

OPTIMALISASI BRANDING UMKM LOKAL MELALUI PELATIHAN DESAIN MANDIRI DENGAN APLIKASI CANVA: STUDI KASUS PADA UMKM DI DESA LABUAN PANDAN

Optimizing Local Sme Branding Through Independent Design Training Using The Canva Application: A Case Study Of Smes In Labuan Pandan Village

Filzah Hannani Kusumanegara^{1*}, Dewi Sartika Ndruru², Kholillah Lailatil Qadri Salman³, M. Rinaldi Luthfi⁴, Linda Aulia⁵, Ririn Feranita⁶, Rosinta Laili Apriliani⁷, Deden Prabowo⁸, Lalu Danang Putrayadi⁹, Nur Aini Azizah Zain¹⁰

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram¹, Program Studi Manajemen Universitas Mataram², Program Studi Farmasi, Universitas Mataram³, Program Studi Teknik Sipil, Universitas Mataram⁴, Program Studi Akuntansi, Universitas Mataram⁵, Program Studi PGSD, Universitas Mataram⁶, Program Studi Agribisnis, Universitas Mataram⁷, Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Mataram⁸, Program Studi Agribisnis, Universitas Mataram⁹, Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Mataram¹⁰

Jl. Majapahit No.62 Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83115

Informasi artikel	
Korespondensi	: Filzahhannani25@gmail.com
Tanggal Publikasi	: 27 Agustus 2025
DOI	: https://doi.org/10.29303/wicara.v3i4.8839

ABSTRAK

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berperan penting dalam mendukung pengembangan masyarakat, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, namun masih menghadapi tantangan rendahnya literasi digital sehingga kesulitan bersaing di era Revolusi Industri 4.0. Kegiatan KKN yang dilaksanakan di Desa Labuan Pandan, Kecamatan Sambelia, Kabupaten Lombok Timur, bertujuan memberdayakan UMKM melalui pelatihan keterampilan desain digital sebagai strategi penguatan branding dan pemasaran. Metode kegiatan dilakukan secara bertahap melalui persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut, meliputi survei kebutuhan UMKM, penyusunan modul, workshop hands-on menggunakan aplikasi Canva, serta evaluasi melalui kuesioner, wawancara, dan observasi langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan digital pada empat dari lima UMKM yang mengikuti pelatihan penuh, dengan capaian berupa pembuatan logo, label produk, dan spanduk promosi sederhana. Dampak nyata yang dirasakan adalah meningkatnya kemandirian, efisiensi biaya dan waktu promosi, serta kreativitas dalam mengembangkan branding usaha. Dengan demikian, pelatihan desain menggunakan Canva terbukti efektif untuk

meningkatkan kapasitas UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi sekaligus membuka peluang akses pasar yang lebih luas.

Kata kunci: UMKM, Canva, branding, digitalisasi, KKN

ABSTRACT

The Community Service Program (KKN) is an implementation of the Tri Dharma of Higher Education that plays an important role in supporting community development, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs contribute more than 60% to Indonesia's Gross Domestic Product (GDP), yet they still face challenges due to low digital literacy, which hinders their competitiveness in the era of the Industrial Revolution 4.0. The KKN program conducted in Labuan Pandan Village, Sambelia District, East Lombok Regency, aimed to empower MSMEs through digital design training as a strategy to strengthen branding and marketing. The method was carried out in several stages including preparation, implementation, evaluation, and follow-up, covering needs assessment, module preparation, hands-on workshops using Canva, as well as evaluation through questionnaires, interviews, and direct observation. The results showed an increase in digital skills among four out of five MSMEs who fully participated in the program, producing new logos, product labels, and simple promotional banners. The tangible impacts were increased independence, cost and time efficiency in promotion, and greater creativity in developing business branding. Therefore, Canva-based design training proved effective in enhancing the capacity of MSMEs to face digitalization challenges while opening wider market opportunities.

Keywords: MSMEs, Canva, branding, digitalization, KKN

PENDAHULUAN

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menopang perekonomian nasional tidak dapat diragukan lagi. Data menunjukkan bahwa sektor ini berkontribusi lebih dari 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia dan memiliki keunggulan fleksibilitas yang memungkinkannya bertahan menghadapi fluktuasi ekonomi global, bahkan saat terjadi resesi. Namun, di tengah pesatnya laju revolusi Industri 4.0, UMKM menghadapi dilema kritis: mereka harus berintegrasi dengan ekosistem digital atau berisiko tertinggal. Laporan menunjukkan bahwa sekitar 50% pelaku UMKM di Indonesia terancam gulung tikar akibat rendahnya literasi digital dan ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan model bisnis berbasis teknologi.

Kesenjangan ini menjadi masalah strategis yang perlu diatasi secara sistematis. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) hadir sebagai salah satu instrumen penting dari implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan masyarakat, termasuk membantu UMKM melakukan transformasi digital. Dengan mengaplikasikan ilmu dan kemampuan analisis yang dimiliki mahasiswa, program KKN dapat berfungsi sebagai intervensi yang terarah untuk memperkuat fondasi ekonomi di tingkat mikro. Lebih dari sekadar kegiatan pengabdian, ini adalah upaya untuk memberikan solusi praktis terhadap tantangan struktural yang dihadapi oleh jutaan pelaku usaha di seluruh negeri.

Desa Labuan Pandan merupakan salah satu dari 11 desa yang ada di kecamatan Sambelia, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Desa

Labuan Pandan memiliki 6 dusun yang terdiri dari dusun Pulus, dusun Tarum, dusun Veteran, dusun Labuan Pandan Induk, dusun Labuan Pandan Tengah, dan dusun Bagek Elok. Luas wilayah Labuan Pandan adalah 18,40 km² atau 7,50% dari luas wilayah kecamatan Sambelia. Batas-batas wilayah Labuan Pandan menurut mata angin adalah sebagai berikut:

Batas	Desa/Kelurahan
Sebelah Utara	Desa Dadap
Sebelah Selatan	Desa Padak Guar
Sebelah Barat	Desa Sambelia, Desa Bagik Manis
Sebelah Timur	Pantai Berandangan Labuan Pandan

Gambar 1. Peta Wilayah Desa Labuan Pandan



Mayoritas masyarakat Labuan Pandan memiliki mata pencaharian sebagai petani dan nelayan, namun dalam beberapa tahun terakhir mulai muncul aktivitas ekonomi kreatif yang diinisiasi oleh masyarakat secara mandiri, antara lain berupa usaha Meubel kayu, kerajinan sapu lidi, serta produk-produk makanan yang bersifat musiman seperti abon ikan, keripik pisang, dan aneka olahan rumahannya. UMKM ini sebagian besar dikelola secara mandiri oleh masyarakat yang memiliki semangat berwirausaha namun terkendala keterampilan dalam pengelolaan merek dan pemasaran produk secara modern.

Potensi besar dari UMKM milik desa Labuan Pandan ini sayangnya belum dapat berkembang secara maksimal karena berbagai hambatan, seperti belum adanya identitas produk yang kuat (branding), kemasan yang menarik, serta kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasarannya. Produk-produk tersebut pada umumnya masih dipasarkan secara terbatas dalam skala lokal dan disebar dari mulut ke mulut tanpa strategi promosi yang mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Di sisi lain, tren belanja online dan pemasaran digital kini menjadi kunci penting dalam memperluas skala pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Pilihan untuk memberdayakan sektor UMKM dibandingkan sektor pertanian dan perikanan dalam program KKN ini bukanlah tanpa alasan. Sektor pertanian dan perikanan meskipun menjadi penghidupan utama, memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap musim, cuaca, dan kondisi alam lainnya. Sementara itu, sektor UMKM ekonomi kreatif lebih fleksibel dan bisa dikembangkan secara langsung melalui pelatihan keterampilan, pendampingan manajemen usaha, dan pemanfaatan teknologi digital.

Oleh karena itu, melalui program kuliah kerja nyata ini, mahasiswa hadir untuk mendampingi pelaku UMKM di Desa Labuan Pandan dalam mengembangkan strategi branding dan digitalisasi pemasaran. Usaha ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal, memperluas pasar, dan mendorong terciptanya wirausaha mandiri di desa. Dengan pendekatan edukatif dan partisipatif, kegiatan ini akan menjadi langkah awal menuju desa yang lebih kreatif, mandiri, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan program ini adalah agar UMKM dapat meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif, efisiensi biaya promosi, penghematan waktu, dan peningkatan citra merek yang lebih profesional. Kemudian mahasiswa juga dapat mengimplementasikan dan mengembangkan kemampuan analisis dan pemecahan masalah di lapangan, serta kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan masyarakat dan ekonomi lokal.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan program KKN di Desa Labuan Pandan dilakukan dalam beberapa tahapan yang terstruktur dan sistematis.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan fondasi utama yang menentukan kelancaran seluruh program. Tahap ini dilaksanakan dengan seksama untuk memastikan pelatihan dapat menjawab kebutuhan nyata para pelaku UMKM di Desa Labuan Pandan. Persiapan dilakukan melalui beberapa langkah strategis:

a. Identifikasi dan Survei Awal

Langkah pertama diawali dengan observasi dan pendekatan langsung kepada para pelaku UMKM di Desa Labuan Pandan. Tim KKN melakukan identifikasi untuk memetakan jenis usaha, produk yang dihasilkan, serta metode pemasaran yang selama ini digunakan. Survei ini bertujuan untuk memahami tingkat literasi digital bisnis dan kebutuhan spesifik mereka, khususnya dalam hal pembuatan desain logo dan branding untuk meningkatkan daya saing usaha. Dari survei ini, teridentifikasi 5 UMKM yang memiliki potensi untuk berkembang semakin maju namun masih membutuhkan pendampingan dalam hal desain dan pemasaran digital.

b. Koordinasi dan Sosialisasi dengan Pihak Terkait

Setelah data terkumpul, anggota kelompok KKN melakukan koordinasi dengan pihak pemerintah desa Labuan Pandan dengan tujuan untuk menyampaikan rancangan program, mendapatkan persetujuan, serta dukungan untuk kelancaran aktivitas. Pertemuan juga diadakan dengan kelima pelaku UMKM yang telah teridentifikasi untuk melakukan sosialisasi program pelatihan, menjajaki minat dan kesediaan mereka untuk berpartisipasi, serta menyepakati waktu dan lokasi pelaksanaan yang paling sesuai.

c. Penyusunan Materi

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, disusunlah materi pelatihan yang relevan, praktis, dan mudah diikuti. Materi difokuskan pada pengenalan dasar branding dan penggunaan aplikasi Canva sebagai alat utama untuk membuat desain mandiri, dengan penekanan pada pembuatan logo, label, dan spanduk. Materi dirancang secara bertahap, dari pengenalan secara langsung mengenai aplikasi Canva hingga teknik editing sederhana, agar peserta dapat

mengikuti dengan baik meski memiliki latar belakang kemampuan digital yang beragam. Hal ini juga disebabkan karena aplikasi Canva sendiri mudah digunakan bagi para pemula dalam hal desain karena memiliki ribuan template yang beragam.

d. Persiapan Logistik dan Infrastruktur

Mempertimbangkan kondisi di lokasi pelatihan, anggota kelompok KKN turtu mempersiapkan segala kebutuhan teknis, seperti menyiapkan laptop dan proyektor untuk menampilkan presentasi dan demonstrasi penggunaan Canva. Yang terpenting, anggota kelompok KKN juga mengantisipasi kemungkinan keterbatasan perangkat pada peserta dengan menyiapkan handphone milik anggota KKN yang telah terinstal aplikasi Canva untuk digunakan bersama selama sesi pelatihan berlangsung serta hotspot seluler untuk mengantisipasi jaringan internet yang lemah. Hal ini dilakukan untuk memastikan semua peserta, tanpa terkecuali, dapat melakukan praktik secara langsung.

1. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini, anggota kelompok KKN dibagi menjadi beberapa kelompok kecil sebagai penanggung jawab dari UMKM yang telah dipilih. Pelatihan dilaksanakan secara *door to door*, yakni mengunjungi rumah pelaku usaha secara satu persatu sesuai dengan hari dan waktu yang telah disepakati Bersama dengan anggota kelompok KKN. Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk sesi diskusi ringan serta tukar pendapat bersama dengan pelaku UMKM. Pelatihan dilaksanakan dalam 3 tahap diskusi, dengan pembagian seperti berikut:

- a. Tahap 1: tanya-jawab ringan Bersama dengan pelaku UMKM mengenai pentingnya memiliki logo, label, atau spanduk dalam usaha. Pada tahap ini, anggota kelompok KKN mulai mengenalkan tentang aplikasi Canva serta kegunaannya bagi usaha.
- b. Tahap 2: Setelah mengenal aplikasi Canva, pelaku usaha diajak untuk mendaftarkan akun pada aplikasi tersebut, dan mulai menjelajahi template-template logo, label, atau spanduk yang diinginkan untuk di desain lebih lanjut.
- c. Tahap 3: Setelah memilih template yang diinginkan, pemilik usaha mulai mendesain isi, font, dan warna yang diinginkan dengan didampingi secara intensif oleh anggota kelompok KKN yang bertanggung jawab pada UMKM tersebut

2. Tahap Evaluasi dan Pengukuran

Keberhasilan Untuk mengukur dampak dan efektivitas kegiatan, tim KKN menerapkan metode evaluasi kuantitatif. Metode Kualitatif dilakukan dengan cara mewawancarao secara mendalam kepada pihak UMKM untuk mendapatkan testimoni personal mengenai manfaat pelatihan bagi usaha mereka. Observasi langsung juga dilakukan untuk melihat sejauh mana peserta dapat menerapkan materi pelatihan secara mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pembuatan logo dan desain kemasan diselenggarakan oleh kelompok KKN PMD Universitas Mataram mulai dari tanggal 24 Juli 2025 sampai dengan tanggal 28 Juli 2025. Pada pelatihan ini, kelompok KKN mengubah materi yang disampaikan menjadi pemberian pelatihan mengenai bagaimana mendesain logo,

label, atau spanduk usaha, menyesuaikan dengan yang apa dibutuhkan oleh pihak UMKM saat itu.

Gambar 2. Pelatihan mengenai pembuatan logo, label, dan spanduk usaha melalui aplikasi Canva di dusun Pulur



Pada sesi pelatihan ini, terdapat kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti:

1. Jaringan internet yang kurang memadai.
2. Login pada aplikasi yang cukup sulit, karena pihak UMKM tidak mengingat *username* dan *password* akun email yang dimiliki.

Oleh karenanya dalam mengatasi kendala tersebut, kelompok KKN memberikan bantuan berupa hotspot seluler kepada para pelaku UMKM serta membantu meminjamkan akun Canva milik anggota kelompok KKN untuk digunakan selama pelatihan berlangsung.

Hasil dari pelatihan ini, terdapat 3 UMKM yang berhasil mendesain 3 logo dan 1 spanduk usaha dan sudah digunakan pada usaha miliknya masing-masing. Logo yang dihasilkan umumnya sederhana namun mencerminkan identitas usaha, seperti penggunaan simbol atau warna yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan. Sementara itu desain banner yang dibuat dapat digunakan untuk keperluan promosi secara offline.

Gambar 3. Hasil desain logo untuk usaha jual-beli ikan milik ibu Ratih Purwasih



Gambar 4. Hasil desain dan cetak banner untuk usaha jual-beli ikan milik ibu Ratih Purwasih



Gambar 5. Hasil desain dan pemasangan logo usaha Warung P Baiq milik Ibu Rosa



Gambar 6. Hasil desain logo usaha Warung Mama Fathi milik mbak Puspa



KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program KKN di Desa Labuan Pandan telah memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan kapasitas masyarakat, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah. yang telah dijalankan terbukti mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan partisipasi masyarakat desa. Pelatihan terkait digitalisasi UMKM khususnya desain logo dan kemasan melalui Canva berhasil membuka wawasan pelaku UMKM terhadap pentingnya teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan peningkatan branding usaha. Walaupun masih ada keterbatasan, seperti minimnya alat pendukung dan rendahnya tingkat adopsi pada sebagian UMKM, seluruh pihak UMKM menunjukkan keinginan yang kuat dan kemajuan yang positif dalam mengikuti setiap program literasi digital usaha yang telah disampaikan.

Dalam hal ini, saran dari kelompok KKN PMD Universitas Mataram periode Juni – Agustus 2025 adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat terus melanjutkan dan mengoptimalkan penggunaan media digital yang sudah diperkenalkan dalam pelatihan, sehingga pemasaran produk semakin luas
2. Perlu adanya dukungan fasilitas berupa jaringan internet yang memadai serta pelatihan berkelanjutan dari pihak yang berkompeten agar pelaku UMKM semakin semangat dalam mengembangkan usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Pemberdayaan Masyarakat Universitas Mataram Tahun 2025 di Desa Labuan Pandan dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

Anggota KKN menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari awal Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) 8 Juli 2025 sampai dengan akhir kegiatan 21 Agustus 2025 dengan penuh kerendahan hati, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Chri Van Investments, PT. Autore Pearl, PT. Pamae, dan PT. PBSB selaku penyandang dana yang telah memberikan dukungan penuh melalui pendanaan terhadap berbagai program kerja tambahan yang kami laksanakan.
2. Kepala Desa Labuan Pandan beserta seluruh perangkat desa yang selalu memberikan dukungan, arahan, serta fasilitas demi kelancaran kegiatan KKN ini.
3. Pemuda Desa Labuan Pandan yang senantiasa mendampingi, berkolaborasi, dan menjadi mitra kerja yang solid dalam setiap kegiatan.
4. UMKM Desa Labuan Pandan yang telah berkenan bekerja sama, membuka ruang pembelajaran, serta memberikan kesempatan bagi kami untuk turut serta dalam proses pemberdayaan dan pengembangan usaha lokal.
5. Seluruh anggota kelompok KKN PMD Universitas Mataram desa Labuan Pandan 2025 yang telah mau aktif berkontribusi serta mencari Solusi dalam segala kegiatan serta kendala apapun yang dihadapi dalam pendampingan UMKM.

Segala dukungan, bantuan, serta kerja sama yang telah diberikan sangat berarti bagi keberhasilan program ini. Kami menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, kegiatan KKN ini tidak akan dapat berjalan dengan baik. Semoga segala

kebaikan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, besar harapan kami agar jalinan kerja sama dan silaturahmi ini dapat terus terpelihara, serta membawa manfaat yang nyata bagi masyarakat Desa Labuan Pandan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Timur. (2015). Kecamatan Sambelia Dalam Angka. Diakses pada 6 Juni 2025
- Chyntia, E., & Maisyarah, S. (2025). Dampak Sistem Pembayaran Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Solusi*, 23(2), 241-259.
- Fifaldyovan, M. I., Dewi, S. M., & Kartikasar, R. D. A. (2024). Pelatihan Canva untuk Optimalisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM. *POTENSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 81-87.
- Huizen, L. M., Christioko, B. V., & Handayani, T. (2023). Pemanfaatan aplikasi Capcut untuk membuat video digital marketing sebagai strategi promosi inovatif produk UMKM. *Jurnal DIMASTIK*, 1(2), 133-145.
- Jadesta Sisparnas. (tanpa tahun). Desa Wisata Labuan Pandan. Diakses pada 6 Juni 2025 melalui
- Mulyono, R., Rejokiriono, R., Maryono, M., Purbonuswanto, W., Djufri, E., Prasetyaningtyas, S. W., ... & Irmayanto, D. (2024, September). Rebranding media promosi UMKM melalui pembuatan banner dan pemanfaatan Google Maps untuk menarik minat pelanggan. In *AMONG: Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, pp. 11-18).
- Mustika, M., Rohmatulloh, I., Fernata, A. D., Danitta, N. R., Safitri, M. F., Ferdhika, G., ... & Putri, A. T. (2025). Membangun Identitas Merek yang Kuat Melalui Pelatihan Canva untuk UMKM di Kampung Badran Sari. *Madaniya*, 6(2), 967-977.
- Novita, D., Amelia, L., & Kesuma, D. P. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pembuatan Logo Produk Usaha Rumahan. *FORDICATE*, 3(1), 82-91.
- Nugroho, R. H., & Andarini, S. (2020). Strategi pemberdayaan UMKM di pedesaan berbasis kearifan lokal di era industri 4.0 menuju era society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 5(2), 576-594.
- Prasetyo, H., & Rahmawati, S. (2023). Strategi branding dan digital marketing pada UMKM untuk membangun identitas brand di Desa Nglebak. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Indonesia Widyakarya*, 1(2), 15-29.
- Ridwan, I. M. (2019). Penerapan digital marketing sebagai peningkatan pemasaran pada UKM Warung Angkringan 'WAGE' Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 137-142.
- Safitri, D. (2022). Pemanfaatan copywriting untuk meningkatkan brand awareness usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). In *Prosiding Seminar Nasional Wijayakusuma National Conference* (Vol. 3, No. 1, pp. 30-34).
- Sari, D. P., & Wijaya, A. (2024). Analisis strategi pemasaran UMKM sandal era digital: Studi kasus Juan Jaya Sandals di Kabupaten Bogor. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(4), 32-48.
- Satrio, Y. D., Dewana, T. I., & Muji, A. (2024). Manfaat Teknologi Digital Payment QRIS bagi UMKM. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(1), 32-39.

Vydia, V., Hendrawan, A., Huizen, L. M., & Cholil, S. R. (2025). STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM: MEMBANGUN BRANDI NG ONLINE DAN KONTEN MENARIK UMKM RW. 15 TANJUNG MAS SEMARANG UTARA. *Jurnal DIMASTIK*, 3(2), 115-125.

Website Resmi Desa Kabuan Pandan. Diakses pada 6 Juni 2025 melalui <https://www.desalabuanpandan.web.id/lapak>