

Pemberdayaan UMKM Kartini Bungaraya dalam Pengembangan Produk Lokal “Kerupuk Tuile” di Kampung Bungaraya Kabupaten Siak

Tantri Puspita Yazid ^{1*}, Ahmad Hadi ², Irwan Iskandar ³, Fiona ⁴,
Muhammad Firdaus ⁵, Chelsy Yesicha ⁶

¹⁻⁶ FISIP, Universitas Riau

* tantri.yazid@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas perempuan pelaku usaha mikro dalam mengolah ikan lele menjadi produk olahan bernilai tambah dengan pemasaran yang lebih luas. Metode pelaksanaan meliputi diskusi, metode praktik, dan metode pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan produksi kerupuk tulang ikan lele dengan nama Kerupuk Tuile, peningkatan pemahaman tentang pentingnya peran Perempuan dan UMKM dalam meningkatkan perekonomian. Peserta mampu mengembangkan produk dengan kemasan menarik yang meningkatkan daya saing pasar serta menjadikan produknya sebagai produk unggulan khas Kampung Bungaraya. Keterlibatan aktif kelompok dalam program ini memperkuat pemberdayaan ekonomi lokal dan peran perempuan sebagai penggerak perubahan sosial. Kegiatan ini juga membentuk UMKM Kartini Bungaraya berdasarkan SK Penghulu Kampung.

Kata Kunci: pemberdayaan, perubahan sosial, UMKM perempuan

Pendahuluan

Dalam upaya meningkatkan peran perpustakaan sebagai ruang yang hidup dan relevan bagi masyarakat, pemerintah pusat menginisiasi Program Transformasi Perpustakaan Berbasis Inklusi Sosial (TPBIS). Program ini dirancang bukan hanya untuk memperkuat budaya literasi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan yang menitikberatkan pada peningkatan keterampilan hidup dan kesejahteraan ekonomi warga. Dengan pendekatan berbasis potensi lokal, TPBIS telah menyentuh berbagai lapisan masyarakat, bahkan hingga ke desa-desa, melalui pelatihan keterampilan seperti menjahit, memasak, hingga pengolahan hasil ternak.

Kampung Bungaraya di Kabupaten Siak menjadi salah satu contoh penerapan program ini yang cukup progresif. Di tengah kondisi ekonomi yang terdampak pandemi Covid-19, masyarakat mulai menggali alternatif ekonomi melalui budidaya ikan lele. Melihat tren ini, program TPBIS di kampung tersebut diarahkan pada penguatan kapasitas ibu rumah tangga dalam mengolah ikan lele menjadi produk yang memiliki nilai tambah secara ekonomi. Meskipun awalnya hanya diikuti oleh segelintir warga, keberhasilan budidaya lele mendorong partisipasi yang lebih luas.

Sayangnya, potensi yang ada belum sepenuhnya dimanfaatkan secara maksimal. Kemampuan teknis dalam mengolah lele masih terbatas, pemanfaatan limbah ikan belum optimal, dan produk olahan yang dihasilkan belum dipasarkan secara luas. Selain itu, belum adanya wadah komunitas formal bagi perempuan yang terlibat membuat usaha yang telah dirintis sulit berkembang secara berkelanjutan.

Beberapa tantangan yang dihadapi bukan hanya terletak pada proses produksi, melainkan juga pada branding, packaging, identitas produk, dan legalitas usaha. Banyak pelaku usaha kecil belum memahami pentingnya branding, packaging, dan prosedur legalitas usaha yang semuanya merupakan faktor penting dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun kepercayaan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2020), merek tidak sekadar berupa simbol atau logo, melainkan representasi persepsi yang terbentuk dalam pikiran konsumen dan berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian (Wahyudi et al., 2024). Dalam konteks UMKM, strategi branding yang efektif dapat memperkuat daya saing produk meskipun dengan kapasitas produksi yang terbatas (Hendrawan et al., 2024).

Produk olahan lele yang dipasarkan di Kampung Bungaraya umumnya masih tanpa label, tanpa kemasan menarik, dan belum mengantongi izin usaha, hal ini menyebabkan olahan lele hanya dipasarkan di lingkungan sekitar saja. Keberadaan merek yang kuat terbukti mampu meningkatkan daya saing produk. Branding yang dikaitkan dengan pengembangan produk lokal selaras dengan konsep *place branding*, yaitu strategi pemasaran yang berfokus pada potensi khas suatu daerah (Ummah, 2019). Produk olahan lele dari UMKM perempuan di Bungaraya menjadi representasi keunikan lokal yang berpotensi menjadi nilai jual ketika dikelola secara profesional. Wulandari dan Hartati menegaskan bahwa penerapan *place branding* yang kuat mampu meningkatkan daya saing produk desa sekaligus memperkuat identitas komunitas lokal di tengah persaingan pasar global (Suhartini, 2023).

Lebih dari sekadar peningkatan ekonomi, pemberdayaan perempuan melalui penguatan usaha mikro juga berkaitan erat dengan SDG's. Kegiatan ini berkontribusi pada pencapaian SDG's, terutama dalam mendukung kesetaraan gender dan penciptaan lapangan kerja yang layak. Ketika perempuan terlibat aktif dalam rantai produksi dan distribusi, mereka bukan hanya berperan sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial di lingkungannya. Berkaca dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai lanjutan dari program TPBIS yang telah berjalan, dengan pendekatan yang lebih terfokus pada pengembangan produk olahan ikan lele. Inovasi produk dari bagian ikan yang sebelumnya terbuang akan diperkenalkan, disertai pelatihan branding, pengemasan, dan legalitas usaha.

Dengan strategi yang tepat untuk pemasaran, produk olahan lele dari Kampung Bungaraya diharapkan mampu menjadi produk unggulan, tidak hanya bagi kelompok perempuan UMKM tetapi juga sebagai ikon produk unggulan kampung Bungaraya. Keberhasilan ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi desa-desa lain dalam mengembangkan potensi lokal dan penguatan ekonomi berbasis komunitas.

Untuk menjawab berbagai persoalan yang dihadapi mitra, diperlukan perumusan program kerja yang tepat sasaran. Program ini dirancang berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan masyarakat serta potensi lokal yang dapat dikembangkan, sehingga setiap

kegiatan yang dilakukan tidak hanya menyelesaikan permasalahan yang ada, tetapi juga memberikan dampak berkelanjutan bagi peningkatan kapasitas dan kesejahteraan mitra.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh kelompok perempuan kartini adalah terbatasnya kemampuan membuat variasi produk. Hal ini dapat membatasi daya tarik pasar dan mengurangi potensi pertumbuhan usaha. Ketika hanya ada sedikit pilihan produk, konsumen akan merasa jenuh dan tidak tertarik untuk membeli lebih banyak. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar, solusi yang diusulkan adalah dengan mengembangkan varian produk yang lebih beragam. Melalui program pengabdian ini, tim akan memberikan pendampingan dalam hal inovasi produk, baik dalam hal kreativitas, teknik, maupun pengolahan bahan baku yang lebih efisien. Indikator keberhasilan dari solusi ini adalah meningkatnya jumlah varian produk yang ditawarkan dan meningkatnya penjualan serta kepuasan konsumen terhadap produk yang tersedia. Dengan adanya varian produk yang lebih banyak, diharapkan usaha kelompok perempuan kartini dapat lebih berkembang dan memperoleh pangsa pasar yang lebih luas serta memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Kendala lain yang juga dihadapi adalah belum memiliki merek dagang yang terdaftar serta izin usaha, yang merupakan syarat penting untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Solusi yang diberikan adalah pendampingan dalam proses pendaftaran merek dagang serta pengurusan izin usaha. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan kelompok binaan dapat mengurus perizinan dengan lancar. Indikator keberhasilan dari solusi ini adalah merek dagang yang terdaftar secara resmi dan penerbitan izin usaha, yang dapat mendukung kelancaran operasional dan pemasaran produk.

Permasalahan lainnya adalah kemasan produk yang masih sangat sederhana dan kurang menarik. Untuk meningkatkan daya tarik produk, solusi yang diberikan adalah memberikan pendampingan dalam pembuatan kemasan yang lebih menarik dan informatif. Pendampingan ini mencakup desain kemasan yang lebih profesional dan sesuai dengan standar industri. Indikator dari solusi ini adalah kemasan produk yang lebih menarik, memiliki desain yang informatif dan sesuai dengan standar industri, yang akan mendukung daya saing produk di pasar.

Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas kelompok perempuan dalam mengolah ikan lele menjadi berbagai produk olahan yang bernilai tambah dan memiliki daya saing, sehingga dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan perekonomian keluarga maupun kelompok. Program ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya merek dagang, branding, dan packaging sebagai strategi pemasaran yang mampu memperkuat identitas produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperluas akses pasar. Lebih lanjut, kegiatan ini diharapkan dapat mendorong kesadaran terkait legalitas usaha maupun legalitas kelompok, sehingga produk yang dihasilkan memiliki legitimasi hukum, perlindungan, dan peluang yang lebih besar untuk berkembang secara berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kampung Bungaraya, salah satu kampung di Kecamatan Bungaraya, Kabupaten Siak, pada bulan September 2025. Lokasi ini dipilih karena memiliki potensi budidaya ikan lele yang cukup besar dan didukung oleh peran aktif pemerintah kampung dalam program pemberdayaan masyarakat. Mitra dalam kegiatan ini adalah pemerintah Kampung Bungaraya serta kelompok perempuan Kampung Bungaraya yang ditentukan melalui koordinasi dengan pemerintah setempat. Pemilihan mitra didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok perempuan memiliki posisi strategis dalam mengembangkan potensi ekonomi keluarga dan komunitas, khususnya melalui pengolahan ikan lele.

Teknik Penyelesaian Masalah Untuk memecahkan masalah yang muncul pada kegiatan pengabdian, maka digunakan metode diskusi, praktek dan pembinaan yang melibatkan para perempuan UMKM kampung Bungaraya :

1. *Metode Diskusi*

Metode diskusi dilakukan sebagai sarana untuk menggali pemahaman dan perspektif peserta terkait peran perempuan dalam mendukung perekonomian keluarga serta pengembangan produk unggulan daerah. Diskusi juga mencakup pembahasan mengenai pentingnya legalitas kelompok maupun legalitas usaha sebagai dasar formal dalam pengembangan usaha bersama. Selain itu, peserta diajak untuk mendiskusikan pentingnya aspek packaging dan branding dalam meningkatkan daya saing produk. Melalui pendekatan partisipatif ini, diharapkan terjadi pertukaran pengetahuan antara tim pengabdian dan peserta, serta diperoleh masukan yang relevan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

2. *Metode Praktek*

Metode praktik dilakukan untuk memperkuat pemahaman peserta melalui pengalaman langsung dalam kegiatan kewirausahaan. Peserta, yaitu perempuan pelaku UMKM di Kampung Bungaraya, dilibatkan dalam praktik pembuatan olahan lele, sebagai salah satu potensi lokal. Selain itu, dilakukan praktik pendaftaran administrasi dan legalitas usaha, pengenalan pentingnya standar SNI, serta simulasi komunikasi usaha. Peserta juga diberikan pelatihan langsung terkait pengemasan produk, pelabelan, dan desain kemasan yang sesuai standar. Pendekatan dilakukan secara partisipatif dengan metode *learning by doing*, sehingga peserta dapat mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam pengembangan usaha secara nyata dan berkelanjutan.

3. *Metode Pendampingan*

Metode pendampingan dilakukan sebagai bentuk fasilitasi langsung kepada pelaku UMKM dalam proses pengurusan administrasi legalitas, baik untuk usaha individu maupun kelompok. Pendampingan mencakup bimbingan teknis dalam pengisian dokumen, pendaftaran melalui sistem, serta pemahaman mengenai persyaratan legalitas yang berlaku. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan pendampingan dalam penyusunan strategi branding, termasuk identitas usaha dan penguatan citra

produk. Melalui pendekatan ini, peserta tidak hanya dibantu dalam aspek teknis, tetapi juga didorong untuk memahami pentingnya legalitas dan branding dalam pengembangan usaha yang berkelanjutan dan kompetitif.

Indikator keberhasilan kegiatan ini ditetapkan pada beberapa aspek utama, yaitu meningkatnya pemahaman anggota kelompok perempuan mengenai peran perempuan dalam meningkatkan perekonomian, bertambahnya pengetahuan terkait branding, packaging, dan legalitas usaha, serta berkembangnya kemampuan kelompok perempuan dalam mengolah ikan lele menjadi beragam produk baru yang memiliki nilai tambah. Untuk mengukur ketercapaian indikator tersebut, digunakan metode evaluasi berupa pengisian kuesioner oleh peserta, baik sebelum maupun sesudah kegiatan. Instrumen ini berfungsi untuk mengetahui perubahan tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta sebagai hasil dari pelaksanaan program, sehingga dapat memberikan gambaran yang objektif mengenai efektivitas kegiatan pengabdian.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas perempuan pelaku UMKM di Kampung Bungaraya melalui serangkaian pendekatan partisipatif yang mencakup metode diskusi, praktik, dan pendampingan. Setiap metode dirancang untuk menjawab kebutuhan peserta dalam penguatan usaha, baik dari sisi pemahaman konseptual maupun keterampilan teknis. Hasil yang diperoleh menunjukkan peningkatan pemahaman, keterampilan, serta kesadaran peserta akan pentingnya aspek legalitas, branding, dan pengembangan produk lokal dalam upaya memperkuat daya saing usaha mereka.

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan sesi diskusi bersama para peserta, yang terdiri dari kelompok perempuan di Kampung Bungaraya. Para peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan keterlibatan aktif dalam menyampaikan pandangan serta berbagi pengalaman mereka sebagai pelaku usaha rumahan. Diskusi ini menjadi ruang refleksi bersama yang membuka kesadaran mengenai peran perempuan dalam menopang perekonomian keluarga, sekaligus menggali potensi lokal yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Salah satu topik yang muncul dalam diskusi adalah potensi besar ikan lele sebagai bahan baku produk khas Kampung Bungaraya. Para peserta diberi pemahaman bahwa dengan pengolahan yang tepat, ikan lele tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga, tetapi juga berpeluang menjadi produk unggulan yang membawa identitas kampung Bungaraya.

Dalam diskusi ini membahas legalitas usaha, terungkap bahwa sebagian besar peserta belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai prosedur legalisasi usaha, baik secara individu maupun kelompok. Padahal, aspek legalitas menjadi salah satu prasyarat penting untuk memperluas jangkauan pasar dan mengakses berbagai bentuk dukungan formal, seperti bantuan pemerintah atau kerja sama komersial. Sementara itu, diskusi mengenai *branding* dan *packaging* membuka wawasan peserta terhadap pentingnya penampilan produk dan identitas usaha dalam menarik perhatian konsumen. Melalui dialog yang interaktif, peserta mulai memahami bahwa kemasan bukan hanya soal estetika, tetapi juga representasi nilai dan kualitas produk.



Gambar 1. Diskusi Terkait Branding dan Packaging

Dalam sesi ini juga terjadi diskusi kreatif mengenai penamaan produk olahan yang akan dikembangkan. Setelah melalui pertukaran ide dan pertimbangan berbagai masukan, disepakati bahwa nama produk kerupuk tulang ikan lele yang akan dihasilkan diberi nama "Kerupuk Tuile", sebuah akronim dari *tulang ikan lele*. Nama ini dipilih karena dinilai unik, mudah diingat, dan tetap merepresentasikan bahan dasar utama produk secara lugas namun kreatif. Hasil dari keseluruhan diskusi ini tidak hanya memperkaya pemahaman peserta, tetapi juga menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi penguatan UMKM secara lebih terarah dan kontekstual. Diskusi ini berfungsi sebagai fondasi awal bagi kegiatan pelatihan dan pendampingan lanjutan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan potensi riil masyarakat Kampung Bungaraya. Dari diskusi ini juga akhirnya disepakati untuk mebetuk kelompok UMKM sebagai komunitas yang mewadahi kelompok perempuan di Kampung Bungaraya yang akan memproduksi olahan lele khususnya kerupuk tulang ikan lele, tidak sebatas disepakati kelompok UMKM ini juga dilegalkan dengan menerbitkan SK oleh penghulu Kampung Bungaraya.



Gambar 2. Diskusi Legalitas Usaha & Kelompok

Setelah sesi diskusi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan teknis para peserta. Kegiatan praktik ini memberikan dampak signifikan dalam membangun pemahaman dan kepercayaan diri peserta dalam menjalankan usaha secara lebih profesional. Fokus praktik kali ini adalah pada pembuatan produk olahan *kerupuk tulang ikan lele*, yang merupakan bentuk pemanfaatan limbah hasil

budidaya ikan lele agar memiliki nilai tambah. Peserta terlibat aktif dalam seluruh tahapan proses, mulai dari persiapan bahan baku, teknik pengolahan, hingga tahap akhir berupa pengemasan produk. Aktivitas ini tidak hanya memperkenalkan teknik produksi yang higienis dan efisien, tetapi juga memperkuat kesadaran peserta terhadap pentingnya standar mutu dalam produk makanan olahan.



Gambar 3. Praktik Labeling

Selain praktik produksi, kegiatan juga mencakup simulasi pengurusan legalitas usaha. Peserta diberikan pendampingan langsung dalam memahami prosedur administratif, termasuk cara mengakses sistem pendaftaran, mengisi formulir, serta mengenali tahapan legalisasi usaha mikro. Pengalaman ini sangat penting mengingat sebagian besar peserta sebelumnya belum pernah melakukan proses legalisasi usaha secara mandiri.

Simulasi branding dan *packaging* turut dilakukan dalam sesi ini. Peserta didampingi untuk menyusun label produk, membuat desain kemasan yang menarik, serta memahami prinsip dasar visual identity produk sesuai standar pemasaran. Pendekatan *learning by doing* yang diterapkan dalam kegiatan ini terbukti efektif. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman secara teori, tetapi juga langsung mempraktikkan keterampilan yang relevan dengan pengembangan usaha mereka. Kegiatan ini memberikan pengalaman nyata yang mendorong transformasi peserta dari konsumen informasi menjadi pelaku aktif dalam pengembangan UMKM berbasis potensi lokal.

Selain diskusi dan praktik, kegiatan pengabdian ini juga menerapkan metode pendampingan intensif sebagai strategi utama untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan berjalan secara berkelanjutan. Pendampingan dilakukan secara bertahap dan menyesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing peserta, sehingga pendekatannya lebih aplikatif. Fokus utama dalam pendampingan ini adalah pengurusan dokumen legalitas usaha dan kelompok. Para peserta, yang sebagian besar belum familiar dengan sistem administrasi, dibimbing secara teknis untuk menyusun dokumen awal dan melakukan pendaftaran usaha melalui sistem online.

Pendampingan juga mencakup penyusunan strategi branding usaha. Peserta dibimbing dalam merancang identitas usaha, mulai dari penentuan nama produk, pembuatan logo, hingga penyusunan narasi usaha yang mampu merepresentasikan nilai dan keunikan produk lokal Kampung Bungaraya. Dalam proses ini, tim pengabdian membawa contoh desain kemasan produk UMKM dari berbagai daerah sebagai referensi visual. Contoh-

contoh tersebut digunakan sebagai bahan diskusi interaktif untuk membuka wawasan peserta terhadap pentingnya visualisasi produk yang menarik, informatif, dan sesuai dengan target pasar.



Gambar 4. Sample Packaging Produk Tim Pengabdian

Setelah diskusi, tim pengabdian mendampingi peserta untuk membuat desain kemasan produk mereka sendiri, dengan mempertimbangkan unsur estetika, fungsionalitas, serta identitas lokal. Peserta diajak untuk menyesuaikan desain dengan karakteristik produk "Kerupuk Tuile", sehingga kemasan tidak hanya menjadi pelindung fisik produk, tetapi juga alat promosi yang efektif.

Selama proses ini, peserta mulai memahami bahwa legalitas dan branding bukan sekadar aspek administratif atau tampilan semata, melainkan bagian penting dari strategi pemasaran dan upaya membangun kepercayaan konsumen. Pendampingan yang bersifat langsung dan personal ini membantu peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga merasa lebih siap untuk mengelola usaha secara mandiri dan profesional.

Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan diskusi, praktik, dan pendampingan yang dilakukan telah memberikan pengalaman belajar yang komprehensif bagi peserta. Tidak hanya pemahaman konseptual yang diperoleh, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengembangan usaha. Terbentuknya kelompok UMKM perempuan, lahirnya produk "Kerupuk Tuile", serta peningkatan pengetahuan terkait branding, packaging, dan legalitas usaha menjadi bukti bahwa pendekatan partisipatif mampu menjawab kebutuhan mitra secara tepat. Dengan fondasi ini, kegiatan pengabdian tidak hanya menghasilkan luaran berupa produk dan pengetahuan baru, tetapi juga membuka peluang bagi keberlanjutan usaha dan penguatan identitas ekonomi lokal di Kampung Bungaraya.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kampung Bungaraya menunjukkan bahwa penguatan kapasitas kelompok perempuan melalui pelatihan, praktik, dan pendampingan mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan keterampilan, pemahaman, serta kesadaran dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Program ini berhasil membuka wawasan peserta mengenai pentingnya

aspek legalitas usaha, branding, packaging, serta inovasi produk dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.

Hasil kegiatan juga menegaskan bahwa budidaya dan pengolahan ikan lele dapat menjadi salah satu produk unggulan desa yang tidak hanya memberikan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas lokal melalui pendekatan place branding. Terbentuknya kelompok UMKM perempuan serta lahirnya produk "Kerupuk Tuile" merupakan capaian konkret yang mencerminkan keberhasilan proses pendampingan secara partisipatif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, penguatan kapasitas perempuan dalam UMKM bukan hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga, tetapi juga mendukung transformasi sosial, kesetaraan gender, serta pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Ke depan, upaya serupa diharapkan dapat direplikasi di desa-desa lain sebagai model pemberdayaan berbasis potensi lokal yang berorientasi pada kemandirian ekonomi dan penguatan komunitas.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Riau

Referensi

- Hendrawan, S. A., Afdhal Chatra, Nurul Iman, Soemarno Hidayatullah, & Degdo Suprayitno. (2024). Digital Transformation in MSMEs: Challenges and Opportunities in Technology Management. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 141–149. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i2.551>
- Suhartini, E. A. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan Jasa*.
- Ummah, M. S. (2019). Branding Marketing. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Wahyudi, A. S., Yulivan, I., & Rahman, A. (2024). The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Supporting Indonesia's Economic Resilience. *Nasionalism Dan Integrity*, 10(2), 297–307.