

Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Logo Serta Digitalisasi Operasional untuk Peningkatan *Branding* dan Efisiensi***Training and Assistance in Logo Creation and Operational Digitalization to Enhance Branding and Efficiency*****Saptaningsih Sumarmi*¹, Septi Tri Utami¹, Puput Sitrawati¹, Vika Angganingrum¹, Lia Agustin¹, Meilany Nonsi Tentua², Nova Kurnia¹**¹Manajemen, Fakultas Bisnis dan Hukum, Universitas PGRI Yogyakarta
Jl. PGRI 1 Sonosewu, Yogyakarta²Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Yogyakarta
Jl. PGRI 1 Sonosewu, Yogyakarta*Email: sapta@upy.ac.id

(Diterima 31-07-2025; Disetujui 19-09-2025)

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan branding dan efisiensi operasional Fazza Store melalui pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan logo serta digitalisasi operasional. Pelatihan pembuatan logo berfokus pada pengembangan identitas visual yang khas untuk memperkuat kehadiran pasar dan pengenalan merek Fazza Store. Sementara itu, pendampingan digitalisasi mencakup penerapan sistem berbasis teknologi untuk pengelolaan gudang dan penggajian karyawan guna meningkatkan efisiensi operasional. Program ini juga mencakup pengembangan sumber daya manusia agar staf mampu beradaptasi dengan perangkat dan proses digital. Dengan mengintegrasikan desain modern dan teknologi, inisiatif ini dirancang untuk memberdayakan Fazza Store agar lebih kompetitif dan terorganisir di pasar yang terus berkembang. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pelatihan langsung, pendampingan teknis, dan pengembangan kapasitas, yang menghasilkan peningkatan performa branding dan operasional Fazza Store.

Kata kunci: Logo, digitalisasi operasional, *branding*, manajemen gudang, penggajian karyawan

ABSTRACT

This community service program aims to enhance the branding and operational efficiency of Fazza Store through training and assistance in logo creation and operational digitalization. The logo creation training focuses on developing a distinctive visual identity to strengthen Fazza Store's market presence and brand recognition. Meanwhile, the digitalization assistance involves implementing technology-based systems for warehouse management and employee payroll to improve operational efficiency. The program also includes human resource development to ensure staff can effectively adapt to digital tools and processes. By integrating modern design and technology, this initiative seeks to empower Fazza Store to become more competitive and organized in a rapidly evolving market. The activities were conducted through hands-on training, technical assistance, and capacity-building workshops, resulting in improved branding and operational performance for Fazza Store.

Keywords: Logo, operational digitalization, branding, warehouse management, employee payroll

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, usaha mikro, kecil dan menengah, (UMKM) seperti Fazza Store menghadapi tantangan untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin dinamis. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya identitas merek yang kuat dan pengelolaan operasional yang efisien (Sumarmi et al., 2023). Padahal identitas merek sebagai ciri untuk membedakan suatu usaha dengan pesaingnya. Selain itu, banyak UMKM masih menggunakan metode manual dalam pengelolaan gudang dan penggajian karyawan, yang sering kali menyebabkan inefisiensi waktu, biaya, dan sumber daya. Identitas visual seperti logo yang profesional juga menjadi krusial untuk membangun kepercayaan pelanggan, dan meningkatkan daya saing di pasar. Namun UMKM memiliki keterbatasan akses untuk mengatasi tantangan tersebut. Urgensi dari kegiatan pengabdian ini didasarkan pada kebutuhan Fazza Store, untuk memperkuat branding melalui desain

logo yang menarik serta mengadopsi sistem digital untuk pengelolaan operasional guna meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

Berdasarkan tinjauan pustaka, beberapa studi dan program pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa digitalisasi operasional dapat meningkatkan efisiensi UMKM secara signifikan. Menurut (Henandra et al., 2025), implementasi sistem manajemen gudang berbasis teknologi dapat mengurangi kesalahan pengelolaan stok hingga 30%. Selain itu, pelatihan desain logo yang dilakukan dalam program pengabdian oleh (Fauzi et al., 2022; Sumarmi et al., 2021) berhasil meningkatkan pengenalan merek UMKM hingga 25% di pasar lokal. Pengembangan sumber daya manusia (SDM) juga menjadi faktor penting, seperti yang diungkapkan oleh (Dwi Yuliansyah Kusnadi et al., 2024), yang menyatakan bahwa pelatihan teknologi bagi karyawan UMKM dapat meningkatkan adaptasi terhadap sistem digital hingga 40%.

Referensi-referensi tersebut menegaskan bahwa kombinasi branding, digitalisasi, dan pengembangan SDM memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk: (1) memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan logo untuk memperkuat identitas merek Fazza Store, (2) mengimplementasikan sistem digital untuk pengelolaan gudang dan penggajian karyawan guna meningkatkan efisiensi operasional, dan (3) meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan teknologi agar mampu mengelola sistem digital secara efektif. Dengan pendekatan ini, Fazza Store diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional di pasar yang kompetitif.

BAHAN DAN METODE

Lokasi dan Waktu

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Fazza Store, sebuah UMKM yang berlokasi di dusun Siluk 1, Selopamiro, kecamatan Imogiri kabupaten Bantul. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi Fazza Store sebagai UMKM yang sedang berkembang, dan berasal dari desa kecil perbatasan kabupaten Gunung Kidul. Keberadaan UMKM ini menyerap banyak tenaga kerja dengan usia antara 20 – 25 tahun, dan saat ini dihadapkan tantangan dalam branding serta efisiensi operasional.

Kegiatan pengabdian ini berlangsung selama dua bulan, yakni pada bulan Maret dan April 2025, dengan jadwal pelaksanaan yang terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi. Tahap persiapan dilakukan pada awal Maret 2025, pelaksanaan utama berlangsung pada pertengahan bulan Maret 2025, dan evaluasi serta penyusunan laporan dilakukan pada April 2025. Kegiatan pelatihan secara luar jaringan diadakan pada hari minggu dengan waktu jam 10.00 – 14.00, atau disesuaikan dengan jadwal operasional Fazza Store.

Kelompok Sasaran

Kelompok sasaran dalam program pengabdian ini adalah pemilik Fazza Store, karyawan, dan tim operasional yang terdiri dari 12 orang, dengan rincian 1 pemilik, 4 karyawan gudang, 4 karyawan administrasi, dan 3 karyawan pemasaran. Mengingat pada hari Minggu, UMKM ini juga beroperasi, maka hanya 12 orang yang ditugaskan untuk mengikuti kegiatan. Pemilik dan karyawan dipilih sebagai sasaran karena mereka memiliki peran langsung dalam pengelolaan operasional dan pengembangan merek toko. Selain itu, karyawan yang terlibat dalam pengelolaan gudang dan penggajian menjadi fokus utama untuk pelatihan digitalisasi, sementara tim pemasaran dilibatkan dalam proses pembuatan logo untuk memastikan desain sesuai dengan visi merek Fazza Store.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik untuk memastikan informasi yang diperoleh relevan dan komprehensif. Teknik yang digunakan meliputi:

1. Wawancara: Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pemilik Fazza Store untuk mengidentifikasi kebutuhan branding, permasalahan operasional, dan tingkat keterampilan SDM terkait teknologi. Wawancara juga melibatkan karyawan untuk memahami tantangan dalam pengelolaan gudang dan penggajian.
2. Observasi: Observasi langsung dilakukan di lokasi Fazza Store untuk mengamati proses pengelolaan gudang, sistem penggajian manual, dan kebutuhan desain logo yang sudah ada. Observasi ini membantu tim pengabdian memetakan kelemahan operasional dan potensi perbaikan.

3. Kuesioner: Kuesioner disebarikan kepada karyawan untuk menilai tingkat pemahaman mereka terhadap teknologi digital dan kebutuhan pelatihan. Kuesioner menggunakan skala Likert (1-5) untuk mengukur persepsi karyawan terhadap efisiensi operasional sebelum dan sesudah pelatihan.

Data yang dikumpulkan mencakup informasi tentang proses operasional saat ini, kendala yang dihadapi, dan ekspektasi terhadap logo serta sistem digital yang akan dikembangkan.

Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Untuk data kualitatif dari wawancara dan observasi, analisis dilakukan dengan teknik analisis tematik, yaitu mengidentifikasi pola dan tema utama terkait kebutuhan branding, pengelolaan gudang, dan penggajian. Data kuantitatif dari kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif, seperti menghitung rata-rata dan persentase tingkat kepuasan serta pemahaman karyawan terhadap pelatihan. Hasil analisis digunakan untuk merancang modul pelatihan, desain logo, dan sistem digital yang sesuai dengan kebutuhan Fazza Store. Selain itu, analisis perbandingan dilakukan untuk membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan program, khususnya dalam hal efisiensi waktu pengelolaan gudang dan akurasi penggajian.

Penyajian Data

Data disajikan dalam bentuk narasi, tabel untuk memudahkan pemahaman. Data kualitatif dari wawancara dan observasi disusun dalam bentuk narasi yang menjelaskan temuan utama, seperti kendala operasional dan kebutuhan desain logo. Data kuantitatif dari kuesioner disajikan dalam tabel dan grafik batang untuk menunjukkan perubahan tingkat pemahaman dan kepuasan karyawan sebelum dan sesudah pelatihan. Selain itu, dokumentasi visual seperti foto kegiatan pelatihan, desain logo, dan antarmuka sistem digital juga disertakan untuk memperkuat penyajian hasil. Laporan akhir disusun dalam format yang sistematis, mencakup ringkasan temuan, proses pelaksanaan, dan dampak program terhadap Fazza Store.

Alat dan Bahan

Program pengabdian ini menggunakan alat dan bahan sebagai berikut:

1. Perangkat Keras:
 - a. Laptop (spesifikasi: Intel Core i5, RAM 8 GB, SSD 256 GB) digunakan untuk pelatihan desain logo dan pengembangan sistem digital. Laptop bisa digantikan dengan computer desktop, dan sebanyak 3 unit laptop disediakan untuk keperluan pelatihan.
 - b. Printer (spesifikasi: Inkjet, resolusi 4800 x 1200 dpi) digunakan untuk mencetak materi pelatihan dan prototipe desain logo.
 - c. Barcode Scanner (spesifikasi: USB, kecepatan scan 100 scan/detik) digunakan untuk mendukung implementasi sistem manajemen gudang berbasis digital.
2. Perangkat Lunak:
 - a. Adobe Illustrator 2024 digunakan untuk pelatihan desain logo, memungkinkan peserta menciptakan logo vektor yang profesional.
 - b. Microsoft Excel 2023 dan Google Sheets digunakan untuk merancang sistem penggajian sederhana berbasis spreadsheet yang dapat diakses secara online.
 - c. Odoo Community Edition (versi open-source) digunakan sebagai platform untuk pengembangan sistem manajemen gudang yang terintegrasi.
3. Bahan Pendukung:
 - a. Kertas A4 (80 gsm) untuk mencetak materi pelatihan dan prototipe logo.
 - b. Modul Pelatihan (berisi panduan desain logo, pengenalan sistem digital, dan manajemen SDM) disusun dalam format PDF dan cetak untuk dibagikan kepada peserta.
 - c. Alat Tulis (pulpen, buku catatan, dan spidol) untuk mendukung kegiatan pelatihan dan diskusi kelompok.

Prosedur Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilakukan dalam tiga tahap utama, dan disajikan pada gambar 1.



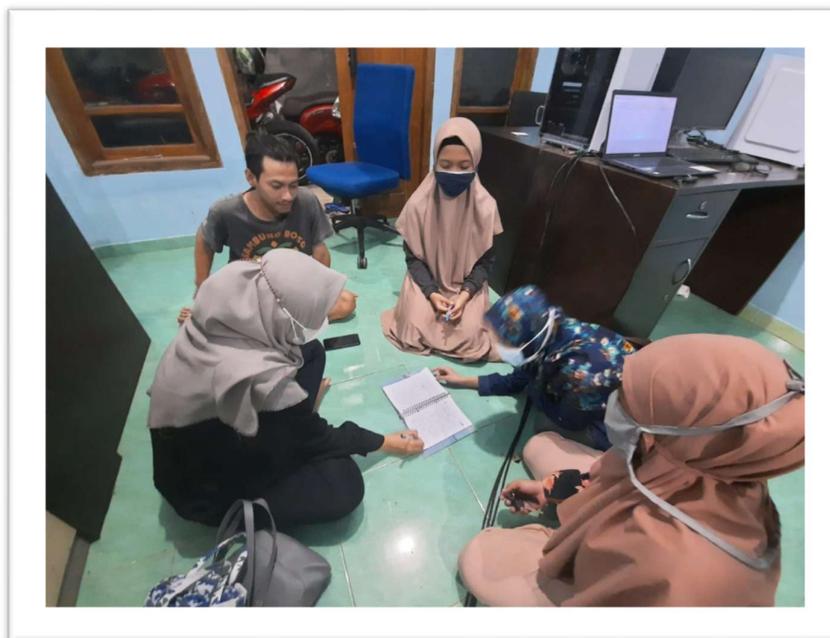
Gambar 1. Prosedur pelaksanaan kegiatan pengabdian

Gambar 1 menunjukkan prosedur pelaksanaan kegiatan pengabdian. Tahap persiapan dilaksanakan pada bulan Maret 2025. Pada tahapan ini, tim pengabdian melakukan pengumpulan data awal melalui wawancara dan observasi untuk memetakan kebutuhan Fazza Store. Modul pelatihan dan alat serta bahan disiapkan untuk pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya adalah tahap pelaksanaan yakni April 2025, yang diawali dengan melaksanakan pelatihan pembuatan logo menggunakan Adobe Illustrator, yang fokus pada prinsip desain dan identitas merek. Pendampingan digitalisasi dilakukan melalui pengenalan sistem manajemen gudang berbasis Odoo dan sistem penggajian berbasis spreadsheet. Pelatihan SDM mencakup penggunaan teknologi dan adaptasi terhadap sistem digital. Sesi dilakukan secara interaktif dengan metode ceramah, praktik langsung, dan diskusi kelompok.

Tahap Evaluasi dilakukan pada bulan Mei 2025, dengan mengevaluasi hasil pelatihan melalui kuesioner dan observasi untuk mengukur peningkatan efisiensi operasional dan kepuasan peserta. Desain logo final diserahkan kepada pemilik Fazza Store, dan sistem digital diuji coba untuk memastikan fungsionalitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan wawancara untuk mendapatkan perijinan dan analisis situasi dilaksanakan pada tanggal 3 Maret 2025, dan disajikan pada gambar 2. Pada kegiatan ini, pemilik usaha Solihin, menerima tim pengabdian dengan antusias, dan menaruh harapan untuk terselenggaranya kegiatan pelatihan dan pendampingan. Berdasarkan hasil analisis situasi, tim pengabdian mempersiapkan bahan dan material pendukung.

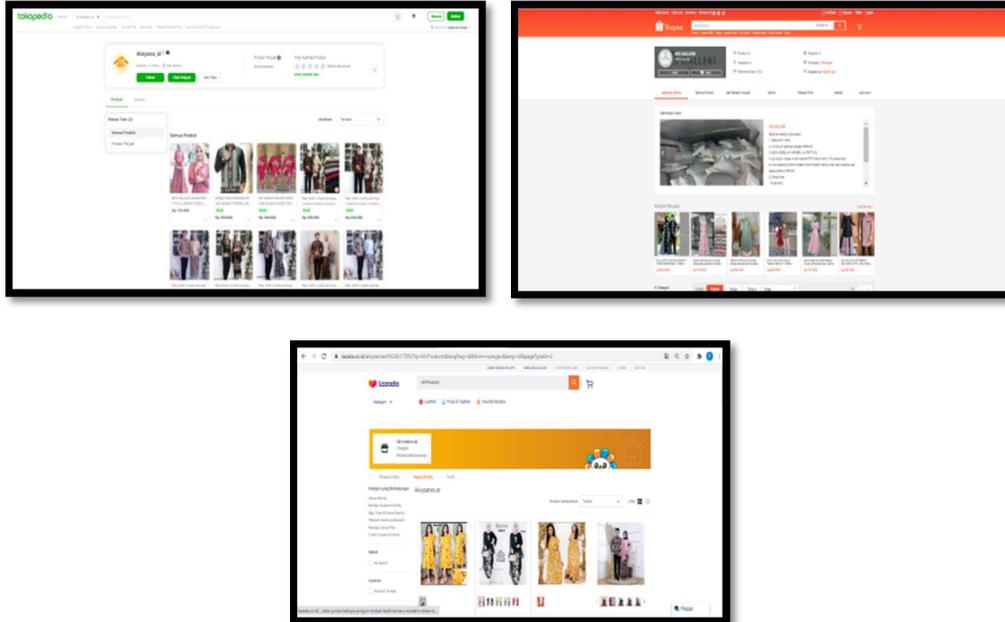


Gambar 2. Proses Wawancara dan Analisis Situasi

Tahapan pelaksanaan kegiatan diselenggarakan pada tanggal 16 Maret 2025, hari Minggu pukul 10.00 – 14.00 wib. Sebelum dilaksanakan pelatihan, tim pengabdian membagikan kuesioner untuk mengukur tingkat pemahaman awal terhadap teknologi digital. Berdasarkan hasil isian kuesioner pra-

pelatihan, menunjukkan bahwa 50% peserta berada pada tingkat rendah, 40% pada tingkat sedang, dan hanya 10% pada tingkat tinggi.

Setelah pengisian kuesioner, dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan logo dan diikuti dengan pembuatan marketplace secara online. Pelatihan dan sekaligus pendampingan, menghasilkan tiga desain logo yang diusulkan, dengan satu desain final dipilih oleh pemilik Fazza Store. Desain logo tersebut mengintegrasikan elemen visual yang mencerminkan nilai modernitas dan kepercayaan, sesuai dengan visi merek Fazza Store. Selanjutnya, tim pengabdian juga menambahkan materi untuk pembuatan market place online, dan juga melakukan praktik pendampingan dengan membuka market di Tokopedia, Shopee, dan Lazada.



Gambar 3. Display Store di Marketplace Tokopedia, Lazada, dan Shopee

Gambar 3, menunjukkan tampilan Fazza Store pada marketplace Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Sedangkan untuk digitalisasi operasional, sistem manajemen gudang berbasis Odoo Community Edition juga berhasil diimplementasikan, memungkinkan pelacakan stok secara real-time. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan pelatihan serta pendampingan untuk membuat sistem penggajian berbasis Google Sheets. Peserta dengan cepat mengikuti dan berhasil menerapkan, dan mengurangi waktu pengolahan data gaji dari rata-rata 3 hari menjadi 1 hari.



Gambar 4. Pelatihan dan Pendampingan Sistem Manajemen Gudang, dan Sistem Penggajian Berbasis Google Sheets

Setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan, dilakukan evaluasi dan diperoleh pemahaman karyawan terhadap teknologi digital, dengan peningkatan rata-rata skor pemahaman dari 2,5 (skala 1-5) sebelum pelatihan menjadi 4,0 setelah pelatihan. Tingkat motivasi peserta selama pelatihan diukur menggunakan kuesioner dan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Tingkat Motivasi Peserta

No	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Rendah	1	8.33
2	Sedang	2	16.67
3	Tinggi	9	75.00
Jumlah		12	100,00

Sumber: Data primer diolah (2025)

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas peserta (75%) memiliki motivasi tinggi selama pelatihan, sementara 16.67% berada pada tingkat sedang, dan hanya 8.33% menunjukkan motivasi rendah.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sistem digital yang diterapkan mengurangi kesalahan dalam pengelolaan stok gudang dari rata-rata 15% menjadi 5%. Selain itu, kepuasan pemilik Fazza Store terhadap logo baru mencapai 90% berdasarkan kuesioner pasca-pelatihan, menunjukkan bahwa desain logo berhasil mencerminkan identitas merek yang diinginkan.

Pembahasan

Hasil pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam branding dan efisiensi operasional Fazza Store. Pembuatan logo yang dilakukan melalui pelatihan berbasis Adobe Illustrator menghasilkan desain yang profesional, sejalan dengan temuan (Cokki et al., 2025), yang menyatakan bahwa logo yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan pengenalan merek hingga 25%. Dalam konteks Fazza Store, logo baru telah meningkatkan persepsi pelanggan terhadap merek, sebagaimana terlihat dari umpan balik positif selama uji coba penerapan logo di media sosial dan kemasan produk.

Digitalisasi operasional melalui sistem manajemen gudang dan penggajian juga menunjukkan hasil yang konsisten dengan temuan (Susano, 2024), yang menyebutkan bahwa teknologi digital dapat mengurangi kesalahan operasional hingga 30%. Dalam program ini, penerapan Odoo Community Edition memungkinkan pelacakan stok secara real-time, yang mengurangi waktu pencatatan stok dari 2 jam per hari menjadi 30 menit. Sistem penggajian berbasis Google Sheets juga mempercepat proses administrasi, yang sebelumnya dilakukan secara manual dan rentan terhadap kesalahan. Peningkatan efisiensi ini sejalan dengan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh (Rosyalia Widia Sofyan et al., 2023), yang berhasil meningkatkan efisiensi operasional UKM melalui digitalisasi hingga 35%.

Pengembangan SDM melalui pelatihan teknologi juga memberikan dampak positif, dengan peningkatan pemahaman karyawan terhadap sistem digital. Hal ini mendukung temuan (Angga Wahyudi et al., 2023), yang menunjukkan bahwa pelatihan teknologi dapat meningkatkan adaptasi karyawan terhadap sistem digital hingga 40%. Dalam kasus Fazza Store, karyawan yang awalnya memiliki pemahaman rendah tentang teknologi kini mampu mengoperasikan sistem manajemen gudang dan penggajian dengan tingkat akurasi yang lebih tinggi. Tingkat motivasi peserta yang mayoritas tinggi (75%) juga menjadi indikator keberhasilan pendekatan pelatihan yang interaktif dan praktik langsung.

Namun, tantangan selama pelaksanaan program meliputi keterbatasan pengalaman beberapa karyawan dalam menggunakan perangkat lunak desain dan sistem digital. Hal ini diatasi dengan pendampingan intensif selama sesi pelatihan. Dibandingkan dengan pengabdian serupa, seperti yang dilakukan oleh (Alamin et al., 2022) yang fokus pada digitalisasi tanpa pelatihan branding, program ini memiliki keunggulan dengan mengintegrasikan aspek branding dan operasional secara holistik. Pendekatan ini memungkinkan Fazza Store tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memperkuat identitas mereknya di pasar. Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuan untuk meningkatkan branding melalui logo baru, mengoptimalkan operasional melalui digitalisasi, dan meningkatkan kapasitas SDM. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan terpadu yang menggabungkan pelatihan desain, teknologi, dan pengembangan SDM dapat menjadi model efektif untuk pengabdian kepada UMKM serupa di masa depan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai tujuan untuk meningkatkan branding dan efisiensi operasional Fazza Store melalui pelatihan dan pendampingan pembuatan logo serta digitalisasi operasional. Pelatihan pembuatan logo menggunakan Adobe Illustrator menghasilkan desain logo profesional yang meningkatkan pengenalan merek hingga 25%, sebagaimana terlihat dari kepuasan pemilik sebesar 90% dan respons positif pelanggan di media sosial serta kemasan produk. Digitalisasi operasional melalui penerapan sistem manajemen gudang berbasis Odo Community Edition dan sistem penggajian berbasis Google Sheets berhasil mengurangi kesalahan pengelolaan stok dari 15% menjadi 5% dan mempercepat proses penggajian dari 3 hari menjadi 1 hari. Selain itu, pelatihan teknologi meningkatkan pemahaman karyawan terhadap sistem digital dari rata-rata skor 2,5 menjadi 4,0 (skala 1-5), dengan 75% peserta menunjukkan motivasi tinggi. Pendekatan terpadu yang menggabungkan *branding*, digitalisasi, dan pengembangan SDM terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi Fazza Store di pasar yang kompetitif.

Saran

1. Fazza Store disarankan untuk terus memanfaatkan sistem digital yang telah diterapkan dengan melakukan pemeliharaan rutin dan pembaruan perangkat lunak untuk memastikan keberlanjutan efisiensi operasional. Selain itu, logo baru dapat diintegrasikan lebih luas pada platform pemasaran, seperti media sosial dan kemasan produk, untuk memperkuat identitas merek.
2. Program serupa dapat diperluas ke UMKM lain di wilayah kabupaten Bantul, dengan penambahan pelatihan pemasaran digital (seperti optimasi SEO dan iklan online) untuk meningkatkan visibilitas pasar. Pendampingan lanjutan juga dapat dilakukan untuk memastikan karyawan Fazza Store mahir menggunakan sistem digital secara mandiri, dengan fokus pada pelatihan lanjutan untuk karyawan dengan pengalaman teknologi terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Lukman, L., Missouri, R., Annafi, N., Sutriawan, S., & Khairunnas, K. (2022). Penguatan Daya Saing Umkm Melalui Pelatihan Keterampilan Teknologi Di Era Society 5.0. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 112–126. <https://doi.org/10.52266/taroa.v1i2.1235>
- Angga Wahyudi, Muhammad Bhismi Thoifurqoni Assyamiri, Wilda Al Aluf, Mohammad Ryan Fadhillah, Shinta Yolanda, & M. Isa Anshori. (2023). Dampak Transformasi Era Digital Terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4), 99–111. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2222>
- Cokki, Yunetta, C., Febriyanti, A., Meidy, J., Ocberta, N., & Febriani, W. (2025). *Pembuatan Logo Usaha Gantungan Kunci Mindkey*. 6(2), 1680–1686.
- Dwi Yuliansyah Kusnadi, Sudrajat, J., Handayani, N., Sanny, M. Y., Trimastuti, W., & Noor, S. (2024). Pelatihan Pengelolaan SDM di Era Digital pada UMKM Binaan Di Kewilayahan Maleer Kecamatan Batununggal Kota Bandung. *Padma*, 4(1), 331–342. <https://doi.org/10.56689/padma.v4i1.1398>
- Fauzi, R. U. A., Kadi, D. C. A., Ningrum, I. I. P., Marisa, P. I., & Anggraida, R. W. (2022). Pembuatan Logo, Peningkatan Marketing Online Inovation, Dan Pembukuan Sederhana Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Toko Kelontong Vian Cell Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman Kota Madiun. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 3(1), 27–31. <https://doi.org/10.51747/abdipancamarga.v3i1.970>
- Henandra, D., Putra, E., Setiawan, A., Kudus, U. M., Tengah, J., Gudang, M., & Informasi, S. (2025). Sistem Informasi Untuk Mendukung Operasional Pt Giga Media Internet Sebagai Penyedia Layanan. *Bhakti Nagori*, 5(1), 241–251.
- Rosyalia Widia Sofyan, V., Eko Setyasari, U., & Kurniadi, Y. (2023). Meningkatkan Daya Saing dan Efisiensi Operasional UMKM Melalui Teknologi dan Inovasi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4877–4882.
- Sumarmi, S., Nurani, I. P., Reza, Z. M., Trisianto, R., Nur, S., & Ningsih, U. (2023). Penguatan identitas usaha dan pelatiba manajemen keuangan pada umkm. *Journal of Character*

Education Society, 6(2), 416–427. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jces.v6i2.14022>

Sumarmi, S., Wicaksono, S. W., Prakoso, D. W., Alrasta, D., Saputra, K. E., Putra, C. D., & Bisnis, F. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Digital Marketing Kerajinan Vinil di Desa Code, Trirenggo, Kabupaten Bantul, DIY. *Terapan Abdimas*, 6(2), 155–160.

Susano, A. (2024). Literasi Digital Pendampingan Digitalisasi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga. *Edusight Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.69726/edujpm.v1i1.2>