



JURNAL ABDI INSANI

Volume 13, Nomor 2, Februari 2026

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



DIGITAL BRANDING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KELURAHAN NAMASINA KECAMATAN KOTA MASOHI KABUPATEN MALUKU TENGAH

Digital Branding for Micro, Small and Medium Enterprises in Namasina Village, Masohi District, Central Maluku Regency

**Audry Leiwakabessy^{1*}, Sherly Lewerissa², Lisnawati Samir³, Yulia Damayanti Arey⁴,
Thania Napitupulu⁵, Ghita Dasha Maryan Raba⁵**

¹Politeknik Negeri Ambon ²Jurusan Teknologi Hasil Perikanan, ³Program Akuntansi, ⁴Ilmu Hukum, ⁵Pendidikan Kedokteran Universitas Pattimura
Jalan Ir. M. Putuhena, Wailela, Rumahtiga, Kec. Teluk Ambon

*Alamat korespondensi: audryleiwakabessy@gmail.com

(Tanggal Submission: 26 November 2025, Tanggal Accepted : 26 Februari 2026)



Kata Kunci :

UMKM, Digital Branding, Kelurahan Namasina, Kota Masohi

Abstrak :

Dalam era digital saat ini, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat bersaing secara efektif di pasar. Namun banyak pelaku UMKM yang belum memiliki identitas digital seperti logo usaha dan lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps, sehingga sulit dijangkau oleh konsumen. Kegiatan ini dilaksanakan di kelurahan Namasina, kecamatan kota masohi, kabupaten Maluku tengah, yang sebagian besar masyarakatnya bergantung pada sektor UMKM. Tujuan kegiatan ini adalah membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan branding melalui pembuatan logo usaha dan pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Metode pelaksanaan meliputi tiga tahap, yaitu observasi, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap observasi dilakukan survei awal kepada pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan dan memberikan penjelasan tentang pentingnya logo serta lokasi digital. Tahap pelaksanaan mencakup pembuatan logo menggunakan aplikasi Canva sesuai karakteristik usaha dan pendaftaran lokasi di Google Maps. Tahap evaluasi dilakukan untuk memastikan logo telah bermanfaat bagi pelaku usaha dan lokasi usaha telah terverifikasi di Google Maps. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kelurahan Namasina memperoleh peningkatan pemahaman tentang pentingnya identitas digital serta manfaat promosi berbasis teknologi. Dengan adanya logo dan lokasi usaha yang terdaftar, produk UMKM menjadi lebih mudah dikenali dan diakses oleh konsumen. Kegiatan ini diharapkan dapat



mendorong peningkatan daya saing UMKM lokal serta menjadi langkah awal menuju transformasi digital bagi pelaku usaha di kelurahan Namasina.

Key word :

UMKM, Digital Branding, Namasina Subdistrict, Masohi City

Abstract :

In today's digital age, micro, small, and medium enterprises (MSMEs) are required to be able to adapt to technological developments in order to compete effectively in the market. However, many MSME players do not yet have a digital identity, such as a business logo and business location registered on Google Maps, making it difficult for consumers to find them. This activity was carried out in Namasina Village, Masohi District, Central Maluku Regency, where most of the community depends on the MSME sector. The purpose of this activity was to help MSMEs improve their branding by creating business logos and registering their business locations on Google Maps. The implementation method consisted of three stages, namely observation, implementation, and evaluation. The observation stage involved conducting a preliminary survey of MSME players to identify their needs and explain the importance of logos and digital locations. The implementation stage included creating logos using the Canva application in accordance with the characteristics of the business and registering the location on Google Maps. The evaluation stage was carried out to ensure that the logos were useful for business players and that the business locations had been verified on Google Maps. The results of the activity showed that MSME actors in Namsina Village gained a better understanding of the importance of digital identity and the benefits of technology-based promotion. With the logo and business location registered, MSME products became easier for consumers to recognize and access. This activity is expected to encourage an increase in the competitiveness of local MSMEs and be the first step towards digital transformation for business actors in Namsina Village.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Leiwakabessy, A., Lewerissa, S., Samir, L., Arey, Y. D., Napitupulu, T., & Raba, G. D. M. (2026). Digital Branding Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kelurahan Namasina Kecamatan Kota Masohi Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Abdi Insani*, 13(2), 1348-1356. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i2.3616>

PENDAHULUAN

Dalam Era Digital yang semakin berkembang pesat, pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dituntut untuk mampu beradaptasi dengan berbagai tujuan teknologi agar dapat bersaing dipasar dengan efektif dan efisien, selain hal itu usaha mikro Kecil dan menengah menjadi kunci kesejahteraan masyarakat menengah dengan memberikan lapangan kerja dan peluang besar bagi lulusan baru untuk dapat mengenal dunia kerja yang lebih praktis. Digital marketing adalah bentuk promosi yang menggunakan media online untuk meningkatkan kesadaran merek dan memasarkan produk atau jasa (Zulfikar, 2022). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara (Setyawan *et al.*, 2024). UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu sektor yang paling membutuhkan peningkatan usaha secara digital, karena memiliki kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. UMKM menyumbang sekitar 60,5% dari PDB (Product Domestic Bruto) dan menyerap sekitar 96,9% tenaga kerja nasional, sehingga peningkatan digitalisasi UMKM sangat penting untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya (Aftitah



& Hasanah, 2025).

Dalam industri bisnis, strategi branding produk yang efektif sangat penting untuk menciptakan citra yang positif di mata konsumen (Novita *et al.*, 2022). Strategi merek yang baik dapat membantu mengungkapkan identitas merek Anda, membuatnya lebih mudah dipahami dan diingat oleh konsumen. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti nama merek, desain logo, tagline, ikon, duta merek, dan suara/lagu merek. Semua aspek ini harus dipertimbangkan dengan cermat untuk memastikan bahwa merek Anda dapat tumbuh dan berkembang dengan cara yang menguntungkan bisnis dalam jangka panjang. Dengan demikian, strategi branding yang efektif dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi pilar utama dan berperan aktif dalam pengentasan kemiskinan yang berkelanjutan. Memberikan dampak positif bagi masyarakat untuk mencari alternatif lain dalam melihat peluang kerja yang sempit. Skala UMKM pun sangat beragam dan mudah untuk digeluti oleh semua lapisan, sehingga semua orang dapat mengambil bagian dalam berwirausaha dan mencari peluang baru.

Masalah pengurangan kemiskinan adalah salah satu tantangan paling besar yang terus dibahas oleh semua negara, khususnya negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Pendapat pakar dan penelitian yang ada tentang pengurangan kemiskinan menunjukkan bahwa negara memiliki banyak cara atau alternatif. Salah satu cara tersebut adalah melalui berbagai program yang fokus pada meningkatkan kemampuan dan keuangan, menciptakan kesempatan kerja, serta mengembangkan SDM bagi masyarakat yang kurang beruntung (Ardiyanti & Pratama, 2025).

Di Kelurahan Namasina yang terletak di Kecamatan Kota Masohi, Kabupaten Maluku Tengah, memiliki masyarakat yang sebagian besar berpenghasilan dari UMKM. Masyarakat Namasina memiliki jenis UMKM yang beragam dimulai dari Usaha Asongan, Usaha Kuliner, Usaha *Furnitur* atau perabotan rumah tangga, Kios, Usaha Roti, dll. Yang dimana usaha tersebut dikelola dengan baik. Namun pada kenyataan yang terjadi di Kelurahan Namasina, yang terletak di Kecamatan Kota Masohi, Kabupaten Maluku Tengah, yang memiliki para UMKM yang masih rendah pemahaman tentang kreativitas dalam pemasaran seperti a). Pengadaan logo UMKM yang membantu untuk *membranding* produk atau jualan yang akan dipasarkan. Logo merupakan maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui positioning, corporate culture, historis atau aspirasi (Lisurur & Swasti, 2024) b). Pendaftaran UMKM ke *Google Maps* agar memudahkan konsumen untuk memilih dan menjangkau tempat jualan atau UMKM dimaksud.

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di masyarakat sering kali terhambat oleh berbagai keterbatasan, terutama dalam hal pengetahuan dan promosi (Ernawati *et al.*, 2025). Sehingga penelitian ini menjadi penting dilakukan atas dasar membantu para UMKM untuk dapat memiliki *branding* sendiri sehingga menjadikan para UMKM yang ada di Kelurahan Namasina naik kelas dalam pembranding produk jualan, selain itu memberikan akses terbuka kepada para konsumen agar memiliki jangkauan yang terbuka untuk menjangkau produk atau jualan yang ingin dibelikan melalui *Google Maps*. Dalam hal ini memberikan kemudahan bagi para konsumen dan juga kepada pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Namasina, Kecamatan Kota Masohi, Kabupaten Maluku Tengah. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap masalah terkait pelaku UMKM yang belum memiliki *branding* sendiri berupa Logo dan pendaftaran lokasi UMKM ke *Google Maps*. Oleh karena itu kegiatan ini diharapkan bermanfaat untuk pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Namasina, dan memberikan masukan pada Kantor Kelurahan Namasina untuk lebih pro aktif dalam mengembangkan UMKM berbasis Kreatif.

METODE KEGIATAN

Waktu dan Tempat Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan pada 21 hingga 27 Oktober 2025 pukul 10.00 WIT hingga Selesai dengan sasaran UMKM di Kelurahan Namasina. Selain itu kegiatan ini juga melibatkan Mahasiswa KKN Universitas Pattimura Angkatan LII Gelombang I Tahun 2025/2026 serta Masyarakat Kelurahan Namasina, Kecamatan Kota Masohi Kabupaten Maluku Tengah Provinsi Maluku.



Gambar 1. Lokasi Pengabdian

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Adapun tahapan- tahapan yang dilaksanakan dalam kegiatan ini antara lain: 1) Observasi 2) Pelaksanaan dan 3) Evaluasi.

1. Observasi

Pada tahap observasi mahasiswa melakukan survei awal kepada para pelaku usaha yaitu UMKM yang berada di kelurahan Namasina yang akan menjadi sasaran pelaksanaan kegiatan. Mahasiswa juga menanyakan informasi terkait usaha yang sedang di jalankan, dan memberikan penjelasan mengenai pentingnya pembuatan logo dan penambahan lokasi usaha pada *Google Maps* dengan tujuan agar usaha lebih mudah dikenali.

2. Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, mahasiswa mendatangi para pelaku UMKM di tempat usaha satu persatu dan menjelaskan proses pembuatan logo dengan menambahkan nama usaha, nomor telepon dan penambahan *Google Maps*.

3. Evaluasi

Setelah logo selesai dibuat dan penambahan lokasi UMKM pada *Google Maps*, mahasiswa mengevaluasi kepada pelaku usaha agar logo yang diberikan sudah bermanfaat bagi pelaku usaha dan lokasi UMKM sudah terdaftar pada *Google Maps*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan kuliah kerja nyata untuk program penambahan logo usaha dan pendaftaran lokasi pada *Google Maps* untuk pelaku usaha yang dilaksanakan Di Kelurahan Namasina, Kecamatan Kota

Masohi, Kabupaten Maluku tengah. Pada tahap survei ini mahasiswa mendatangi pelaku UMKM pada lokasi usaha masing-masing dengan menanyakan kesediaan pelaku UMKM untuk dimintai data dan informasi terkait usahanya dengan tujuan untuk membantu pembuatan logo usaha, penambahan lokasi pada *Google Maps*.



Gambar 2. Survei UMKM

Pada Gambar 2. mahasiswa KKN menjelaskan pada pelaku usaha mengenai logo yang akan dibuat. Mahasiswa KKN menjelaskan pentingnya mempunyai logo, manfaat pembuatan logo dapat meningkatkan branding bagi pelaku usaha agar usahanya lebih dikenal oleh banyak orang, dan pelaku usaha mempunyai identitas agar usahanya dapat berbeda dengan usaha lainnya. Merek tidak hanya sekedar nama dan simbol, tetapi juga mewakili persepsi dan perasaan konsumen tentang produk dan semua propertinya, sehingga merek menjadi entitas yang ada dalam pikiran konsumen. Dengan kata lain, merek memiliki nilai emosional yang kuat dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Sriyuni, 2021).

Serta mahasiswa menjelaskan pentingnya penambahan Lokasi tempat Usaha pada *Google Maps* yang akan membantu konsumen dalam mencari lokasi tempat usaha dengan mudah. Mahasiswa menjelaskan proses pendaftaran lokasi usaha di *Google Maps*, tujuan penambahan lokasi usaha di *Google Maps* agar usaha UMKM gampang dicari oleh pelanggan. UMKM ini akan menjadi pemain utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, dan permodalan, sehingga mereka dapat menghadapi persaingan bebas dan memberikan kontribusi signifikan pada perekonomian (Febrianti & Mahadewi, 2023).

Setelah menjelaskan manfaat dari pembuatan lokasi pada *Google Maps* kepada pelaku usaha, mahasiswa lanjut menjelaskan langkah-langkah apa saja yang dibutuhkan dalam pendaftaran lokasi. Literasi digital dapat ditingkatkan melalui program sosialisasi dan workshop yang berfokus pada pemanfaatan teknologi dan media informasi dalam dunia usaha. Media sosial seperti Facebook, TikTok, dan Instagram dapat digunakan sebagai alat promosi yang efektif, sementara platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee dapat digunakan untuk mendukung sistem penjualan dan meningkatkan jangkauan pasar (Nainggolan *et al.*, 2020).

Pembuatan dan Penyerahan Logo UMKM

Setelah menjelaskan manfaat dari pembuatan logo kepada pelaku usaha. Yakni Identitas visual yang dibutuhkan sebuah UMKM, yang adalah simbol khas dari sebuah perusahaan, jasa, objek, ide, publikasi, orang, atau layanan (Rosyid, 2024) mahasiswa lanjut menjelaskan langkah-langkah apa saja yang dibutuhkan dalam pembuatan logo.

Langkah-langkah yang dibutuhkan dalam pembuatan logo yaitu:

- Nama usaha
- Kategori usaha

- Nomor telfon

Untuk pembuatan logo, mahasiswa KKN menggunakan aplikasi canva untuk mengedit logo untuk UMKM. Logo yang dibuat harus sesuai dengan jenis usaha dan minat dari pelaku usaha tersebut, berikut beberapa hasil logo yang berhasil di buat untuk pelaku UMKM baik itu logo awal dan logo kedua (Gambar 3 dan Gambar 4). Saat ini, pelaku UMKM masih lebih fokus pada kegiatan trading daripada branding, padahal kedua kegiatan tersebut memiliki nilai dan manfaat yang sama pentingnya untuk meningkatkan kesuksesan usaha (Alam *et al.*, 2023).



Gambar 3. Logo Pertama



Gambar 4. Logo Kedua

Setelah selesai dalam yang pembuatan logo, hal berikut yang dilakukan ialah pencetakan dan penyerahan logo kepada pelaku UMKM. Penambahan Lokasi UMKM pada *Google Maps* serta pengecekan ulang Lokasi pada *Google Maps*.

Penambahan Lokasi UMKM pada *Google Maps*

Setelah melakukan survey dan Pembuatan Logo UMKM. Selanjutnya adalah Penambahan lokasi UMKM pada *Google Maps*. Dilakukannya penambahan lokasi di *Google Maps* untuk UMKM yaitu untuk mempermudah orang-orang melakukan pencarian dan memberikan penilaian sehingga branding dari UMKM tersebut bisa meningkat serta menambahkan jumlah konsumen (Kudus, 2023). *Google Maps* juga mendorong partisipasi aktif pengguna melalui fitur interaktif, seperti "Add Place" untuk menambahkan lokasi baru, "Edit Map" untuk memperbaiki peta agar tetap akurat, (Insani *et al.*, 2022). Hal yang harus dilakukan ialah melengkapi syarat dan ketentuan, serta melakukan pendaftaran sesuai langkah-langkah pembuatan lokasi pada *Google Maps*. Syarat-syarat pendaftaran lokasi UMKM pada *Google Maps* yaitu:

- mempunyai akun Google aktif
- menyiapkan data lengkap dan valid mengenai usaha: nama usaha, kategori usaha, alamat lengkap, jam operasional, nomor kontak, foto lokasi usaha.

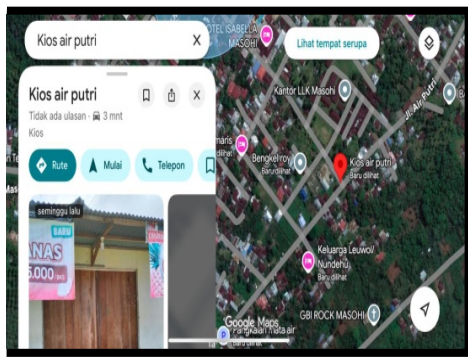
Selanjutnya langkah-langkah pendaftaran lokasi UMKM pada *Google Maps*:

- 1) Buka *Google Maps* lewat aplikasi di hp
- 2) Login ke akun Google anda
- 3) Cari lokasi atau tempat yang ingin didaftarkan
- 4) Jika belum ada, pilih opsi "tambah bisnis anda"
- 5) Isi data lokasi atau bisnis dengan lengkap: nama tempat, alamat, nomor telepon, kategori bisnis, dan detail lain seperti jam operasional, foto deskripsi
- 6) Sesuaikan lokasi titik koordinat pada peta agar tepat
- 7) Setelah mengisi data, kirim permintaan pendaftaran dengan menekan submit.

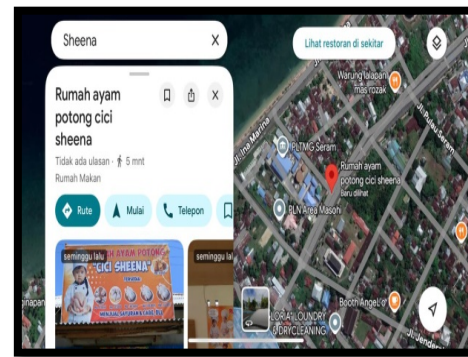
- 8) Google akan melakukan verifikasi, yang akan dikirim melalui nomor telepon
- 9) Setelah diverifikasi, lokasi atau bisnis akan muncul di Google Maps dan dapat diperbarui kapan saja.

Pengecekan ulang lokasi UMKM di Google Maps

Setelah selesai melakukan pendaftaran usaha pada Google Maps, selanjutnya mahasiswa KKN datang kembali ke tempat para pelaku usaha untuk mengecek kembali usaha yang telah didaftarkan pada Google Maps, memastikan bahwa informasi yang tercantum sudah akurat dan sesuai dengan kenyataan, serta membantu pelaku usaha memahami cara mengelola dan memperbarui informasi usaha mereka di Google Maps.



Gambar 5. Lokasi UMKM



Gambar 6. Lokasi UMKM

Dalam proses pengecekan ulang, mahasiswa KKN akan melakukan beberapa hal, seperti: 1). Memeriksa nama usaha, alamat, dan kontak yang tercantum pada Google Maps, 2). Memastikan bahwa lokasi usaha sudah tepat dan sesuai dengan alamat yang sebenarnya, 3). Memeriksa foto-foto usaha yang tercantum pada Google Maps, 4). Memastikan bahwa jam operasional dan hari libur usaha sudah sesuai, 5). Meminta pelaku usaha untuk memastikan bahwa informasi yang tercantum sudah akurat dan sesuai dengan kenyataan. Dengan melakukan pengecekan ulang, mahasiswa KKN dapat membantu memastikan bahwa informasi tentang UMKM yang tercantum pada Google Maps sudah akurat dan dapat dipercaya oleh pelanggan potensial. Melalui media digital, UMKM dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, menerima umpan balik secara langsung, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka (Albana & Santiko, 2023). Hal ini juga dapat membantu meningkatkan visibilitas dan kredibilitas UMKM di online. Banyak pelaku UMKM yang belum menyadari betapa pentingnya memanfaatkan digital marketing, sehingga target pasar mereka menjadi terbatas dan tidak berkembang (Laksana *et al.*, 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

UMKM di kelurahan Namasina masih rendah kreativitas dalam pemasaran dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Dengan kegiatan ini dapat membantu UMKM di Kelurahan Namasina, Kecamatan Kota Masohi, Kabupaten Maluku Tengah, untuk meningkatkan branding melalui pembuatan logo dan mempermudah akses pasar melalui pendaftaran lokasi usaha di Google Maps sehingga kegiatan ini menjadi bentuk pengabdian mahasiswa KKN angkatan LII gelombang I Kelurahan Namasina diharapkan dengan terlaksananya kegiatan ini pelaku usaha dapat meningkatkan branding secara berkelanjutan. Hasilnya, pelaku usaha memiliki identitas visual yang kuat melalui logo yang sesuai jenis usaha yang sesuai jenis usaha, dan lokasi usaha mudah ditemukan oleh konsumen. Ini membantu usaha UMKM lebih terkenal, meningkatkan branding dan akses pasar di era digital yang penting dalam daya saing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang memberikan dukungan dan membantu pelaksanaan Kegiatan pengabdian ini. Secara khusus, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada Bapak Lurah, dan seluruh staf di Kelurahan Namasina Kecamatan Kota Masohi Kabupaten Maluku Tengah. atas kesempatan, dukungan, serta kerja samanya selama proses KKN ini berlangsung. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang telah berpartisipasi aktif, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM dan pihak kelurahan, khususnya dalam meningkatkan pengetahuan *digital branding* bagi para pelaku usaha. Terima kasih atas semua bantuan dan waktu yang telah diberikan selama kegiatan ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aftitah, F. N., & Hasanah, K. (2025). Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Pada Tahun 2023. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32-43.
- Alam, W. Y., Anggrani, R. T., Saputri, N. S., Binardi, K. N., & Safitri, D. (2023). *Tren Kewirausahaan, Mengembangkan Bisnis, dan Digital Entrepreneur*. Sumedang: Mega Press Nusantara.
- Albana, I., & Santiko, I. (2023). Strategi Peningkatan Kemampuan Marketing Melalui Sosial Media Pada UMKM Bangkit Wilayah Banyumas. *Journal of Sustainable Communities and Development*, 1(1), 1-14.
- Ardiyanti, A., & Pratama, G. (2025). Peran Strategis Lembaga Keuangan Mikro dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Journal of Islamic Finance and Economics*, 2(01), 7-12.
- Ernawati, E., Zakariya, M. N., & Riski, M. (2025). Pemanfaatan Aplikasi Google Maps sebagai Bentuk Digitalisasi Pemasaran pada UMKM Warkop di Desa Pepelegi Sidoarjo. *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(2), 32-42.
- Febriyanti, N. K. R., & Mahadewi, K. J. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Kopi di Desa Biaung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan dan Pendidikan (JPM-IKP)*, 6(1), 1-5.
- Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. (2022). *Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari*. Surakarta: Warta LPM.
- Laksana, B. I., Anshori, A. M., & Haris, M. (2025). Digitalisasi Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Berbasis Potensi Lokal. *Dakwatul Islam*, 9(2), 222-249.
- Lisurur, N. A., & Swasti, I. K. (2024). Desain Logo Untuk Peningkatan Identitas Visual Pada UMKM Lesehan 12 Sirah Kencong. *Mestaka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 153-157.
- Mardiansyah, D., Fikri, I., Fauziyah, N., Fridayanti, A., Andini, P., Arrahman, B., & Rاپitri, J. F. D. (2023). Penambahan Lokasi UMKM dan tempat Umum Kedalam Geogle Maps di Nagari Tanjung Bonai Aur Kecamatan Sumpur Kudus. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4849-4855.
- Nainggolan, M. B. B., Pebrianti, R., Pratama, N. A., & Hanoselina, Y. (2025). Pemberdayaan Kewirausahaan Pada Era Digital di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(4), 845-860.
- Novita, D., Widayati, S., Irawati, D. R., Rokoyah, K., & Lusita, M. D. (2022). Strategi Digital Branding Yang Efektif Untuk UMKM Menggunakan Tiktok. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 3507-3512.
- Rosyid, I. A. (2024). *LKP: Perancangan Desain Logo UMKM sebagai Brand Awareness pada PT. Jarvis Indiaga Benar* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).



- Setyawan, R., Raharjo, B., & Dewayani, J. (2024). Governance in the Digital Era: Analyzing the Adoption of E-Government Services in Local Authorities Through Quantitative Methods. *Journal of Management and Informatics*, 3(3), 434-450.
- Sriyunike, S. (2021). Pengaruh Sense Marketing dan Think Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Toko Alfamart Dikota Palopo (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Palopo).
- Zulfikar, I. (2022). Building A Strong Brand: Marketing Strategy to Increase Brand Awareness and Consumer Loyalty. *Neo Journal of Economy and Social Humanities*, 1(4), 280-284.

