

PELATIHAN INOVASI PRODUK TAPE SERTA SOSIALISASI *BRANDING* DAN PEMASARAN PRODUK UNTUK KEBERLANGSUNGAN USAHA PADA *HOME INDUSTRY* DI DESA KEDUNGLO KECAMATAN KEMIRI KABUPATEN PURWOREJO

Murry Harmawan Saputra, Katrin Werdi Utami, Hafifah Nawang Anggraeni

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Email: murryharmawansaputra@fmail.com

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupaya meningkatkan kemampuan para pelaku usaha rumah tangga (*home industry*) untuk menginovasikan produk yang dihasilkan menjadi produk yang dapat menjadi unggulan dan menjadi ciri khas Desa Kedunglo, Kecamatan Kemiri, Kabupaten Purworejo. Kurangnya inovasi produk pada produksi tape di Desa Kedunglo membuat pendapatan para pelaku usaha kurang meningkat karena hanya dapat dipasarkan di sekitaran desa saja. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T Universitas Muhammadiyah Purworejo, diperoleh masukan bahwa perlunya sosialisasi dan pelatihan pembuatan inovasi produk, branding serta pemasaran. Pada kegiatan ini, tim melakukan observasi awal, sosialisasi pembuatan inovasi produk, pelatihan pembuatan inovasi produk, sosialisasi pengemasan produk, sosialisasi branding dan pemasaran produk, dan melakukan pendampingan. Hasil dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini menghasilkan dampak positif yaitu para pelaku usaha menjadi lebih kreatif dan inovatif serta menjadi sadar bahwa inovasi dan branding produk sangat penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas hasil produksi mereka.

Kata Kunci: *home industry*, inovasi produk, sosialisasi, pelatihan, branding, pemasaran

1. PENDAHULUAN

Desa Kedunglo yang berada di Kecamatan Kemiri Kabupaten Purworejo merupakan salah satu desa yang kaya akan hasil bumi berupa singkong, ubi, kelapa, durian, kacang tanah, dan rempah-rempah. Sebagian masyarakatnya mengandalkan hasil pertanian sebagai salah satu sumber perekonomiannya. Selain itu, sebagian besar petani dalam mengolah hasil pertaniannya masih menggunakan cara konvensional untuk diolah menjadi produk dengan nilai ekonomi lebih tinggi.

Tape adalah produk olahan hasil pertanian berbahan dasar ketela yang sangat potensial untuk dikembangkan di desa Kedunglo. Penghasil tape di wilayah ini cukup konsisten dalam memproduksi dengan skala usaha rumah tangga. Terdapat kelompok-kelompok usaha rumah tangga yang memproduksi tape menjadikan peluang yang cukup potensial bagi desa untuk menjadikan tape sebagai produk unggulan. Hal ini dapat menjadikan tape sebagai produk yang menjadi sumber penghasilan yang menjanjikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya pelaku usaha tape di desa Kedunglo.

Fakta di lapangan, pelaku usaha industri rumah tangga tape di desa Kedunglo masih belum mengerti dan memahami konsep produksi dan konsep pemasaran yang baik. Akibatnya, hasil yang didapatkan belum optimal untuk dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha. Para pelaku usaha tersebut masih menjalankan usaha karena sifatnya turun temurun dan menjadikan usaha tersebut sebagai usaha sampingan. Masalah utama yang dihadapi oleh pelaku usaha tape desa Kedunglo adalah pada masalah pengembangan produk, pengemasan, *branding*, dan pemasaran produk. Para pelaku usaha rumah tangga tape juga mengeluhkan proses pemasaran produknya hanya bisa dilakukan di sekitar tempat tinggal mereka saja dan tidak dapat tersebar luas ke luar daerah desa Kedunglo. Belum ada pemanfaatan teknologi untuk media pengenalan dan pemasaran produk secara

online, sehingga diperlukan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan yang dapat mempengaruhi pendapatan pada pelaku usaha (Ardiansyah, M. A., & Rudianto, R., 2018).

Untuk memasarkan suatu produk, *branding* menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk dilakukan agar produk dapat tersampaikan dengan baik kepada para konsumen. Menurut Hidayat, D., Hafiar, H., & Anisti (2019), menyatakan bahwa “*branding* adalah suatu upaya untuk memberikan informasi mengenai suatu produk kepada masyarakat”. Berdasarkan hasil kunjungan ke salah satu pelaku usaha industri rumah tangga tape, ditemukan bahwa kemasan yang digunakan masih menggunakan plastik makanan biasa tanpa ada *branding* produk. Pengemasan yang masih ala kadarnya serta tidak adanya inovasi hasil olahan para pelaku usaha menjadikan produk mereka kurang berkembang dan kurang memiliki daya saing di pasaran. Cara memilih kemasan produk sangat penting dilakukan sehingga dapat menjaga kualitas produk (Didiharyono, D., 2016).

Adanya Kelompok Wanita Tani juga kurang melakukan peran yang besar bagi kelompok-kelompok usaha rumah tangga tape yang sebagian dari pelaku usahanya merupakan anggota Kelompok Wanita Tani. Seharusnya Kelompok Wanita Tani dapat memfasilitasi bagi kelompok-kelompok usaha rumah tangga tape untuk melakukan inovasi produk dan pengorganisasian para pelaku usaha agar mereka lebih mudah untuk meningkatkan kualitas hasil produksi. Adanya inovasi produk menjadi produk baru dapat mendorong dan mendongkrak nilai jual hasil produksi para pelaku usaha serta dapat meningkatkan daya tarik konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan varian lain selain dari tape (Hamzah, H., Idhan, A., & Syamsia, S., 2019). Dengan adanya inovasi produk akan berakibat pada berkembangnya usaha dan pemasaran dapat dilakukan secara luas di luar desa Kedunglo.

Berdasarkan observasi dan uraian singkat di atas, pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan partisipatif untuk mengetahui dampak dari pelatihan inovasi produk serta sosialisasi *branding* dan pemasaran produk berbahan dasar tape untuk meningkatkan motivasi, inovasi, dan kreativitas terhadap hasil produksi sehingga dapat mendukung pembentukan UMKM khususnya produk berbahan dasar tape. Dengan demikian, pengabdian ini mengambil judul jurnal “Pelatihan Inovasi Produk Tape serta Sosialisasi *Branding* dan Pemasaran Produk untuk Keberlangsungan Usaha pada *Home Industry* di Desa Kedunglo Kecamatan Kemiri Kabupaten Purworejo”.

2. METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan program yang dilakukan oleh Kelompok 12 KKN Tematik Universitas Muhammadiyah Purworejo adalah sosialisasi pembuatan inovasi produk, pelatihan inovasi produk, sosialisasi *branding* dan pemasaran produk, dan pendampingan. Pelaksanaan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan dilakukan dalam waktu 3 hari yaitu tanggal 13, 15, dan 20 Januari 2023. Tim mengadakan sosialisasi dan pelatihan mengenai “Pengembangan Produk Kreatif dan Inovatif” dengan subtema “Pembuatan Inovasi Produk, *Branding* dan Pemasaran”. Pada kegiatan tersebut melibatkan pelaku usaha industri rumah tangga tape, ibu-ibu anggota KWT, dan ibu-ibu PKK. Sebelum melaksanakan program, mahasiswa melakukan kunjungan ke tempat produksi tape untuk mengetahui proses produksi dan kendala-kendala yang ada. Mahasiswa mengumpulkan informasi guna menjadi rujukan dan pertimbangan dalam proses sosialisasi dan pelatihan. Melaksanakan sosialisasi dan pelatihan pembuatan inovasi produk dengan diharapkan produk hasil inovasi menjadi ciri khas desa Kedunglo sebagai sentra industri rumah tangga tape.

Langkah pertama yang dilakukan pada metode pelaksanaan program ini yaitu proses perizinan kepada perangkat desa Kedunglo untuk mengadakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Setelah mendapatkan izin, selanjutnya tim melakukan survei, observasi, dan wawancara kepada beberapa pelaku usaha rumah tangga tape dan pelaku usaha lainnya. Selain itu, tim juga melakukan tahap persiapan dan perencanaan untuk program sosialisasi dan pelatihan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kendala proses inovasi produk, *branding*, pemasaran, maupun permasalahan lainnya

yang dialami oleh para pelaku usaha. Dengan demikian, tim akan mendiskusikan untuk solusi dan penyelesaian dari permasalahan yang ditemui, sehingga dapat disampaikan dan dijelaskan pada saat sosialisasi dan pelatihan.

Sosialisasi

Metode selanjutnya yang dilakukan yaitu sosialisasi mengenai pengembangan produk kreatif dan inovatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 13 Januari 2023 di Posko KKN. Kegiatan ini dimulai pada pukul 10.00-11.00 WIB. Tim menyampaikan inovasi produk yang berbahan dasar tape singkong yang nantinya akan di buat menjadi selai tape. Tim memilih tape singkong sebagai bahan dasar pembuatan produk yaitu agar dapat meningkatkan kreativitas olahan tape agar menjadi suatu produk yang memiliki nilai jual yang tinggi.

Kegiatan sosialisasi selanjutnya yaitu mengenai pengemasan produk. Berdasarkan hasil survei di lapangan, masih banyak para pelaku usaha yang kesulitan untuk mengemas produk agar lebih menarik para pelanggan. Menurut Kotler, P., & Keller, K. L., (2009: 27) mengatakan bahwa “pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk”. Pengemasan disebut juga pembungkusan, pewadahan atau pengepakan. Pengemasan memegang peranan penting dalam pengawetan dan mempertahankan mutu suatu produk makanan. Sedangkan kemasan adalah suatu wadah atau tempat yang digunakan untuk mengemas suatu produk yang dilengkapi dengan label atau keterangan-keterangan termasuk beberapa manfaat dari isi kemasan.

Pada tanggal 20 Januari 2023, tim mengadakan kegiatan sosialisasi *branding* dan pemasaran produk. Menurut Kotler, P., & Keller, K. L., (2006) mengatakan bahwa “*brand* adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi yang dapat dijadikan sebagai identitas produk atau jasa yang membedakan satu atau kumpulan penjual dari kompetitornya”. Produk *branding* yaitu strategi dengan memberikan identitas kepada produk agar dapat mudah dikenali konsumen. Identitas yang diberi dapat berupa logo, kemasan, deskripsi. Para pelaku usaha di desa Kedunglo ini masih belum paham tentang apa itu *branding* produk. Tim melakukan sosialisasi *branding* produk yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang *branding* produk agar mereka dapat membuat strategi pemasaran. Sedangkan pemasaran produk adalah seluruh proses yang dimulai dari analisis pasar, mengantarkan produk ke pelanggan dan menerima umpan balik. Prosesnya bertujuan untuk mengetahui pasar yang tepat bagi produk dan penempatannya sedemikian rupa sehingga mendapat respon pelanggan yang baik. Pemasaran produk adalah salah satu permasalahan yang di alami oleh para pelaku usaha di desa Kedunglo. Mereka belum dapat menjelajahi target pasar yang luas, biasanya mereka hanya menjual produknya di pasar tradisional saja. Oleh karena itu tim mengadakan sosialisasi tentang pemasaran produk agar para pelaku usaha desa Kedunglo dapat meningkatkan produk pasar mereka.

Pelatihan

Kegiatan selanjutnya yaitu pelatihan pembuatan produk selai tape yang di hadiri oleh anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) dan ibu-ibu PKK. Tim memfasilitasi peralatan yang digunakan untuk pelatihan pembuatan produk dan ibu-ibu dapat mempraktikan proses pembuatan selai tape secara langsung. Para peserta diberikan selebaran kertas berisi bahan dan alat yang digunakan serta langkah-langkah pembuatan. Setelah diberikan kertas berisi prosedur pembuatan produk, para peserta didorong untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses pembuatan selai tape. Selain dilatih untuk melakukan pembuatan inovasi produk, para peserta juga dilatih untuk mengemas hasil inovasi produk dalam bentuk yang menarik. Berikut ini disajikan tabel alat, bahan, dan langkah pembuatan selai tape yaitu:

Tabel 1
Alat, Bahan, dan Langkah Pembuatan Selai Tape

Alat	Bahan	Langkah Pembuatan
<ul style="list-style-type: none"> • Sendok • garpu • Mangkuk • Wajan • Spatula • Gelas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tape 500 gr • Gula pasir 125 gr • Air putih secukupnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Haluskan tape 500 gr pada mangkuk serta hilangkan serabut pada tape menggunakan sendok dan garpu • Setelah tape halus, tambahkan gula pasir 125 gr. Aduk hingga tercampur merata • Tuangkan adonan ke dalam wajan, lalu masak kurang lebih selama 45 menit hingga mengental • Setelah adonan selai telah mengental, angkat dan dinginkan

Pendampingan

Pendampingan pada para pelaku usaha sangat penting dilakukan agar program dan produksi dapat berlanjut dan prosesnya bertahan lama. Para pelaku usaha dapat bekerja sama dengan pemerintah Kabupaten Purworejo, PPL pendamping Kelompok Wanita Tani, dan pemateri yang ahli pada bidang UMKM. Dengan adanya pendampingan ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas SDM para pelaku usaha dan menjadikan para pelaku usaha menjadi lebih kreatif serta inovatif. Pendamping bertugas untuk memfasilitasi para pelaku usaha dalam proses belajar dan menjadi mediator dalam proses berusaha. Pendampingan dilakukan juga bertujuan untuk mendorong para pelaku usaha agar mampu menghasilkan variasi dan inovasi produk, mampu meningkatkan kuantitas dan kualitas produk, mampu membuat kemasan produk yang baik dengan menyertakan merek dan label produk, pelaku usaha memproduksi produk yang bersertifikasi halal dan ber PIRT, mampu memanfaatkan media sosial sebagai media promosi, mampu membuat pembukuan mengenai pemasaran produk, serta mampu memunculkan sentra produksi makanan khas olahan tape di desa Kedunglo Kecamatan Kemiri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Program

Kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan mengenai pengembangan produk inovatif, *branding*, dan pemasaran merupakan salah satu kegiatan program kerja dari kelompok 12 KKN Tematik Universitas Muhammadiyah Purworejo pada tanggal 13, 15, dan 20 Januari 2023. Program kerja ini dilakukan atas pertimbangan dari potensi dan permasalahan yang ada di desa Kedunglo. Permasalahan yang umum terjadi yaitu mengenai kesulitan para pelaku usaha tape dan para pelaku usaha rumah tangga lainnya mengenai pengembangan produk, pengemasan, dan pemasaran. Faktor yang mempengaruhi yaitu proses produksi yang masih bersifat konvensional

atau masih menggunakan cara tradisional, kemasan produk masih menggunakan plastik biasa tanpa ada *branding* produk, pemasaran hanya dilakukan disekitar tempat tinggal, dan tidak ada promosi produk secara luas. Berdasarkan permasalahan yang muncul, maka tim memutuskan untuk mengangkat topik pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang berfokus pada pengembangan produk inovatif, *branding*, dan pemasaran untuk mendorong peningkatan penjualan produk para pelaku usaha rumah tangga (*home industry*) di desa Kedunglo.

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini mengundang beberapa tokoh masyarakat seperti anggota Kelompok Wanita Tani (KWT), ibu-ibu PKK, dan anggota kelompok senam. Sosialisasi dan pelatihan ini diselenggarakan dengan proses pemaparan materi dan sesi tanya jawab yang dilakukan oleh Kelompok 12 KKN Tematik Universitas Muhammadiyah Purworejo. Kegiatan sosialisasi inovasi produk selai tape telah dilaksanakan dengan baik dan mendapatkan sambutan antusias dari warga desa Kedunglo.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi Pengembangan Inovasi Produk

3.2. Pembahasan Hasil Program

Berdasarkan rangkaian kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang telah dilakukan, maka hasil dari pelaksanaan kegiatan tersebut dapat dibagi menjadi beberapa bagian materi sebagai berikut ini:

a. Pengembangan Inovasi Produk

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pengembangan inovasi produk menjadi salah satu materi kegiatan yang dilaksanakan dengan mempertimbangkan beberapa potensi dan permasalahan yang muncul di desa Kedunglo. Permasalahan pada produksi hasil olahan tape yang menjadi salah satu produk unggulan yang tidak mengalami peningkatan pendapatan dari hasil penjualan para pelaku usaha rumah tangga tape yang melatar belakangi tim untuk mengangkat topik pengembangan inovasi produk. Upaya yang dilakukan yaitu berupa sosialisasi mengenai pentingnya melakukan inovasi produk agar menciptakan produk baru. Dari kegiatan sosialisasi itu, para sasaran kegiatan menjadi lebih antusias untuk mengikuti kegiatan pelatihan pembuatan inovasi produk dari tape menjadi selai tape. Pada kegiatan ini, tim juga melakukan pendampingan kepada para peserta dengan melaksanakan sesi pemahaman dan *sharing* terkait pembuatan inovasi produk. Para pelaku usaha diberi penjelasan mengenai pentingnya pengembangan produk untuk dibuat menjadi suatu produk baru yang inovatif. Mahasiswa mengajarkan para sasaran untuk melakukan pengembangan tape menjadi olahan baru berupa selai tape. Hal ini dilakukan sebagai bentuk kegiatan yang inovatif karena selai merupakan produk yang tahan lama dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Selai tape masih sangat jarang ditemui karena biasanya masyarakat hanya mengonsumsi selai dengan rasa yang umum misalnya selai nanas, stroberi, maupun selai cokelat. Karena di desa Kedunglo tape belum diolah menjadi suatu olahan baru, hal ini yang melatarbelakangi tim mengadakan pelatihan pengembangan produk inovatif.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Pembuatan Selai Tape

b. Pengemasan Produk

Sosialisasi pentingnya memperhatikan kemasan produk dilakukan dengan proses pendampingan. Sehingga proses sosialisasi ini menjadi pertimbangan bagi para pelaku usaha rumah tangga (*home industry*) untuk lebih memperhatikan kemasan produk mereka. Melalui kegiatan sosialisasi ini, para pelaku usaha menjadi lebih sadar bahwa kemasan produk sangat mempengaruhi pada penjualan produk. Jika menggunakan kemasan produk yang bagus dan menarik, maka para konsumen lebih tertarik untuk membeli produknya. Selain untuk pertimbangan estetika produk, kemasan yang baik juga lebih menjaga kebersihan dan keamanan produk agar tidak terkontaminasi benda asing maupun bakteri. Ada berbagai cara untuk pengemasan produk agar menarik di mata pelanggan. Berikut adalah tips agar pengemasan menjadi lebih menarik :

1) Memperhatikan estetika

Estetika dalam kemasan merupakan hal yang erat kaitannya dengan kecantikan atau keindahan. Estetika di sini dapat ditampilkan dalam bentuk citra visual, yang dapat dibangun melalui pilihan bentuk kemasan, pilihan warna, komposisi grafis, penggunaan *font*, metode pengemasan, dll. Dengan kemasan yang menarik, maka kualitas dan citra produk pun akan semakin menarik dan optimal.

2) Menggunakan kemasan berwarna cerah

Pembuatan kemasan produk yang menarik dan unik didukung dengan pemilihan warna yang cerah dan bervariasi. Warna-warna cerah biasanya menjadi pilihan yang tepat karena terlihat menonjol.

3) Membuat kemasan produk dengan harga ekonomis

Membuat kemasan produk yang ekonomis diperlukan agar perhitungan biaya produksi lebih efektif termasuk dalam pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi pendapatan.

4) Menggunakan gambar yang menarik

Saat ini, banyak orang lebih mudah menangkap pesan *brand* yang menonjolkan tampilan visual. Gambar atau foto produk yang bagus dapat menarik perhatian pelanggan untuk membeli produk yang kita pasarkan.

c. *Branding* dan Pemasaran Produk

Sosialisasi mengenai *branding* dan pemasaran produk dilakukan untuk mengembangkan proses penjualan hasil produksi para pelaku usaha. Pemberian *brand* pada produk yang dibuat akan menjadi identitas suatu produk sehingga bisa menjadi suatu ciri khas. Jika suatu produk telah memiliki *brand* secara resmi dan legal, maka produk tersebut dapat dikenal secara luas. Hal itu juga dapat mempengaruhi proses pemasaran produk. Produk menjadi memiliki daya saing dipasaran sehingga pendapatan dari pemasaran produk menjadi semakin meningkat. Sehingga keberlangsungan proses produksi para pelaku usaha rumah tangga juga semakin terjamin.

Berdasarkan kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang telah dilakukan oleh mahasiswa KKN Tematik Kelompok 12 Universitas Muhammadiyah Purworejo yaitu mengenai sosialisasi dan pelatihan pembuatann inovasi produk, *branding*, pemasaran, dan pendampingan secara langsung mendapat respon yang positif dari para pelaku usaha rumah tangga (*home industry*) olahan tape, pelaku usaha produk lain, ibu-ibu PKK, ibu-ibu KWT, dan masyarakat umum di desa Kedunglo. Dengan adanya kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang telah diadakan oleh tim, mereka merasa terbantu untuk lebih berinovasi dan memperhatikan hasil produknya. Para pelaku usaha rumah tangga tape menjadi lebih termotivasi untuk melakukan pengembangan tape menjadi produk baru lainnya. Para sasaran juga menjadi lebih sadar akan pentingnya inovasi produk, pengemasan produk yang baik, dan melakukan *branding* terhadap produknya untuk meningkatkan penjualan produk mereka.

4. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan ini sangat penting tidak hanya untuk pengalaman penulis, tetapi juga untuk membantu para pelaku usaha rumah tangga (*home industry*). Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini terdiri dari pembuatan inovasi produk, pengemasan produk, *branding*, dan pemasaran produk. Diharapkan juga, sebagai para pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi dan menumbuhkan rasa semangat untuk terus meningkatkan kemampuan dan keterampilan baru. Oleh karena itu, penulis juga berharap agar para pelaku usaha di desa Kedunglo terus maju dalam *branding* produk baik dari segi pengembangan produk maupun strategi pemasaran di era perkembangan teknologi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M. A., & Rudianto, R. 2018. Pengembangan Dan Penerapan Teknologi Tepat Guna Pada Industri Rumahan Pembuat Produk Lokal Berbahan Dasar Sagu Di Kota Palopo. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 29-34.
- Bustomi, A., Mufaizin, & Hasan, M. 2020. Pelatihan Pembuatan The Rosella dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Sorpa Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, No. 1, 2020, hal. 28-37.
- Diana, L., Pramudyawardhani, M., & Janah, Y. K. 2022. Pelatihan dan Pendampingan Strategi Branding Produk Bagi UMKM di Kelurahan Gununganyar Kota Surabaya. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, No. 2, Desember 2022.
- Didiharyono, D. 2016. Penerapan Metode Statistical Processing Control Untuk Menganalisis Pengendalian Kualitas Produk pada PT. Asera Tirta Posidonia. *Jurnal Equilibrium* 2 (4), 325-332.

- Hamzah, H., Idhan, A., & Syamsia, S. 2019. Diseminasi Teknologi Pengelolaan Limbah Pertanian Menjadi Produk Bernilai Ekonomi Tinggi Dalam Upaya Mendukung Kesejahteraan Petani. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 2(2), 83-91.
- Hidayat, D., Hafiar, H., & Anisti. 2019. Tofu Product Branding for Culinary Tourism of Sumedang, Indonesia. *Jurnal Komunikator*, vol. 11, No. 2 November 2019.
- Kotler, P., and Keller, K. L. 2006. *Marketing Management (12th ed)*. New Jersey: Pearson Education, inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Marketing Management: 13th Edition*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Setiawati, S. D. 2019. Strategi Membangun Branding Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, No. 1, 2019.
- Widiati, A. 2019. Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, pp. 67-76.