

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands* (p. 380).
- Adbilah, R., & Supiandi, G. (2025). Pengaruh katalog produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada bengkel las citra persada jombang tangerang selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(10), 529–540.
- Adhitya, G. R., Dewi, A. K., & Nuriarta, I. W. (2023). Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 7 Di Florto Studio. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(01), 68–75. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1949>
- Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., Lailatul, N., Bina, U., & Informatika, S. (2025). Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah mendukung UMKM melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), meskipun penyalurannya tahun 2023 belum memenuhi target . UMKM kini terus. *JKPIM: Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(2), 32–43.
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Alim Tri Bawono, S., Fathurrahman, A., Novi Ninda Ramadanty, A., Pratama, A., Damayanti, S., Habib Wiliyanto, H., Indah Kusdiyani, N., Izzuddin Daffa, F., Shafabill Putri, N., Aziz, A., Dwi Kusumastuti, Y., & Sulistyaningsih, A. (2024). Perancangan Katalog Kerajinan Logam UMKM Tembaga Mewah Sebagai Media Branding dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna*, 5(1), 51–60. <https://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/TTG/article/view/1558>
- Arum, K., Boer, K. M., Agustian, J. F., Sanjaya, M. N., & Muadi, M. (2025). Perancangan Visual Branding untuk Meningkatkan Identitas dan Daya Saing UMKM Binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN). *Pengabdian Nusantara*, 9(1), 200–211.
- Dawami, A. K. (2025). Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual. *Journal of*

- Advertising and Visual Communication*, 6(1), 26–37.
<https://doi.org/10.33153/citrawira.v6i1.7021>
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah. Kategori UMKM Provinsi Jawa Tengah. (2023). <https://diskop-ukm.jatengprov.go.id/statistik-ukm>
- DK, M. T. M., Fajrina, N., Susilawati, Pramesti, R. D., & Adriyanto. (2023). Pembuatan Desain Identitas Visual Sebagai Salah Satu Kekuatan Brand Untuk Mendukung Daya Saing Produk Pada Komunitas Sahabat UMKM. *Abadimas Adi Buana*, 7(1), 148–162.
- Erlyana, Y., & Setiawan, D. (2019). Analisis Komposisi Fotografi Pada Foto Editorial “ELEPHANTS” Karya Steve Mccurry. *Jurnal Titik Imaji*, 2, 71–79.
- Fitriyandani, Y. M., Hadapiningrani, R., & Kusumohendrarto. (2024). Sungging Visual identity design of the Batik Ciprat Giyanta SMEs in Banjarnegara. *Seni Rupa, Kriya, Desain Dan Pembelajarannya*, 3(June), 1–12.
- Husna, N. N., & Juhana, A. (2024). PERAN ELEMEN VISUAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND IDENTITY PERUSAHAAN: TINJAUAN LITERATUR YANG SISTEMATIS. *Tanra*, 11, 129–141.
- Islami, P. B., Rizal, E., & Mulyana, S. (2024). Strategi Pengembangan Brand Identity dalam Industri Fashion Brand HIRKA Shoes. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(2), 505–518. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i2.1211>
- Khairi, A., Irfan, D., Muskhir, M., & Simatupang, W. (2022). Pengembangan Multimedia Pembelajaran Dasar Desain Grafis. *Jurnal Sistem Informasi*, 4, 30–36. <https://doi.org/10.31849/zn.v4i.12559>
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 459–466.
- Krisnaningsih, E., Dwiyatno, S., Jubaedi, A. D., Sulistiyono, Fernando, D., & Cahyadi, D. (2025). Desain Kemasan dan Katalog yang Inovatif Kreatif Guna Peningkatan Pemasaran Produk UMKM. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2, 368–374. <https://doi.org/10.30656/senama.v2i.127>
- Kurniansyah, M. A., & Oemar, E. A. B. (2021). Perancangan Identitas Visual dan Penerapannya dalam Media Promosi Museum Anjuk Ladang. *Jurnal Barik*,

3(1), 97–110.

- Maria Helena Putri Madyoratri, & Indah Respati Kusuma Sari. (2024). Menuju Kemasan Produk UMKM yang Menarik dan Informatif: Pelatihan Desain Kemasan di Desa Galengdowo. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 30–35. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v2i3.1182>
- Mawardi, I., & Amanulloh, U. (2024). Batik sebagai Warisan Budaya serta Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *J u r n a l QIEMA(Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 10(1), 13–25.
- Novia, I., Hidayat, A., Gozali, R. A., Alamsyah, Z., & Artiyasa, M. (2025). PENGEMBANGAN IDENTITAS VISUAL SEBAGAI UPAYA PENGUATAN BRANDING UMKM DESA CIKELAT. *Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Nusa*, 5(1), 127–130.
- Nurlaila, S., Susilawati, E., Fajarwati, N. K., Laksana, A., & Fitrianti, R. (2025). Public Relations Sebagai Pilar Reputasi dan Kepercayaan Publik. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Sosialisasi*, 1(3), 167–177.
- Putri, T. S., & Wijaya, L. S. (2024). Peran dan Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Perbankan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.2686>
- Rahmansyah, M. A. A. (2023). Pesona Alam dalam Fotografi Landscape dalam Kerangka Analisis Isi. *Jurnal Nomosleca*, 9(2), 179–189. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v9i2.9902>
- Rahmawati, D., Apriady, M. N., & Wisudanto. (2024). Crowdfunding sebagai Alternatif Pembiayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Sebatik*, 28(1), 28. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i2.2403>
- Rahmawati, N., Hidayat, R., & Sulisty, A. (2023). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi daerah di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 24(1), 45–58. <https://doi.org/10.29259/jpekd.v24i1.18673>
- Ray, I., & Islam, M. A. (2022). Perancangan Brand Identity dan Media Sosial Triversa Sebagai Sarana Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Barik*, 3(1), 221–235. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.217>

- Saputra, H., & Alfeisha, D. (2024). STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) BATIK PEKALONGAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 827–834. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe/article/view/2112>
- Satiti, W. S., Umardiyah, F., Hidayatulloh, F., Munfarida, N. F., Fatmawati, M., & Hanafi, A. (2022). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva untuk Remaja di Desa Kalikejambon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 105–109. <https://doi.org/10.32764/abdimasif.v3i3.3260>
- Suma, E., Yusuf, S. A., & Umar, J. (2023). Pengaruh Bentuk Kemasan, Desain Produk Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kopi Yamira). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 111–115. <https://doi.org/10.35797/jab.13.2.111-115>
- Syarif, M. (2025). Desain Mockup Sistem Informasi Simpanan Pelajar (SIMPEL) dengan Pendekatan User-Centered Design. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, 6(1), 74–83.
- Usman, I. (2025). Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, 1(1), 14–25. <https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.44>
- Utami, S. R., & Nugroho, B. A. (2022). Pengembangan UMKM berbasis potensi lokal sebagai penggerak ekonomi daerah. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 10(2), 112–123. <https://doi.org/10.31289/jiap.v10i2.6574>
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand*. 296.
- Wibowo, N. M., Karsam, Widiastuti, Y., & Siswadi. (2019). Empowerment Of Batik SMEs Through Development Of Local Wisdom Based Motif Design: Efforts To Build Brand Image Of Batik Jombang. *Jurnal Sinergitas PKM & CSR*, 4(1), 1–10. <http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/854/>
- Widodo, H., & Anggalih, N. N. (2025). *Perancangan Logo dan Kemasan UMKM Bakso SAKMBLEDOSE*. 1–6.
- Yu, M., Binti, S., Abidin, Z., Shaari, N. B., He, C., Shi, L., Liu, Q., Yu, M., Binti, S., Abidin, Z., Shaari, N. B., & He, C. (2024). *Effect of Brand Visual Identity on Cosumer Attitude: A Systematic Literature Review*.

<https://doi.org/10.20944/preprints202405.1109.v1>

Zulvikri, M. (2024). Sinergi UMKM Dan Ekonomi Indonesia: Sebuah Kajian Komprehensif Sebuah Perspektif Dan Implikasi Mochammad. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital (JUMABEDI)*, 1(2), 255–265.