

Personal Branding Produk Umkm Dalam Mengembangkan Potensi Daerah

Dian Nur Mastuti¹ Indriyana Widyastuti² Siti Hayati Efi Friantin³

^{1,2,3} Universitas Dharma AUB Surakarta

Email: dian.Mastuti@stie-aub.ac.id, indriyana.widy@gmail.com, efriantin@goegle.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan menggunakan personal branding produk UMKM guna mengembangkan potensi daerah. Kegiatan ini dilaksanakan di wilayah yang memiliki kekayaan lokal namun kurang terekspos secara luas. Pendekatan yang digunakan meliputi pelatihan merancang elemen visual dan narasi merek, seperti logo, kemasan, dan tagline. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam merancang dan menerapkan personal branding untuk produk mereka. Dampak dari kegiatan ini terlihat pada meningkatnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya mempromosikan potensi lokal sebagai bagian dari identitas produk mereka. Kegiatan ini menegaskan pentingnya personal branding sebagai strategi pengembangan UMKM yang tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha, tetapi juga berkontribusi dalam mempromosikan keunikan dan potensi daerah secara efektif.

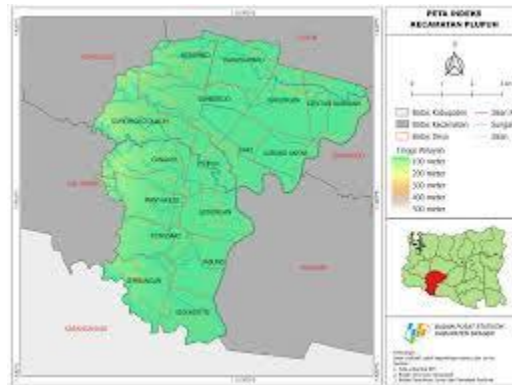
Kata Kunci: *Personal Branding, UMKM, Potensi Daerah, Promosi Lokal, Pengabdian Masyarakat.*

Pendahuluan

Personal branding telah menjadi salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran modern, termasuk dalam pengembangan produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebagai sektor yang mendukung perekonomian daerah, UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memanfaatkan potensi lokal. (Japarianto, 2020) Di tengah persaingan yang semakin ketat, keberhasilan UMKM tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada bagaimana produk tersebut dapat dikenali, dipercaya, dan dikaitkan dengan identitas daerahnya. Di sinilah personal branding memainkan peran kunci. Personal branding untuk produk UMKM melibatkan upaya membangun citra positif dan unik yang melekat pada produk, sehingga mampu merepresentasikan karakteristik dan potensi daerah asalnya. Melalui branding yang kuat, produk UMKM dapat menjadi sarana promosi budaya, tradisi, dan kekayaan lokal kepada pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. (Ratna, 2023) Misalnya, pengemasan cerita (storytelling) mengenai bahan baku khas, metode produksi tradisional, atau filosofi lokal yang terkandung dalam produk dapat meningkatkan daya tarik dan nilai tambahnya di mata konsumen. Dalam konteks menggali potensi daerah, personal branding produk UMKM juga berperan sebagai alat pemberdayaan masyarakat lokal. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal seperti hasil pertanian, kerajinan tangan, atau kuliner khas, UMKM dapat menciptakan produk-produk yang memiliki daya saing sekaligus menjaga kelestarian budaya dan lingkungan. Selain itu, dukungan pemerintah daerah melalui kebijakan promosi dan pelatihan branding menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM berbasis potensi lokal. (Gunarso, 2021) Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan personal branding pada produk UMKM dapat menggali dan memaksimalkan potensi daerah. Dengan pendekatan yang terintegrasi antara strategi branding dan pengelolaan sumber daya lokal, UMKM diharapkan mampu berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan penguatan identitas daerah. Kecamatan Plupuh terdiri dari 16 desa yakni desa karangwaru, Ngrombo, Karungan, Manyarejo, Sambirejo, Somomorodukuh, Sidokerto, Plupuh, Pungsari, Gedongan, Jambangan, Gentan, Banaran, Dari, Jabung, Karanganyar, dan

Cangkol. Topografi: Kecamatan Plupuh, secara keseluruhan keadaan topografinya berupa dataran dengan ketinggian wilayah berkisar 141 meter di atas permukaan laut, Lahan sawah : 2.607,98 ha dan lahan bukan sawah : 2.227,78 ha. Kondisi Sosial Ekonomi: Jumlah penduduk Kecamatan Plupuh tahun 2018 berdasarkan proyeksi SP2010 sebanyak 43.156 jiwa, terdiri dari 20.975 laki-laki dan 22.181 perempuan dengan sex ratio 946. Tingkat kepadatan penduduk sebesar 892 jiwa/km². Penduduk usia kerja (15 - 64 th) : 28.704 jiwa. Sarana dan prasarana pembangunan di Kecamatan Plupuh relative baik. Untuk sarana pendidikan, terdapat 31 unit Sekolah Dasar, 5 unit SMP/M.Ts, 3 unit SMA/SMK/M. Aliyah. Untuk kehidupan beragama di Kecamatan Plupuh cukup beragam, dimana terdapat 134 bangunan masjid, 88 bangunan langgar, dan 2 bangunan gereja. Perekonomian, Pertanian adalah sektor utama yang menjadi tulang punggung perekonomian di Kecamatan Plupuh. Komoditas pertanian yang dominan adalah padi, jagung, dan kacang-kacangan. Plupuh merupakan salah satu daerah lumbung padi di Kabupaten Sragen. Dengan kondisi lahan pertanian yang subur, sektor ini menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat. Selain itu, peternakan dan perikanan juga berperan penting dalam perekonomian lokal. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kecamatan Plupuh memiliki sejumlah UMKM yang berkembang dalam berbagai bidang seperti kerajinan tangan yaitu Kerajinan Tangan, Kerajinan Anyaman Bambu (Zahro, 2024). Beberapa desa di Kecamatan Plupuh dikenal dengan kerajinan anyaman bambu yang digunakan untuk membuat peralatan rumah tangga seperti tampah, keranjang, dan tikar. Bahan baku lokal, Bambu dan Kayu. Ketersediaan bahan baku lokal seperti bambu dan kayu mendukung pengembangan sektor kerajinan. (Wibowo, 2022). Tanaman Herbal. beberapa jenis tanaman herbal tumbuh subur di wilayah ini, yang berpotensi diolah menjadi produk kesehatan dan kecantikan seperti seperti Daun Tin, Eucalyptus, dan tanaman langka lainnya (gayam, pronojiwo, gaharu, cendana, kenari, kepel, namnam, malabar, dan sapatangan. Beberapa di antaranya, seperti gaharu dan cendana, memiliki nilai tinggi dalam industri kesehatan dan kecantikan) (Duhri, 2016). Batik: Ada potensi pengembangan batik lokal, meskipun belum sepopuler daerah tetangga seperti Surakarta. (Rahayu, 2022) Produk Kuliner Khas, Olahan Tradisional: Kecamatan Plupuh memiliki kuliner khas berbahan dasar hasil pertanian, seperti keripik singkong, emping melinjo, dan jajanan pasar lainnya. Olahan Hasil Pertanian: Gula kelapa dan minyak kelapa sering diproduksi secara tradisional oleh masyarakat. Makanan ringan, dan produk lokal lainnya. UMKM ini menjadi sumber penghasilan tambahan bagi masyarakat setempat. Infrastruktur, Transportasi: Akses transportasi di Kecamatan Plupuh cukup memadai dengan jalan-jalan yang menghubungkan antar desa dan kecamatan. Namun, beberapa wilayah mungkin masih memerlukan perbaikan infrastruktur untuk meningkatkan aksesibilitas. Fasilitas Publik: Kecamatan ini memiliki fasilitas pendidikan seperti sekolah dasar dan menengah, serta fasilitas kesehatan seperti puskesmas dan klinik. Ada juga pasar tradisional yang menjadi pusat perdagangan bagi masyarakat setempat. Pendidikan dan Kesehatan, Pendidikan: Kecamatan Plupuh memiliki beberapa sekolah mulai dari tingkat dasar hingga menengah. Namun, untuk pendidikan tinggi, masyarakat biasanya harus pergi ke kota-kota yang lebih besar di sekitar Kabupaten Sragen. **Kesehatan:** Terdapat beberapa fasilitas kesehatan seperti puskesmas yang melayani kebutuhan kesehatan masyarakat. Namun, untuk layanan kesehatan yang lebih kompleks, masyarakat biasanya dirujuk ke rumah sakit di Sragen atau kota terdekat. **Kebudayaan, Budaya Lokal:** Masyarakat Plupuh masih sangat menjaga tradisi dan budaya Jawa, yang tercermin dalam berbagai kegiatan adat dan perayaan. Kesenian tradisional seperti wayang kulit dan gamelan juga masih dipertahankan dalam kehidupan sehari-hari. **Pemerintahan,** Pembagian Administratif: Kecamatan Plupuh terdiri dari beberapa desa yang masing-masing dikepalai oleh kepala desa. Setiap desa memiliki perangkat desa yang bertugas mengelola pemerintahan di tingkat desa. Pelayanan Publik: Pemerintah Kecamatan Plupuh berfokus pada peningkatan pelayanan publik

dan pembangunan infrastruktur yang dapat menunjang kesejahteraan masyarakat. Secara keseluruhan, Kecamatan Plupuh merupakan wilayah yang masih sangat bergantung pada sektor pertanian dengan potensi yang besar dalam pengembangan UMKM dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dukungan terhadap infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan menjadi kunci utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan sosial di wilayah ini. Berikut adalah peta Kecamatan Plupuh di Kabupaten Sragen. Peta ini menampilkan batas geografis, jalan utama, sungai, dan landmark penting seperti sekolah, pasar, dan fasilitas kesehatan. Peta juga menunjukkan area pertanian, zona pemukiman, dan infrastruktur lainnya. (Statistik, 2022)



Gambar 1. Peta Kecamatan Plupuh, Sragen

Metode Pengabdian

Kegiatan ini dilaksanakan selama 3 jam bekerja sama dengan Balai Desa Plupuh ,pada hari kamis tanggal 15 Agustus 2024 dengan target peserta pelaku UMKM di kecamatan Plupuh. Kegiatan ini terbagi ke dalam 3 sesi yaitu pembukaan oleh Bapak Lurah, dilanjutkan dengan sosialisasi Personal Branding untuk UMKM dan sesi terakhir yaitu pendampingan pembuatan Contoh Perancangan Elemen Visual & Narasi Merek yang mencerminkan Identitas Daerah. Setelah mengidentifikasi potensi unggulan daerah, seperti bahan baku lokal, budaya, atau tradisi khas yang dapat menjadi nilai jual. Melakukan survei dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk memahami tantangan, kebutuhan, dan peluang dalam pengembangan produk mereka. Langkah kedua ini mengadakan pelatihan yang meliputi: Konsep dasar personal branding dan pentingnya bagi produk UMKM., Teknik storytelling untuk menciptakan narasi produk berbasis potensi lokal (Putri1, 2024).

Pada langkah metode pengabdian selanjutnya membantu UMKM merancang elemen visual dan narasi merek, seperti logo, kemasan, dan tagline, yang mencerminkan identitas daerah. Memberikan bimbingan dalam mengintegrasikan nilai budaya dan lokalitas ke dalam produk.

Hasil dan Pembahasan

Hasil pengabdian yang dilakukan dalam penerapan personal branding untuk produk UMKM di Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen menunjukkan sejumlah pencapaian berikut:

Pelatihan Personal Branding: Pelatihan diikuti oleh 30 pelaku UMKM dari berbagai sektor. Peserta mendapatkan materi tentang konsep branding, teknik storytelling, Peserta mampu merancang elemen branding sederhana seperti logo, nama merek, dan narasi produk yang menggambarkan keunikan local.



Gambar 2. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat di Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen

Konsep Branding

KONSEP DASAR PERSONAL BRANDING

Pengertian Personal Branding Produk UMKM
Personal branding produk UMKM adalah strategi untuk membangun dan mempromosikan identitas produk agar dikenal dengan karakteristik unik. Dengan personal branding yang kuat, produk UMKM dapat meningkatkan daya tarik, kepercayaan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar.

Elemen Utama Personal Branding Produk UMKM
Identitas Produk: Menentukan nilai, visi, dan misi produk yang ingin disampaikan kepada konsumen. **Komunikasi Produk (Unique Selling Proposition):** Menyebutkan aspek unik yang membedakan produk UMKM dari pesaing. **Konsistensi Merek:** Memastikan warna, logo, dan gaya komunikasi produk selaras dengan identitas merek. **Visibilitas di Pasar:** Menggunakan berbagai platform pemasaran untuk meningkatkan exposure produk. **Kepercayaan dan Kredibilitas:** Membangun reputasi positif melalui testimoni pelanggan, sertifikasi, dan jaminan kualitas.

Manfaat Personal Branding Produk UMKM
Meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya tarik produk. Mempermudah diferensiasi dari kompetitor di industri yang padat. Mempercepat pertumbuhan bisnis melalui pemasaran yang efektif. Memperoleh kredibilitas yang lebih tinggi di mata konsumen.

Strategi Membangun Personal Branding Produk UMKM
Kenali Produk dan Pasar: Memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan untuk menyesuaikan strategi branding. **Ciptakan Nama Merek:** Mengembangkan cerita yang memunculkan nilai dan filosofi produk. **Gunakan Media Digital:** Manfaatkan website, media sosial, dan marketplace untuk meningkatkan kesadaran merek. **Kolaborasi dan Networking:** Bekerja dengan influencer, komunitas, atau bisnis lain untuk memperluas jangkauan pasar. **Terus Inovatif dan Tunjukkan Kualitas:** Menyediakan produk dengan nilai dan kebutuhan pasar yang tetap relevan.

Contoh Penerapan Personal Branding Produk UMKM Produk Kerajinan Lokal
UMKM yang memproduksi batik khas daerah dapat membangun citra sebagai pelancong budaya melalui cerita di media sosial. **Kuliner Tradisional:** Usaha makanan khas daerah dapat menonjolkan bahan baku alami dan proses produksi yang otentik untuk menarik minat pelanggan. **Produk Kesehatan Herbal:** Menampilkan nilai kesehatan dan kualitas produk untuk membangun kepercayaan konsumen.

Teknik Story telling

Storytelling untuk Plupuh, Sragen: Membangun Narasi yang Kuat Konsep Storytelling untuk Plupuh, Sragen. Storytelling adalah teknik menceritakan kisah yang mampu membangun hubungan emosional dengan audiens. Untuk Plupuh, Sragen, storytelling dapat digunakan untuk memperkenalkan potensi lokal, seperti kerajinan anyaman bambu, batik khas, serta kuliner tradisional seperti keripik singkong dan emping melinjo. Narasi yang kuat dapat membantu mempromosikan produk UMKM, meningkatkan daya tarik wisata, dan memperkuat identitas daerah. (DIGIMA, 2024)

Storytelling Plupuh, Sragen, Storytelling untuk Kerajinan Anyaman Bambu: "Di sebuah desa kecil di Plupuh, tangan-tangan terampil para pengrajin bambu tak pernah berhenti bergerak. Di bawah cahaya pagi, Pak Karyo duduk di teras rumahnya, menganyam helai demi helai bambu yang telah dikeringkan dengan sempurna. Setiap helai bambu yang ia satukan adalah cerita tentang ketekunan, budaya, dan kehidupan masyarakat Plupuh yang bersahaja. Kini, hasil karyanya telah dikenal hingga luar Sragen, membawa harum nama desa kecilnya ke panggung yang lebih luas.."
Storytelling untuk Kuliner Khas Plupuh (Keripik Singkong & Emping Melinjo). "Siang itu, aroma singkong yang baru saja digoreng menyeruak dari dapur Bu Siti. Ia dengan telaten menaburkan sedikit garam dan rempah, memastikan setiap keping keripik singkongnya memiliki rasa yang khas. Sejak dulu, keluarganya memang terkenal sebagai pembuat keripik terbaik di desa. Kini, keripiknya tak hanya dinikmati di warung-warung sekitar, tetapi juga sudah dikemas modern dan siap bersaing di pasar nasional."
Storytelling untuk Batik Sragen dari Plupuh "Batik bukan sekadar kain bagi Mbok Marni. Setiap malam, ia duduk di depan kompor kecilnya, mencelupkan canting ke dalam malam panas, lalu menggambar motif-motif khas Sragen di atas kain putih. Ia teringat bagaimana dulu ibunya mengajarnya cara memegang canting dengan benar, bagaimana garis-garis harus mengalir dengan lembut. Kini, batiknya bukan hanya dipakai oleh orang-orang di desanya, tetapi juga telah melanglang buana hingga ke kota besar. 'Setiap kain ini punya cerita,' katanya, sambil tersenyum bangga."

contoh nama merk, kemasan dan tagline pada produk yang dihasilkan Plupuh Sragen

Plupuh, Sragen, dikenal dengan produk unggulannya, seperti batik, emping melinjo, dan olahan pangan tradisional. nama merek, kemasan, dan tagline yang bisa digunakan:

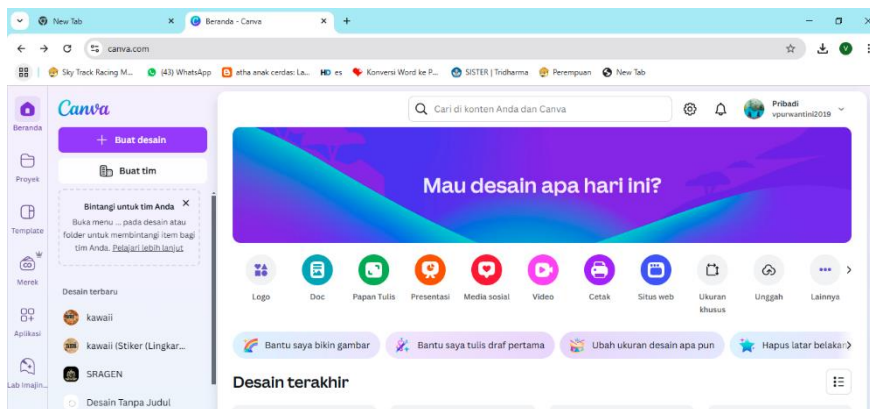
Batik Plupuh: Merek: "Plupuh Indah" Kemasan: Kotak eksklusif dengan desain batik khas Plupuh, dilengkapi kartu cerita tentang motif batik. **Tagline:** "Keindahan batik Plupuh dalam Setiap Helainya."

Emping Melinjo: Merek: "Renyah Plupuh", Kemasan: Standing pouch berbahan kraft paper dengan jendela transparan untuk menampilkan emping. **Tagline:** "Gurih, Renyah, Memanjakan lidah."

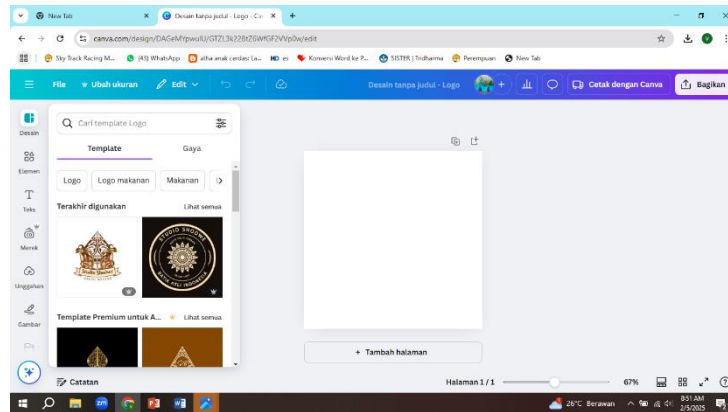
Olahan Pangan Tradisional (Tape Singkong): Merek: "Tape Plupuh Manis", Kemasan: Wadah anyaman bambu atau kemasan plastik food grade dengan label branding. **Tagline:** "Manis Alami dari Bumi Plupuh."

Merancang elemen branding sederhana seperti logo, nama merek, dan narasi produk yang menggambarkan keunikan lokal. Merancang logo dengan aplikasi CANVA

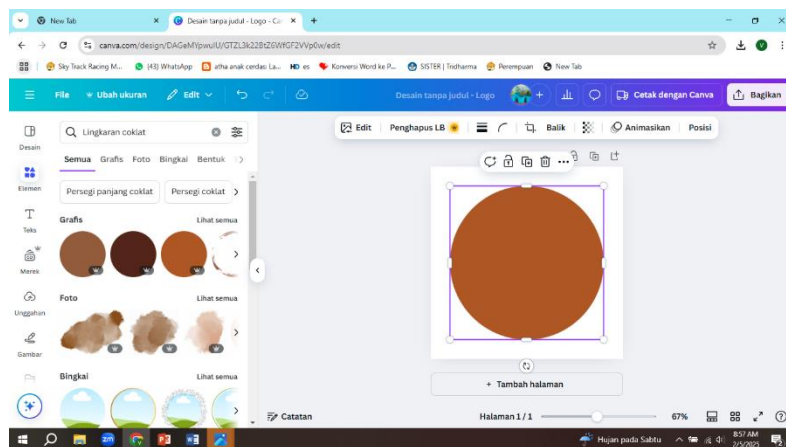
Langkah 1. Ketik CANVA.COM pada google maka akan muncul seperti dibawah ini



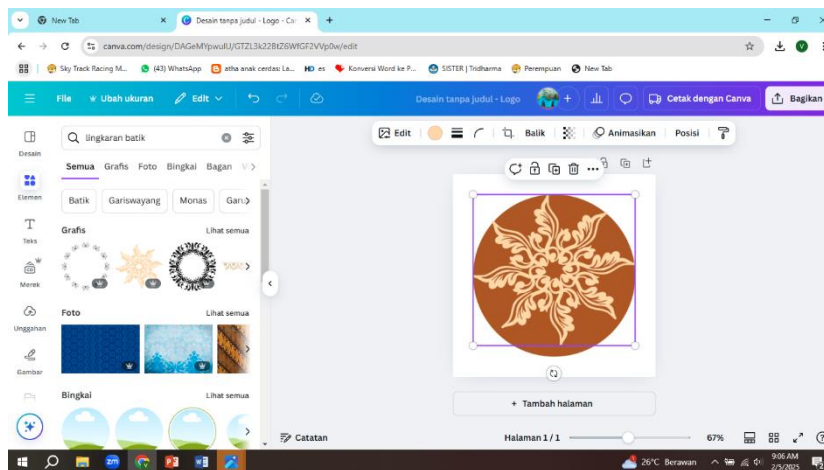
Langkah 2 Untuk merancang logo kita klik Buat Desain, akan muncul file seperti dibawah ini



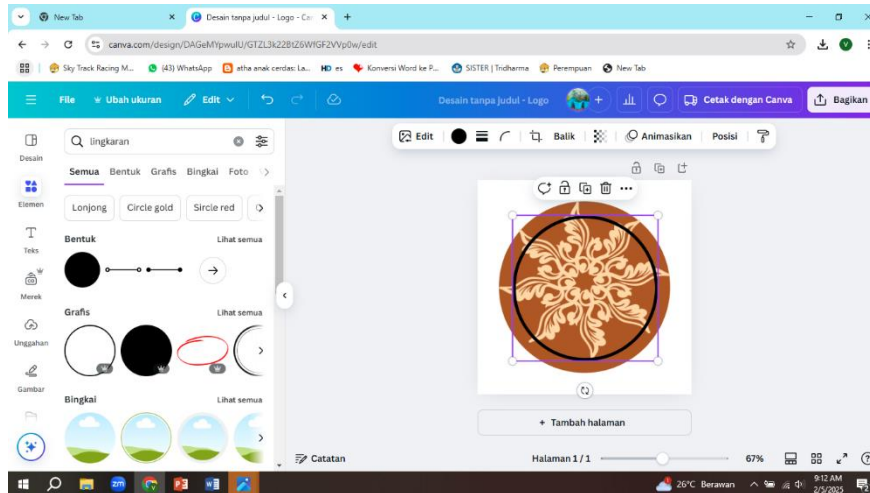
Untuk merancang logo kita ketikkan pada kolom pencarian ketikkan **Logo** maka akan muncul lembar untuk mendesain logo



Setelah lembar ini muncul kita mendesain lingkaran coklat maka klik elemen dan tuliskan pada kolom pencarian tuliskan lingkaran coklat. Maka akan tergambar lingkaran coklat sebagai dasar untuk merancang isi dari logo tersebut.



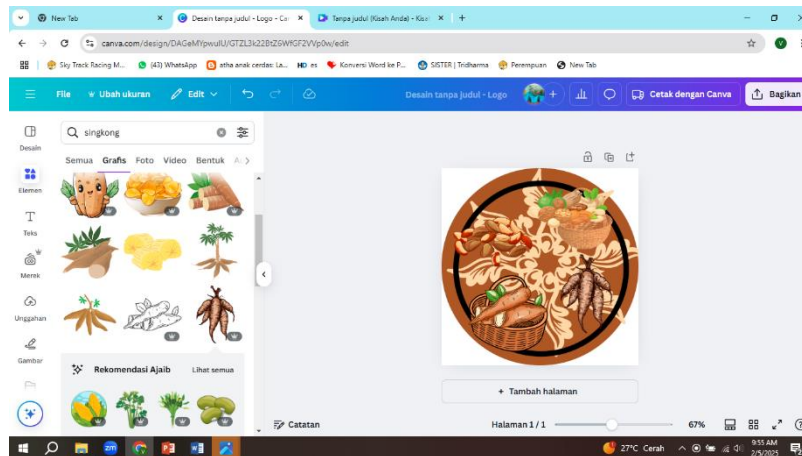
Pada lingkaran coklat kita mulai merancang isi dari logo yang menggambarkan potensi daerah dengan dengan plupuh, Sragen yaitu dengan batik, tuliskan pada kolom pencarian tulisan lingkaran batik, pilih batik bintang, sesuaikan dengan lingkaran coklat, dengan menarik sudut kanan dan kiri serta atas dan bawah



Isi pada badan logo dengan hasil pertanian, seperti kacang-kacangan, singkong dan hasil anyaman bamboo sebagai identitas Plupuh Sragen, sebelumnya beri lingkaran kedua dengan mengetik pada kolom pencarian lingkaran

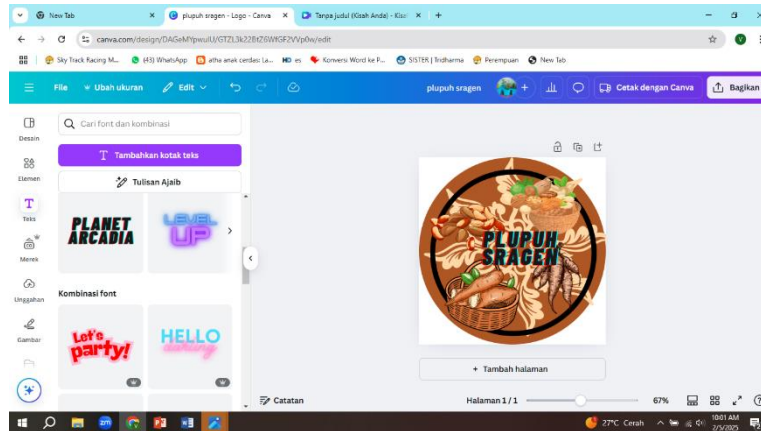
Ketik pada kolom pencarian kacang-kacangan, kemudian klik, atur ditempat yang diinginkan.

Tambahkan Singkong dengan mengetik pada kolom pencarian dengan singkong



Kemudian isi lagi dengan anyaman bamboo, diatur seolah-olah hasil pertanian ditempatkan pada keranjang tersebut. Hasilnya seperti dibawah ini

Tuliskan logo ini untuk siapa, tuliskan Plupuh Sragen pada logo, klik huruf T pada menu, pilih tulisan sesuai keinginan



Dari aplikasi ini kemudian diunduh klik bagikan, klik panah bawah, klik unduh, klik kopy, pastekan ke word



Logo Plupuh Sragen

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan pelatihan dan pendampingan UMKM di Kecamatan Plupuh, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

Kesadaran Personal Branding, Pelaku UMKM di Plupuh mulai memahami pentingnya personal branding untuk membangun identitas produk yang unik dan meningkatkan daya saing di pasar. Potensi lokal seperti produk kerajinan tangan, hasil pertanian, dan olahan tradisional memiliki nilai jual yang tinggi jika dikemas dengan branding yang tepat.

Pemanfaatan Digital Marketing Pelaku UMKM menunjukkan antusiasme dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk pemasaran. Meskipun begitu, kemampuan teknis dalam membuat konten kreatif dan manajemen platform masih perlu ditingkatkan.

Peningkatan Nilai Produk Implementasi personal branding membantu meningkatkan daya tarik produk UMKM, baik dari segi visual maupun narasi, sehingga mampu memperluas jangkauan pasar. Beberapa UMKM yang telah mengaplikasikan branding mulai melihat hasil berupa peningkatan perhatian konsumen.

Tantangan yang Dihadapi UMKM Plupuh masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan akses internet di beberapa wilayah, kurangnya modal untuk pengembangan desain dan kemasan, serta keterampilan teknis yang belum merata.

Saran

Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM. Pemerintah daerah atau institusi terkait dapat menyelenggarakan pelatihan lanjutan yang fokus pada keterampilan digital, seperti desain grafis,

pengelolaan media sosial, dan e-commerce. Pelaku UMKM perlu didorong untuk terus belajar dan mengikuti tren digital marketing agar dapat bersaing di pasar yang dinamis.

Kolaborasi dan Pendampingan Berkelanjutan Bentuk kolaborasi dengan komunitas kreatif, perguruan tinggi, atau lembaga profesional untuk pendampingan teknis yang lebih intensif. Pendampingan berkelanjutan dapat membantu UMKM mengatasi tantangan teknis dan memastikan penerapan strategi branding yang konsisten.

Optimalisasi Potensi Lokal. Produk UMKM yang berbasis keunikan lokal, seperti kerajinan bambu dan olahan hasil pertanian, dapat dioptimalkan dengan pengemasan yang lebih modern dan sesuai tren pasar. Promosi potensi lokal melalui pameran daerah, festival budaya, atau platform digital dapat membantu memperkenalkan produk UMKM Plupuh ke pasar yang lebih luas.

Dukungan Infrastruktur dan Kebijakan Penyediaan akses internet yang lebih merata di wilayah Plupuh untuk mendukung transformasi digital UMKM. Pemerintah daerah dapat memberikan dukungan kebijakan, seperti subsidi modal, insentif pajak, atau program kredit lunak untuk pengembangan UMKM.

Daftar Pustaka

- Christina Yanita Setyawati, L. L. (2023). Program Pelatihan Personal Branding Untuk Siswa-Siswi SMAK Frateran Surabaya. *Jurnal Consortium*, 221-228.
- DIGIMA, A. (2024, Agustus 22). *Membangun Pemasaran UMKM dengan Pendekatan Storytelling*. Retrieved from DIGIMA: https://digima.co.id/membangun-pemasaran-umkm-dengan-pendekatan-storytelling/?utm_source=chatgpt.com
- Duhri, M. K. (2016, Maret Senin). *PELESTARIAN TANAMAN LANGKA : Ini 9 Tanaman Langka Yang Dikembangkan SMAN 1 Plupuh*. Sragen: Solo Pos.
- Gunarso, B. P. (2021). *Strategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Olahan Buah Belimbing sebagai Produk Unggulan Daerah*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Japarianto, C. Y. (2020). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N . *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*, 1-8.
- Prayogi , A., & Kirom , M. (2022). ASSISTANCE IN DEVELOPING THE DIGITALIZATION OF MSMES FOR THE WONOYOSO VILLAGE COMMUNITY OF PEKALONGAN IN FACING THE NEW NORMAL ERA. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 3(1), 14-24. doi:<https://doi.org/10.52060/jppm.v3i1.652>
- Putri1, N. C. (2024). Komunikasi Pemasaran melalui Storytelling Media Sosial Instagram Live Klinik Kopi Yogyakarta. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 429-441.
- Rahayu, R. P. (2022). The Influence of Home Industry Batik on Enhancement Village Community Income Pungsari, Plupuh, Sragen, Year 2021. *Journal Of Geography Science and Education (JGSE)*, 51-58.
- Ratna, M. P. (2023). Perancangan kultural Mapping sebagai Branding UMKM Desa Dermasuci, kabupaten Tegal. *Harmoni*, 66-71.
- Statistik, B. P. (2022). *Kecamatan Plupuh Dalam Angka 2022*. Sragen: Badan Pusat Statistik, Kabupaten Sragen.
- Wibowo, G. A. (2022, Agustus Selasa). Kerajinan Bambu di desa Bendungan Sragen Targetkan Pasar ekspor. Sragen, Jawa Tengah, Indonesia, .
- Zahro, S. (2024, Oktober Kamis). Kolaborasi Akademisi dan UMKM Anyaman Bambu Tembus Pasar Internasional. Jombang, Jawa Tengah, Indonesia.