



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

PENINGKATAN AKSES PASAR GLOBAL BAGI UMKM PENGRAJIN TANGGUI MELALUI PELATIHAN *BRANDING* DAN *DIGITAL MARKETING* DI KUIN CERUCUK, BANJARMASIN

Yuli Apriati^a, Rochgiyanti^b, Yusuf Hidayat^c, Syahlan Mattiro^d, Laila Azkia^e, Sumiati^f

^a Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

Email korespondensi: yuli.apriati@ulm.ac.id

ABSTRAK

Pada era digital saat ini, kemampuan dan pemahaman teknologi menjadi sangat penting untuk mengembangkan usaha melalui jaringan sosial. Mitra kami Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Bahagia II dengan anggota 30 pengrajin tanggui, menghadapi permasalahan dalam mengembangkan jaringan usaha pada skala yang lebih luas. Mereka belum memahami konsep branding, manfaat dan cara mendaftarkan merek dagang, serta cara mengembangkan usaha di platform e-commerce. Tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan pengetahuan, kreativitas, dan inovasi para pelaku usaha terkait pentingnya branding dan pemasaran digital. Untuk memasarkan tanggui ke pasar yang lebih luas, diperlukan pemasaran digital. Memulai bisnis online memerlukan strategi dan teknik pemasaran yang efektif, seperti pembuatan daftar produk dan pembukaan toko virtual melalui aplikasi e-marketing. Dalam kegiatan ini, pengrajin tanggui diperkenalkan pada merek produk mereka sendiri dengan harapan dapat meningkatkan penjualan dan kesadaran merek. Keberhasilan usaha terletak pada pemasaran, yang tidak hanya mencakup penjualan tetapi juga kepuasan pelanggan, sehingga menghasilkan keuntungan berkelanjutan. Oleh karena itu, fungsi pemasaran harus mendapatkan perhatian khusus dari pemilik usaha. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kami memberikan pemahaman kepada pengrajin tanggui tentang manfaat branding dan digital marketing bagi pengembangan usaha. Dengan demikian, mereka mampu membangun brand produk mereka dengan baik. Hal ini diperlukan untuk kesuksesan dalam memasarkan produk dan membangun kesadaran di masyarakat, melalui sosialisasi dan pemberian pamflet. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berjalan dengan lancar dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi pengembangan usaha para pengrajin tanggui, membantu mereka lebih siap dalam menghadapi pasar global.

Kata Kunci : *Pelatihan Branding dan Digital Marketing, Inklusi Digital, UMKM Pengrajin Tanggui*



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

PENDAHULUAN

Di Kelurahan Alalak Selatan, tepi utara Kota Banjarmasin, Kecamatan Banjar Utara, terdapat pelaku usaha kecil yang aktif dalam perdagangan, bengkel, serta pembuatan tajau dan tanggui. Kampung ini dikenal sebagai "Kampung Tanggui," di mana banyak wanita menjadi pengrajin tanggui di RT 5, Kelurahan Kuin Cerucuk. Sekitar 30 pengrajin tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Bahagia II, meski hanya 10-15 orang yang aktif.

Tanggui adalah kerajinan anyaman daun nipah berbentuk caping besar yang berfungsi melindungi dari panas dan hujan. Permintaan tanggui meningkat saat musim panen padi, namun tetap ada permintaan dari pedagang pasar terapung untuk aktivitas sehari-hari. Proses pembuatan tanggui meliputi pengeringan daun nipah muda, pembentukan setengah bola dengan bingkai, dan pemasangan selupu. Bahan baku yang diperlukan antara lain daun nipah, lidi, tali rafia, dahan rumbia, serta upah tenaga kerja dan peralatan seperti parang.

Untuk memperluas pasar tanggui, diperlukan pemasaran digital atau berbasis online. Memulai bisnis online membutuhkan strategi dan teknik pemasaran yang efektif, seperti pembuatan daftar produk yang ditawarkan serta pembukaan toko virtual melalui aplikasi e-marketing untuk menampilkan produk. Dalam kegiatan pemasaran digital ini, pengenalan merek produk tanggui dengan brand sendiri diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta kesadaran merek yang signifikan.

Kunci keberhasilan usaha terletak pada pemasaran. Prinsipnya tidak hanya sekadar penjualan, tetapi juga memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada akhirnya menghasilkan keuntungan bagi usaha. Hal ini menegaskan betapa pentingnya fungsi pemasaran, sehingga pemilik usaha harus memberikan perhatian khusus agar bisnisnya dapat menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan.

Pelatihan mengenai strategi *branding*, seperti yang dijelaskan oleh Ryan dan Tauer (2013) merupakan bagian penting dari pendidikan non-formal yang berperan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia bagi pelaku utama atau pelaku usaha *tanggui*. Pelatihan ini berfungsi sebagai perantara, penyemangat, dan fasilitator untuk mendukung pengembangan mereka dalam industri tersebut.

Untuk mengatasi tantangan dalam penyuluhan pemasaran *tanggui* yang disebutkan di atas, diperlukan penyuluh yang memiliki kompetensi di bidangnya dan mampu memberikan layanan prima. Salah satu pendekatan yang direkomendasikan, seperti yang diungkapkan oleh Baharsyah



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

(Baharsyah 2021), adalah melalui penggunaan model unit percontohan penyuluhan di tingkat lapangan yang berbasis teknologi. Hal ini dapat dijadikan sebagai kegiatan kewirausahaan bagi kelompok penyuluh.

Pengusaha rumahan di industri pengrajin tanggui menghadapi berbagai masalah, baik serius maupun ringan. Mereka membutuhkan pendampingan untuk mengembangkan produk dan menguasai keterampilan pemasaran digital. Hal ini penting untuk meningkatkan daya saing produk dan kesejahteraan anggota atau karyawan mereka (Siswanto, 2019). Hasil investigasi tim pengabdian menunjukkan beberapa permasalahan mitra: (1) penjualan produk masih konvensional, (2) keterbatasan keterampilan komunikasi penjualan, (3) produk belum memiliki label atau merek, dan (4) produk belum terdaftar secara resmi. Tim pengabdian memilih fokus pada pengrajin *tanggui* di Kuin Cerucuk, Alalak Utara, Banjarmasin. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pengrajin tanggui tentang pentingnya menghasilkan produk bersaing, memasarkan secara digital, dan memiliki merek dagang sendiri. Dengan program PKM ini, diharapkan setiap produk memiliki brand sendiri dan dikenal luas oleh masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Kegiatan pertama adalah orientasi pendahuluan, meliputi observasi lokasi mitra, penentuan peserta, dan meminta izin untuk persiapan PKM. Adapun pelaksanaan kegiatan PKM terdiri dari:

- a) **Perencanaan:** Koordinasi dengan ketua KUBE Bahagia II, Ibu Dina Fathiana, untuk memperoleh izin dan mengidentifikasi kebutuhan peserta. Menyusun materi sosialisasi dan pelatihan tentang pembuatan brand dan pemasaran online.
- b) **Pelaksanaan:**
 1. Sosialisasi tentang pentingnya branding untuk pengembangan usaha.
 2. Pelatihan pembuatan branding dan pemasaran online melalui media sosial atau e-commerce.
 3. Penerapan teknologi, di mana peserta membuat toko online masing-masing.
 4. Pendampingan, membantu peserta mengelola penjualan secara online dan memiliki toko online.



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

- c) **Evaluasi:** Dilakukan oleh tim pengabdian bersama Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin, berupa pengecekan hasil pelatihan dan identifikasi kekurangan serta kendala. Evaluasi ini dilakukan melalui sesi tanya jawab.

Alat dan Bahan

Adapun bahan dan alat yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah :

1. Materi Kegiatan
2. Pamflet/brosur berisi tata cara membuat toko online di Shopee
3. Link web dan prosedur mendaftarkan merek dagang secara resmi.
4. *Tanggui*

Langkah-langkah yang diambil dalam melaksanakan proyek pengabdian ini adalah sebagai berikut :

1. Tahap persiapan : Tim mengadakan rapat untuk mendiskusikan tema pengabdian kepada masyarakat. Selanjutnya Survei dilakukan ke Kampung Tanggui dan bertemu dengan ketua KUBE Bahagia II, Ibu Dina Fathiana, S.Pd, untuk mengurus perizinan dan mencari informasi tentang masalah yang dihadapi pengrajin tanggui. Diskusi dengan Ibu Dina Fathiana, S.Pd, dan beberapa pengrajin tanggui tentang tema pengabdian yang dibutuhkan.
2. Setelah rapat, tim kembali ke lokasi untuk menentukan tempat dan waktu kegiatan serta memberikan undangan resmi kepada peserta.
3. Menyiapkan materi sosialisasi, mengundang narasumber, dan kelengkapan lainnya.
4. Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan pada Senin, 15 Juli 2024, pukul 10.00 pagi, di rumah ketua KUBE Bahagia II, dihadiri 10 pengrajin tanggui beserta satu anggota keluarga masing- masing, sehingga berjumlah 20 orang. Acara dibuka oleh ketua tim, dilanjutkan sosialisasi tentang manfaat branding, dan strategi membangun *brand image*. Ibu Bunga dan Ibu Rere dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin menjelaskan cara mendapatkan merek dagang resmi serta pentingnya mempunyai *brand* atau merek dagang sendiri.
5. Tahap praktek langsung pembuatan toko online melalui shopee, didampingi oleh tim pengabdian. Serta pembagian pamflet tentang cara membuat toko online di Shopee.
6. Sesi tanya jawab dan penutupan dengan foto bersama seluruh peserta. Hal ini



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

digunakan untuk mengukur respon dan tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan.

7. Terakhir, kami melakukan evaluasi untuk meninjau elemen-elemen yang perlu diperbaiki agar kegiatan pengabdian ini dapat menjadi lebih baik di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketua Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Bahagia II, Ibu Dina Fathiana, S.Pd, bersama para pengrajin tanggui menyambut dengan antusias kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat. Sambutan positif ini terlihat dari kelancaran seluruh proses persiapan hingga hari pelaksanaan. Tim pengabdian diberikan fasilitas tempat untuk kegiatan tersebut. Kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh 20 pengrajin tanggui beserta keluarga mereka, dan tim pengabdian didampingi oleh dua mahasiswa.

Sebelum acara, tim pengabdian melakukan berbagai persiapan. Salah satu persiapan utama adalah menentukan tema yang relevan dengan kebutuhan mitra, dan diputuskan bahwa Pelatihan *Branding* dan *Digital Marketing* akan memberikan manfaat terbesar karena belum pernah diberikan sebelumnya. Tim kemudian menyusun materi yang mudah dipahami oleh para pengrajin tanggui, yang sebagian besar hanya memiliki pendidikan setingkat SD atau bahkan tidak sekolah. Oleh karena itu, materi disajikan dengan bahasa sederhana dan disertai dengan pamflet atau brosur, sehingga mereka dapat membaca dan mengingat kembali informasi tersebut untuk mendukung pembuatan merek produk usaha mereka.

Pentingnya memperkenalkan manfaat *branding* bagi pengembangan usaha para pengrajin tanggui nantinya, sehingga pada akhirnya mampu membranding produk tangguinya dengan baik. Inilah tujuan utama kegiatan pengabdian ini dilaksanakan. Para pengrajin tanggui harus memahami bahwa *brand* berbeda dengan produk, seperti dikatakan Stephen King (Aaker 1996). Dimana produk adalah sesuatu yang dibuat di pabrik, sedangkan *brand* adalah sesuatu yang dibeli oleh konsumen. Adapun fungsi *brand* menurut Randall dalam bukunya "*The Art of Marketing*" *branding* adalah sebagai identitas, *shorthand summary* (ringkasan singkat), keamanan, diferensiasi dan menambah nilai (Randall 2001).

Brand dan merek bukan hanya sekedar nama, logo, atau simbol; lebih dari itu, merek adalah indikator nilai dari apa yang kita tawarkan. *Brand* dan merek berfungsi sebagai payung



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

yang melingkupi produk atau layanan, bisnis, individu, bahkan negara. Sebagai aset, merek menciptakan nilai bagi konsumen melalui produk dan kepuasan yang mereka peroleh (Hermawan Kartajaya, 2002). Menurut David Ogilvy, merek adalah kumpulan atribut tak berwujud yang terdapat dalam sebuah produk, seperti nama, kemasan, sejarah, harga, reputasi, dan cara pengiklanannya (Miller, Jon, 2004). Sementara itu, *American Marketing Association* mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, atau simbol yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok orang (Rangkuti, 2002).

Tim pengabdian berharap dengan adanya sosialisasi dan pemberian pamflet atau brosur dapat memberikan pemahaman yang baik tentang membangun *brand* produk yang kuat. Karena produk dapat dengan cepat usang, tetapi *brand* yang sukses akan abadi. Sehingga diharapkan nantinya pengrajin tanggui sudah mempunyai *brand* atau merek usaha mereka sendiri. Adapun isi materi yang disampaikan langsung oleh tim pengabdian dan ibu bunga dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin yaitu memberikan pemahaman tentang merek/*brand* dagang dan keuntungan-keuntungan jika memiliki merek/*brand* (identitas) dagang sendiri. Serta pentingnya *membranding*. Duncan mendefinisikan *branding* sebagai "process of creating brand image that engages the hearts and mind of customers"(Duncan 2005). *Branding* adalah aspek yang paling penting dalam sebuah bisnis karena kekuatan *brand* lah yang akan menentukan sebuah usaha berhasil atau gagal. Kesuksesan *brand* juga berarti kesuksesan usaha. Poin penting dalam sebuah *branding* adalah membuat produk terlihat berbeda dengan kompetitor-kompetitornya (Haig 2004; Apriati, Widaty, and Azkia 2023). Hiro Minamiyana mengatakan bahwa *branding* dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan nilai perusahaan, dan dapat digunakan sebagai proses untuk mengkonfirmasi ulang citra dan posisi pasar dan merelokasinya ke posisi yang paling menguntungkan (Minamiyama 2007).



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

Ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam membangun produk, atau dengan kata lain, strategi yang harus diperhatikan dalam membangun citra merek produk. Beberapa di antaranya adalah: membuat desain logo yang sesuai dengan bisnis atau jenis usaha, menentukan target pasar yang tepat, menggunakan kemitraan untuk meningkatkan kesadaran merek, dan selalu konsisten. Dalam penyampaian materi, selalu diberikan contoh-contoh sederhana yang mudah dipahami oleh para pengrajin tanggui. Berikut adalah penyampaian materi dari Tim pengabdian dan perwakilan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin :



Gambar 1 : Pemberian Materi Dari Tim Pengabdian dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin

Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024

Setelah sosialisasi mengenai pentingnya memiliki merek dagang, para pengrajin tanggui dikelompokkan menjadi tiga kelompok berdasarkan ikatan keluarga. Selanjutnya, tiga nama merek dagang tanggui mereka siap untuk didaftarkan sebagai merek dagang usaha. Namun, ada kendala yang dihadapi, yaitu kuota diskon dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin untuk tahun ini telah habis. Akibatnya, pengajuan merek dagang mereka harus masuk dalam antrean untuk tahun depan.

Materi selanjutnya adalah pelatihan pemasaran online melalui salah satu media sosial atau *e-commerce*, yaitu Shopee. Dalam sesi penerapan teknologi ini, peserta diajarkan untuk



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

mengaplikasikan dan mengelola toko online mereka masing-masing. Dengan pendampingan dari tim pengabdian, beberapa peserta berhasil membuat dan mengelola penjualan secara online serta memiliki toko di Shopee. Diharapkan, langkah ini dapat meningkatkan penjualan mereka di masa mendatang. Selain itu, pamflet tentang tata cara membuat toko di Shopee juga dibagikan kepada seluruh peserta. Pamflet ini berisi panduan



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

langkah demi langkah untuk mempermudah peserta dalam membuat toko online mereka sendiri, sebagaimana terlihat pada gambar 1 di bawah ini:



Gambar 2 : Pamflet yang Dibagikan Kepada Seluruh Peserta Pengrajin Tanggui

Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024

Tercapainya pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat dilihat dengan antusias peserta, serta sambutan sangat baik dari mitra dan peserta. Melalui proses tanya jawab dapat diketahui keseriusan peserta mengikuti kegiatan ini. Bahkan selesai acara diskusi dengan beberapa peserta masih berlangsung sebagaimana terlihat pada gambar 2 dibawah ini :





SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

Gambar 3 : Diskusi Dengan Beberapa Peserta Pengrajin Tanggui

Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024

Acara berlangsung selama sekitar 2,5 jam, dimulai dari pukul 10.00 hingga pukul 12.30. Di akhir acara, tim pengabdian tidak lupa mendokumentasikan kegiatan tersebut dengan foto bersama. Kami, tim pengabdian, berharap kerja sama seperti ini akan terus berlanjut dengan para pengrajin tanggui, dengan materi yang berbeda, sehingga dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi usaha mereka di masa depan.

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian ini berjalan dengan lancar sesuai yang direncanakan. Berikut adalah foto bersama pada sesi akhir acara pengabdian yang dapat dilihat pada gambar 4 di bawah ini:



Gambar 4 : Foto Bersama Tim Pengabdian, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Serta Seluruh Peserta Pengrajin Tanggui

Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat, disambut dengan antusias oleh Ketua KUBE Bahagia II, Ibu Dina Fathiana, S.Pd, dan para pengrajin tanggui. Acara ini berjalan lancar berkat persiapan yang matang dan fasilitas yang memadai.

Materi yang disampaikan meliputi pentingnya memiliki merek dagang, pelatihan



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

branding, dan *digital marketing*. Para pengrajin tanggui, yang sebagian besar berusia diatas 50 tahun, berhasil memahami materi berkat penyampaian yang sederhana dan disertai pamflet. Beberapa pengrajin berhasil membuat toko online di Shopee dengan pendampingan tim pengabdian, diharapkan ini dapat meningkatkan penjualan mereka. Kendala yang dihadapi adalah kuota diskon pendaftaran merek dagang dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin yang telah habis, sehingga pengajuan harus menunggu tahun depan. Namun, antusiasme dan partisipasi aktif peserta menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi mereka. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian bertema "Peningkatan Akses Pasar Global Bagi Umkm Pengrajin *Tanggui* Melalui Pelatihan *Branding* Dan *Digital Marketing* Di Kuin Cerucuk, Banjarmasin" berhasil dilaksanakan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi para pengrajin tanggui.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1996. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Apriati, Yuli, Cucu Widaty, and Laila Azkia. 2023. "Social Branding Campaign Pada Klien Panti Sosial Bina Wanita Melati Provinsi Kalimantan Selatan." *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5(1):32. doi: 10.20527/btjpm.v5i1.5119.
- Artinah, Budi, Mujannah, and Safriansyah. 2021. "Bimbingan Teknis Penentuan Harga Jual Normal Pendekatan Full Costing Bakal Tanggui Di Alalak Selatan Banjarmasin Utara." *Jurnal Pengabdian Aceh* 1(September):98–105.
- Baharsyah, Syamsudin. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Aplikasi Pelayanan Dan Kepelabuhanan* 10(2):175. doi: 10.30649/japk.v10i2.84.
- Duncan, Tom. 2005. *Principles of Advertising & IMC. 2nd Ed*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Haig, Matt. 2004. *Brand Royalty : How The World's Top 100 Brands Thrive and Survive*. London: Kogan Page Limited.
- Minamiyama, Hiro. 2007. *World Branding: Concept, Strategy and Design*. USA: Gingko Press.
- Muyasar, Rizky, and Hasanudin. 2023. "Pelatihan Branding Dan Digital



SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH

" Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Melalui Penelitian: Meningkatkan Kehidupan Manusia, Melindungi Lingkungan"

9-10 September 2024

Banjarmasin

Marketing Produk Olahan

Sampah Plastik UD. Aisyah Jaya." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 4(4):3255–61.

Novalinda, R. (2023). Pelatihan Branding Dan Digital Marketing Di Optik Citra Padang. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 18–24. <https://doi.org/10.47233/jpmitc.v2i1.521>

Randall, Geoffrey. 2001. *The Art of Marketing Branding*. New Delhi: Crest Publishing House. Ryan, Cooper, and Tauer. 2013. "Strategi Branding." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.

Siswanto, Sutojo. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Damar Mulia Pustaka.

Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung Asean Community 2015. *Komunikasi*, 8(2), 123–138. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471>