

Branding Dan Pengembangan Olahan Pangan Lokal Lele sebagai Produk Unggulan Umkm Perempuan Kampung Bungaraya Kabupaten Siak

Tantri Puspita Yazid*, Ahmad Hadi, Irwan Iskandar, Fiona, Muhammad Firdaus, Chelsy Yesicha

Universitas Riau

[*tantri.yazid@lecturer.unri.ac.id](mailto:tantri.yazid@lecturer.unri.ac.id),

Abstrak Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan untuk memberdayakan kelompok perempuan di Kampung Bungaraya, Kabupaten Siak, melalui pengembangan produk olahan ikan lele yang bernilai tambah dan berdaya saing. Kegiatan ini merupakan bagian dari implementasi Transformasi Perpustakaan Berbasis Inklusi Sosial (TPBIS), yang mengedepankan perpustakaan sebagai pusat peningkatan literasi dan kesejahteraan masyarakat. Metode yang digunakan meliputi metode diskusi, praktik langsung, dan pembinaan yang difokuskan pada peningkatan keterampilan teknis (pembuatan abon dan kerupuk lele), penguatan branding, pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran, serta pendampingan legalitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman kewirausahaan, produktivitas, serta kreativitas dalam menciptakan produk baru berbasis potensi lokal. Selain itu, kegiatan ini turut memperkuat relasi sosial di antara peserta dan meningkatkan kepercayaan diri perempuan dalam berwirausaha. Kegiatan ini secara langsung mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya tujuan ke-5 (kesetaraan gender) dan tujuan ke-8 (pertumbuhan ekonomi yang inklusif). Dengan pendekatan yang menyeluruh, program ini terbukti efektif dalam membangun kemandirian ekonomi dan memperkuat peran perempuan dalam pembangunan desa berbasis komunitas.

Kata Kunci: pemberdayaan; UMKM; Perempuan; Branding; Legalitas

Abstract This community service program was implemented to empower women's groups in Bungaraya Village, Siak Regency, through the development of value-added and competitive processed catfish products. This activity is part of the implementation of the Social Inclusion-Based Library Transformation (TPBIS), which prioritizes libraries as centers for improving literacy and community welfare. The approach used included discussion methods, direct practice, and coaching focused on improving technical skills (making catfish floss and crackers), strengthening branding, utilizing social media and marketplaces as marketing tools, and assistance with business legality. The results of the activity showed that participants experienced significant improvements in their understanding of entrepreneurship, productivity, and creativity in creating new products based on local potential. In addition, this activity also strengthened social relations among participants and increased women's confidence in entrepreneurship. This activity directly supports the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), specifically goal 5 (gender equality) and goal 8 (inclusive economic growth). With a comprehensive approach, this program has proven effective in building economic independence and strengthening the role of women in community-based village development.

Keywords: Empowerment; MSME; Women; Branding; Legality

To cite this article: Yazid, T. P., Hadi, A., Iskandar, I., et. al. 2025. Branding Dan Pengembangan Olahan Pangan Lokal Lele Sebagai Produk Unggulan Umkm Perempuan Kampung Bungaraya Kabupaten Siak. *Unri Conference Series: Community Engagement 7*: 650-659 <https://doi.org/10.31258/unricsce.7.652-661>

© 2025 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2025

PENDAHULUAN

Pemerintah pusat melalui program Transformasi Perpustakaan Berbasis Inklusi Sosial (TPBIS) telah berupaya meningkatkan peran perpustakaan sebagai agen perubahan sosial di tengah masyarakat. Program TPBIS tidak hanya menjadikan perpustakaan sebagai pusat literasi, tetapi juga sebagai pusat pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada peningkatan keterampilan dan kesejahteraan ekonomi. Implementasi program ini telah menjangkau hingga ke tingkat desa, dengan memberikan pembinaan kepada masyarakat terkait berbagai keterampilan yang relevan dengan potensi lokal, seperti menjahit, memasak, dan keterampilan lainnya yang dapat menunjang kehidupan ekonomi masyarakat.

Salah satu desa yang telah aktif menerapkan program TPBIS adalah Kampung Bungaraya di Kabupaten Siak. Di kampung ini, TPBIS difokuskan pada pemberdayaan kelompok perempuan, khususnya ibu rumah tangga yang diberi nama kelompok perempuan kartini, melalui pelatihan pengolahan ikan lele menjadi produk abon lele. Upaya ini merupakan langkah strategis dalam membuka peluang ekonomi baru dan meningkatkan keterampilan masyarakat. Ikan lele dipilih karena masyarakat kampung Bungaraya mulai beralih ke usaha budidaya lele sebagai alternatif untuk mempertahankan perekonomian keluarga di saat Covid-19 melanda. Awalnya, beternak lele dilakukan oleh sebagian kecil warga, namun seiring dengan hasil yang menjanjikan, semakin banyak masyarakat yang tergerak untuk ikut serta dalam usaha ini. Melihat hal ini dipilihlah pengolahan lele sebagai pelatihan yang akan diberikan dalam program TPBIS di kampung Bungaraya.

Namun, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa kemampuan masyarakat dalam mengolah ikan lele masih belum dimaksimalkan. Padahal memiliki potensi yang ada sangat besar, mengingat hasil olahan abon lele dari Kampung Bungaraya telah berhasil diikutsertakan dalam ajang TPBIS tingkat nasional. Akan tetapi, pengembangan produk olahan lele masih terbatas pada abon lele dan belum merambah ke produk olahan lain yang dapat meningkatkan nilai tambah. Selain itu, pemanfaatan bagian-bagian ikan lele juga belum optimal sehingga masih terdapat limbah yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Abon lele yang dibuat oleh kelompok kartini ini juga tidak dipasarkan dengan maksimal, hanya untuk kebutuhan sendiri, sehingga tidak dapat menjadi pemasukan ekonomi bagi anggota kelompok kartini.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, tantangan yang dihadapi kelompok perempuan di Kampung Bungaraya tidak hanya terletak pada aspek produksi, tetapi juga pada aspek pemasaran dan legalitas usaha. Minimnya pengetahuan mengenai branding produk, penggunaan marketplace, media promosi baik visual maupun audio visual, serta administrasi terkait legalitas usaha menjadi kendala tersendiri dalam upaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk olahan lele.

Salah satu tantangan utama adalah lemahnya aspek branding dan strategi pemasaran. Sebagian besar produk olahan lele dihasilkan tanpa identitas merek yang jelas, tidak memiliki kemasan menarik, dan belum didukung oleh izin usaha dagang. Hal ini menunjukkan bahwa potensi ekonomi dari produk olahan lele belum tergarap maksimal.

Produk pangan lokal yang dihasilkan UMKM sejatinya memiliki kualitas rasa dan mutu yang baik. Namun, kelemahan yang sering muncul terletak pada aspek inovasi produk, desain kemasan, serta labeling. Dalam konteks branding, atribut produk menjadi hal penting karena konsumen umumnya menilai produk dari tampilan visualnya terlebih dahulu. Konsumen yang *brand-minded* biasanya bersedia membayar lebih mahal untuk produk dengan branding tertentu. Oleh sebab itu, UMKM pangan lokal perlu membangun brand image agar produk mudah dikenali dan mampu bersaing di pasar (Utami, 2021). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa brand image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (P & Soedarmadi, 2020).

Saat ini, banyak UMKM masih menjalankan usahanya tanpa disertai brand yang jelas. Padahal, keberadaan brand sangat penting karena berfungsi membedakan produk dari para pesaing sekaligus membangun identitas serta ciri khas usaha (Satriadi et al., 2024). Desain produk terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan keunggulan bersaing suatu usaha (Rosyida & Yamit, 2022).

Kegiatan branding yang dikaitkan dengan pengembangan produk lokal juga sejalan dengan konsep place branding, yakni strategi pemasaran berbasis potensi khas suatu wilayah, produk olahan lele yang dikembangkan oleh UMKM perempuan Bungaraya mencerminkan kekhasan lokal yang bisa menjadi nilai jual tersendiri jika dikelola secara profesional. Aspek kuliner terbukti menjadi salah satu elemen penting dalam daya tarik wisata suatu daerah. Hidangan lokal tidak hanya merepresentasikan budaya dan tradisi setempat, tetapi juga mampu menghadirkan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan (Vianisa et al., 2024).

Pengabdian ini juga turut mendukung pencapaian SDG's yang mana dalam kerangka pemberdayaan perempuan, penguatan branding dan pengembangan produk pangan lokal juga berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama tujuan ke-5 (kesetaraan gender) dan tujuan ke-8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi). Saat ini, perempuan semakin menunjukkan minat dan keterlibatan dalam bidang kewirausahaan. Hal ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya kemandirian ekonomi melalui usaha yang mereka jalankan. Selain itu, perempuan umumnya memiliki kepekaan sosial yang tinggi terhadap permasalahan di komunitas sekitarnya. Melalui partisipasi dalam kewirausahaan sosial, mereka mampu mengidentifikasi serta merumuskan solusi atas berbagai tantangan yang dihadapi masyarakat (Sabrina et al., 2023). Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya berbicara tentang peningkatan pendapatan, tetapi juga transformasi sosial berbasis kewirausahaan

Pengabdian masyarakat ini hadir sebagai solusi untuk mengoptimalkan hasil pembinaan yang telah dilakukan sebelumnya. Melalui program ini, pengembangan inovasi produk olahan lele akan difokuskan tidak hanya pada pembuatan abon lele, tetapi juga pada pembuatan produk olahan lain seperti kerupuk lele, serta pemanfaatan seluruh bagian ikan lele agar tidak ada limbah yang terbuang. Selain itu, pengabdian ini memberikan pembinaan terkait branding produk, serta administrasi terkait legalitas usaha.

Diharapkan, melalui serangkaian kegiatan pengabdian ini, kelompok perempuan Kartini di Kampung Bungaraya dapat memperluas jangkauan pasar produk olahan lele, meningkatkan keterampilan kewirausahaan, serta memperkuat posisi ekonomi mereka di masyarakat. Para

perempuan kampung Bungaraya yang saat ini telah mulai mengolah lele mendapat penghasilan sekitar 200 hingga 300 ribu rupiah per bulannya. Transformasi dari kelompok non-produktif menjadi kelompok produktif diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga dan masyarakat kampung secara umum.

Dengan pendekatan komprehensif yang mencakup pengolahan, pengemasan, branding, legalitas, dan digitalisasi pemasaran, kegiatan ini diharapkan dapat menghasilkan produk olahan lele yang tidak hanya bernilai ekonomis tinggi tetapi juga memiliki identitas merek yang kuat dan berdaya saing di pasar. Selain itu, melalui pelibatan perempuan secara aktif, program ini juga mendorong kemandirian ekonomi dan penguatan peran sosial perempuan dalam pembangunan berbasis komunitas.

METODE PENERAPAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi diskusi, praktik langsung, dan pembinaan. Program dilaksanakan selama dua hari pada bulan Agustus 2025 di Kampung Bungaraya, Kabupaten Siak. Kegiatan diikuti oleh kurang lebih 15 perempuan Kampung Bungaraya. teknik penyelesaian masalah Untuk memecahkan masalah yang muncul pada kegiatan pengabdian, maka digunakan metode diskusi, praktik dan pembinaan yang melibatkan para perempuan UMKM Kampung Bungaraya :

a. Metode Diskusi

Metode ini digunakan untuk menggali lebih jauh tentang pemahaman para perempuan pelaku UMKM di Kampung Bungaraya sebagai pelaku usaha mengenai pentingnya merk dalam penguatan branding dalam kegiatan wirausaha. Selain memberikan materi terkait kewirausahaan terkait penguatan branding juga diberikan pemahaman mengenai marketing public relation dengan memanfaatkan platform marketplace dan media sosial untuk mengenalkan merk dagang.

Proses pemberian materi dilakukan dengan cara berdiskusi dengan kelompok sasaran. Dengan cara sharing informasi, diskusi dilakukan mengingat bahwa tim pengabdian juga butuh untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan pemahaman kelompok sasaran dengan materi yang diberikan. Hal ini dibutuhkan agar dapat dilakukannya saling sharing knowledge dan sehingga dapat diperoleh informasi-informasi yang tepat dan menghasilkan solusi yang nantinya akan berguna untuk dapat mempraktikkan pemahaman yang dibagikan dalam pengembangan usaha kelompok sasaran.

b. Metode Praktik

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode praktik secara langsung. Pada tahap ini, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan pembuatan berbagai olahan berbahan dasar ikan lele, antara lain abon lele dan kerupuk tulang ikan lele. Kegiatan praktik dilakukan dengan pendampingan tim pengabdian, mulai dari proses persiapan bahan, pengolahan, hingga tahap akhir produksi.

Selain praktik pengolahan, peserta juga dilibatkan dalam kegiatan pelatihan labeling dan packaging produk. Tahap ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya kemasan yang menarik, higienis, serta sesuai dengan standar pemasaran. Peserta dilatih mendesain label sederhana yang informatif sekaligus mempraktikkan teknik pengemasan yang dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk.

Melalui metode praktik ini, diharapkan peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan aplikatif yang dapat langsung diterapkan dalam pengembangan usaha olahan ikan lele.

c. Metode Pembinaan

Untuk memenuhi tujuan dari pengabdian ini, akan dilakukan pembinaan kepada pelaku usaha tidak hanya dengan memberikan pemahaman dan praktik tetapi juga untuk pemilik usaha dapat mendaftarkan merk dagang guna menunjang penjualan dan mewujudkan usaha yang berkembang.

Setelah rangkaian kegiatan diskusi, praktik, dan pembinaan dilaksanakan, diperlukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana tujuan pengabdian ini tercapai. Evaluasi dilakukan agar dapat memberikan gambaran yang objektif mengenai dampak dari pengabdian ini. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi awal dan kondisi setelah program dilaksanakan. Instrumen evaluasi berupa observasi dan kuesioner. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan pengetahuan kewirausahaan, kemampuan memproduksi olahan lele, ketersediaan produk dengan kemasan dan label, serta langkah konkret menuju legalitas usaha.

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kampung Bungaraya memberikan dampak nyata dalam peningkatan kapasitas dan pemberdayaan kelompok perempuan, khususnya anggota Kelompok Perempuan Kartini. Program ini tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis dalam mengolah ikan lele menjadi produk bernilai tambah, tetapi juga membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan dalam aspek branding, pemasaran digital, serta legalitas usaha. Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjawab tantangan yang selama ini dirasa menghambat produksi kelompok perempuan kartini di Desa Bungaraya.

Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah meningkatnya produktivitas dan kreativitas para perempuan dalam menciptakan inovasi produk olahan lele. Hampir di setiap bagian ikan lele ini memiliki kandungan gizi, pada bagian kepala ikan lele mengandung 50,94% protein, daging 17,7%, sedangkan pada tulang ikan memiliki kandungan gizi kaya akan kalsium yaitu 39,24% (Mubarokah et al., 2021). Jika sebelumnya kelompok perempuan Kartini Desa Bungaraya hanya mengolah lele menjadi abon lele, dari pengabdian ini para perempuan Kartini Desa Bungaraya mulai mengembangkan produk kerupuk lele, dan memanfaatkan bagian ikan lele yang sebelumnya tidak digunakan, untuk diolah menjadi produk baru. Inovasi ini secara langsung berkontribusi pada pengurangan limbah dan peningkatan nilai ekonomi produk.

Pada kegiatan praktik, para anggota UMKM mengolah tulang ikan lele menjadi adonan kerupuk. Proses dimulai dari pencucian dan penggilingan tulang hingga halus, kemudian dicampur dengan tepung dan bumbu pilihan. Adonan yang dihasilkan diulen hingga kalis dan siap untuk dicetak. Tahapan ini memberikan pemahaman langsung mengenai bagaimana limbah tulang ikan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan inovatif yang bernilai jual.



Gambar 1. Proses Pembuatan Adonan Kerupuk Tulang Ikan Lele



Gambar 2. Proses Penjemuran Kerupuk Tulang Ikan Lele



Gambar 3. Kerupuk Tuile

Dari aspek kewirausahaan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pentingnya identitas atau branding produk dan strategi pemasaran. Hal ini diketahui berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan setelah kegiatan kepada anggota Kelompok Perempuan Kartini. Analisis deskriptif terhadap jawaban responden memperlihatkan bahwa sebagian besar peserta mampu memahami fungsi brand dalam membedakan produk, membangun ciri khas, serta menambah nilai jual.. Selanjutnya, para perempuan Kartini Desa Bungaraya juga mulai membuat logo, dan label kemasan, logo maupun label kemasan dibuat sesuai dengan standar. Pengabdian ini juga tidak hanya membina dalam pembuatan logo dan label kemasan, namun juga mengedukasi para perempuan Kartini Desa Bungaraya tentang kemasan yang baik dan sesuai standar agar produk mereka dapat terjaga kualitasnya.



Gambar 4. Diskusi dan Pemberian Materi Terkait Branding dan Packaging

Peserta juga dilibatkan dalam tahap packaging dan labeling. Pada sesi ini, mereka mempraktikkan cara mengemas produk dengan menggunakan plastik food grade yang higienis serta menambahkan label sederhana pada kemasan. Label dirancang untuk menampilkan informasi penting seperti nama produk, komposisi, dan identitas usaha. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman bahwa kemasan bukan hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga menjadi salah satu strategi branding yang dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual. Dengan adanya pelatihan ini, produk olahan ikan lele dari Kampung Bungaraya semakin siap dipasarkan secara lebih luas, baik melalui penjualan langsung maupun platform digital.



Gambar 5. Desain Label Kemasan Kerupuk Tuile



Gambar 6. Proses Penempelen Label Pada Kemasan

Pengabdian ini juga memberikan perhatian khusus terhadap aspek legalitas usaha, yang merupakan salah satu hal penting dalam pengembangan UMKM agar dapat tumbuh secara berkelanjutan. Legalitas usaha merupakan izin yang harus dimiliki setiap pelaku usaha. Legalitas

yang kondusif untuk berbagi pengalaman, membangun kepercayaan diri, dan memperkuat solidaritas sosial. Banyak peserta merasa bahwa keterlibatan dalam kelompok ini memberikan manfaat psikologis dan emosional, seperti rasa dihargai, termotivasi, dan mendapatkan dukungan dari sesama perempuan, sehingga kegiatan ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi tetapi juga pada penguatan relasi sosial dalam komunitas. Dengan adanya kegiatan ini perempuan Desa Bungaraya merasa memiliki tempat untuk menyampaikan pendapat, berbagai pengalaman, serta mendiskusikan kendala yang sedang dihadapi. Hal ini menciptakan lingkungan yang positif dan tumbuhnya solidaritas antar perempuan, terutama karena mereka memiliki latar belakang yang hampir sama.

Kegiatan ini juga selaras dengan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya tujuan ke-5 tentang kesetaraan gender dengan mendorong partisipasi aktif perempuan dalam sektor ekonomi dan pengambilan keputusan produktif. Selain itu juga selaras dengan tujuan ke-8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, dengan mendorong terciptanya usaha-usaha mikro yang layak, inklusif dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan.

Secara keseluruhan, pendekatan yang menggabungkan pelatihan keterampilan teknis, strategi pemasaran digital, penguatan merek, dan pendampingan legalitas usaha terbukti efektif dalam mendorong perempuan menjadi lebih produktif, mandiri, dan berdaya saing. Integrasi antara ekonomi, sosial, dan gender dirancang dalam pengabdian ini agar mampu memberikan dampak jangka panjang yang tidak hanya terukur dari sisi ekonomi, tetapi juga dari sisi transformatif sosial dan penguatan struktur komunitas.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kampung Bungaraya berhasil memberikan dampak positif yang nyata dalam pemberdayaan perempuan melalui pengembangan usaha olahan ikan lele. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dalam mengolah ikan lele menjadi produk bernilai tambah seperti abon dan kerupuk lele, tetapi juga membekali peserta dengan pengetahuan penting terkait branding, pemasaran digital, dan legalitas usaha. Melalui pendekatan diskusi, praktik, dan pembinaan intensif, kelompok perempuan Kartini menunjukkan peningkatan dalam pemahaman kewirausahaan, mulai dari pembuatan merek, kemasan, konten promosi hingga pemanfaatan marketplace. Pendampingan juga berhasil membantu peserta dalam proses legalisasi usaha seperti pembuatan NIB dan pendaftaran merek dagang. Selain aspek ekonomi, kegiatan ini juga memperkuat solidaritas sosial dan peran perempuan dalam komunitas, serta berkontribusi terhadap pencapaian SDGs, khususnya tujuan ke-5 (kesetaraan gender) dan ke-8 (pertumbuhan ekonomi inklusif). Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas dengan dukungan teknologi dan pelibatan aktif perempuan mampu menciptakan transformasi sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih Kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Riau sebagai pemberi dana. Terimakasih kepada Pemerintah Kampung Bungaraya dan Kelompok UMKM

Kartini Bungaraya atas kerja samanya, serta telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKAN

- Mubarokah, U., Kriswantriyono, A., Horiq, H., & Syarif, R. (2021). Inovasi Olahan Tulang dan Kepala Ikan Lele Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Limbah Ikan Lele Berbasis Zero Waste. *Jurnal CARE*, 6(1), 49–62.
- Oktaviani, N. N. N., & Yasa, P. G. A. S. (2022). Urgensi Legalitas Usaha Bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(2), 504–511. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jpku.v10i2.50664>
- P, A. A. F., & Soedarmadi. (2020). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Susu Natursoya Cv. Global Mandiri Sejahtera Kanca Purwodadi). *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(1), 133–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/slsi.v18i1.2106>
- Rosyida, R. H., & Yamit, Z. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada PT Paragon Technology and Innovation di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 119–130.
- Sabrina, L., Primadani, D. C., Aisyah, S. N., Cahyaningrum, A. W., & DwiHaikal, M. (2023). Peran Perempuan dalam Membangun Kesejahteraan Sosial dan Kemandirian Ekonomi Melalui Kewirausahaan di Karangmangu, Baturraden, Banyumas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 4668–4677. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4.2115>
- Satriadi, Agusven, T., Kusuma, S., & Nasution, U. O. (2024). Penggunaan Branding untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Bu Siti. *JOONG-KI : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 667–672.
- Utami, D. P. (2021). Strategi Branding Untuk Membangun Image Positif Pangan Lokal Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Journal of Food Technology and Agroindustry*, 3(1), 26–35.
- Vianisa, R. W., Fahmi, M. I., Fitria, Rahma, N. A. A., Dewi, P. J. S., Fauziah, A. U., Fanani, F. R., Wulandari, D. P., Anam, C., & Herachwati, N. (2024). Analisis SWOT dalam Pengembangan Place Branding di Desa Tritik dan Bendoasri Sebagai Desa Wisata Porang. *Kontribusi*, 4(2), 182–193. <https://doi.org/https://doi.org/10.53624/kontribusi.v4i2.270>