



## Pendampingan Pengembangan Usaha Produksi Telur Asin “Pak Mul” Desa Sendang Melalui Pembuatan Logo, Stempel, dan Label

Nana Kariada Tri Martuti<sup>1</sup>, Laelatul Khoiriyah<sup>2</sup>, Nurwilis Elsa Zahara<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Biologi, Fakultas Matematika Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Semarang

<sup>2</sup>Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

<sup>3</sup>Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang

Email: [1nanakariada@mail.unnes.ac.id](mailto:nanakariada@mail.unnes.ac.id), [2laelakhoiriyah12@students.unnes.ac.id](mailto:laelakhoiriyah12@students.unnes.ac.id),

[3nurwiliselsazahara1401@students.unnes.ac.id](mailto:nurwiliselsazahara1401@students.unnes.ac.id)

**Abstrak:** Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan branding dan pemasaran produk UMKM Telur Asin Pak Mul yang terletak di Desa Sendang, Kecamatan Karanggede, Kabupaten Boyolali. Melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa Universitas Negeri Semarang melakukan pendampingan dalam pembuatan logo, stempel, dan label kemasan produk. Metode yang digunakan meliputi observasi, penentuan UMKM, pembuatan branding, dan dokumentasi serta dilakukan secara praktik langsung, di mana mahasiswa berkolaborasi dengan pemilik usaha untuk merancang identitas visual yang menarik. Namun, banyak pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk kurangnya kesadaran akan pentingnya sertifikasi dan administrasi yang valid, serta kebutuhan akan branding yang efektif. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) melakukan pendampingan terhadap UMKM Telur Asin Pak Mul di Desa Sendang, Boyolali, dengan tujuan meningkatkan branding dan kualitas kemasan produk melalui pembuatan logo, stempel, dan label. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan pemasaran produk UMKM tersebut, yang pada gilirannya membantu mereka tumbuh dan berkembang dalam pasar yang lebih luas.

**Abstract:** This community service activity aims to improve the branding and marketing of Pak Mul Salted Eggs MSME products located in Sendang Village, Karanggede District, Boyolali Regency. Through the Real Work Lecture (KKN), Semarang State University students provide assistance in creating logos, stamps, and product packaging labels. The methods used include observation, determining MSMEs, creating branding, and documentation and are carried out through direct practice, where students collaborate with business owners to design an attractive visual identity. However, many MSME actors still face various challenges, including a lack of awareness of the importance of valid certification and administration, as well as the need for effective branding. Through the Real Work Lecture (KKN) program, Semarang State University (UNNES) students provide assistance to Pak Mul Salted Eggs MSMEs in Sendang Village, Boyolali, with the aim of improving branding and product packaging quality through creating logos, stamps, and labels. This program is expected to increase the competitiveness and marketing of these MSME products, which in turn helps them grow and develop in a wider market.

**Keywords:** MSME Assistance; Salted Eggs; Logos; Stamps; Labels

### Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yaitu: 1) Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh satu individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai Usaha Mikro sesuai dengan undang-undang tersebut; 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang

Korespondensi: [nanakariada@mail.unnes.ac.id](mailto:nanakariada@mail.unnes.ac.id)

Submitted: 2024-08-10

Accepted: 2024-10-17

Published: 2024-10-31

Published by Pusat Pengembangan KKN, LPPM, Universitas Negeri Semarang

berdiri sendiri, yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan memenuhi kriteria Usaha Kecil. (Wulandari et al.)

UMKM merupakan usaha yang mampu meningkatkan dan sebagai penopang perekonomian Indonesia, dengan kontribusinya yang lebih dari 60% terhadap PDB dan mempekerjakan sekitar 97% angkatan kerja negara.(Bakrie et al., 2024). Sejak tahun 2014, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah UMKM paling banyak dari negara yang lain.(Suwarni et al., 2019). Data terbaru menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 99% dari seluruh unit usaha di Indonesia, dengan total pelaku usaha sekitar 66 juta pada tahun 2023. (Karem et al., 2024)

Untuk peningkatan kualitas dan jumlah UMKM, pemerintah Indonesia telah menciptakan berbagai program, salah satunya yaitu program UMKM Naik Kelas. Diciptakan program ini memiliki tujuan untuk mengembangkan UMKM dan memanfaatkan instrumen pajak guna membantu pemilik usaha kecil keluar dari kesulitan ekonomi. UMKM Naik Kelas mengacu pada kemajuan dan peningkatan yang signifikan dalam skala, kinerja, dan kapabilitas UMKM. Program ini melibatkan proses transformasi UMKM dari tingkat yang lebih rendah atau awal menjadi entitas yang lebih besar, lebih kuat, dan lebih berkembang (Kusumawati, 2023).

Kesadaran masyarakat sebagai pelaku usaha atau UMKM kian semakin terpengaruh oleh perihal antusiasme dan juga perihal mobilitas yang berjalan intensif. Namun yang kerap terjadi oleh kalangan lingkungan sekitar adalah minimnya kesadaran hal penting yang dibutuhkan oleh pelaku usaha yakni sertifikasi dan administrasi yang berlaku (Nur Rahma Budiarto et al., 2022). Meski UMKM telah menunjukkan kontribusinya dalam perekonomian nasional, mereka masih mendapati berbagai tantangan dan masalah, baik yang bersumber dari dalam ataupun luar perusahaan. Tantangan ini mencakup aspek produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta kondisi iklim usaha (Viona dan Hidayat, 2018).

Menurut Elinda (2023) Meskipun pelaku usaha masih termasuk dalam kategori UMKM, mereka terlebih dahulu mempertimbangkan aspek mutu dan kualitas sebelum memasarkan produk mereka. Persaingan pasar yang ketat menjadi faktor penting yang harus diperhatikan agar produk dapat diterima pasar dan unggul dibandingkan pesaing. Para pelaku bisnis UMKM menerapkan berbagai strategi untuk memastikan kelancaran usaha mereka, termasuk menyusun rencana pemasaran, organisasi, keuangan, dan manajemen sumber daya manusia.

UMKM memegang peran strategis di Indonesia karena beberapa alasan. Mereka tidak memerlukan modal besar, tenaga kerja yang dibutuhkan tidak harus memiliki pendidikan formal tertentu, banyak yang beroperasi di pedesaan tanpa memerlukan infrastruktur kompleks seperti perusahaan besar, dan UMKM telah terbukti memiliki ketahanan yang kuat selama krisis ekonomi. Selain itu, sektor UMKM juga berperan penting dalam memperkuat ekonomi lokal, terutama dalam konteks perkembangan ekonomi dan keragaman budaya di Indonesia (Sarfiah et al., 2019; Hilwa Syafira Barkah et al.). Melalui UMKM, berbagai komunitas desa mampu memaksimalkan potensi ekonomi lokal mereka dan mendukung

pertumbuhan yang berkelanjutan. Salah satu UMKM yang memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat adalah UMKM Telur Asin Pak Mul di Desa Sendang.

Telur asin adalah sebutan umum untuk makanan yang dibuat dari telur yang diawetkan melalui proses pengasinan. Telur asin memiliki berbagai manfaat, termasuk kandungan protein yang tinggi, membantu pembentukan sel-sel baru, baik untuk kesehatan kulit, menjaga kekuatan tulang, meningkatkan sistem kekebalan tubuh, dan manfaat lainnya. (Hilda Tri Yulianti, Weni Tri Sasmi, 2002). Meskipun umumnya telur yang diasinkan adalah telur itik, telur jenis lain juga bisa diolah menjadi telur asin. Salah satu UMKM yang memproduksi telur asin di Desa Sendang adalah Telur Asin Pak Mul, yang telah berdiri sejak tahun 2021. Usaha ini dimulai dengan menjual kepada tetangga dan berkeliling menawarkan dagangan ke warung-warung terdekat. Setiap hari, Pak Mul mampu menjual 80 hingga 90 telur asin, tergantung pada jumlah telur yang dihasilkan.

Konsep Kuliah Kerja Nyata (KKN) dirancang dengan strategi pemecahan masalah yang menyeluruh dan dilaksanakan melalui kolaborasi dengan masyarakat. Program ini fokus pada pengembangan masyarakat agar menjadi lebih produktif, inovatif, dan kreatif dalam memanfaatkan teknologi, sumber daya manusia (SDM), dan sumber daya alam (SDA) (Hidayat, 2019). Dalam pelaksanaan KKN, mahasiswa melakukan pendampingan, pemberdayaan, dan penyediaan fasilitas untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dengan harapan dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk. Kami, mahasiswa UNNES, dalam kegiatan KKN, bertujuan untuk mendukung UMKM yang bergerak dalam produksi makanan tradisional Telur Asin, yang masih sangat digemari masyarakat. Dalam kegiatan ini, mitra KKN kelompok kami adalah usaha Telur Asin Pak Mul yang terletak di Dukuh Klimas, Desa Sendang, Kecamatan Karanggede, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Telur Asin Pak Mul merupakan salah satu makanan tradisional yang berbahan dasar telur bebek yang dicampur dengan pasta garam. Telur Asin Pak Mul berdiri sejak tahun 2021 oleh Pak Mul beserta istri. Beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam UMKM Telur Asin Pak Mul antara lain:

1. Belum memiliki logo produk
2. Belum memiliki stempel produk
3. Belum memiliki label untuk kemasan produk

## Metode

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Sendang Kecamatan Karanggede Kabupaten Boyolali. Metode yang digunakan yaitu dengan metode observasi, praktik langsung dan dokumentasi. Jenis pengabdian yang dilakukan adalah program pendampingan pembuatan logo, stempel dan label UMKM yang dilakukan di UMKM Telur Asin Pak Mul RT 3 RW 4 Dusun 2 Desa Sendang pada tanggal 3 Agustus 2024 sampai 4 Agustus 2024. Pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui tahap observasi, pendampingan pembuatan logo, stempel, dan label.

### **1. Observasi**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi partisipatif, di mana peneliti ikut serta dalam kegiatan sehari-hari subjek yang diamati atau yang dijadikan sumber data penelitian. Sebelum pelatihan dimulai, peneliti meminta izin langsung kepada pemilik usaha yaitu Pak Mul. Observasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM Telur Asin Pak Mul mengenai proses pengemasan produk yang baik untuk pemasaran.

### **2. Penentuan UMKM**

UMKM Telur Asin Pak Mul dipilih sebagai UMKM yang akan dibina oleh mahasiswa KKN. Pemilihan ini didasarkan pada fakta bahwa produk telur asin UMKM tersebut belum menggunakan logo, hanya baru menggunakan label kertas sederhana. Setelah itu kami melakukan pelatihan dan praktek secara langsung dengan dibantu Pak Mul dan Istrinya.

### **3. Pembuatan *Branding* Logo, Stempel dan Label**

Tahap ini merupakan langkah terakhir dalam proses tersebut. Dimulai dengan perancangan *branding* menggunakan desain digital melalui aplikasi Canva, yang kemudian diimplementasikan pada produk UMKM Telur Asin Pak Mul yang akan dipasarkan. Logo, stempel dan label yang dibuat diterapkan pada produk telur asin.

### **4. Dokumentasi**

Semua kegiatan dari proses pembersihan telur hingga pengemasan telur asin didokumentasikan untuk keperluan laporan dan evaluasi.

## **Hasil dan Pembahasan**

Setelah melakukan observasi dan wawancara dengan beberapa UMKM yang ada di Dusun Klimas, Desa Sendang, Kecamatan Karanggede, Kabupaten Boyolali, diputuskan bahwa pengabdian masyarakat akan dilakukan pada UMKM Telur Asin Pak Mul. Telur asin merupakan salah satu metode pengawetan telur yang banyak ditemukan di beberapa negara seperti Indonesia, China, dan Taiwan. (Lesmayati & Rohaeni, 2014). Telur asin terkenal dengan rasa asinnya yang khas dan banyak digemari oleh masyarakat. Kadar asin pada telur asin dihasilkan dari garam yang meresap melalui proses ionisasi NaCl ke dalam pori-pori cangkang telur. Telur asin yang berkualitas biasanya ditandai dengan kuning telur yang berwarna kemerahan dan berminyak. (Pratiwi et al., 2024).

Dari hasil observasi, UMKM Telur Asin Pak Mul menunjukkan adanya peningkatan pendapatan setiap tahunnya. Namun, belum memiliki logo dan stempel untuk produknya. Meskipun sudah memiliki label, masih ada beberapa hal yang dapat diperbaiki agar label Telur Asin Pak Mul lebih menarik bagi konsumen. Alasan tersebut menjadikan Pak Mul bekerja sama dengan mahasiswa KKN untuk merancang desain logo, stempel, dan label yang sesuai dengan karakteristik produk.



Gambar 1. Label awal produk telur asin UMKM Pak Mul

Gambar di atas merupakan label awal yang dimiliki oleh Pak Mul, label ini hanya menggunakan kertas HVS yang diprint. Hal ini disebabkan oleh penggunaan cap atau stempel pada kertas yang lebih ekonomis dibandingkan mencetak logo pada kemasan atau produk secara langsung. Namun, desain tersebut masih kurang menarik untuk masyarakat luas apalagi di era sekarang ini. Sehingga, apabila ingin menjangkau pasar yang lebih luas akan lebih sulit untuk dilakukan. Mahasiswa KKN memutuskan untuk mengganti label tersebut dan menambahkan logo pada produk UMKM Pak Mul untuk memudahkan pengenalan merek, memberikan fleksibilitas penggunaan pada produk dan kemasan, serta memudahkan Pak Mul untuk merambah pasar yang lebih luas. Apabila hal tersebut telah tercapai, penjualan dan pendapatan yang diperoleh oleh Pak Mul dapat meningkat.

Label berperan penting dalam menarik perhatian konsumen, memberikan informasi mengenai produk, dan membedakan produk dari pesaingnya yang sejenis. (Ahsani et al., 2024). Label yang lebih professional dan akurat membuat konsumen memberikan kepercayaan lebih pada pelaku usaha. (Badriyah et al., 2024). Label biasanya memuat informasi seperti logo, komposisi, legalitas, fungsi, dan petunjuk produk. (Herudiansyah et al., 2019). Menurut penilitian Aji Faisal Bahari dkk, dalam penelitiannya mengemukakan bahwa pembuatan logo untuk suatu produk merupakan langkah penting karena logo dapat mencerminkan identitas suatu produk, sehingga lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Selain itu, logo juga dapat dianggap sebagai bentuk pengakuan terhadap sebuah merek usaha, yang dapat menarik minat masyarakat. (Banyusari & Karawang, n.d.). Karena produk yang dihasilkan oleh Pak Mul adalah telur asin, maka selain label dan logo, stempel juga diperlukan sebagai identitas telur asin.

Pembuatan desain logo, stempel, dan label kemasan produk dilakukan menggunakan aplikasi Canva. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 02 Agustus-03 Agustus. Canva menyediakan banyak template dan fitur yang diperlukan untuk pembuatan logo, stempel dan label tersebut. Selain itu, Canva juga dikenal sebagai aplikasi desain grafis dengan kemudahan penggunaannya. (Zettira et al., 2022). Mahasiswa KKN dan Pak Mul dapat bereksperimen dan mengekspresikan ide-idenya dalam proses pembuatan logo, stempel dan label menggunakan aplikasi Canva dengan harapan dapat meningkatkan pengenalan merek di pasar.

Pada tanggal 03 Agustus 2024, kami, mahasiswa KKN diberikan kesempatan untuk menyaksikan proses pembuatan telur asin. Pak Mul sebagai pemilik UMKM tersebut, sangat antusias dalam membagikan informasi mengenai cara pembuatan produk tersebut. Pak Mul menjual telur bebek setiap dua hari sekali, dengan jumlah penjualan berkisar antara 200 hingga 500 butir. Telur yang masih tersisa akan dibawa ke pabrik untuk dijual lebih lanjut. Tetangga-tetangga Pak Mul juga sering membeli telur asin tersebut. Setiap harinya, bebek-bebek Pak Mul yang berjumlah 117 ekor menghasilkan sekitar 80 hingga 90 butir telur. Usaha telur asin ini telah berjalan selama 3,5 tahun. Berikut adalah tahapan pembuatan telur dari mulai pembersihan sampai perebusan yang dijelaskan oleh Pak Mul:

1. Langkah pertama adalah mengambil telur dari kandang bebek dan memilih telur yang berkualitas tinggi. Kriteria telur yang diambil adalah telur bebek yang segar dan bersih, tanpa ada kerusakan dan retak pada kulit telur.
2. Membersihkan telur dari kotoran dan menipiskan kulit telur dengan menggunakan air bersih serta digosok dengan menggunakan kawar penggosok.



Gambar 2. Pembersihan telur dari kotoran

3. Menyiapkan larutan asin dengan mencampurkan garam krosok, abu gosok, dan air bersih. Umumnya, perbandingan yang digunakan adalah 1 liter air untuk 100gram garam, tetapi dapat disesuaikan dengan selera. Campuran tersebut akan menjadi adonan abu yang akan digunakan membalut telur bebek.



Gambar 3. Pencampuran garam krosok, abu gosok, dan air bersih

4. Menyiapkan dan menyusun telur yang sudah dibalut adonan abu garam ke dalam ember dengan hati-hati. Setelah di balut adonan abu garam dituangkan kedalam ember yang sudah tersusun telur bebek dan memastikan semua telur terendam sepenuhnya.



*Gambar 4. Penyusunan telur berbalut adonan abu garam ke dalam ember*

5. Lama pengasinan bervariasi tergantung tingkat keasinan yang diinginkan, biasanya dalam proses pengasinan telur asin Pak Mul antara 9 sampai 10 hari. Semakin lama prosesnya, semakin asin telur yang dihasilkan.
6. Setelah mencapai batas hari pengasinan, telur dibersihkan dari abu garam dan dicuci menggunakan air bersih.



*Gambar 5. Pembersihan telur dari abu garam*

7. Setelah proses pembersihan selesai dilakukan, telur bebek direbus selama 8 jam agar benar-benar masak.



*Gambar 6. Perebusan telur bebek*

Hari selanjutnya tanggal 04 Agustus 2024 kami menyerahkan label, logo, dan stempel yang telah kami buat sebelumnya dan memberikan edukasi mengenai pentingnya branding bagi pelaku usaha. Selain itu, kami juga ikut melanjutkan proses pembuatan telur asin setelah telur direbus selama 8 jam hingga pengemasan serta memberikan contoh langsung mengenai branding yang dilakukan melalui label, logo dan stempel produk. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan setelahnya:

1. Setelah perebusan selesai, telur dikeluarkan dari panci dan dikeringkan menggunakan kain bersih atau kertas tisu untuk memastikan permukaan telur benar-benar kering.
2. Membersihkan sisa-sisa larutan asin atau bercak kotoran yang menempel pada kulit telur dengan kain bersih yang sedikit basah.



*Gambar 7. Pembersihan sisa larutan asin atau bercak kotoran pada kulit telur*

3. Menempatkan telur asin yang sudah kering ke dalam karton telur. Saat penyusunan telur ini, stempel juga diberikan ke produk telur asin Pak Mul sebagai merek produk UMKM.



*Gambar 8. Pemberian stempel produk telur asin*

4. Setalah semua selesai, telur diletakkan di kemasan yang bersih dan kering, seperti mika untuk menjaga keawetannya.
5. Langkah yang terakhir yaitu memberikan label pada mika kemasan untuk memberikan daya tarik, memberikan identitas dan membedakan UMKM Telur Asin Pak Mul dengan UMKM telur asin lainnya.



Gambar 9. Pengemasan dan pemberian label pada kemasan

## Simpulan

UMKM memiliki peran penting di Indonesia karena beberapa alasan. Mereka tidak memerlukan modal besar, tenaga kerja yang digunakan tidak harus memiliki pendidikan formal khusus, tidak memerlukan infrastruktur dan property yang canggih seperti di perusahaan besar, dan telah terbukti UMKM memiliki ketahanan yang kuat selama krisis ekonomi di Indonesia. Meskipun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk mengembangkan atau mempertahankan bisnisnya. Salah satu faktornya adalah kurangnya pengetahuan dan informasi untuk melakukan *branding* pada produknya. Maka dari itu, kami selaku mahasiswa memberikan program pendampingan melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai salah satu upaya untuk membantu UMKM memperbaiki *branding*, termasuk pembuatan logo, label dan stempel yang lebih professional. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan pengenalan merek dan daya saing di pasar yang lebih luas, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan bagi pelaku UMKM.

## Referensi

- Agustina Widodo, Hesti Dina Sulistyoningsih, & Vena Faradilla Rohana. (2023). Pendampingan Usaha "Telur Asin PCA SALE" Dalam Pemasaran dan Legalitas Usaha. Community : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 3(3), 70–74. <https://doi.org/10.51903/community.v3i3.422>
- Banyusari, K., & Karawang, K. (n.d.). Aji Faisal Bahri 1, Dadan Ridwanuloh 2. 3(1), 4524–4529.
- Budimas, J. (2021). Jurnal Budimas Vol. 03, No. 01, 2021. 03(01).
- Fahim, A., Hisyam, M. I., Syafiqin, M. A., Camelia, Z., Salim, M. A., & Qurratu'aini, N. I. (2024). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha terhadap UMKM Chicken (Ondel-

Ondel) dan UMKM Telur Asin. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 1(2), 70–73. <https://doi.org/10.62759/jpim.v1i2.111>

Ahsani, M. A. A. S., Maulidia, A., Putri, A. S., Rizky, F. Al, Rosalia, C., & Kartika, D. S. Y. (2024). DEVELOPMENT OF PACKAGING AND LABELING FOR MSME PRODUCTS IN GALENGDOWO VILLAGE , WONOSALAM DISTRICT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 45–50.

Badriyah, R. D. M., Anharudin, & Miranty, D. (2024). *LABELLING DAN PACKAGING SEBAGAI USAHA PENINGKATAN NILAI JUAL TELOR ASIN DI DESA CIBODAS KECAMATAN TANARA , LABELLING AND PACKAGING AS AN EFFORTS TO INCREASE THE SALES VALUE OF SALTED EGGS IN CIBODAS VILLAGE , TANARA DISTRICT , SERANG REGENCY Desa Cibodas*. 34–43. <https://doi.org/10.25105/jamin.v6i1.18730>

Bakrie, R. M. R., Suri, S. A., Sahara, A., & Pratama, V. H. (2024). *Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia*. 16(2), 82–88.

Herudiansyah, G., Candera, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Desa Tebedak Ii Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2), 84–89. <https://doi.org/10.32502/sa.v1i2.2296>

Hilda Tri Yulianti, Weni Tri Sasmi, S. S. (2002). Pendampingan Pembuatan Logo Dan Packaging Produk UMKM. *Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1, 2478–2483.

Karem, N. A., Rahmah, Z. Z., & Andriani. (2024). 92-102. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1, 92–102.

Lesmayati, S., & Rohaeni, E. S. (2014). Pengaruh Lama Pemeraman Telur Asin Terhadap Tingkat Kesukaan Konsumen. Prosiding Seminar Nasional "Inovasi Teknologi Pertanian Spesifik Lokasi. *Prosiding Seminar Nasional "Inovasi Teknologi Pertanian Spesifik Lokasi,"* 4, 595–601.

Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2019). Opportunities and Obstacles of Micro Business Development in the Digital Economic Era. *Ikraith Ekonomika*, 2(3), 29–34.

Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>

Hidayat, N. (2019) 'Model Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integratif Interkonektif Berbasis pada Pengembangan Masyarakat yang Produktif Inovatif dan Kreatif', *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, 2(2), p. 219. Available at: <https://doi.org/10.14421/panangkaran.2018.0202-03>.

'Hilwa Syafira Barkah 1 , Neni Sumarni 2' (no date), 3(1), pp. 3538–3544.

Kusumawati, R., Qamari, I. N., & ... (2023). Pendampingan Umkm Telor Asin "Endog in" Menuju Umkm Naik Kelas. Martabe: Jurnal ..., 6, 1777–1782. <http://jurnal.umtapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/11281>

Murdianingsih, D., Handayani, T. H., Erfandi, E., Merdiyana, F., Hergunanto, A. R., Jannah, L. N., & Alfarizi, M. I. (2023). Pendampingan Pengembangan Usaha Produksi Telur Asin “MAETA” di Desa Bulu Petarukan. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 4(01), 50–60. <https://doi.org/10.46772/jamu.v4i01.1315>

Pratiwi, C. R., Fathurohman, I., & Prahardik, S. E. (2024). Pendampingan UMKM Pembuatan Telur Asin di Desa Kalensari : Strategi Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran Melalui Program PKM. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 4(2), 68–77.

Sarfiah *et al.* (2019) ‘UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa’, *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), pp. 1–189. Available at: <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>.

Wulandari, E., & Saputro, V. B. E. Pengembangan Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Desa Tegal Kwoso, Gergunung, Klaten Utara, Kab. Klaten. In *Prosiding Seminar Nasional Membangun Desa-Uns* (Vol. 2, No. 2).