

AdindaMas

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 3 Nomor 2, Januari 2024

DOI: <https://doi.org/10.37726/adindamas.v3i2.355>

Pengembangan Produksi UMKM Aneka Keripik Di Desa Mekargalih Kec.Jatiluhur Purwakarta Melalui Pelatihan *Branding*

Sahrul Pahrudin¹, Firdha Madien Azizah Dua², Jalaludin³^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta
Jalan Veteran No. 150-152 Cisereuh Purwakarta Jawa Barat 41118¹Sahrulphan@gmail.com²firdhamadien9@gmail.com³jalaludin@sties-purwakarta.ac.id

ABSTRAK

Terdapat beberapa masalah berkaitan dengan UMKM Aneka Keripik salah satunya adalah masih terbatasnya pengetahuan teknologi pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran produk aneka keripik, dan belum melakukan pemasaran secara *digital (online)* sehingga belum bisa bersaing dengan UMKM lain yang lebih dulu menggunakan *digital marketing*. Program PKM ini bertujuan agar UMKM khususnya UMKM Aneka Keripik memiliki *brand* produk dan *preview* produk yang menarik, serta menjadi pembeda dengan produk dari UMKM lainnya. Hasil Program Pengabdian Kepada Masyarakat tentang Pengembangan Produksi UMKM Aneka Keripik Di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta Melalui Pelatihan *Branding* sangat dirasakan oleh masyarakat khususnya pelaku UMKM aneka keripik. Selain itu, dengan adanya Program Pendampingan ini jumlah produksi UMKM Aneka Keripik semakin bertambah, bahkan sampai kekurangan bahan baku untuk produksi aneka keripik lainnya. Selanjutnya pendampingan ini memberikan warna baru pada kemasan UMKM Aneka Keripik. Selain PKM berbasis ekonomi, kegiatan penunjang lainnya seperti sedekah semen untuk Majelis Ta'lim dan santunan anak yatim, sangat dirasakan sekali oleh masyarakat, khususnya para penerima santunan dari kalangan yatim piatu. Mudah-mudahan sedikit banyaknya pengorbanan tim PKM bisa bermanfaat bagi masyarakat luas, khususnya masyarakat lingkungan Desa

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 3, Nomor 2, Januari 2024

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/>
ISSN: [2798-2874](#) (Media Online) [2798-4702](#) (Media Cetak)

Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta, serta bisa menjadi tabungan amal baik di akhirat kelak.

Kata Kunci – Pengembangan Produksi, UMKM Aneka Keripik, Pelatihan *Branding*

ABSTRACT

There are several problems related to MSME with various chips, one of which is the limited technological knowledge of MSME actors in marketing various chips products, and they have not done marketing digitally (online) so they cannot compete with other MSME who have used digital marketing first. This PKM program aims to make MSME, especially MSME with various chips, have attractive product brands and product previews, as well as be a differentiator with products from other MSME. The community service program regarding the Development of MSME Production of Various Chips in Mekargalih Village, Jatiluhur District, Purwakarta Through Branding Training is felt by the community, especially MSME of various chips. raw material for the production of various other chips. Furthermore, this assistance gives a new color to the packaging of various chips for MSME. In addition to economic-based PKM, other supporting activities such as cement alms for ta'lim majlis and donations for orphans, are deeply felt by the community, especially the recipients of compensation from orphans. Hopefully, the sacrifice of the PKM team can be useful for the wider community, especially the community in the Mekargalih village, Jatiluhur sub-district, Purwakarta district, and can be a good charity savings in the hereafter.

Keywords – Production Development, Various Chips MSME, *Branding* Training

I. PENDAHULUAN

Mekargalih adalah sebuah desa di Kabupaten Purwakarta Provinsi Jawa Barat. Desa Mekargalih merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Jatiluhur Puwakarta yang memiliki aneka UMKM seperti UMKM Simping, UMKM Tanaman Hias, UMKM Kerajinan Pot, dan UMKM Aneka Keripik. UMKM Aneka Keripik yang berada di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur, salah satunya diproduksi oleh Mang Ujang. Usaha Pengembangan Produksi UMKM Keripik ini merupakan usaha kuliner berskala kecil (rumahan), hal itu dilihat dari kapasitas produksi dan modal yang dimiliki masih sangat terbatas. Usaha makanan ringan Keripik “Mang Ujang”, dirintis oleh Bapak Ujang Lebih dari 7 tahun yang lalu. Keripik ini di buat dengan menggunakan pola manajemen keluarga. Namun terdapat beberapa kendala dalam pengembangan usaha di lapangan.

Terdapat beberapa masalah berkaitan dengan UMKM Aneka Keripik salah satunya adalah masih terbatasnya pengetahuan teknologi pelaku UMKM dalam malakukan pemasaran produk aneka keripik, dan belum melakukan pemasaran secara *digital (online)* sehingga belum bisa bersaing dengan UMKM lain yang

lebih dulu menggunakan *digital marketing*¹. Sementara pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM Aneka Keripik masih terbatas yaitu hanya penjualan di pasar tradisional atau warung-warung yang ada disekitar Desa Mekargalih, dan pemasaran produk UMKM Aneka Keripik baru menggunakan media spanduk depan rumah saja. Pemahaman dan keterampilan teknologi sangat penting bagi pelaku UMKM apapun, agar pemberdayaan usaha industri rumahan ini mampu menghadapi persaingan yang tidak pasti yakni pada saat pandemi Covid-19².

Produksi UMKM Aneka Keripik dimasa Pandemi Covid-19 mengalami penurunan yang lumayan drastis dibandingkan dengan tahun sebelum adanya pandemi. Sehingga dibutuhkan berbagai upaya untuk mengimbangi persaingan pasar, pelaku UMKM harus terus melakukan inovasi dan kreatifitas untuk meningkatkan kualitas produk khususnya *Branding*³. Disisi lain kondisi pandemi Covid-19 mengharuskan pelaku usaha harus bisa menemukan berbagai strategi yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tetap produktif. Hasil survei *Asian Development Bank (ADB)*⁴ mengenai dampak yang terjadi akibat pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia, sebesar 60% UMKM kehabisan tabungan dan kas, serta lebih dari 40% UMKM sudah mengurangi tenaga kerjanya.

Bentuk inovasi dalam upaya peningkatan nilai jual produk UMKM salah satunya melalui *Branding* produk. *Branding* merupakan sebuah identitas melalui simbol, nama, istilah, rancangan, tanda atau kombinasi dari semua yang dirancang dan memiliki tujuan mengidentifikasi suatu barang, jasa, kelompok antar penjual satu dengan yang lainnya⁵. Secara garis besar, *Branding* produk untuk UMKM meliputi nama merek dagang, label, visual, desain kemasan, slogan atau *tagline*. Bentuk visual yang paling penting ditampilkan adalah label dan tampilan produk itu sendiri, atau biasa disebut dengan *desain mockup*⁶.

Program PKM tentang Pengembangan Produksi UMKM Aneka Keripik Di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta Melalui Pelatihan *Branding* bertujuan agar UMKM khususnya UMKM aneka keripik memiliki *brand* produk dan

¹ Betty Eliya Rokhmah and Ismail Yahya, "Tantangan, Kendala, Dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM Di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar," *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* 1, no. 1 (2020): 20-31.

² Mohammad Rosyada and Anah Wigiawati, "Strategi Survival UMKM Batik Tulis Pekalongan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada 'Batik Pesisir' Pekalongan)," *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah* 2, no. 2 (2020): 69-93.

³ Hawangga Dhiyaul Fadly and Sutarna Sutarna, "Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19," *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2020): 213-222.

⁴ Bambang Arianto, "Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 6, no. 2 (2020): 233-247.

⁵ Kevin Lane Keller, "Building Strong Brands In A Modern Marketing Communications Environment," in *The Evolution of Integrated Marketing Communications* (Routledge, 2013), 73-90.

⁶ Muhamad Nastain, "Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk)," *Channel* 5, no. 1 (2017): 14-26.

preview produk yang menarik, serta menjadi pembeda dengan produk dari UMKM lainnya.

II. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Pengembangan Produksi UMKM Aneka Keripik Di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta Melalui Pelatihan *Branding* dilaksanakan dari mulai tanggal 23 Januari - 23 Februari 2022.

B. Ruang Lingkup dan Objek Pengabdian

Objek yang menjadi sasaran dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah para pelaku UMKM Aneka Keripik yang ada di lingkungan Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta.

C. Pendekatan atau Teknik Pengabdian

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan metode Penyuluhan dan Pelatihan. Dimana kegiatan tersebut dihadiri oleh mitra PKM diantaranya masyarakat Desa Mekargalih Jatiluhur Purwakarta yang terdiri dari Bapak-bapak, Ibu-ibu dan Remaja serta para pelaku UMKM Aneka Keripik. Materi penyuluhan dan pelatihan yang diberikan adalah tentang pengolahan keripik dari bahan baku pisang, terigu, buah sukun, singkong dan manajemen usaha.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyuluhan UMKM Aneka Keripik

Tahap penyuluhan dilaksanakan mulai tanggal 12 Februari 2022, mulai dari koordinasi dengan pihak terkait yakni koordinasi dengan Kepala Dusun yang ada di desa Mekargalih untuk meminta data-data pelaku UMKM yang ada di lingkungan Desa Mekargalih. Selain itu, tim PKM juga melakukan observasi ke beberapa pelaku UMKM untuk melihat realita usaha berdasarkan referensi dari Aparatur Desa. Salah satu pelaku UMKM yang dilibatkan sebagai sumber pengumpulan data adalah UMKM Aneka Keripik yaitu UMKM yang sudah cukup lama memproduksi. Dengan adanya penyuluhan, diharapkan tim PKM dapat memperoleh data-data yang berkaitan dengan jumlah pelaku UMKM, jenis produk apa saja yang diproduksi, dan melihat perkembangan produksi saat pandemi Covid-19. Hasil penyuluhan tersebut nantinya dijadikan sumber tindakan tim PKM dan strategi pendampingan *Branding* pada pelaku UMKM khususnya UMKM Aneka Keripik. Lokasi UMKM Aneka Keripik terletak di Jl. Stasisun Ciganea RT.09 RW.03 Kabupaten Purwakarta, Jatiluhur, Jawa Barat, Kode pos 41152. dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ini :

Gambar 3.1.
Lokasi Aneka Keripik



B. Pelatihan *Branding* UMKM Aneka Keripik

Pelatihan merupakan serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keahlian, pengetahuan, pengalaman ataupun perubahan sikap seorang individu. Pelatihan berkenaan dengan perolehan keahlian-keahlian atau pengetahuan tertentu⁷. Pelatihan yang dilakukan di Desa Mekargalih salah satunya Pelatihan *Branding* pada UMKM Aneka Keripik. *Branding* merupakan identitas yang secara langsung menjadi penampilan produk tersebut sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek utama yang harus diperhatikan oleh pelaku industri rumah tangga, karena lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen di pasaran⁸.

Program Pelatihan *Branding* ini bertujuan untuk mengenalkan kepada pelaku UMKM khususnya UMKM Aneka Keripik supaya memiliki *brand* produk. Karena produk tanpa mempunyai *brand* akan susah untuk diingat orang, apalagi proses produksi berada di daerah terpencil yang susah diakses banyak orang. Kegiatan *Branding* produk bisa dilakukan dengan berbagai macam salah satunya dengan pembuatan label dan logo. Program Pelatihan *Branding* dilakukan *door to door* karena adanya skala pembatasan aktivitas masyarakat, walaupun demikian kegiatan Pelatihan *Branding* ini tetap disambut baik oleh pelaku UMKM Aneka Keripik, karena pelaku UMKM Aneka Keripik pun memerlukan pendampingan *Branding* apalagi saat pandemi Covid-19. Produk UMKM Aneka Keripik salah satu produk yang dijual dalam bentuk kemasan, berarti kemasan yang dijual harus menarik dan mampu memberikan informasi yang cukup kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen merasa puas terhadap produk yang

⁷ Sugeng Sukoco, Satria Tirtayasa, and Hazmanan Khair Pasaribu, "Kepemimpinan, Insentif Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Bank Syariah Mandiri Cabang Pematang Siantar," *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 224–239.

⁸ Reksa Jayengsari, "Branding Dalam Strategi Marketing Keripik Pisang Pada Pelaku Usaha Rumahan," *JE (Journal of Empowerment)* 2, no. 1 (2021): 111–124.

dijual, sehingga diharapkan mampu membentuk loyalitas konsumen. Dengan adanya label atau *Branding* para konsumen akan lebih mudah untuk mengingat gambar atau bentuk dalam mengenal sebuah produk baru. Label ataupun *merk* juga bisa menjadi salah satu media promosi untuk mengenalkan *brand* produk kepada konsumen, sehingga produk yang telah memiliki label serta *merk* bisa dibedakan dengan produk-produk lainnya ataupun produk sejenis.

Pada kegiatan pengembangan produksi UMKM Aneka Kripik di Desa Mekargalih melalui Pelatihan *Branding* dilakukan beberapa tahapan diantaranya:

1. Penyusunan Materi

Penyusunan materi *Branding* ditujukan supaya pelaku UMKM aneka keripik memiliki pengetahuan tentang pentingnya *brand* sebuah produk. Materi *brand* tersebut meliputi tampilan *packaging*, tampilan warna, tampilan logo, tampilan label, pencantuman informasi dan pencantuman perizinan.

Gambar 3.2
Penyusunan Materi Program Pelatihan *Branding*



2. Sosialisasi Label /Brand Identity

Kegiatan sosialisasi label atau *brand* produk sangat penting disampaikan, karena sebuah label atau *brand* pastinya mempunyai sejarah dan maknanya masing-masing⁹. Sosialisasi label atau *brand* produk yang disampaikan kepada pelaku UMKM Aneka Keripik meliputi warna label, bentuk label, ukuran label dan informasi yang dicantumkan didalam

⁹ Hilda Mary, Indriyenni Indriyenni, and Nila Pratiwi, "Kegiatan Sosialisasi Terpadu Pkm Efektivitas Iklan Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Pada Soto Minang Roda," *Jurnal Adimas ADPI Sains dan Teknologi* 2, no. 4 (2021): 182-188.

label. UMKM Aneka Keripik pada dasarnya sudah memiliki label, akan tetapi *design* label dan informasi yang dicantumkan masih sederhana. Sosialisasi label atau *Branding* juga menyampaikan filosofi apa yang terkandung dalam label, sampai pada pembuatan dan penggunaan *tagline* yang baik dan benar.

Gambar 3.3

Sosialisasi *Branding* UMKM Aneka Keripik



3. Tahapan Pembuatan Label

Kegiatan pembuatan label dimaksudkan supaya pelaku UMKM Aneka Keripik tinggal pasang saja, tanpa harus mendesain label yang akan digunakan. Tahapan pembuatan label disusun mulai dari tahap riset dan analisa, yaitu melakukan *creative brief*. Kemudian pembuatan sketsa dari hasil *visual brand storming*¹⁰. Selanjutnya pembuatan desain *digital* dari hasil sketsa menggunakan beberapa *software* dan aplikasi seperti CorelDraw, photoshop, dan Canva. Setelah label didesain dalam aplikasi tim PKM menyesuaikan warna dan filosofi serta sejarah yang terkandung dalam label tersebut.

Gambar 3.4

Pembuatan Logo Aneka Keripik

¹⁰ Ida Nurhaida and Ichsana Ichsana, "Congestion Control Pada Jaringan Komputer Berbasis Multi Protocol Label Switching (MPLS)," *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer* 11, no. 1 (2020): 77–88.



4. Presentasi *Branding* Produk

Tahapan terakhir dalam Pelatihan *Branding* adalah mempresentasikan *brand* produk yang dibuat oleh tim PKM kepada pelaku UMKM Aneka Keripik. Presentasi tersebut menjelaskan kelemahan dari label yang sudah ada, dan kelebihan dari label yang baru dibuat oleh tim PKM.

Gambar 3.5

Perbandingan Label *Before* Dan *After* Pendampingan *Branding*



C. Program PKM Penunjang

Selain Program PKM yang berbasis ekonomi, terdapat beberapa program penunjang lainnya yang dilakukan di Desa Mekargalih, diantaranya :

1. Santunan Anak Yatim

Program Santunan Anak Yatim Piatu ini sebagai salah satu program yang tidak kalah pentingnya, apalagi kegiatan atau program tersebut di laksanakan pada Bulan *Rajab*. Salah satu keutamaan memuliakan anak yatim piatu terdapat pada hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari adalah sebagai berikut:

قَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : أَنَا وَكَافِلُ الْيَتِيمِ فِي الْجَنَّةِ هَكَذَا وَأَشَارَ بِالسَّبَّابَةِ وَالْوُسْطَى وَفَرَجَ بَيْنَهُمَا

Rasulullah ﷺ bersabda: "Aku dan orang yang memelihara anak yatim itu akan masuk surga seperti ini,". Nabi memberi isyarat dengan jari telunjuk dan jari tengah dan merenggang keduanya. (HR. Bukhari).

قَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَنْ قَبِضَ يَتِيمًا مِنْ بَيْنِ مُسْلِمِينَ إِلَى طَعَامِهِ وَشَرَابِهِ أَدْخَلَهُ اللَّهُ الْجَنَّةَ الْبَتَّةَ إِلَّا أَنْ يَعْصِيَ دَنَابًا لَا يُعْفَرُ.

Rasulullah ﷺ bersabda: *Barangsiapa menjaga anak yatim di antara umat Islam sampai menjaga makannya, dan minumannya, maka Allah pasti bakal memasukan orang itu ke dalam surga. Kecuali orang itu berbuat dosa yang tidak bakal diampuni.* (HR Tirmudzi)¹¹.

Program ini diharapkan mampu memberikan kebahagiaan bagi anak yatim piatu, walaupun pemberian dan pengorbanan tim PKM masih terhitung sedikit nilainya.

Gambar 3.6

Santunan Anak Yatim di Desa Mekargalih Jatiluhur Purwakarta



2. Sedekah Semen

Program ini sebagai salah satu program penunjang lainnya dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, program ini bertujuan untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan Majelis Ta'lim, karena pembangunan Majelis Ta'lim merupakan salah perbuatan tolong menolong dalam hal kebaikan. Sebagaimana firman Allah SWT yang terdapat dalam QS. Al-Maidah Ayat 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ

... *Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.* ...¹² (QS: Al-Maidah Ayat 2)

Program ini diharapkan menjadi amal baik dan lahan tabungan tim PKM untuk bekal di *Yaumil Akhir*.

¹¹ Didin Hafidhuddin, *Agar Harta Berkah Dan Bertambah* (Depok: Gema Insani, 2007).

¹² Cordova, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Bandung: CV. Syamil Al-Quran, 2012).

Gambar 3.7
Sedekah Semen ke Majelis Ta'lim



IV. KESIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat tentang Pengembangan Produksi UMKM Aneka Keripik Di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta Melalui Pelatihan *Branding* sangat dirasakan oleh masyarakat khususnya pelaku UMKM Aneka Keripik. Selain itu, dengan adanya Program Pendampingan ini jumlah produksi UMKM Aneka Keripik semakin bertambah bahkan sampai kekurangan bahan baku untuk produksi aneka keripik lainnya. Selanjutnya pendampingan ini memberikan warna baru pada kemasan UMKM Aneka Keripik.

Selain PKM berbasis ekonomi, kegiatan penunjang lainnya seperti sedekah semen untuk Majelis Ta'lim dan santunan anak yatim, sangat dirasakan sekali oleh masyarakat khususnya para penerima santunan dari kalangan yatim piatu. Semoga sedikit banyaknya pengorbanan tim PKM bisa bermanfaat bagi masyarakat luas, khususnya masyarakat lingkungan Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta, serta bisa menjadi tabungan amal baik di akhirat kelak.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku tim PKM mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini, mulai dari Kepala Desa Mekargalih, Pelaku UMKM, dan Masyarakat Desa Mekargalih serta Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta yang telah dilaksanakan dari tanggal 23 Januari-23 Februari 2022.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, Bambang. "Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 6, no. 2 (2020): 233–247.
- Cordova. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Syamil Al-Quran, 2012.
- Fadly, Hawangga Dhiyaul, and Sutarna Sutarna. "Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2020): 213–222.
- Hafidhuddin, Didin. *Agar Harta Berkah Dan Bertambah*. Depok: Gema Insani, 2007.
- Jayengsari, Reksa. "Branding Dalam Strategi Marketing Keripik Pisang Pada Pelaku Usaha Rumahan." *JE (Journal of Empowerment)* 2, no. 1 (2021): 111–124.
- Keller, Kevin Lane. "Building Strong Brands In A Modern Marketing Communications Environment." In *The Evolution of Integrated Marketing Communications*, 73–90. Routledge, 2013.
- Mary, Hilda, Indriyenni Indriyenni, and Nila Pratiwi. "Kegiatan Sosialisasi Terpadu Pkm Efektivitas Iklan Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Pada Soto Minang Roda." *Jurnal Abdimas ADPI Sains dan Teknologi* 2, no. 4 (2021): 182–188.
- Nastain, Muhamad. "Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk)." *Channel 5*, no. 1 (2017): 14–26.
- Nurhaida, Ida, and Ichsan Ichsan. "Congestion Control Pada Jaringan Komputer Berbasis Multi Protocol Label Switching (MPLS)." *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer* 11, no. 1 (2020): 77–88.
- Rokhmah, Betty Eliya, and Ismail Yahya. "Tantangan, Kendala, Dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM Di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar." *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* 1, no. 1 (2020): 20–31.
- Rosyada, Mohammad, and Anah Wigiawati. "Strategi Survival UMKM Batik Tulis Pekalongan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada 'Batik Pesisir' Pekalongan)." *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah* 2, no. 2 (2020): 69–93.
- Sukoco, Sugeng, Satria Tirtayasa, and Hazmanan Khair Pasaribu. "Kepemimpinan, Insentif Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Bank Syariah Mandiri Cabang Pematang Siantar." *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 224–239.