



Strategi Penguatan Branding Produk Lokal UMKM Desa Tawangsari melalui Sertifikasi, Perizinan, dan Desain Logo

Rohmat Hidayat^{1*}, Khotim Fadhli², Elsa Setya Putri³, Fina Febriyanti⁴, M. Maulana Ramadhani⁵, Muhammad Fadllul Kabir⁶, Novita Mardiani⁷, Sudarso⁸, Tiara Fatma Pratiwi⁹

^{1,2,3,4,5,6}Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

⁷Institut Bisnis dan Teknologi PGRI Dewantara Jombang

⁸Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bahrul Ulum Jombang

⁹Akademi Keperawatan Bahrul Ulum Jombang

DOI: 10.32764/p7qvfc55

Article History:

Received: October 9, 2025

Revised: July 27, 2026

Accepted: August 2, 2026

Keywords:

Halal Certification; Integrated MSME Branding; MSMEs; Nomor Induk Berusaha (NIB); Visual Identity.

*Correspondence Address:

rohmathidayat@unwaha.ac.id

Abstract:

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in driving the village economy, yet they often face challenges related to business legality, halal certification, and product visual identity. In Tawangsari Village, Trowulan District, Mojokerto Regency, most business actors lack a Business Identification Number (NIB), have not applied for halal certification, and use simple product logos, limiting the competitiveness of local products. This community service activity aims to strengthen MSME branding through an integrated approach combining business legality, halal certification, and visual identity design, distinguishing it from programs that typically address only one aspect. The activities included needs assessment, education, facilitation of NIB registration and halal certification, and a logo design workshop, with program evaluation conducted through focused group discussions. Among 32 participants, 20 primary MSME partners were prioritized. Results showed significant improvements: MSMEs with NIB increased from 3 to 15, halal certification applications rose from 2 to 10, and adoption of new logos increased from 5 to 10 MSMEs. Participants also reported improved understanding of the importance of legality and branding. In conclusion, a participatory approach that integrates all three aspects effectively enhances the competitiveness of MSMEs in Tawangsari Village. For sustainability, it is recommended to provide continued support on digital marketing, regulatory updates, and consistent use of visual identity to ensure long-term impact and replicability in other villages.

Abstrak

UMKM memegang peran penting dalam menggerakkan perekonomian desa, namun masih menghadapi kendala terkait legalitas usaha, sertifikasi halal, dan identitas visual produk. Di Desa Tawangsari, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, sebagian besar pelaku usaha belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, serta menggunakan logo produk yang sederhana, sehingga daya saing produk lokal terbatas. Pengabdian ini bertujuan membantu UMKM menguatkan branding secara terintegrasi melalui legalitas usaha, sertifikasi halal, dan perancangan identitas visual, membedakan program ini dari intervensi lain yang biasanya hanya fokus pada satu aspek. Kegiatan dilaksanakan melalui observasi, edukasi, fasilitasi pembuatan NIB dan sertifikasi halal, serta workshop desain logo, dengan evaluasi melalui diskusi kelompok terfokus. Dari 32 peserta, fokus diberikan pada 20 UMKM mitra utama. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan: jumlah UMKM dengan NIB bertambah dari 3 menjadi 15, pengajuan sertifikasi halal dari 2 menjadi 10, dan penggunaan logo baru meningkat dari 5 menjadi 10 UMKM. Selain itu, peserta melaporkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya legalitas dan branding. Kesimpulannya, pendekatan partisipatif yang menggabungkan ketiga aspek sekaligus mampu meningkatkan daya saing UMKM Desa Tawangsari. Untuk keberlanjutan, disarankan adanya pendampingan lanjutan terkait pemasaran digital, pembaruan regulasi, dan konsistensi penggunaan identitas visual agar dampak program lebih tahan lama dan program dapat direplikasi di desa lain.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia karena kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan kemampuannya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Data Kementerian Keuangan (2023) menunjukkan bahwa peran UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional, sekaligus menjadi basis struktural utama dalam struktur ekonomi Indonesia (Aftitah & Hasanah, 2025). Kontribusi ini menegaskan bahwa penguatan UMKM bukan sekadar agenda mikroekonomi, tetapi juga strategi pembangunan nasional integral yang berimplikasi pada pemerataan ekonomi dan kemandirian komunitas lokal.

Potensi UMKM di tingkat desa tak kalah pentingnya. Desa Tawangsari, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, memiliki beragam produk unggulan, terutama pangan olahan dan kerajinan lokal, yang memberikan nilai tambah bagi perekonomian komunitas setempat. Namun, observasi awal

menunjukkan sejumlah kendala struktural: dari 20 UMKM mitra prioritas, hanya 3 pelaku yang memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), 2 yang telah mengajukan sertifikasi halal, dan 5 yang telah menggunakan logo atau identitas visual produk yang representatif. Tingginya angka UMKM yang belum formal secara legal dan visual ini berimplikasi pada rendahnya daya saing produk di pasar regional maupun nasional.

Berbagai program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan memperlihatkan pentingnya intervensi terstruktur dalam aspek legalitas dan sertifikasi halal. Sebagai contoh, pendampingan legalitas usaha dan sertifikasi halal telah terbukti meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya legalitas dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk mereka (Anas et al., 2026). Model pendampingan legalitas berjenjang yang menggabungkan NIB, legalitas produk pangan, dan sertifikasi halal berhasil mempercepat formalitas UMKM sekaligus membuka akses pasar yang lebih luas (Ridwan et al., 2024).

Selain aspek legalitas dan halal, penelitian pengabdian lain menegaskan bahwa integrasi legalitas dengan strategi *branding* dan digitalisasi juga memberikan dampak yang signifikan terhadap kemandirian ekonomi desa. Pendampingan terpadu yang mencakup legalitas usaha, sertifikasi halal, digital marketing, dan pengembangan identitas produk mampu memperluas jangkauan pemasaran serta memperkuat daya saing produk lokal secara berkelanjutan (Amalina et al., 2025). Studi lain menunjukkan bagaimana keberhasilan program sertifikasi halal terkait langsung dengan peningkatan akses pasar dan legitimasi produk, yang pada gilirannya memperkuat posisi UMKM dalam ekosistem ekonomi lokal (A. M. Hidayat et al., 2025; Sunarta et al., 2025).

Kesenjangan dalam literatur menunjukkan bahwa pengabdian yang masih dominan bersifat parsial, misalnya hanya pada sertifikasi halal saja atau legalitas usaha saja, belum sepenuhnya mengintegrasikan aspek legal, halal, dan *visual branding* secara simultan. Kondisi ini serupa dengan yang terjadi di Desa Tawangsari, di mana masih terdapat banyak UMKM yang belum memperoleh legalitas usaha, belum memahami urgensi sertifikasi halal, dan belum mengembangkan identitas produk secara profesional.

Berdasarkan latar belakang di atas, kegiatan pengabdian ini dirancang dengan tujuan terukur sebagai intervensi terpadu: (1) memfasilitasi penerbitan NIB bagi minimal 15 UMKM Desa Tawangsari; (2) mendampingi proses sertifikasi halal bagi minimal 10 UMKM di sektor pangan olahan; dan (3)

merancang serta mengimplementasikan identitas visual berupa logo dan panduan penggunaannya bagi minimal 10 UMKM prioritas. Diharapkan, pengintegrasian ketiga aspek ini tidak hanya meningkatkan formalitas dan legitimasi usaha, tetapi juga membantu memperluas akses pasar dan memperkuat *branding* produk lokal yang berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tawangsari, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, selama Mei–Agustus 2025. Sasaran kegiatan terdiri atas 32 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Dari jumlah tersebut, 20 UMKM ditetapkan sebagai mitra utama melalui teknik *purposive sampling*, dengan kriteria: (1) belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) atau masih dalam proses pengurusan legalitas usaha; (2) bergerak di sektor makanan dan minuman yang memerlukan sertifikasi halal; (3) belum memiliki identitas visual atau logo produk yang memadai; serta (4) bersedia mengikuti seluruh rangkaian pendampingan hingga tahap evaluasi. Pemilihan tersebut bertujuan agar program difokuskan kepada UMKM yang paling membutuhkan penguatan legalitas dan *branding* produk.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *participatory action*, yaitu pendekatan yang menempatkan mitra sebagai subjek yang terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Tim pengabdian berperan sebagai fasilitator dan pendamping, sedangkan mitra berperan dalam mengidentifikasi permasalahan, menentukan kebutuhan, mengikuti proses pendampingan, menerapkan hasil pelatihan, serta memberikan umpan balik pada tahap evaluasi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan riil UMKM dan lebih mudah diterapkan secara berkelanjutan (R. Hidayat et al., 2023; Sulastri, 2021).

Tahapan kegiatan meliputi:

Observasi dan Analisis Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan diskusi dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kondisi legalitas usaha, status sertifikasi halal, serta penggunaan identitas visual produk. Pada tahap ini, mitra berperan menyampaikan kondisi usaha, hambatan yang dihadapi, dan kebutuhan pendampingan. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar penentuan program dan pemilihan 20 UMKM mitra utama.

Sosialisasi dan Edukasi

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan interaktif mengenai pentingnya legalitas usaha, prosedur penerbitan NIB, sertifikasi halal, dan strategi *branding* produk. Mitra tidak hanya menerima materi, tetapi juga berdiskusi mengenai pengalaman dan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usahanya sehingga materi yang diberikan lebih sesuai dengan kebutuhan peserta.

Pendampingan Penerbitan NIB

Tim memberikan pendampingan teknis dalam proses pendaftaran melalui sistem *Online Single Submission Risk Based Approach* (OSS-RBA), mulai dari pembuatan akun hingga penerbitan NIB. Mitra secara langsung melakukan proses pengisian data dengan bimbingan tim sehingga memiliki pengalaman dan kemampuan untuk mengakses layanan OSS secara mandiri.

Pendampingan Sertifikasi Halal

Pendampingan difokuskan pada UMKM sektor makanan dan minuman. Kegiatan meliputi identifikasi bahan baku, pemeriksaan dokumen pendukung, pengisian data pada aplikasi SiHalal, serta konsultasi mengenai persyaratan sertifikasi. Mitra berperan aktif menyiapkan dokumen usaha dan informasi produk yang diperlukan selama proses pengajuan.

Workshop Desain Logo dan Branding Produk

Workshop dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan pelaku UMKM dalam menentukan konsep logo yang sesuai dengan karakteristik produk dan identitas usaha masing-masing. Hasil kegiatan berupa rancangan logo beserta panduan sederhana penggunaannya pada kemasan dan media promosi agar identitas visual dapat diterapkan secara konsisten.

Evaluasi dan Refleksi Program

Evaluasi dilakukan pada akhir kegiatan melalui diskusi kelompok terfokus (*Focus Group Discussion/FGD*), observasi partisipatif, serta *checklist* capaian program yang mencakup penerbitan NIB, pengajuan sertifikasi halal, dan penyusunan identitas visual. Peningkatan pemahaman peserta mengenai legalitas usaha, sertifikasi halal, dan *branding* tidak diukur melalui instrumen kuantitatif, melainkan melalui pertanyaan lisan selama diskusi, observasi terhadap partisipasi peserta, serta kemampuan mitra menjelaskan kembali materi dan menerapkan hasil pendampingan. Pendekatan evaluasi ini digunakan untuk menggambarkan perubahan pemahaman dan keterlibatan mitra selama proses pengabdian, sehingga hasil yang diperoleh bersifat deskriptif.

Secara keseluruhan, keterlibatan aktif mitra pada setiap tahapan menjadi faktor penting dalam keberhasilan program. Melalui pendekatan partisipatif, solusi yang dihasilkan tidak hanya berupa penerbitan legalitas usaha dan identitas visual produk, tetapi juga meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola aspek legalitas dan *branding* secara mandiri setelah program pengabdian selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kondisi Awal UMKM Mitra

Observasi awal dilakukan terhadap 20 UMKM yang menjadi mitra utama di Desa Tawangsari, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Sebagian besar mitra bergerak pada sektor pangan olahan, seperti keripik, kue kering, dan minuman tradisional, sedangkan sebagian lainnya bergerak pada bidang kerajinan dan perdagangan skala rumah tangga. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala pada aspek legalitas usaha, sertifikasi halal, dan identitas visual produk. Dari 20 UMKM tersebut, hanya 3 UMKM telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), 2 UMKM pernah mengajukan sertifikasi halal, dan 5 UMKM telah menggunakan logo produk, meskipun masih sederhana dan belum mencerminkan identitas usaha secara optimal.



Gambar 1. Observasi dan Survey Mitra Pengabdian

Hasil Sosialisasi dan Edukasi

Kegiatan sosialisasi diikuti oleh 32 pelaku UMKM. Materi yang diberikan meliputi pentingnya legalitas usaha, prosedur penerbitan NIB, sertifikasi halal, serta penguatan *branding* melalui identitas visual produk. Selama kegiatan berlangsung, peserta aktif berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil evaluasi melalui diskusi dan observasi partisipatif, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai manfaat legalitas usaha, sertifikasi halal, dan *branding* produk. Sebagian besar

peserta menyatakan siap mengikuti tahapan pendampingan berikutnya.

Hasil Pendampingan Legalitas Usaha

Pendampingan penerbitan NIB dilakukan melalui sistem OSS-RBA. Dari 20 UMKM mitra utama, sebanyak 15 UMKM berhasil memperoleh NIB selama program berlangsung. Selain itu, peserta juga memperoleh keterampilan dasar dalam menggunakan sistem OSS secara mandiri.

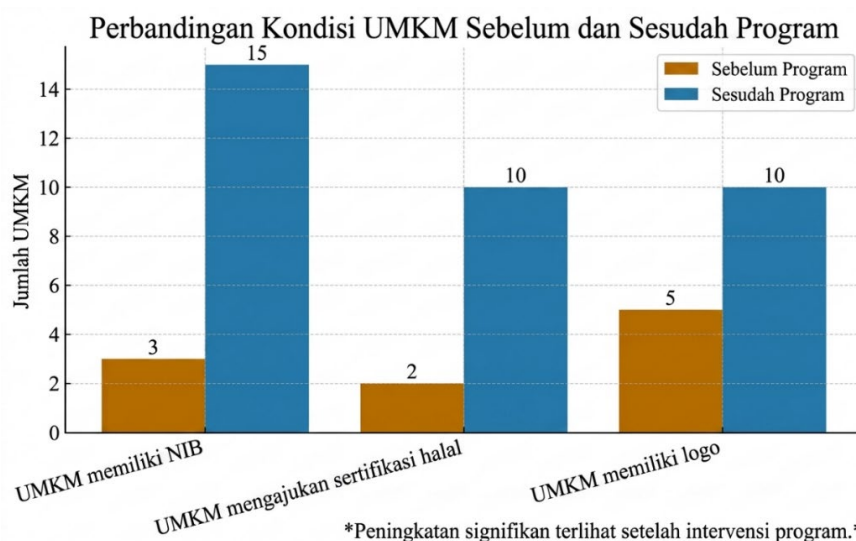
Hasil Pendampingan Sertifikasi Halal

Pendampingan sertifikasi halal difokuskan pada UMKM sektor pangan. Sebanyak 10 UMKM berhasil mengajukan sertifikasi halal melalui aplikasi SiHalal. Hingga akhir kegiatan, delapan UMKM telah menyelesaikan proses verifikasi dokumen, sedangkan dua UMKM masih menunggu tahapan pemeriksaan berikutnya.



Gambar 2. Validasi Sertifikasi Halal kepada UMKM Mitra Pengabdian
Hasil Penguatan Identitas Visual

Workshop desain logo menghasilkan identitas visual baru bagi 10 UMKM mitra. Logo yang dihasilkan disesuaikan dengan karakteristik masing-masing produk dan selanjutnya diterapkan pada kemasan serta media promosi.



Gambar 3. Grafik Capaian Perbandingan Sebelum dan Sesudah Program

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan legalitas usaha, sertifikasi halal, dan penguatan identitas visual mampu menjawab kebutuhan utama UMKM di Desa Tawangsari. Ketiga aspek tersebut saling melengkapi dalam meningkatkan kapasitas usaha. Legalitas usaha memberikan kepastian hukum, sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen, sedangkan identitas visual memperkuat citra produk sehingga lebih mudah dikenali di pasar.

Peningkatan jumlah UMKM yang memiliki NIB menunjukkan bahwa pendampingan secara langsung lebih efektif dibandingkan sosialisasi semata. Selama proses pendampingan, peserta tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga dibimbing dalam menyelesaikan setiap tahapan administrasi hingga dokumen diterbitkan. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian Wahyuni et al. (2026) yang menyatakan bahwa pendampingan intensif mampu meningkatkan kepatuhan legalitas UMKM.

Pada proses sertifikasi halal, beberapa peserta mengalami kesulitan dalam penggunaan aplikasi SiHalal dan penyusunan dokumen persyaratan. Kendala tersebut terutama disebabkan oleh keterbatasan literasi digital dan kurangnya pengalaman dalam pengurusan administrasi secara daring. Tim pengabdian mengatasi permasalahan tersebut melalui pendampingan individual, verifikasi dokumen, serta simulasi pengisian data. Pendekatan ini membantu peserta menyelesaikan proses pengajuan dengan lebih mudah dan meningkatkan kepercayaan mereka dalam memanfaatkan layanan digital.

Penguatan identitas visual juga memberikan dampak positif terhadap persepsi pelaku usaha terhadap produknya. Logo yang dirancang bersama tidak hanya memperbaiki tampilan kemasan, tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri pelaku UMKM ketika memasarkan produknya. Salah satu peserta menyampaikan bahwa "kemasan produk sekarang terlihat lebih menarik sehingga lebih percaya diri ketika ditawarkan kepada konsumen maupun dipasarkan melalui media sosial." Testimoni tersebut menunjukkan bahwa perubahan identitas visual turut memengaruhi sikap pelaku usaha dalam mengembangkan produknya.

Hasil pengabdian memperlihatkan bahwa keberhasilan program tidak berasal dari masing-masing kegiatan secara terpisah, melainkan dari integrasi ketiga komponen tersebut. UMKM yang telah memiliki NIB merasa lebih siap mengajukan sertifikasi halal karena status usahanya telah jelas. Setelah

memperoleh logo baru, pelaku usaha juga lebih percaya diri memasarkan produknya karena kemasan terlihat lebih profesional. Dengan demikian, legalitas usaha, sertifikasi halal, dan branding membentuk satu kesatuan yang saling memperkuat dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Meskipun program telah mencapai target yang ditetapkan, masih terdapat beberapa keterbatasan. Pendampingan belum mencakup pengembangan pemasaran digital dan evaluasi peningkatan penjualan setelah program selesai. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan yang berfokus pada digital marketing, pemanfaatan marketplace, dan penguatan jejaring antar-UMKM agar manfaat program dapat berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tawangsari menunjukkan bahwa pendampingan yang mengintegrasikan legalitas usaha, sertifikasi halal, dan penguatan identitas visual mampu meningkatkan kapasitas UMKM secara lebih komprehensif dibandingkan pendampingan yang hanya berfokus pada satu aspek. Integrasi ketiga komponen tersebut tidak hanya membantu pelaku usaha memenuhi persyaratan administratif, tetapi juga meningkatkan pemahaman, kepercayaan diri, dan kesiapan mereka dalam mengembangkan usaha secara lebih profesional. Dengan demikian, tujuan pengabdian untuk memperkuat *branding* produk lokal melalui pendekatan yang terintegrasi telah tercapai.

Keberlanjutan program diupayakan melalui peningkatan kemandirian mitra dalam mengelola legalitas usaha, menjaga konsistensi penggunaan identitas visual, dan melanjutkan proses sertifikasi halal sesuai tahapan yang berlaku. Selain itu, tim pengabdian bersama pemerintah desa menyusun rencana pemantauan secara berkala melalui koordinasi dengan perangkat desa dan pendamping UMKM, sehingga perkembangan legalitas maupun pemanfaatan identitas visual dapat terus dipantau setelah program berakhir.

Kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Pendampingan difokuskan pada UMKM, khususnya sektor pangan, sehingga belum mencakup seluruh jenis usaha yang ada di desa. Selain itu, program belum menjangkau aspek pemasaran digital, optimalisasi media sosial, maupun evaluasi dampak ekonomi terhadap peningkatan penjualan setelah kegiatan selesai. Oleh karena itu, hasil pengabdian ini perlu ditindaklanjuti melalui program pendampingan yang lebih luas dan berkelanjutan.

Sebagai tindak lanjut, disarankan adanya pendampingan lanjutan mengenai pemasaran digital, pengelolaan *marketplace*, dan penguatan kapasitas

kewirausahaan agar manfaat legalitas, sertifikasi halal, dan branding dapat dimanfaatkan secara optimal. Pemerintah desa bersama pemangku kepentingan terkait juga dapat memfasilitasi pembentukan paguyuban UMKM Desa Tawangsari sebagai wadah koordinasi, berbagi pengalaman, dan pendampingan berkelanjutan. Selain itu, penyusunan katalog produk UMKM desa, baik dalam bentuk cetak maupun digital, dapat menjadi media promosi bersama untuk memperkuat identitas produk lokal dan memperluas akses pasar. Dengan langkah tersebut, model pendampingan yang diterapkan dalam kegiatan ini berpotensi di replikasi pada desa lain dengan karakteristik yang serupa.

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. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.511>
- Amalina, A., Rosyidi, M. A., & Hentika, N. P. (2025). Pendampingan kemandirian ekonomi desa melalui legalitas, sertifikasi halal, digitalisasi, dan branding UMKM Desa Gitik. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 157–169. <https://doi.org/10.62734/ipm.v2i2.766>
- Anas, Z., Liana, W., & Faisol, F. (2026). Model pendampingan digital marketing dan standarisasi produk bagi UMKM sektor kuliner di Kabupaten Sampang. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 5(2), 713–723.
- Hidayat, A. M., Cahyani, P. S., Santi, D., & Hutabarat, N. A. B. R. (2025). Pemberdayaan UMKM Desa Tegalpapak melalui program pembuatan NIB dan sertifikat halal untuk legalitas usaha. *Dinamika Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Transformasi Kesejahteraan*, 2(3), 43–54.
- Hidayat, R., Anandita, S. R., Qomariyah, S. N., Putri, E. S., Firdausi, L., Fitri, L. I., & Anifah, S. (2023). Sosialisasi pengembangan personal branding UMKM Desa Murukan melalui pelatihan digital marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 145–150.
- Ridwan, M., Rokhmawan, T., Homsah, H., Sugiyanti, R., & Afkarina, I. (2024). Pendampingan legalitas usaha NIB (Nomor Izin Berusaha) dan sertifikat halal bagi pelaku UMKM di Kelurahan Gentong. *Karya Nyata: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 92–113.
- Sulastri, H. (2021). Participatory education model for improving MSME awareness of business legality. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 21(1), 89–98. <https://doi.org/10.21831/jek.v21i1.89>
- Sunarta, D. A., Bulqis, R., Bisyriani, A., Sudirman, M. S., & Apriliani, R. (2025). Sertifikasi halal sebagai instrumen kebijakan publik dalam pengembangan industri halal Indonesia. *Robust: Research of Business and Economics Studies*, 5(1), 71–82. <https://doi.org/10.31332/robust.v5i1.11569>

Wahyuni, E. D., Febryan, I., Oktaviani, D., Putra, A., Pradana, R., Aulia, A., Rahmayanti, V., & Regata, D. (2023). Peningkatan perekonomian desa melalui pemberdayaan UMKM dan pemanfaatan digital marketing. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 467–474.