

One Action, Pelita in Synergy: Strengthening Traditional Snack MSMEs and Affordable Food Access in Community Empowerment Efforts in Pelita Samarinda

Satu Aksi, Pelita Bersinergi: Penguatan UMKM Kue Tradisional dan Akses Pangan Murah dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Pelita Samarinda

Yudi Sukmono^{1*}, Dinda Aulia Fitriani², Muhammad Rafi Dwiyanto³, Ghina Atika⁴, Novita Aditya⁵, Diajeng Fitri Miniardi⁶, Cleopatra Katarina Padaunan Bae², Difa Amorita Masar⁴, Fatimah Noor², Rina Setia Wati³, Novaldi Ramananda⁷

¹ Dosen Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

² Program Studi S1 Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

³ Program Studi S1 Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

⁴ Program Studi S1 Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

⁵ Program Studi S1 Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

⁶ Program Studi S1 Farmasi Klinis, Fakultas Farmasi, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

⁷ Program Studi S1 Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur.

* Alamat Koresponding. E-mail: y.sukmono@ft.unmul.ac.id (Y.S.); Tel. +62-812-5519-554

ABSTRACT: The main problem faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Pelita Subdistrict is the lack of awareness of branding and business legality. Many business actors are still digitally illiterate, resulting in limited utilization of online platforms for promotion and the absence of a Business Identification Number (NIB) as formal legal recognition. This situation restricts market reach and limits access to broader business opportunities. The Community Service Program (KKN) with the theme "One Action, Pelita in Synergy" was carried out to assist MSMEs, particularly the traditional snack MSME Untuk-Untuk Mama Mita. The program included the creation of promotional banners, an Instagram account for digital marketing, a promotional video highlighting local potential, and facilitation of NIB registration. In addition, the KKN team collaborated with the Samarinda City Food Security and Agriculture Office (DKPP) in organizing the Affordable Food Program (Gerak Pangan Murah/GPM) to provide staple foods at lower prices for the local community. The results show an increased awareness among MSME actors regarding the importance of branding and business legality, as well as the initiation of potential collaboration between the subdistrict government, related agencies, and the community to support sustainable local economic empowerment.

KEYWORDS: Community Service Program; MSMEs; Branding; Business Legality; Affordable Food Program

ABSTRAK: Permasalahan utama yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Pelita adalah kurangnya kesadaran dalam melakukan branding dan legalitas usaha. Banyak pelaku UMKM masih gagap teknologi sehingga belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, serta belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas formal usaha. Hal ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran dan minimnya akses terhadap peluang pengembangan usaha. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tema "Satu Aksi, Pelita Bersinergi" hadir sebagai bentuk pendampingan kepada UMKM, khususnya UMKM kue tradisional Untuk-Untuk Mama Mita. Pendampingan dilakukan melalui pembuatan spanduk promosi, pengelolaan akun Instagram, pembuatan video potensi kelurahan, serta fasilitasi pengurusan NIB. Selain itu, tim KKN juga berkolaborasi dengan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Samarinda dalam penyelenggaraan Gerak Pangan Murah (GPM) untuk menyediakan bahan pokok dengan harga terjangkau bagi masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya branding dan legalitas usaha, serta terbangunnya peluang kolaborasi antara pemerintah kelurahan, instansi terkait, dan masyarakat untuk mendukung pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Cara mensponsori artikel ini: Sukmono Y, Fitriani DA, Atika G, Aditya N, Miniardi DF, Bae CKP, Masar DA, Noor F, Wati RS, Ramananda N. One Action, Pelita in Synergy: Strengthening Traditional Snack MSMEs and Affordable Food Access in Community Empowerment Efforts in Pelita Samarinda. DESAMU Pros Disem KKN UNMUL. 2025; 1: 752-758.

Kata Kunci: Branding; UMKM; Gerak Pangan Murah (GPM); Kue Tradisional; Legalitas Usaha; Kelurahan Pelita

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa sebagai implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Melalui program ini, mahasiswa diharapkan tidak hanya menguasai aspek akademis, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan untuk membantu memecahkan persoalan nyata di masyarakat. KKN menjadi wadah penting bagi mahasiswa dalam membangun kepedulian sosial, meningkatkan keterampilan problem solving, serta berperan sebagai agen perubahan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Universitas Mulawarman secara konsisten menyelenggarakan program KKN yang diarahkan untuk menjawab isu-isu strategis sesuai kebutuhan masyarakat dan kebijakan pemerintah. Salah satu lokus pelaksanaannya adalah di Kelurahan Pelita, Kecamatan Samarinda Ilir, Kota Samarinda. Kelurahan ini memiliki luas wilayah sekitar $2,39 \text{ km}^2$ dengan jumlah penduduk lebih dari 17.000 jiwa, terdiri dari sekitar 8.700 laki-laki dan 8.300 perempuan, sehingga tingkat kepadatan mencapai ± 7.000 jiwa per km^2 . Sebagian besar penduduk menggantungkan hidup pada sektor perdagangan, jasa, dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang berperan penting dalam menopang perekonomian keluarga.

Salah satu potensi lokal di Kelurahan Pelita adalah UMKM kue tradisional Untuk-Untuk Mama Mita. *Untuk-Untuk* merupakan kue khas berbahan dasar tepung beras, kelapa, dan gula yang digoreng berbentuk bulat dengan cita rasa gurih manis, biasanya disajikan dalam acara masyarakat. Meskipun memiliki potensi besar, produk ini masih minim promosi dan belum memiliki legalitas formal berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). Oleh karena itu, tim KKN melakukan pendampingan *branding* melalui pembuatan spanduk, pembuatan akun Instagram sebagai media promosi digital, serta menampilkan produk tersebut dalam video potensi Kelurahan Pelita. Selain itu, pengurusan NIB turut difasilitasi untuk memperkuat legalitas usaha dan membuka akses permodalan di masa mendatang. Pendaftaran legalitas usaha dilakukan di website resmi <https://oss.go.id/>. Selain fokus pada UMKM, tim KKN juga turut berkontribusi pada aspek ketahanan pangan masyarakat melalui kerja sama dengan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Samarinda dalam pelaksanaan Gerak Pangan Murah (GPM) pada puncak peringatan HUT RI. Program ini bertujuan menyediakan bahan pokok dengan harga terjangkau bagi warga Kelurahan Pelita, khususnya pelaku UMKM yang membutuhkan kestabilan harga pangan untuk menjaga biaya produksi tetap efisien. Kehadiran GPM mendapat respons positif dan antusiasme masyarakat karena memberikan manfaat langsung dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Sinergi antara branding UMKM dan kegiatan GPM mencerminkan semangat tema kelompok kami yaitu "*Satu Aksi, Pelita Bersinergi*". *Branding* memperkuat identitas produk lokal dan membuka peluang pasar yang lebih luas, sementara GPM membantu menekan biaya hidup dan biaya produksi UMKM. Dengan demikian, kedua program ini saling melengkapi dan menghadirkan manfaat nyata bagi masyarakat. Melalui KKN ini, mahasiswa Universitas Mulawarman berusaha memberikan kontribusi strategis dalam memberdayakan masyarakat Kelurahan Pelita. Program *branding* UMKM dan GPM tidak hanya berorientasi pada hasil jangka pendek berupa peningkatan promosi dan akses pangan murah, tetapi juga diarahkan pada dampak jangka panjang berupa kemandirian ekonomi, peningkatan literasi digital, dan ketahanan pangan. Oleh sebab itu, keberadaan KKN di Kelurahan Pelita diharapkan mampu menjadi katalisator sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan masyarakat untuk mewujudkan pembangunan lokal yang berkelanjutan.

2. METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan KKN di Kelurahan Pelita dilakukan melalui pendekatan partisipatif, yaitu mahasiswa terlibat langsung bersama masyarakat dan perangkat kelurahan dalam merancang serta melaksanakan program. Tahapan kegiatan diawali dengan observasi lapangan dalam jangka waktu 14-20 Juli untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan utama masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, ditetapkan fokus program kerja berupa pendampingan branding UMKM *Untuk-Untuk Mama Mita* serta kolaborasi dengan Dinas Ketahanan Pangan dan Perdagangan (DKPP) dalam penyelenggaraan Gerak Pangan Murah (GPM).

Pelaksanaan program dilakukan secara bertahap, meliputi: (1) pendampingan UMKM melalui pembuatan spanduk, akun Instagram, dan fasilitasi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB); (2) pembuatan video potensi kelurahan yang menampilkan produk *Untuk-Untuk* sebagai identitas kuliner lokal; serta (3) kerja sama dengan Dinas Ketahanan Pangan dan Perdagangan (DKPP) dalam pelaksanaan Gerak Pangan Murah (GPM) yang menyediakan bahan pangan murah bagi masyarakat pada puncak HUT RI di depan kantor Kelurahan Pelita. Evaluasi kegiatan dilakukan secara sederhana melalui pengamatan antusiasme masyarakat, tanggapan pelaku UMKM, serta keberhasilan produk UMKM memperoleh legalitas usaha. Dengan pendekatan ini, program KKN diharapkan dapat memberikan manfaat nyata sekaligus berkelanjutan bagi masyarakat Kelurahan Pelita.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan KKN 51 Reguler di Kelurahan Pelita, Kecamatan Samarinda Ilir, Kota Samarinda menghasilkan beberapa capaian utama sesuai tema kelompok "Satu Aksi, Pelita Bersinergi". Program difokuskan pada pemberdayaan UMKM dan ketahanan pangan masyarakat, meliputi pendampingan branding dan legalitas usaha *Untuk-Untuk Mama Mita*, pembuatan video potensi kelurahan yang menampilkan UMKM sebagai ikon lokal, serta pelaksanaan Gerak Pangan Murah (GPM) bekerja sama dengan DKPP. Ketiga kegiatan ini saling mendukung dan berkontribusi pada penguatan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

3.1 Branding dan Legalitas Usaha UMKM Kue Untuk-Untuk Mama Mita

Program pendampingan UMKM *Untuk-Untuk Mama Mita* menjadi salah satu fokus utama dalam pelaksanaan KKN Reguler di Kelurahan Pelita. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 14 Juli-20 Agustus 2025, yang diawali dengan observasi usaha dan wawancara bersama pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan dan kendala yang dihadapi pada minggu awal KKN yaitu pada tanggal 14 Juli-21 Juli 2025. *Untuk-Untuk* sendiri merupakan jajanan tradisional berbahan dasar tepung beras, kelapa, dan gula yang digoreng hingga berbentuk bulat kecil dengan cita rasa gurih-manis. Makanan ini memiliki nilai sosial dan budaya yang tinggi karena kerap dihidangkan dalam acara masyarakat, namun dari sisi usaha masih menghadapi berbagai keterbatasan. Permasalahan utama yang ditemukan adalah minimnya pemahaman pelaku usaha mengenai strategi branding modern dan pentingnya legalitas. Selama ini pemasaran masih bergantung pada cara tradisional, yakni penjualan langsung di lingkungan sekitar dengan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Akibatnya, produk sulit dikenal secara luas di luar lingkup lokal. Selain itu, usaha *Untuk-Untuk Mama Mita* juga belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang merupakan identitas resmi suatu usaha. Tanpa legalitas ini, pelaku UMKM akan kesulitan mengakses peluang permodalan, program pembinaan pemerintah, maupun memperluas jejaring pasar.



Gambar 1. Penyerahan Spanduk Usaha UMKM Untuk-Untuk Mama Mita

Sebagai bentuk intervensi, tim KKN melakukan serangkaian kegiatan. Pertama, pembuatan spanduk promosi pada tanggal 6 Agustus 2025 yang menampilkan identitas visual usaha untuk menarik perhatian konsumen lokal. Kedua, pada tanggal 7 Agustus 2025, tim membantu pembuatan dan peluncuran akun Instagram resmi @kue_mamamita untuk UMKM *Untuk-Untuk Mama Mita*. Media sosial ini berfungsi sebagai platform promosi digital yang memungkinkan produk dikenal lebih luas, sekaligus menjadi sarana komunikasi dengan konsumen potensial. Ketiga, tim KKN memfasilitasi proses pengurusan NIB yang menjadi legalitas penting bagi pelaku UMKM agar usahanya diakui secara resmi oleh pemerintah. NIB dari UMKM Untuk-Untuk Mama mita terbit pada tanggal 22 Agustus 2025. Hasil pendampingan ini memberikan dampak langsung bagi pelaku UMKM. Spanduk yang dipasang di sekitar lokasi usaha membantu meningkatkan visibilitas produk di lingkungan Kelurahan Pelita. Akun Instagram yang mulai aktif memberikan kesempatan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama kalangan muda yang lebih akrab dengan media digital. Proses pengurusan NIB juga diapresiasi oleh pelaku UMKM karena memberikan rasa aman dan membuka peluang untuk mengakses dukungan program pemerintah maupun lembaga keuangan. Pendampingan ini memberikan dampak jangka panjang berupa peningkatan literasi digital pelaku usaha. Dengan adanya akun Instagram, UMKM dapat belajar mengelola konten promosi sederhana, seperti mengunggah foto produk, membuat deskripsi menarik, serta menjalin interaksi dengan konsumen. Selain itu, legalitas usaha melalui NIB akan memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan, termasuk membuka jalan untuk mendaftarkan produk ke dalam platform e-commerce yang membutuhkan identitas usaha resmi.

Pendampingan *Untuk-Untuk Mama Mita* ini menjadi contoh konkret bagaimana branding dan legalitas dapat meningkatkan daya saing UMKM. Produk tradisional yang awalnya hanya dikenal dalam lingkup lokal kini memiliki potensi untuk dipasarkan lebih luas. Dengan demikian, kegiatan yang dilaksanakan ini tidak hanya

memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kelurahan Pelita.



Gambar 2. Akun Instagram @kue_mamamita



Gambar 3. Nomor Induk Berusaha (NIB) UMKM Untuk-Untuk Mama Mita

Sebagai bagian dari strategi branding, tim KKN juga menampilkan *UMKM Untuk-Untuk Mama Mita* dalam video potensi Kelurahan Pelita. Video ini diproduksi untuk mendokumentasikan berbagai potensi kelurahan, baik dari aspek sumber daya manusia, infrastruktur, maupun produk lokal yang menjadi identitas masyarakat. Fokus utama dalam video diarahkan pada penguatan sektor UMKM, terutama kuliner tradisional, sebagai salah satu aset ekonomi yang berharga. Dengan menampilkan *Untuk-Untuk* sebagai highlight, video tersebut berfungsi ganda: pertama, sebagai sarana promosi visual yang menarik untuk memperkenalkan produk kepada audiens yang lebih luas; kedua, sebagai dokumentasi resmi potensi lokal yang dapat dimanfaatkan pemerintah kelurahan untuk keperluan publikasi maupun pengembangan program di masa depan. Media audio-visual dianggap lebih efektif karena mampu menyampaikan pesan secara lebih komunikatif dibandingkan media tertulis semata. Kehadiran *Untuk-Untuk* dalam video potensi kelurahan juga mempertegas posisi produk tradisional ini sebagai ikon kuliner lokal. Dengan demikian, branding UMKM tidak hanya berhenti pada level promosi individual, tetapi juga menjadi bagian dari strategi besar dalam memperkuat identitas Kelurahan Pelita di mata masyarakat luas.



Gambar 4. Pengambilan Footage Video Potensi Kelurahan Melalui Drone

3.2 Gerakan Pangan Murah (GPM)

Selain fokus pada branding UMKM, kegiatan KKN di Kelurahan Pelita juga menghadirkan program yang menyentuh langsung kebutuhan dasar masyarakat, yaitu Gerakan Pangan Murah (GPM). Program ini terlaksana pada 9 Agustus 2025 bekerja sama dengan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Samarinda, bertepatan dengan momentum peringatan HUT RI. Kehadiran GPM mendapat sambutan positif dari masyarakat karena menyediakan kebutuhan pokok dengan harga lebih terjangkau dibandingkan harga pasar. Tenant yang terlibat meliputi Bulog SPHP, penyedia produk Rosebrand, pelaku usaha frozen food seperti pempek, serta beberapa pedagang bahan pangan lainnya. Produk yang ditawarkan mencakup beras, minyak goreng, gula pasir, tepung, dan bahan pokok lainnya yang menjadi kebutuhan utama masyarakat sehari-hari. Kehadiran Bulog, misalnya, menjadi daya tarik tersendiri karena masyarakat dapat memperoleh beras dengan harga stabil Rp. 65.000,00 di tengah fluktuasi pasar.



Gambar 5. Pelaksanaan Kegiatan Gerakan Pangan Murah (GPM)

Awalnya, GPM direncanakan berlangsung dua hari (9–10 Agustus 2025). Namun, kegiatan hanya berjalan satu hari karena keterbatasan manajemen waktu dan adanya benturan jadwal dengan lomba HUT RI yang juga diadakan di lokasi yang berbeda sehingga massa tidak berkumpul di tempat yang sama dengan kegiatan GPM. Kondisi ini menyebabkan beberapa tenant tidak mampu mencapai target penjualan harian yang diharapkan. Meski demikian, manfaat kegiatan tetap dirasakan luas, baik oleh masyarakat maupun pelaku UMKM. Bagi masyarakat umum, GPM membantu meringankan beban pengeluaran rumah tangga melalui akses bahan pangan yang lebih murah dan berkualitas. Bagi pelaku UMKM, khususnya yang bergerak di bidang kuliner, kegiatan ini memberi kesempatan untuk memperoleh bahan baku dengan harga lebih rendah sehingga biaya produksi dapat ditekan. Hal ini penting karena ketebalan harga bahan baku menjadi salah satu faktor penentu keberlanjutan usaha kecil.

Pelaksanaan GPM juga menjadi sarana pembelajaran bahwa kolaborasi antara kelurahan, instansi pemerintah, mahasiswa, dan masyarakat dapat menghadirkan program yang konkret dan berdampak langsung. Namun, pengalaman terkait kendala waktu menunjukkan perlunya perencanaan yang lebih matang dan koordinasi intensif di masa mendatang. Jika dikelola dengan baik, GPM berpotensi menjadi agenda rutin di Kelurahan Pelita untuk mendukung ketahanan pangan lokal serta memperkuat daya saing UMKM. Dengan demikian, GPM tidak hanya berfungsi sebagai pasar murah sementara, tetapi juga sebagai model intervensi sosial-ekonomi yang menyeimbangkan kebutuhan masyarakat dengan keberlangsungan usaha kecil. Sinergi antara akses pangan terjangkau dan penguatan UMKM menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dapat berjalan lebih efektif ketika sektor konsumsi dan produksi didorong secara bersamaan.



Gambar 6. Antusiasme Masyarakat Pelita dalam Kegiatan Gerakan Pangan Murah (GPM)

4. KESIMPULAN

Kegiatan KKN di Kelurahan Pelita berhasil melaksanakan program kerja utama berupa branding UMKM *Untuk-Untuk Mama Mita* dan kolaborasi dengan DKPP dalam kegiatan GPM. Program KKN di Kelurahan Pelita dengan tema “Satu Aksi, Pelita Bersinergi” berhasil memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat. Melalui pendampingan branding dan legalitas usaha UMKM Untuk-Untuk Mama Mita, tim KKN mendorong peningkatan literasi digital, memperkuat identitas produk lokal, dan membantu legalitas usaha agar lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Pembuatan video potensi kelurahan turut menjadi media strategis untuk memperkenalkan potensi daerah, khususnya sektor UMKM kuliner tradisional, sekaligus mendukung promosi jangka panjang. Sementara itu, Gerak Pangan Murah (GPM) yang dilaksanakan bersama DKPP menjadi bentuk nyata sinergi antaraktor dalam menyediakan pangan murah bagi masyarakat. Meski hanya berlangsung satu hari akibat kendala teknis, kegiatan ini berhasil menekan beban ekonomi rumah tangga dan mendukung UMKM dalam memperoleh bahan baku dengan harga terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi lintas pihak dapat menghasilkan manfaat langsung, meskipun masih perlu perbaikan dalam aspek manajemen waktu dan koordinasi.

Secara keseluruhan, kegiatan KKN ini menegaskan pentingnya pemberdayaan masyarakat melalui dua aspek yang saling terkait: penguatan kapasitas UMKM dan ketahanan pangan masyarakat. Program ini tidak hanya memberi dampak jangka pendek berupa promosi dan akses pangan murah, tetapi juga membuka peluang keberlanjutan berupa peningkatan daya saing produk lokal, literasi digital, dan potensi kolaborasi yang lebih luas dengan pemerintah maupun lembaga terkait. Dengan demikian, KKN di Kelurahan Pelita telah berperan sebagai katalisator dalam mewujudkan pembangunan masyarakat yang inklusif, mandiri, dan berkelanjutan. Program ini mampu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya branding, legalitas usaha, serta mendukung akses pangan murah bagi masyarakat. Ke depan, diharapkan program ini dapat berkelanjutan dengan pendampingan dari pihak kelurahan dan instansi terkait.

Ucapan Terima Kasih: Kami mengucapkan terima kasih kepada Kelurahan Pelita, Kota Samarinda atas dukungan, bimbingan, dan fasilitas yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Samarinda yang telah berkolaborasi dalam kegiatan Gerak Pangan Murah (GPM), serta kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Pelita, khususnya *UMKM Untuk-Untuk Mama Mita*, yang telah bersedia menjadi mitra pendampingan dalam proses pemberdayaan masyarakat.

Kontribusi Penulis: -

Sumber Pendanaan: -

Konflik Kepentingan: Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kota Samarinda. (2023). *Kecamatan Samarinda Ilir dalam angka 2023*. BPS Kota Samarinda. <https://samarindakota.bps.go.id>
- Hadi, S., & Azis, M. (2021). Strategi pengembangan UMKM melalui digital marketing di era pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam (JIEBI)*, 3(1), 45–56. <https://doi.org/10.24252/jiebi.v3i1.20063>

- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan tahunan perkembangan UMKM Indonesia*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2021). *Gerakan pangan murah untuk mendukung ketahanan pangan masyarakat*. <https://pertanian.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Sukoco, I., & Rahmawati, D. (2020). Branding usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis kearifan lokal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 85–92. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.85-92>
- Suryani, A., & Prasetyo, H. (2022). Pendampingan UMKM berbasis digital marketing dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat* (pp. 112–120). Universitas Negeri Semarang
- Universitas Negeri Yogyakarta. (2022, September 14). UMKM perlu mengurus Nomor Induk Berusaha. UNY. Retrieved from <https://www.uny.ac.id/index.php/id/berita/umkm-perlu-mengurus-nomor-induk-berusaha>
- Octory, G., Khairunnisa, A. Z., & Martiadini, K. T. (2024). Penguanan Branding Pelaku UMKM Kuliner melalui Media Digital di Kampung Bencongan, Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 2(4), 449–456. <https://doi.org/10.54082/jpmii.498>
- Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Retnasary, M. (2019). Penerapan Digital branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 1(1).
- Sari, W. P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). Digital Branding UMKM Melalui Komunikasi Visual. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2). <https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.15923>
- Kompas. (2024, August 2). 5 Manfaat Memiliki NIB bagi Pelaku Usaha Mikro. [Kompas.com](https://www.kompas.com).

This is an open access article which is publicly available on our journal's website under Institutional Repository at

<https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/pdkum/index>