

PKM Digital Branding Koperasi dan UKM Desa Bangun Purba Timur Jaya

PKM Digital Branding for Cooperatives and UKM in Bangun Purba Timur Jaya Village

Hendri Maradona¹, Kiki Yasdomi², Rina Febrinova³, Wirda Jannatul Jannah⁴, Dinni Fatmawati⁵, Muhammad Ridho⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Pasir Pengaraian

*e-mail: hendrimaradona@upp.ac.id

Article Info

Article history:

Received Nov 17th, 2022

Revised Nov 20th, 2022

Accepted Nov 21th, 2022

Abstrak

Pengembangan Desa bangun purba timur jaya merupakan salah satu desa di Rokan Hulu Provinsi Riau yang memiliki 7 Desa atau Kelurahan dengan luas wilayah 150,15 Km² dan masih terkategori Desa Berkembang[1]. Koperasi Desa Bangun Purba Timur Jaya saat ini hanya fokus pada simpan pinjam saja dan belum mampu untuk mengembangkan usaha koperasi yang lebih inovatif, begitu juga dengan Ukm, hampir semua Ukm yang ada saat masih bersifat individu atau perorangan, salah satu komoditi unggulan dan juga sekaligus sebagai sumber penghasilan masyarakat pada Desa Bangun Purba Timur Jaya yaitu membuat gula aren untuk dijual ke pasar maupun ke tengkulak. kebanyakan masyarakat masih secara mandiri dalam melakukan usaha pembuatan gula aren, dan belum ada yang berkelompok ataupun membentuk koperasi. Hasil diskusi yang penulis temukan bahwa upaya dalam melakukan pengembangan produk ke arah yang lebih bernilai jual tinggi masih belum bisa diwujudkan oleh masyarakat dikarenakan belum adanya upaya koperasi desa untuk memaksimalkan Ukm yang berbasis perorangan menjadi kelompok usaha bersama yang nantinya diharapkan mampu secara mandiri meningkatkan produksi lebih baik lagi. Konsep promosi dan branding UKM yang belum berjalan menyebabkan peningkatan produksi relatif tidak signifikan[2] Metode pelaksanaan terdiri dari empat tahapan yaitu pengembangan produk, desain grafis, pengelolaan website usaha, konten sosial media.

Kata kunci: Gula Aren; Digital Branding; Desain Grafis; Website; Sosial Media

Abstract

Bangun purba timur jaya village is one of the villages in Rokan Hulu, Riau Province which has 7 villages or sub-districts with a total size of 150.15 Km² and is still categorized as Developing Village[1]. The Bangun Purba Timur Jaya Village Cooperative only focuses on savings and loans and has not been able to build more innovative cooperative enterprises, as well as SMEs, almost all existing SMEs are still individuals, making palm sugar to sell to the market or to merchants is one of the main commodities and a source of income for the population in Bangun Purba Timur Jaya Village. Most people are still independent in their business in making palm sugar, and no one has grouped or formed a cooperative. The results of the discussion were that the author found that efforts to develop products towards more high selling value still cannot be realized by the

DOI: <https://doi.org/10.31258/cers.3.1.9-20>

community because there are no village cooperative efforts to maximize individual-based SMEs into joint business groups, which are later expected to be able to independently increase production. The concept of SME promotion and branding that has not been implemented has resulted in a relatively insignificant increase in production[2]. The implementation method consists of four stages, namely product development, graphic design, business website management, and social media content.

Keywords: Palm sugar; Digital Branding; Graphic design; Website; Social Media

PENDAHULUAN

Desa bangun purba timur jaya merupakan salah satu desa di Rokan Hulu Provinsi Riau yang memiliki 7 Desa atau Kelurahan dengan luas wilayah 150,15 Km² dan masih terkategori Desa Berkembang[1] Jumlah Penduduk menurut kelompok umur masih terkategori umur produktif yaitu berkisar 15-64 Tahun. Desa bangun purba timur jaya terkategori desa yang belum bisa secara ekonomi mandiri, dikarenakan Desa ini masih masuk dalam kategori desa berkembang, dimana salah satu unit usaha desa yaitu koperasi dan Ukm pada desa ini masih belum baik secara ekonomi. Ini berbanding terbalik dengan misi dari Dinas Koperasi UKM, Transmigrasi dan Tenaga Kerja (DISKOPTRANSNAKER) Rokan Hulu yaitu mewujudkan pengembangan ekonomi yang berbasis kerakyatan pada masyarakat pedesaan dan mendorong berkembangnya investasi untuk pengentasan kemiskinan sehingga terwujud keseimbangan pembangunan antara kecamatan dan desa serta antar kelompok masyarakat[3]. Jumlah koperasi berbadan hukum pada desa bangun purba jaya timur yang terdaftar pada kementerian koperasi dan ukm (Kemenkopukm) republik indonesia hingga saat ini belum ada (nik.depkop.go.id), adapun permasalahan mitra yaitu **belum adanya inovasi pengelolaan koperasi dan ukm pada desa khususnya pada komoditi unggulan lokal gula aren** sehingga produk yang memungkinkan memiliki harga jual lebih tinggi menjadi tidak dapat bersaing dan bernilai tinggi, selain itu permasalahan mitra adalah **belum adanya upaya koperasi dan ukm menuju Go-Online**, dalam hal ini belum melakukan pengembangan digital branding untuk inovasi pemasaran usaha.

Koperasi dan kelompok Ukm Desa harus bersinergi dan berkolaborasi, menciptakan peluang ekonomi baru dan terdepan dalam melakukan upaya inovasi khusus pada komoditi lokal yang ada pada Desa bangun purba timur jaya. Salah satu komoditi lokal dan juga sekaligus sebagai sumber penghasilan masyarakat pada desa ini yaitu membuat gula aren untuk dijual ke pasar maupun ke tengkulak. kebanyakan masyarakat masih secara mandiri atau perorangan dalam melakukan usaha pembuatan gula aren, dan belum ada yang berkelompok ataupun membentuk koperasi. Hasil diskusi yang penulis temukan bahwa upaya dalam melakukan pengembangan produk ke arah yang lebih bernilai jual tinggi masih belum bisa diwujudkan oleh masyarakat dikarenakan belum adanya upaya koperasi desa untuk memaksimalkan Ukm yang berbasis perorangan menjadi kelompok usaha bersama yang nantinya diharapkan mampu secara mandiri meningkatkan produksi lebih baik lagi. Dalam pengabdian ini team akan melakukan upaya inovasi dalam bentuk **Branding Digital** kepada koperasi dan kelompok Ukm desa. Adapun upaya inovasinya yaitu **Pengembangan Produk (Product Development)** dimana akan mengubah pola masyarakat yang awalnya menjual gula aren berbentuk padat ke tengkulak diganti dengan produk gula semut aren yang akan dipasarkan langsung oleh masyarakat, sehingga diharapkan mampu meningkatkan produktivitas produksi, meningkatkan kualitas pengemasan produk, dan peningkatan kualitas lingkungan kerja yang lebih higienis, peningkatan varian produk olahan aren dari semula hanya memproduksi gula merah aren sekarang menjadi menjadi gula semut aren yang banyak diminati. Upaya yang kedua adalah **Desain Grafis** dimana tahap ini dilakukan pelatihan bagaimana cara membuat produk desain dengan software adobe photoshop berupa logo produk, desain kemasan dan desain digital. Upaya ketiga adalah **pengelolaan website usaha**, dimana pada tahap ini diberi pelatihan mulai dari penyiapan software open source dan cara setting local website hingga bagaimana cara mengelola website dan memaksimalkan website sebagai media promosi. Upaya yang ke empat yaitu **Konten Sosial Media**, dimana usaha ini memberikan pelatihan kepada pemilik Ukm bagaimana mengelola akun bisnis baik facebook maupun instagram serta memaksimalkan akun tersebut melalui fitur iklannya, dan memberikan pelatihan mulai dari melakukan sesi foto produk, konten sosial media, copywriter, pembuatan vidio produk dan advertiser.

Pemanfaatan internet saat ini bagi pelaku UMKM bukan hanya sekedar memasarkan produk, tetapi membantu dalam membangun strategi branding[4]. Branding merupakan kegiatan memperkenalkan produk atau jasa dengan melalui kekuatan merek yang dimiliki. Fungsi branding juga menciptakan diferensiasi antar produk dan membangun mental structures yang membantu konsumen mengatur pemahaman mereka mengenai produk dan jasa melalui cara yang pada akhirnya akan mempermudah mereka dalam pengambilan keputusan

Produk dari teknologi digital yang paling populer saat ini salah satunya ialah media sosial, dimana media sosial naik menjadi produk teratas yang paling digemari penduduk dunia saat ini. Berbagai jenis media sosial seperti instagram, facebook, twitter, pacth dan lain sebagainya, memiliki jumlah pengguna yang begitu banyak sebagai mana dalam grafik ditunjukkan kenaikan yang begitu pesat dalam waktu sesingkat-singkatnya, yang kini jumlah penggunanya mencapai jutaan bahkan milyaran

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia

Media sosial didefinisikan sebagai platform online yang menggunakan teknologi dengan jaringan internet yang mengubah komunikasi menjadi percakapan interaktif yang mempunyai umpan balik dan mendukung interaksi sosial.[5]

METODE PENERAPAN

Metode Pelaksanaan yang dilakukan agar solusi yang ditawarkan dapat di salurkan dengan baik kepada mitra sesuai yang diharapkan dilakukan melalui tahapan tahapan berikut:

Pelatihan Pengembangan Produk (*Product Development*)

Pada pelatihan ini akan dilakukan **Transfer IPTEK** penggunaan alat mesin pembuat gula semut aren, dan akan dilakukan pelatihan secara langsung kepada kopeasi dan kelompok ukm bagaimana komoditi lokal aren yang baru saja di panen dari batang aren di proses hingga menghasilkan suatu produk unggulan desa yaitu gula semut aren. Adapun tahapan pelatihan pengembangan produk gula semut aren sebagai berikut:

- a. Menyiapkan air nira segar yang baru di panen dari pohon aren.
- b. Memasak air nira segar hingga memasuki warna kecoklatan
- c. Setelah warna terkategori kecoklatan maka dilakukan proses pengkristalan
- d. Kemudian dilakukan sortasi atau penyaringan gula kristal untuk mendapatkan hasil yang lebih kecil-kecil dan halus
- e. Sisa penyaringan gula yang terkategori kasar akan dilakukan tahapan pengkristalan kembali dan dilakukan penyaringan untuk mendapatkan gula yang halus.
- f. Proses penyaringan akan menghasilkan gula yang sudah halus dan siap untuk dimasukkan kedalam mesin oven pengering untuk mengurangi kadar air pada gula semut dan membuat gula semut menjadi tahan lama.

Pelatihan Desain Grafis

Kegiatan pelatihan desain grafis yang akan dilakukan berbasis project. Project ini dimaksudkan agar penguasaan materi desain grafis lebih bagus. Terdapat tiga project yang akan diberikan, yaitu:

- a. Project pengenalan tools dan menu pada adobe photoshop berikut cara penggunaan tools yang sering digunakan pada proses desain. Tools yang sering digunakan seperti move tool, selection tools, pen tool, paint bucket tool, shape tools, type tool, erase tool, dan lain-lain.
- b. Project selection, layout dan editing. Dalam banyak desain undangan atau kartu ucapan, perlu ditampilkan foto sebagai identitas. Foto digunakan untuk mempercantik undangan. Sehingga, perlu dibekali kemampuan menseleksi foto dan menggabungkannya dalam gambar, sehingga

desain tampak natural. Pada project ini, peserta juga dilatih bagaimana membuat sebuah layout desain yang menarik dan kekinian. Bagaimana letak foto yang eyecatching, memilih font yang sesuai, serta pemilihan warna yang menarik.

- c. Project pembuatan desain produk. Project ini dimulai dengan menemukan ide, akan diajarkan bagaimana proses dan alur penemuan ide. Mulai dari observasi desain produk kekinian dari internet, mendownload atau membuat aset digital, lalu membuat kanvas di adobe photoshop, serta mengeksport desain produk yang telah selesai kedalam format jpeg dengan resolusi yang bagus. Pada project ini juga akan diajarkan cara membuat shape-shape yang bisa mempercantik tampilan, mempelajari layout desain, serta pemilihan font dan warna yang sesuai dengan desain produk.

Website Ukm

Pada tahap ini dilakukan pelatihan awal bagaimana cara mempersiapkan dan menggunakan aplikasi CMS Wordpress dengan memanfaatkan plugin seperti woocommerce sebagai platform atau portal produk, selanjutnya dilakukan bagaimana cara mengelola website hingga memaksimalkan website sebagai media promosi

Konten sosial media

Pada tahap ini di ajarkan membuat dan bagaimana mengelola akun bisnis baik facebook maupun instagram dan juga fitur iklannya, pada tahap ini pula diajarkan melakukan sesi foto produk, membuat konten sosial media, membuat copywriter, pembuatan video produk dan advertiser

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Pengembangan produk

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada koperasi dan ukm seputar pengembangan produk melalui transfer iptek untuk meningkatkan varian produk gula aren. Pembicara pada pelatihan ini diisi oleh pelaku Ukm gula semut aren yaitu saudara maruba rambe dan penggiat aren rokan hulu sekaligus ketua bumdes dusun kaiti, desa rambah tengah barat, kecamatan rambah saudara khoiruddin.



Pada pelatihan ini dilakukan transfer IPTEK penggunaan alat mesin pembuat gula semut aren, dan dilakukan pelatihan secara langsung kepada kopeasi dan kelompok ukm bagaimana komoditi lokal aren yang baru saja di panen dari batang aren di proses hingga menghasilkan suatu produk unggulan desa yaitu gula semut aren. Adapun tahapan pelatihan pengembangan produk gula semut aren sebagai berikut:

- a. Menyiapkan air nira segar yang baru di panen dari pohon aren.
- b. Memasak air nira segar hingga memasuki warna kecoklatan
- c. Setelah warna terkategori kecoklatan maka dilakukan proses pengkristalan

- d. Kemudian dilakukan sortasi atau penyaringan gula kristal untuk mendapatkan hasil yang lebih kecil-kecil dan halus
- e. Sisa penyaringan gula yang terkategori kasar akan dilakukan tahapan pengkristalan kembali dan dilakukan penyaringan untuk mendapatkan gula yang halus.
- f. Proses penyaringan akan menghasilkan gula yang sudah halus dan siap untuk dimasukkan kedalam mesin oven pengering untuk untuk mengurangi kadar air pada gula semut dan membuat gula semut menjadi tahan lama.



Gambar 1 Air nira segar yang baru di panen.



Gambar 2 Proses Pematangan nira hingga warna kecoklatan



Gambar 3 Proses Pengovenan gula semut



Gambar 4 Produk Gula Semut Aren

Desain Grafis Pembuatan Desain Kemasan Produk

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada koperasi dan ukm seputar desain grafis sebagai alat bantu dalam pembuatan desain kemasan produk, dengan kemasan yang baik dan memiliki ciri khas dapat mempermudah proses pemasaran[6]. adapun pembicara pada pelatihan ini diisi oleh Luth Fimawahib, S.Kom., M.Kom yang merupakan salah satu Dosen UPP.



Gambar 5 Pemberian Materi Desain Grafis

Kegiatan pelatihan desain grafis yang dilakukan berbasis project. Project ini dimaksudkan agar penguasaan materi desain grafis lebih bagus. Terdapat tiga project yang akan diberikan, yaitu:

1. Project pengenalan tools dan menu pada adobe photoshop. Berikut cara penggunaan tools yang sering digunakan pada proses desain. Tools yang sering digunakan seperti move tool, selection tools, pen tool, paint bucket tool, shape tools, type tool, erase tool, dan lain-lain.
2. Project selection, layout dan editing. Dalam banyak desain undangan atau kartu ucapan, perlu ditampilkan foto sebagai identitas. Foto digunakan untuk mempercantik undangan. Sehingga, perlu dibekali kemampuan menseleksi foto dan menggabungkannya dalam gambar, sehingga desain tampak natural. Pada project ini, peserta juga dilatih bagaimana membuat sebuah layout desain yang menarik dan kekinian. Bagaimana letak foto yang eyecatching, memilih font yang sesuai, serta pemilihan warna yang menarik.
3. Project pembuatan desain kemasan produk. Project ini dimulai dengan menemukan ide, akan diajarkan bagaimana proses dan alur penemuan ide. Mulai dari observasi desain produk . kekinian dari internet, mendownload atau membuat aset digital, lalu membuat kanvas di adobe photoshop, serta mengeksplor desain produk yang telah selesai kedalam format jpeg dengan resolusi yang bagus. Pada project ini juga akan diajarkan cara membuat shape-shape yang bisa mempercantik tampilan, mempelajari layout desain, serta pemilihan font dan warna yang sesuai dengan desain produk.

Sebelum kegiatan FGD dilakukan tahapan yang telah dicapai adalah sebagai berikut :

- a. Diskusi Produk Baru. UKM menyampaikan bahwa produk baru mereka perlu dibuatkan Desain Kemasan Serta penempatan logo mereka pada desain kemasan tersebut. Produk yang mereka jelaskan didapat adalah hanya mengolah nira segar menjadi gula merah dalam bentuk cetakan/batokan/bongkolan saja, tanpa ada kemasan khusus dan logo kemudian langsung dijual kepada tengkulak. Berdasarkan deskripsi tersebut kami mengusulkan dan memberi nama gula semut aren desa bangun purba timur jaya.
- b. Desain Logo dan *Tagline* Produk baru. Desain logo dibuat berdasarkan kebutuhan dan deskripsi yang telah didapatkan sebelumnya maka nama logonya adalah gula semut aren dan tagline "Let's Bring Palm Sugar".
- c. FGD Diskusi hasil design kemasan logo dan Tagline. Hasil pelaksanaan (1) FGD Penempatan Logo dan Tagline lebih dibuat proporsional. (2)Kegiatan Focus Group Discussion dilakukan dengan Koperasi dan UKM Desa
- d. Pemberian bantuan desain kemasan produk dan label dan latihan mengemas produk. Pada tahap ini tim pengabdian masyarakat memberikan label gula semut aren yang telah didesain dan dicetak sebanyak 100 buah beserta standing pouch sebanyak 100 buah kepada mitra. Dalam tahap ini, tim pengabdian masyarakat mengajak mitra untuk berlatih dalam pemasangan label produk kemasan yang baru pada standing pouch



Gambar 6 Label Produk Desain Grafis



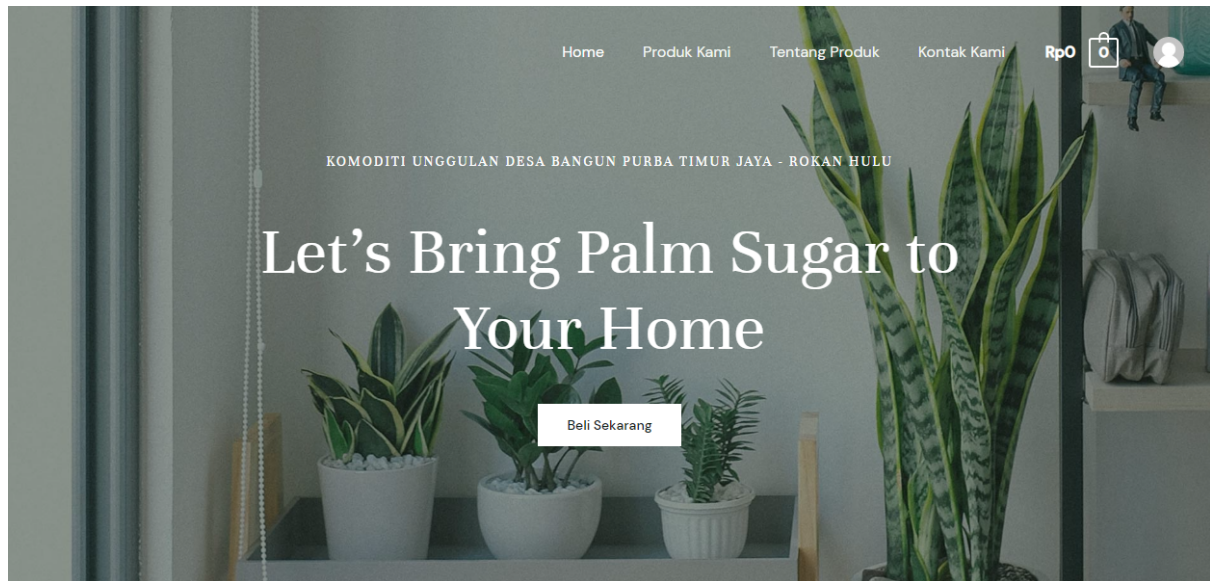
Gambar 7 Kemasan Produk Gula Semut Aren

Luaran dari kegiatan pelatihan desain grafis implementasi branding produk gula semut aren yaitu sudah berhasil menerapkan desain kemasan produk Hasil dari evaluasi dan monitoring kegiatan memperoleh respon positif. Menurut Peserta masalah penerapan branding serta implementasi kemasan menjadi daya tarik produk. Dampak yang dirasakan adalah branding produk hasil karya koperasi dan ukm masyarakat desa bangun purba timur jaya sudah dikenal khususnya masyarakat kabupaten rokan hulu. Sedangkan masukan dari peserta kegiatan didapatkan mereka puas dengan pelatihannya, serta sangat antusias karena instrukturnya sangat semangat dalam menjelaskan materi pelatihan. Secara umum hasil dari monitoring dan evaluasi kegiatan mereka menyatakan kegiatan berlangsung dengan baik dan lancar.

Website Ukm

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan koperasi dan ukm dalam pemasaran produk melalui media online[7], memberikan pengetahuan kepada koperasi dan ukm seputar pembuatan website usaha, adapun pembicara pada pelatihan ini diisi oleh Hendri Maradona, S.Kom., M.Kom yang merupakan ketua pengabdian kepada masyarakat.

Pada tahap ini dilakukan pelatihan awal bagaimana cara mempersiapkan dan menggunakan aplikasi Wordpress. Pada tahap awal peserta diberikan pengetahuan tentang berlangganan hosting dan domain, memahami pengelolaan control panel (cpanel), menginstall wordpress, mengenal fitur-fitur pada wordpress, memahami setiap page pada website, melakukan update produk pada website, dan menjadikan website sebagai platform atau portal produk, selanjutnya dilakukan bagaimana cara mengelola website hingga memaksimalkan website sebagai media promosi.



Gambar 7 Website Usaha

Konten Sosial Media

Kegiatan pelatihan ini terdiri dari 3 bagian inti yaitu (a) Persiapan Peralatan, (b) Pelatihan Konten Media Sosial, dan (c) Pendampingan Praktek

Persiapan tahap awal yaitu mempersiapkan peralatan Fotografi, Object dan Smart Phone yang akan digunakan untuk melaksanakan teknik fotografi dan konten media sosial

Sebelum memulai pengabdian, peserta pelatihan diberikan dasar dasar pemanfaatan media sosial terlebih dahulu. Materi yang diberikan terdiri dari :

- a. Bagian pertama : pengenalan media sosial untuk bisnis



Gambar 8 pengenalan media sosial untuk bisnis

- b. Bagian kedua : Teknik Fotografi



Gambar 9 Pelatihan Teknik Fotografi

Tampak pada gambar 8 narasumber sedang memberikan materi tentang memanfaatkan media sosial guna kepentingan bisnis kepada peserta yang berasal dari koperasi desa dan kelompok tani

Pada Gambar 9 seorang peserta sedang mencoba teknik fotografi yang telah dijelaskan sebelumnya oleh narasumber, foto produk merupakan hal yang sangat penting pada media sosial untuk menarik minat pengunjung dalam menggunakan media sosial.

c. Bagian ketiga : Teknik pembuatan media sosial

Pada bagian ini peserta diberikan pelatihan membuat akun bisnis pada facebook dan instagram bagaimana memanfaatkan facebook dan instagram ads untuk mempromosikan produk gula semut aren, melatih pembuatan video di aplikasi canva dan melatih membuat copywriter.

Pendampingan Praktek

Pembuatan dan pengelolaan konten dalam media sosial menjadi hal perlu dilakukan[8], dimana saat ini hampir semua lapisan masyarakat sudah menggunakan HP sebagai sarana komunikasi dan sosial. Pada saat melakukan praktek pembuatan konten media sosial para peserta sudah menggunakan Media Sosial

tetapi belum memanfaatkan untuk berbisnis. Salah satunya adalah dengan menggunakan fitur Instagram bisnis, serta facebook untuk bisnis pada saat pelaksanaan pelatihan para peserta diajarkan cara mengupgrde atau merubah account Instagram menjadi Instagram bisnis atau membuat account Instagram bisnis baru. Serta diajarkan cara mengelola konten Instagram sebagai konten bisnis, dengan penarapan pelatihan teknik pengambilan gambar dan deskripsi untuk menunjang promosi usaha.

KESIMPULAN

Pengembangan produk yang awalnya hanya menghasilkan gula aren bongkolan kini telah berhasil dibuat menjadi gula semut aren yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Koperasi dan Ukm telah terbantu dengan berhasilnya mengembangkan kemasan produk baru melalui desain kemasan dan implementasinya pada kemasan standing pouch yang telah diberi label. Koperasi dan Ukm telah berhasil meningkatkan keterampilan dalam manajemen website usaha untuk melakukan perluasan pemasaran produk. Para peserta mendapatkan teknik

fotografi dan perbandingan cara mengelola konten menggunakan media sosial pribadi dan media sosial bisnis, sehingga memberikan kemampuan mengelola konten media sosial menjadi lebih baik. Masih belum terintegrasinya pembahasan terkait dengan permasalahan rendemen air nira sehingga dapat diperoleh perhitungan berapa kadar ukuran air nira yang akan menjadi gula semut aren.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] PS Rokan Hulu, "Kecamatan bangun purba dalam angka 2021," Jan-2021. [Online]. Available: <https://rohulkab.bps.go.id/publication/2021/09/24/164feab1d0baf6caa75eb9c5/kecamatan-bangun-purba-dalam-angka-2021.html>. [Accessed: 17-Feb-2022].
- [2] Tri Mulyaningsih¹, Lely Ratwianingsih², Arif Rahman Hakim³, and Mulyadi⁴, "DIGITAL BRANDING," *J. Keuangan Umum dan Akunt. Terap.*, vol. 2, no. 2, Dec. 2020.
- [3] T. D. T. K. K. R. H. DINAS KOPERASI UKM, "DINAS KOPERASI UKM, TRANSMIGRASI DAN TENAGA KERJA," 2019.
- [4] S. D. Setiawati, D. Fitriawati, and M. Retnasari, "Penerapan Digital branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah," *J. Sos. Abdimas*, vol. 1, no. 1, 2019.
- [5] E. Zusrony, I. Ava, D. Dewi, W. Agustinus, and B. Santoso, "Digital Branding Strategy On Msme Products in The Era of The Covid-19 Pandemic," *Int. J. Econ. Business, Account. Res.*, vol. 2021, no. 4, pp. 1291–1300, 2021.
- [6] N. P. D. Damayanthi *et al.*, "Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Produk Pada UKM Sari Ne Lemon," *J. Community Dev.*, vol. 2, no. 2, 2021.
- [7] I. P. W. ADH *et al.*, "Peningkatan Kemampuan Penjualan E-Commerce Pada Kelompok Tani Desa Pelaga," *WIDYABHAKTI Jurnal Ilm. Pop.*, vol. 4, no. 1, 2021.
- [8] M. Arya, B. Saputra, I. P. W. ADH, and M. A. B. Saputra, "Pemanfaatan Media Sosial Pada Kelompok Pemuda Tani," *Widyabhakti J. Ilm. Pop.*, vol. 2, no. 1, 2019.