5.000
Plastik Es Lilin	1 ons	Rp5.000
Plastik PE	1,5 ons	Rp6.000
Kelapa	2 buah	Rp15.000
Biaya Tenaga Kerja		Rp25.000
Biaya Overhead		Rp40.000
Total Biaya Produksi		Rp324.500

Jika total produksi sebanyak 200 bungkus, maka:

$$HPP_{perbungkus} = 324.500 \div 200 \approx Rp1.622,5 = Rp1.623 \text{ perbungkus}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, total biaya produksi kacang asin dan rempeyek sebesar Rp324.500 dengan jumlah produk sebanyak 200 bungkus, sehingga diperoleh Harga Pokok Produksi (HPP) sebesar Rp1.623 per bungkus. Perhitungan ini memberikan gambaran yang lebih rasional dalam menentukan harga jual dan margin keuntungan yang diharapkan.

Simulasi ini membantu peserta memahami bahwa harga jual sebaiknya ditentukan berdasarkan struktur biaya yang jelas, sehingga usaha dapat berjalan secara lebih terukur dan berkelanjutan.

5. Dampak Kegiatan terhadap Penguatan UMKM

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak pada tiga aspek utama, yaitu:

1. Peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pengolahan produk bernilai tambah
2. Meningkatnya kesadaran akan pentingnya identitas merek
3. Bertambahnya kemampuan dalam menghitung biaya produksi secara sistematis

Integrasi antara produksi, *branding*, dan manajemen biaya menunjukkan bahwa penguatan UMKM tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan harus melalui pendekatan yang komprehensif.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pantan Krueng menunjukkan bahwa pemanfaatan potensi lokal berupa kacang tanah memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai sumber penguatan UMKM desa. Potensi yang sebelumnya belum diolah secara optimal dapat ditingkatkan nilainya melalui inovasi produk dan pengelolaan usaha yang lebih terarah.

Pendekatan terintegrasi yang menggabungkan pengolahan produk, penguatan branding, dan sosialisasi perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan kapasitas masyarakat. Peserta tidak hanya memperoleh wawasan mengenai diversifikasi produk, tetapi juga memahami pentingnya identitas merek dalam membangun daya saing serta mampu menghitung biaya produksi secara lebih sistematis sebagai dasar penetapan harga jual yang rasional.

Penerapan metode partisipatif dalam setiap tahapan kegiatan turut mendorong keterlibatan aktif masyarakat, sehingga proses pemberdayaan berjalan lebih aplikatif dan kontekstual sesuai kebutuhan desa. Integrasi antara aspek produksi, pemasaran, dan manajemen biaya menunjukkan bahwa penguatan UMKM tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan pendekatan yang komprehensif.

Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat melanjutkan praktik pengolahan dan pengelolaan usaha secara konsisten dengan tetap menjaga kualitas produk dan ketepatan perhitungan biaya. Dukungan pemerintah desa dan pihak terkait juga diperlukan dalam bentuk pendampingan lanjutan, fasilitasi legalitas, serta perluasan akses pemasaran agar UMKM berbasis potensi lokal dapat berkembang secara mandiri dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Keberhasilan dan kesuksesan kami dalam melaksanakan dan menyusun artikel (karya tulis ilmiah) kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Reguler XXV ini tentunya tidak lepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Teuku Umar, Dr. Drs. Ishak Hasan, M.Si,
2. Ketua LPPM-PMP Universitas Teuku Umar yaitu ibu Ir.Yuliatul Muslimah, M.P,
3. Kepala Pusat KKN dan MBKM Universitas Teuku Umar yaitu bapak Dr. Ir. Fitriadi, S.T., M.T., IPM,
4. Bapak Ir. Muhammad Arrie Rafshanjani Amin, S.T., M.T sebagai dosen yang telah membina kami selama pelaksanaan KKN di Desa Pantan Krueng,
5. Bapak Rasmaidi selaku Kepala Desa (Keuchik) Pantan Krueng, Bapak Herman selaku Sekretaris Desa (SekDes) Pantan Krueng, serta seluruh aparatur desa dan masyarakat desa Pantan Krueng yang telah banyak membantu,
6. Kepada seluruh anggota kelompok serta kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, A. I., Akbar, M. F. R., & Suparmi. (2024). Manfaat dan Tantangan KKN Sebagai Wadah Pengembangan Diri dan Pengabdian Kepada Masyarakat. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 6676–6688. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Fatimah, Riyadh, S. R., Siregar, F. S. M., & Sirait, F. H. (2025). Analisis Pengembangan UMKM Keripik Tempe di Desa Tanjung Putus untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 372–383. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v4i2.5105>
- Fatmala, N. I., & Anwar, M. (2024). Strategi Branding pada UMKM Salad Buah Bintang Desa Mlorah Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(3), 3190–3195. <https://doi.org/10.55338/jpkmn>
- Fauzi, M., Retno Adiwati, M., & Hadi Suharjo, R. J. (2024). Pengembangan Strategi Branding Merek pada UMKM Salad Buah Bu Mega Di Kelurahan Kedung Baruk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2192–2196. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2564>
- Huddin, M. N., Sukirno, S., Wajdi, F., & Arlofa, N. (2025). Transformasi Pemasaran UMKM: Strategi Branding dan Digital Marketing pada Usaha Emping Bu Mulyati UMKM Kota Serang. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2, 125–131. <https://doi.org/10.30656/senama.v2i.90>
- Limonu, M., & Kasim, R. (2023). Inovasi Teknologi Pangan Olahan Berbahan Dasar Kacang Tanah Di Desa Mokonowu Kecamatan Monano. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Pertanian*, 2(2), 247–253.
- Marta, H., & Tensiska. (2015). Sosialisasi Pemanfaatan Kacang Tanah dalam Pembuatan Mentega Kacang di Desa Cisitua dan Penanganan Limbah Cair Industri Tahu dii Desa Situmekar Kecamatan Cisitua Kabupaten Sumedang. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 4(2), 98–103.
- Narundana, V. T., Anggalana, Susilowati, Waskito, B., Redaputri, A. P., & Santoso, N. A. (2024). Peningkatan Keterampilan UMKM Desa Ganjar Asri, Kota Metro melalui Pelatihan Pembuatan Harga Pokok Produksi. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 669–677. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.7928>
- Nugroho, A. A. (2017). Pembangunan Ekonomi Berbasis Potensi Wilayah dan Pemberdayaan Masyarakat: Analisis Pengembangan Ekonomi Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pembangunan Dan Kebijakan Publik*, 8(2), 30–36. www.journal.uniga.ac.id
- Pradana, N. M. N., & Wardhanani, N. I. K. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Sosialisasi dan Dalam Upaya Meningkatkan Branding UMKM Kelurahan Medokan Ayu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 498–503. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2571>
- Putri, D. A., Ramadhan, R., Anjelani, R., Lidiya, L., Syarini, S., & Lastri, P. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM dengan Strategi Branding melalui Digital Marketing dan Desain Visual: Implementasi Program KKM-PKM. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 160–168. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v5i1.5877>
- Qadisyah, M., Hasanah, A., Hanum, H., & Harahap, N. (2023). Peran UMKM Dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Deli Serdang. *Maninvest : Jurnal Manajemen, Ekonomi, Kewirausahaan, Dan Investasi*, 1(2), 159–168. <https://doi.org/10.37832/maninvest.v1i2.58>

- Rachman, A., & Wardana, R. A. (2024). Pendampingan Penentuan HPP (Harga Pokok Penjualan) Dan Rebranding UMKM Sari Tebu “Segar Alami.” *IPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.62734/ipm.v1i1.244>
- Sumiyati, Susanti, I., Hastuti, Rosmiati, M., & Ruhana, N. (2024). Pelatihan dan Pendampingan UMKM Desa Cigugurgirang, dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(3), 3732–3741. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i3.3778>
- Suryadi, R. F. (2023). Central Publisher Peran Umkm Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Studi Kasus Di Indonesia. *Central Publisher*, 1(9), 1096–1102. <http://centralpublisher.co.id>
- Susanti, & Kurniati, E. (2025). Analisis Pengembangan Wilayah Berbasis Potensi Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Daerah di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 274–297. <https://doi.org/10.59827/jie.v4i1.224>
- Suwito, A. F. K. (2024). Strategi Pemberdayaan Umkm Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Ranugedang Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 187–193. <https://doi.org/10.47233/jpmittc.v3i2.2314>
- Widodo, A., Susanty, A. I., Pangarso, A., Yusiana, R., & Aziz, F. (2024). BRANDING DAN DESAIN ULANG KEMASAN PRODUK UMKM PADA KOMUNITAS UMKM DESA LENGKONG. *Communnity Development Journal*, 5(2), 2815–2820. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.23450>
- Wijaya, A., & Munandar, A. (2026). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF KEBIJAKAN PUBLIK: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS. *Jurnal PAPATUNG*, 9(1), 127–139. <https://doi.org/10.54783/japp.v9i1.1567>