

**PENGUATAN IDENTITAS USAHA MELALUI PERBAIKAN
BRANDING DAN DIVERSIFIKASI PRODUK
DI UD. SAMUDERA MIRJA**

SKRIPSI

DINI MARLIANA
NIM. 1805904010013



**JURUSAN PERIKANAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
MEULABOH
2022**

**PENGUATAN IDENTITAS USAHA MELALUI PERBAIKAN
BRANDING DAN DIVERSIFIKASI PRODUK
DI UD. SAMUDERA MIRJA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Teuku Umar*

DINI MARLIANA
NIM. 1805904010013



**JURUSAN PERIKANAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
MEULABOH
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi saudara:

NAMA : DINI MARLIANA

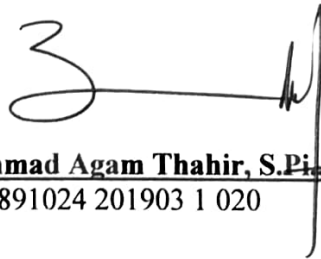
NIM : 1805904010013

JUDUL : PENGUATAN IDENTITAS USAHA MELALUI PERBAIKAN
BRANDING DAN DIVERSIFIKASI PRODUK
DI UD. SAMUDERA MIRJA

Yang diajukan memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana perikanan pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Teuku Umar.

Mengesahkan
Komisi Pembimbing

Ketua



Muhammad Agam Thahir, S.Pi., M.Si
NIP: 19891024 201903 1 020

Mengetahui

Dekan Fakultas Perikanan dan
Ilmu Kelautan



Prof. Dr. M. Ali S., M.Si

NIP: 19590325 198603 1 000

Ketua Jurusan Perikanan



Muhammad Agam Thahir, S.Pi., M.Si

NIP: 19891024 201903 1 020

LEMBARAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**PENGUATAN IDENTITAS USAHA MELALUI PERBAIKAN *BRANDING*
DAN DIVERSIFIKASI PRODUK DI UD. SAMUDERA MIRJA**

Disusun Oleh:

Nama : Dini Marlina
Nim : 1805904010013
Jurusan : Perikanan
Fakultas : Perikanan dan Ilmu Kelautan

**Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 20 April 2022
dan dinyatakan lulus dan memenuhi syarat untuk diterima.**

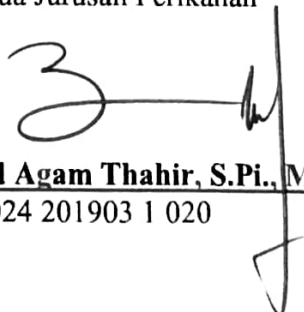
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Muhammad Agam Thahir, S.Pi., M.Si
(Dosen Penguji I)
2. Ir. T. Amarullah, M.Pi
(Dosen Penguji II)
3. Nabila Ukhty, S.Pi., M.Si
(Dosen Penguji III)

Tanda Tangan



Mengetahui
Ketua Jurusan Perikanan



Muhammad Agam Thahir, S.Pi., M.Si
NIP: 19891024 201903 1 020

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Marlina
NIM : 1805904010013
Jurusan : Perikanan
Fakultas : Perikanan dan Ilmu Kelautan
Judul Skripsi : Penguatan Identitas Usaha Melalui Perbaikan *Branding* Dan Diversifikasi Produk Di UD. Samudera Mirja

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya di dalam skripsi adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau satu kesatuan yang utuh dari skripsi, buku, atau bentuk lain yang saya kutip dari orang lain tanpa saya sebutkan sumbernya yang dapat dipandang sebagai tindakan penjiplakan. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat reproduksi karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dijadikan seolah-olah karya asli saya sendiri. Apabila ternyata dalam skripsi saya terdapat bagian-bagian yang memenuhi unsur penjiplakan, maka saya menyatakan kesediaan untuk dibatalkan sebahagian atau seluruh hak gelar keserjanaan saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Meneloh, 21 April 2022


Dini Marlina
NIM. 1805904010013

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Trumon pada tanggal 30 Maret 2001. Penulis merupakan anak ke-2 dari empat orang bersaudara dari pasangan Thaqqiaruddin dan Mastura. Pada tahun 2012 penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 6 Meulaboh. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Meulaboh dan lulus pada tahun 2015. Selanjutnya penulis menyelesaikan pendidikan di SMA Negeri 2 Meulaboh dan lulus pada tahun 2018. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Teuku Umar di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan pada Jurusan Perikanan pada tahun 2018. Sebagai penambah wawasan pendidikan perikanan penulis mengikuti praktek kerja lapangan pada tahun 2021 di Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Sibolga Provinsi Sumatera Barat dengan judul **“Pemanfaatan dan Pengelolaan Fasilitas Pokok di Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Sibolga”**. Penulis pernah mendapatkan pendanaan program Wira Desa tahun 2021 dengan judul **“Pengembangan Produksi Usaha Rumahan Ikan Keumamah di Daerah Pesisir Desa Ujong Kalak Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat”**. Penulis pernah menjadi anggota HMJ Perikanan sebagai ketua divisi pendidikan pada tahun 2020/2021 dan anggota BEM FPIK sebagai ketua divisi pendidikan pada tahun 2021/2022, penulis pernah menjadi asisten praktek lapangan mata kuliah Pelabuhan Perikanan dan Metode Penangkapan Ikan pada tahun 2021 dan 2022 dan asisten mata kuliah Metode Penangkapan Ikan pada tahun 2021. Untuk memperoleh gelar Sarjana Perikanan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan

Universitas Teuku Umar penulis menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Penguatan Identitas Usaha Melalui Perbaikan *Branding* Dan Diversifikasi Produk Di UD. Samudera Mirja”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Sarjana pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Teuku Umar.

PENGUATAN IDENTITAS USAHA MELALUI PERBAIKAN *BRANDING* DAN DIVERSIFIKASI PRODUK DI UD. SAMUDERA MIRJA

Dini Marlina¹, Muhammad Agam Thahir²

¹ Mahasiswa Program Studi Perikanan Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan
Universitas Teuku Umar

² Dosen Program Studi Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan

ABSTRAK

Kabupaten Aceh Barat merupakan salah satu kabupaten yang terletak di barat selatan Aceh, Aceh barat memiliki luas laut 233 km³ dengan panjang garis pantai diperkirakan 50,55 km sehingga Aceh Barat merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi untuk menjadi daerah penghasil perikanan yang produktif. Pemanfaatan hasil perikanan yang dilakukan oleh masyarakat salah satunya dengan melakukan pengolahan terhadap hasil tangkapan, salah satunya adalah olahan ikan keumamah. UD. Samudera Mirja telah berproduksi dari tahun 2014 hingga sekarang, namun jangkauan pemasaran hasil olahan ikan keumamah ini hanya mencakup daerah Aceh Barat saja, hal ini disebabkan oleh *branding* produk yang masih sangat kurang, *packaging* yang sangat sederhana dan tidak menarik serta pemasaran yang tidak menggunakan strategi diversifikasi produk, produksi yang hanya terfokus pada ikan keumamah mentah saja tanpa memproduksi beberapa varian produk lainnya sehingga produk tidak dikenali secara luas oleh konsumen. Selama pendampingan dilakukan, permasalahan yang telah ditemukan tersebut mulai diperbaiki seperti *rebranding* usaha dengan mulai menambahkan logo usaha dan desain menarik pada setiap kemasan. Diversifikasi produk yang dilakukan adalah menambahkan dua varian produk baru yaitu sambal keumamah siap saji dan abon ikan tongkol. Pemilihan bahan kemasan yang baik untuk ketahanan produk pun sangat diperhatikan dan desain kemasan dibuat semenarik mungkin dengan *tagline* produk.

Kata Kunci: *Branding*, diversifikasi produk, kemasan, keumamah

**STRENGTHENING BUSINESS IDENTITY THROUGH BRANDING
IMPROVEMENT AND PRODUCT DIVERSIFICATION AT UD.
SAMUDERA MIRJA**

Dini Marlina¹, Muhammad Agam Thahir²

¹*Students at Department of Fisheries the Faculty of Fisheries and Marine Science,
University of Teuku Umar*

²*Lecturer at Department of Fisheries the Faculty of Fisheries and Marine
Science, University of Teuku Umar*

ABSTRACT

West Aceh Regency is one of the districts located in the south west of Aceh, West Aceh has a sea area of 233 km³ with an estimated coastline of 50.55 km so that West Aceh is one of the districts that has the potential to become a productive fishery producing area. Utilization of fishery products carried out by the community, one of which is by processing the catch, one of which is processed keumamah fish. UD. Samudera Mirja has been in production since 2014 until now, but the marketing reach of processed keumamah fish only covers the West Aceh area, this is due to the lack of product branding, very simple and unattractive packaging and marketing that does not use diversification strategies. product, the production of which only fokuses on raw keumamah fish without producing several other product variants so that the product is not widely recognized by consumers. During the assistance, the problems that had been found began to be corrected such as business rebranding by starting to add business logos and attractive designs to each package. The product diversification carried out is to add two new product variants, namely ready-to-serve keumamah sauce and shredded tuna. The choice of good packaging materials for product durability is also very important and the packaging design is made as attractive as possible with the product tagline.

Keywords: *Branding, Keumamah, packaging, product diversification*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang tidak terhingga kita panjatkan kehadirat Illahi Rabbi, atas berkah, rahmat, karunia dan hidayah-nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat beriring salam penulis sanjung sajikan kepada baginda Rasulullah SAW yang telah membawa umat manusia ke zaman yang penuh ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi ini yang berjudul “Penguatan Identitas Usaha Melalui Perbaikan *Branding* Dan Diversifikasi Produk Di UD. Samudera Mirja” ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat agar dapat menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana Perikanan pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Teuku Umar.

Dalam kesempatan ini pula, penulis dengan kerendahan hati yang amat dalam dan ketulusan hati yang ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Ali S., M.Si selaku Dekan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Teuku Umar di Meulaboh.
2. Bapak Muhammad Agam Thahir, S.Pi., M.Si selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Perikanan yang begitu penulis sanjung dan banggakan yang telah membimbing, mendampingi, memberi arahan, motivasi dan bersedia meluangkan waktunya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ir. T. Amarullah, M.Si dan Ibu Nabila Ukhty, S.Pi., M.Si selaku dosen penguji I dan penguji II yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, arahan dan waktu dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Nabila Ukhty, S.Pi., M.Si selaku dosen pembimbing akademik selama masa perkuliahan yang telah memberikan bimbingan, arahan dan nasihat pada penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak Anhar Rozi, S.Pi., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Teuku Umar.
6. Kedua Orang tua yang sangat penulis sayangi yang telah mendukung dan menyemangati penulis serta senantiasa memberikan dukungan dan segala bentuk pengorbanan, nasihat, kasih sayang tiada batas dan doa tulusnya demi keberhasilan penulis,

7. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan (BELMAWA) dan Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (KEMENDIKBUDRISTEK) selaku penyelenggara dan pemberi dana kegiatan pendampingan usaha program WIRA DESA Tahun 2021.
8. UD. Samudera Mirja yang telah memberi izin dan telah membantu tim Wira Desa selama pelaksanaan pendampingan usaha.
9. Teman-teman tim Wira Desa tahun 2021 yaitu Sarita Ayu, T. Hamdan, Sariana, Syahrul Muhharram, Dimas Kusmayadi dan Fadhli yang telah bekerja sama dalam pelaksanaan pendampingan usaha program Wira Desa hingga selesai.
10. Serta teman-teman, kakak dan adik mahasiswa Jurusan Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Teuku Umar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan hasil penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu melalui kesempatan ini penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan hasil penelitian skripsi ini.

Meulaboh, 21 April 2022

Dini Marlina

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | iii |
| DAFTAR GAMBAR | iv |
| DAFTAR TABEL | v |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.3 Manfaat Penelitian | 3 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 4 |
| 2.1 <i>Branding</i> | 4 |
| 2.2 Diversifikasi Produk | 6 |
| 2.3 Kemasan..... | 7 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 8 |
| 3.1 Waktu dan Tempat | 8 |
| 3.2 Alat dan Bahan..... | 8 |
| 3.3 Tahapan Kegiatan..... | 9 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 10 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 12 |
| 4.1 Permasalahan di Unit Usaha UD. Samudera Mirja..... | 12 |
| 4.1.1 <i>Branding</i> dan <i>packaging</i> | 13 |
| 4.1.2 Diversifikasi produk | 19 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 23 |
| 5.1 Kesimpulan | 23 |
| 5.2 Saran..... | 23 |
| 5.3 Ucapan Terimakasih..... | 24 |
| DAFTAR PUSTAKA | 25 |
| LAMPIRAN | 27 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| 1. Peta Lokasi Penelitian..... | 8 |
| 2. Diagram alir prosedur kegiatan..... | 9 |
| 3. <i>Packaging</i> sebelum dan sesudah perbaikan..... | 15 |
| 4. <i>Packaging</i> ikan asin..... | 16 |
| 5. <i>Packaging</i> sambal ikan keumamah siap saji..... | 18 |
| 6. Label sambal keumamah siap saji..... | 18 |
| 7. <i>Packaging</i> abon ikan tongkol..... | 19 |
| 8. Proses pembuatan sambal ikan keumamah..... | 21 |
| 9. Proses pembuatan abon ikan tongkol..... | 22 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| 1. Alat yang digunakan dalam penelitian | 8 |
| 2. Bahan yang digunakan dalam penelitian | 9 |
| 3. Permasalahan yang terdapat di UD. Samudera Mirja..... | 12 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Aceh Barat merupakan salah satu kabupaten yang terletak di barat selatan Aceh dengan luas laut 233 km² dan panjang garis pantai diperkirakan 50,55 km. Aceh Barat merupakan daerah pesisir pantai yang sangat kaya akan hasil perikanan lautnya, yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tahun 2018 hasil tangkapan mencapai 18.604,9 ton tahun 2019 meningkat menjadi 19.309,4 ton dan pada tahun 2020 mencapai 19.385,4 ton sehingga menjadikan salah satu kabupaten yang memiliki potensi untuk menjadi daerah penghasil perikanan yang produktif (BPS Aceh Barat, 2021).

Laut dan garis pantai yang luas menjadikan masyarakat Aceh Barat terutama di Kecamatan Johan Pahlawan banyak yang bermata pencaharian sebagai nelayan. Desa Ujong Kalak salah satu desa yang terletak di pesisir samudera Hindia, hal ini menjadikan desa Ujong Kalak memiliki potensi perikanan yang sangat baik. Pemanfaatan hasil perikanan yang dilakukan oleh masyarakat tidak hanya melalui penangkapan dan jual beli di TPI saja, namun masyarakat juga melakukan pengolahan terhadap hasil tangkapan, salah satunya adalah olahan ikan kayu.

Ikan keumamah merupakan olahan ikan tongkol khas Aceh yang diproses secara tradisional mulai dari perebusan, pelapisan dengan tepung dan penjemuran dibawah sinar matahari. Proses olahan secara tradisional ini menyebabkan ikan menjadi keras dengan warna kehitaman seperti kayu dan dapat bertahan lama

(Dewi, 2018). Salah satu usaha yang memproduksi olahan ikan keumamah adalah Usaha Dagang (UD). Samudera Mirja. Usaha ini telah berproduksi dari tahun 2014 hingga sekarang, namun jangkauan pemasaran hasil olahan ikan keumamah ini hanya mencakup daerah Aceh Barat saja. Hal ini disebabkan oleh branding produk yang masih sangat kurang sehingga produk tidak dikenali secara luas oleh konsumen.

Branding adalah aktivitas yang berhubungan dengan merek produk, mulai dari pemunculan hingga perkembangan produk dikenal oleh masyarakat (Rohmat *et al*, 2021). Konsumen akan mudah mengenali produk dan akan memberikan nilai produk secara sederhana hanya dengan melihat logo atau mendengar nama suatu produk dengan branding yang baik. Keberhasilan untuk memberikan branding pada suatu produk akan membuat konsumen memiliki hubungan emosional yang dapat mengikat loyalitas konsumen sehingga suatu usaha akan berhasil dan mampu bersaing (Nastain, 2017).

Keberhasilan usaha juga dipengaruhi oleh packaging yang baik dan menarik seperti pemilihan warna packaging, desain packaging harus memiliki daya tarik secara visual dan menjadi media komunikasi dengan konsumen (Mukhtar dan Nurif, 2015). Hal penting yang menjadi alasan dalam naik turunnya performa brand dan merupakan strategi yang harus diterapkan dalam usaha untuk dapat mengembangkan pasar adalah varian produk, pengembangan varian produk akan lebih menarik konsumen dan mengembangkan usaha dibandingkan hanya terfokus pada satu produk saja. Pengembangan varian produk atau diversifikasi produk merupakan salah satu cara atau strategi sebuah perusahaan untuk meningkatkan permintaan konsumen, strategi ini dapat dilakukan oleh suatu

perusahaan terutama jika perusahaan tersebut berada dalam tahap kedewasaan (Khamidi, 2013).

1.2 Tujuan Penelitian

1. Melakukan diversifikasi produk dari olahan keumamah agar UD. Samudera Mirja dapat menjangkau pasar yang lebih luas.
2. Memperbaiki pengemasan dengan penambahan desain yang menarik sehingga konsumen mudah mengenali produk yang dipasarkan.

1.3 Manfaat Penelitian

1. Memproduksi berbagai varian produk sebagai salah satu strategi untuk menjangkau pasar berdasarkan minat konsumen yang berbeda – beda.
2. Pengemasan dengan desain yang bagus dan menarik menjadi media promosi produk sehingga konsumen akan tertarik dan mudah mengingat produk.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Branding*

Brand merupakan nama, logo, tagline dan kombinasi semua unsur produk yang ada yang digunakan sebagai sebuah identitas produk sehingga konsumen mudah mengenalinya. *Branding* tidak hanya sebatas nama merek produk dan logo, namun *branding* juga memiliki fungsi emosional terhadap konsumen sehingga dapat mengikat loyalitas konsumen terhadap produk (Nastain, 2017). Bidang pemasaran memiliki beberapa strategi untuk mengenalkan produknya kepada konsumen, salah satunya dengan strategi *branding*. *Branding* sebuah produk merupakan sebuah strategi yang dilakukan untuk memberikan ciri khas terhadap sebuah produk sehingga mendapat sebuah nilai yang membedakan suatu produk tersebut dengan produk pesaingnya (Lestari, 2016).

Citra sebuah produk merupakan sebuah representasi dari keberhasilan sebuah *branding*. Persepsi konsumen terhadap produk dipengaruhi oleh informasi – informasi yang didapatkan dari *branding* yang dilakukan seperti penambahan identitas dengan merek, logo, dan *tagline* yang mudah diingat. Semakin kuat *brand image* sebuah produk dimata pelanggan maka akan semakin kuat pula kedekatan emosional konsumen dengan produk sehingga konsumen akan semakin loyal terhadap produk tersebut (Saputro, 2019).

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) *diacu* dalam Nugroho dan Sarah (2021), dimensi utama yang mempengaruhi dan membentuk sebuah citra merek antara lain:

1. *Brand identity*

Brand identity atau identitas merek merupakan identitas fisik yang berkaitan dengan produk sehingga konsumen mudah mengenali dan membedakannya dengan produk lain, seperti nama merek, logo, warna, kemasan, *tagline*, dan lainnya.

2. *Brand personality*

Brand personality atau personalitas merek adalah karakter khas sebuah merek sehingga membentuk kepribadian tertentu sehingga saat mendengar merek produk konsumen akan langsung terbayang karakter dari produk tersebut, seperti hangat, sosial, kreatif, makanan laut, segar, dan lainnya.

3. *Brand association*

Brand association adalah hal – hal spesifik yang pantas untuk dikaitkan dengan suatu merek seperti isu- isu yang sangat kuat berkaitan dengan merek tersebut.

4. *Brand attitude and behavior*

Brand attitude and behavior adalah sikap atau perilaku komunikasi dan interaksi merek dengan konsumen. Pelayanan yang baik terhadap konsumen akan mempengaruhi pandangan public terhadap citra *brand* itu sendiri.

5. *Brand benefit and competence*

Brand benefit and competence adalah nilai – nilai dan keunggulan khas yang ditawarkan oleh suatu merek terhadap konsumen, sehingga menarik minat konsumen untuk mendapatkan produk tersebut.

2.2 Diversifikasi Produk

Suatu keanekaragaman jenis produk atau varian – varian produk yang dibuat oleh produsen guna menjawab permintaan pasar dan konsumen dan untuk bersaing dengan produsen yang juga memasarkan produk sejenisnya, dengan demikian diversifikasi produk dapat menjadi sebuah strategi untuk menarik konsumen dengan berbagai jenis produk dan meningkatkan volume penjualan (Tarida, 2012).

Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menaikkan penetrasi pasar dengan cara memperluas macam barang yang akan diproduksi dan dijual, dan dapat diartikan sebagai penganekaragaman produk. Satu produk utama diperluas sehingga menghasilkan berbagai jenis produk lainnya. Tujuan dari diversifikasi produk ini adalah untuk membuat produk tahan lebih lama, memenuhi selera dan harapan konsumen, menarik konsumen dengan berbagai pilihan produk, memperluas pasar, memberi nilai tambah, menyerap tenaga kerja dan lain sebagainya (Hermawan, 2015).

Suatu usaha tidak akan bergantung pada satu jenis produk saja dengan adanya diversifikasi produk, suatu usaha dapat mengandalkan berbagai jenis produk lainnya sehingga saat salah satu produk mengalami penurunan, dapat teratasi dengan produk jenis lainnya. Diversifikasi produk dapat terjadi dengan dua cara, antara lain sebuah perusahaan dapat mendiversifikasikan produknya dengan membutuhkan perusahaan lain yang tidak memproduksi barang yang sama

dan perusahaan dapat mengembangkan produk miliknya sendiri secara internal dengan memproduksi barang yang berbeda.

2.3 Kemasan

Kemasan merupakan wadah pelindung produk yang juga digunakan sebagai media promosi untuk menarik konsumen sehingga banyak perusahaan – perusahaan memproduksi produk dengan kemasan semenarik mungkin, bagi konsumen produk dengan kemasan yang menarik akan lebih mudah dikenali dan diingat sehingga berdampak baik untuk penjualan produk tersebut (Susetyarsi, 2012). Kemasan pada suatu produk memiliki dua fungsi, yaitu fungsi protektif dan fungsi promosional (Apriyanti, 2018).

1. Fungsi protektif yang berkenaan dengan proteksi produk, perbedaan iklim, prasaran transportasi dan saluran distribusi yang dapat berimbas pada pengemasan. Penggunaan kemasan yang protektif maka produk dapat terjaga dengan baik hingga sampai ke tangan konsumen.
2. Fungsi promosional, kemasan berperan sebagai sarana promosi sehingga kesan konsumen saat melihat kemasan sangat penting untuk dipertimbangkan menyangkut warna, ukuran, dan desain kemasan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat

Kegiatan penelitian ini dilakukan selama 5 bulan dari bulan Agustus – Desember 2021 di UD. Samudera Mirja yang merupakan suatu usaha di desa Ujong Kalak, Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat yang telah memproduksi olahan ikan keumamah dari tahun 2014 hingga sekarang.



Gambar 1. Peta lokasi penelitian

(Sumber: Diolah kembali)

3.2 Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dan kegunaannya dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Alat yang digunakan dalam penelitian

| No. | Nama Alat | Kegunaan |
|-----|----------------------------------|--|
| 1. | Botol plastic | Kemasan sambal ikan keumamah siap saji |
| 2. | <i>Standing pouch</i> plastic | Kemasan ikan asin |
| 3. | <i>Standing pouch paper foil</i> | Kemasan abon ikan Tuna |
| 4. | Kardus | Kemasan produk dalam jumlah banyak |
| 5. | Stiker label | Label merek pada ikan asin dan sambal keumamah siap saji |

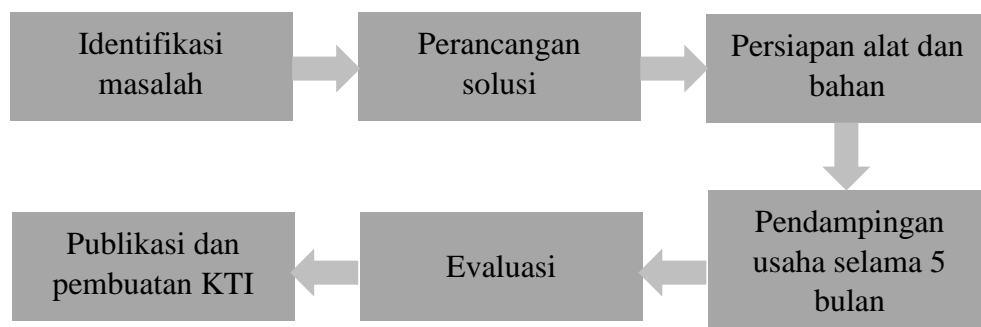
Bahan yang digunakan dan kegunaannya dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Bahan yang digunakan dalam penelitian

| No. | Nama Bahan | Kegunaan |
|-----|-----------------------|---|
| 1. | Ikan kayu | Bahan baku sambal keumamah |
| 2. | Ikan Tongkol | Bahan baku abon ikan |
| 3. | Aneka jenis ikan asin | Produk ikan asin |
| 4. | Bumbu pelengkap | Bahan pelengkap sambal keumamah dan abon ikan tongkol |

3.3 Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian dan penelitian dimulai dengan melakukan pendekatan secara langsung dengan pemilik usaha dan menganalisis data-data awal usaha sehingga ditemukan permasalahan yang menghambat perkembangan usaha tersebut. Diskusi dengan tim dilakukan untuk mencari solusi dari permasalahan yang telah ditemukan, sehingga diputuskan untuk melakukan perbaikan *branding* dan *packaging* pada produk di UD. Samudera Mirja dan dilakukan diversifikasi produk. Tahapan kegiatan pada pengabdian dan penelitian di UD. Samudera Mirja lebih jelas dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram alir prosedur kegiatan

3.4 Metode Pengumpulan Data

Tahapan yang dilakukan selama 4 bulan yaitu dimulai dari menemukan permasalahan, mencari solusi hingga pendampingan. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer, seperti kendala pengembangan usaha yang terdapat di UD. Samudera Mirja dan solusi yang dicoba diterapkan di UD. Samudera Mirja.

Data yang diperlukan selama penelitian dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, partisipasi aktif dan wawancara. Pengumpulan data dengan metode observasi yaitu mengumpulkan data langsung dari sumbernya dengan cara mengamati langsung kegiatan usaha di UD. Samudera Mirja (Purnomo, 2011).

Peneliti juga menggunakan metode partisipasi aktif yaitu keterlibatan langsung dengan kegiatan usaha yang dilakukan di UD. Samudera Mirja seperti produksi, *packaging*, hingga pemasarannya. Metode wawancara juga digunakan dalam pengumpulan data, untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dan mendalam mengenai pengembangan usaha dan pemasaran langsung dengan pemilik usaha olahan ikan keumamah UD. Samudera Mirja.

3.5 Analisis Data

Data yang di analisis pada penelitian ini adalah permasalahan yang menghambat berkembangnya UD. Samudera Mirja dan solusi yang di terapkan untuk memecahkan masalah tersebut. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menyajikan hasil dengan mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena yang

ada, baik bersifat ilmiah maupun rekayasa manusia dengan lebih memperhatikan karakteristik, kualitas dan keterkaitan antar kegiatan (Sukmadinata, 2011).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Permasalahan di Unit Usaha UD. Samudera Mirja

UD. Samudera Mirja merupakan sebuah usaha yang mengolah hasil perikanan yaitu ikan tongkol sebagai salah satu makanan khas Aceh yang dikenal dengan ikan Keumamah. Proses pengolahan ikan keumamah meliputi perebusan hingga pengeringan menggunakan sinar matahari hingga ikan kering dan mempunyai tekstur keras yang khas. Ikan keumamah yang merupakan makanan khas Aceh tentu akan sangat menarik minat konsumen dan usaha olahan ikan keumamah memiliki potensi yang baik untuk berkembang, namun pada UD. Samudera Mirja yang telah berproduksi sejak tahun 2014, perkembangan yang terjadi tidak terlalu signifikan dan pemasarannya juga hanya disekitaran Aceh Barat saja terutama di kecamatan Johan Pahlawan.

Selama melakukan pendampingan usaha di UD. Samudera Mirja selama 4 bulan, ditemukan permasalahan yang menyebabkan usaha olahan ikan keumamah ini tidak begitu berkembang dan pada bulan pertama setelah melakukan wawancara dengan pemilik usaha dan observasi langsung pada lokasi produksi ditemukan beberapa permasalahan yang dapat menjadi kendala kurang berkembangnya usaha ini, permasalahan tersebut dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 3. Permasalahan yang terdapat di UD. Samudera Mirja

| No. | Permasalahan yang ditemukan | Keterangan |
|-----|-----------------------------|--|
| | | Sejak awal produksi hingga sekarang UD. Samudera Mirja hanya memproduksi olahan ikan |

(Lanjutan tabel 3. Permasalahan yang terdapat di UD. Samudera Mirja)

| | | |
|---|---------------|---|
| 1. Tidak adanya produk | Diversifikasi | keumamah mentah, tidak ada varian produk lain atau diversifikasi produk untuk mencoba menarik konsumen. |
| 2. <i>Branding</i> dan <i>packaging</i> yang kurang menarik | yang | <i>Branding</i> produk yang masih sangat kurang sehingga produk masih kurang dikenali oleh masyarakat, dan <i>packaging</i> produk yang masih sangat sederhana kurang menarik konsumen, padahal <i>packaging</i> merupakan hal penting untuk menentukan ketertarikan konsumen pada sebuah produk dan menjadi media untuk <i>branding</i> dan promosi produk tersebut. |

4.1.1 *Branding dan Packaging*

Branding adalah salah satu hal penting untuk sebuah usaha, tidak hanya menyangkut logo dan nama merek namun branding juga memberikan citra sebuah produk kepada konsumen sehingga memiliki nilai emosional bila melihat atau mendengar merek sebuah produk atau usaha. Keberhasilan suatu *branding* usaha akan sangat berpengaruh besar pada ketertarikan konsumen terhadap produk yang diproduksi oleh usaha tersebut, bila *branding* telah berhasil maka pengenalan suatu produk kepada konsumen pun akan lebih mudah karena konsumen telah memiliki nilai emosional tersendiri terhadap usaha tersebut.

Sejalan dengan *branding*, *packaging* juga merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh bagi sebuah produk. *Packaging* atau kemasan selain menjadi wadah untuk melindungi produk, namun juga menjadi sebuah media komunikasi

antara produsen dan konsumen sehingga pada desain kemasan harus terdapat informasi yang harus diketahui oleh konsumen (Mukhtar dan Nurif, 2015). *Packaging* atau kemasan juga merupakan suatu hal yang sangat menentukan ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut atau tidak sehingga desain dan *tagline* produk yang terdapat dikemasan harus semenarik mungkin .

Branding dan *packaging* merupakan salah satu hal yang menjadi kendala pada usaha olahan ikan keumamah di UD. Samudera Mirja, selama usaha ini berproduksi *branding* pada usaha dan produk masih sangat kurang. Logo usaha yang ada hanya terdapat di spanduk yang diletakkan di kios yang menjadi tempat pemasaran produknya, dan produk juga dipasarkan tanpa merek serta *packaging* yang digunakan hanya plastik biasa atau dus tanpa logo atau merek dari usaha ini sehingga produk kurang dikenali dan promosi produk yang masih sangat kurang padahal promosi atau pengenalan produk kepada konsumen merupakan salah satu hal yang sangat penting dan berpengaruh untuk sebuah usaha.

Permasalahan yang menjadi kendala untuk berkembangnya usaha UD. Samudera Mirja adalah *branding* dan *packaging*, pendampingan dilakukan dengan mulai memperbaiki *packaging* dan *branding* produk. *Rebranding* dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, tidak hanya dengan perubahan logo usaha atau *tagline* produk namun juga dapat dilakukan dengan diferensiasi produk (Nastain, 2017).

Hasil diskusi dengan pemilik usaha diputuskan bahwa logo usaha tidak akan diganti, sehingga perbaikan *branding* dimulai dengan meletakkan logo yang telah ada dan merek disetiap *packaging* produk keumamah, salah satunya kemasan kardus yang digunakan untuk mengemas keumamah dalam jumlah banyak.

Kardus dengan logo dan merek usaha ini bila digunakan untuk pengiriman hingga keluar daerah selain melindungi produk agar tidak rusak namun juga dapat menjadi sebagai media pengenalan produk ke masyarakat.

Kemasan suatu produk tidak hanya satu tapi dapat berlapis-lapis sesuai dengan kebutuhan produk tersebut, jenis kemasan terdiri dari kemasan dasar (*primer package*) yang merupakan bungkus luar produk, kemasan tambahan (*secondary package*) yaitu bahan yang melindungi kemasan dasar dan kemasan pengiriman (*shipping package*) yang merupakan kemasan yang diperlukan untuk penyimpanan dan pengiriman (Susetyarsi, 2012).



Gambar 3. (a) *Packaging* sebelum perbaikan (b) *Packaging* sesudah perbaikan

Penggunaan kemasan kardus rokok ini merupakan *shipping package*, kemasan ini dulunya menggunakan kardus rokok bekas dan kemudian diperbaiki dengan kardus baru layak pakai yang mampu melindungi produk agar tidak rusak dan terdapat logo usaha dan merek produk.

UD. Samudera Mirja tidak hanya memproduksi ikan keumamah, namun juga memasarkan ikan asin dengan berbagai jenis ikan. *Packaging* ikan asin yang awalnya hanya menggunakan kantong plastik polos tanpa peletakkan merek apapun kurang melindungi produk, setelah pendampingan dilakukan perbaikan *packaging*. Produk ikan asin yang biasanya menggunakan plastik diganti dengan

standing pouch yang terdapat merek dan desain yang menarik, penggunaan kemasan *standing pouch* ini tentu akan lebih melindungi produk dibandingkan dengan penggunaan kantong plastik yang selama ini digunakan, *zipper* yang ada dibagian atas kemasan sangat berguna untuk melindungi produk bila ingin disimpan kembali setelah dibuka sehingga udara tidak dapat masuk, dan produk tetap terjaga.



Gambar 4. *Packaging* ikan asin

Diversifikasi produk atau varian produk yang diputuskan untuk diproduksi setelah berdiskusi dengan pemilik usaha yaitu sambal ikan keumamah siap saji dan abon ikan. Pemilihan kedua varian produk ini berdasarkan bahan baku yang sama, yaitu menggunakan ikan tongkol. *Branding* usaha yang mulai dilekatkan di UD. Samudera Mirja adalah sebuah usaha olahan perikanan yang memproduksi berbagai varian produk dengan fokus bahan baku ikan tongkol, sehingga hasil diskusi dengan pemilik usaha diputuskan untuk memproduksi sambal ikan keumamah dan abon ikan tongkol.

Produksi ikan keumamah dipikirkan dengan lumayan matang, terutama mengenai *packaging* produk yang sangat berpengaruh terhadap ketahanan produk siap saji ini nantinya karena sambal ikan keumamah merupakan produk yang

cepat rusak dan tidak dapat bertahan lama apabila dibiarkan diruang terbuka sehingga kemasan yang digunakan harus benar – benar dapat melindungi sambal ikan keumamah ini dari udara agar bakteri tidak mudah tumbuh di produk tersebut.

Syarat bahan pengemas pangan antara lain adalah *feed grade* (tidak beracun), tidak terjadi perpindahan zat dari kemasan ke dalam produk pangan (migrasi), mampu melindungi produk, efisien dan ekonomis. Berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 20 Tahun 2019 tentang Kemasan Pangan telah ditetapkan bahan yang dapat digunakan sebagai pengemas antara lain plastic lapis tunggal, plastic multilapis, kertas/karton, penutup/segel, keramik, gelas dan logam.

Kemasan yang dipilih untuk sambal keumamah siap saji ini adalah botol plastik selain harganya yang lebih terjangkau untuk usaha kelas menengah seperti UD. Samudera Mirja, botol plastik juga tidak kalah bagus dengan botol berbahan kaca dan pemilihan botol plastik juga untuk menghindari kemasan pecah saat pengiriman ke lokasi yang jauh. Kemasan botol plastik untuk sambal ikan keumamah ini juga dilengkapi dengan kertas foil yang ditempelkan pada mulut botol sebelum ditutup dan kemudian dilapisi dengan segel plastik di luar tutup botol, hal ini bertujuan untuk mengurangi udara masuk kedalam kemasan sehingga daya tahan produk akan semakin lama.



Gambar 5. *Packaging* sambal keumamah siap saji

Desain pada kemasan juga dibuat menarik agar memikat konsumen, tidak hanya unik dan menarik kemasan juga di desain informatif dengan mencantumkan informasi – informasi mengenai produk sesuai dengan peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tentang Label Pangan Olahan antara lain nama produk, daftar bahan yang digunakan (komposisi), berat bersih, alamat produksi, tanggal dan kode produksi, kadaluwarsa, nomor izin edar, halal dan asal-usul bahan tertentu.



Gambar 6. Desain label sambal keumamah siap saji

Varian produk lainnya yang dihasilkan sebagai salah satu diversifikasi produk adalah abon ikan, abon ikan adalah salah satu makanan olahan yang berbahan baku ikan yang diolah dengan cara perebusan dan penggorengan dengan bumbu hingga benar – benar kering sehingga menghasilkan produk yang bertekstur lembut, memiliki rasa yang enak dan umur simpan yang lama (Afdillah *et al*, 2018).

Abon ikan yang berbahan baku ikan tongkol ini tidak kalah enak dengan abon daging yang biasa dipasarkan dan telah lebih dulu dikenal oleh masyarakat. Untuk memperkenalkan produk abon ikan yang belum terlalu ramai dipasaran, *packaging* merupakan salah satu media yang sangat berperan penting, untuk itu desain kemasan untuk abon ikan ini sangat dipertimbangkan dengan memuat informasi yang harus diketahui oleh konsumen seperti informasi mengenai abon ikan, komposisi, cara penyajian hingga cara penyimpanan.



Gambar 7. *Packaging* abon ikan tongkol

Tagline produk juga diperlukan sebagai *branding* produk kepada konsumen. Kemasan yang digunakan untuk abon ikan ini adalah *paper foil* berbentuk *standing pouch* dengan *zipper* pada bagian atas kemasan. Pemilihan bahan *paper foil* dilakukan karena *paper foil* dapat menjaga kualitas dan ketahanan produk, dan penggunaan *zipper* bertujuan untuk memudahkan konsumen menyimpan kembali produk setelah dibuka dan produk tetap terjaga rasa dan kualitasnya.

4.1.2 Diversifikasi produk

Keberhasilan pengembangan sebuah usaha dipengaruhi oleh berbagai aspek, salah satunya adalah kemampuan bersaing sebuah usaha di dunia bisnis sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang merupakan target awal dari usaha tersebut. Keuntungan merupakan suatu hal penting bagi keberlangsungan sebuah

usaha yang sangat ditentukan oleh volume penjualan, semakin tinggi volume penjualan maka keuntungan yang diperoleh akan semakin meningkat (Tarida, 2012).

Memproduksi berbagai produk dengan beberapa varian berbeda merupakan salah satu strategi untuk memenuhi permintaan dan menarik konsumen ditengah tingginya persaingan dengan produsen yang memasarkan produk yang sejenis, dengan memproduksi beberapa varian produk yang berbeda dapat membuat konsumen lebih tertarik dan memiliki banyak pilihan untuk membeli varian produk. Sejak awal berproduksi UD. Samudera Mirja belum pernah untuk mencoba diversifikasi produk atau varian produk lainnya selain ikan keumamah untuk menarik konsumen sehingga selama kurang lebih 7 tahun usaha ini aja fokus memasarkan ikan keumamah mentah saja.

Diversifikasi produk merupakan sebuah strategi perusahaan untuk menaikkan pasar dengan menambahkan berbagai macam barang yang akan dijual, hal ini dilakukan untuk menambahkan jenis produk sehingga konsumen memiliki banyak pilihan terhadap produk yang ingin mereka beli (Bulan, 2017). Selama melakukan pendampingan, peneliti menawarkan diversifikasi produk pada UD. Samudera Mirja dan setelah berdiskusi dengan pemilik usaha kami juga sepakat untuk mencoba memproduksi dua produk yang berbahan baku sama dengan produk utama UD. Samudera Mirja yaitu ikan tongkol dan memiliki potensi pasar yang bagus.

a) Ikan Keumamah Siap Saji

Selama 7 tahun ini UD. Samudera Mirja hanya memproduksi ikan keumamah mentah yang berbentuk loin dan bertekstur keras dan khas yang

kemudian konsumen harus mengolahnya terlebih dahulu agar dapat dinikmati. Perkembangan jaman yang semakin maju dan minat masyarakat yang semakin tinggi pada suatu hal yang instan maka ikan keumamah siap saji merupakan sebuah varian produk yang tepat sebagai lauk yang dapat langsung dinikmati tanpa harus mengolahnya lagi terlebih dahulu. Sambal ikan keumamah siap saji ini dimasak dengan bumbu dan rempah khas keumamah Aceh dengan dua varian rasa yaitu pedas dan pedas manis.

Ikan keumamah siap saji yang merupakan salah satu ide untuk diversifikasi produk ini sudah dicoba untuk memproduksi *sample* produk untuk mendapatkan ketahanan produk yang diinginkan, setelah beberapa kali percobaan dan perubahan formula akhirnya didapatkan *sample* produk dengan ketahanan terlama yaitu 3 minggu. Pendampingan usaha yang dilakukan juga melakukan pengurusan sertifikat perizinan P-IRT sehingga setelah sertifikat perizinan P-IRT tersebut selesai, maka sambal ikan keumamah siap saji ini dapat diproduksi secara massal dan juga dapat dipasarkan secara online sehingga cakupan pasarnya lebih luas.



Gambar 8. Proses pembuatan sambal ikan keumamah

b) Abon Ikan Tongkol

Abon saat ini adalah makanan yang tinggi peminat, tekstur abon yang kering dan rasanya yang gurih menjadikan abon banyak diminati sebagai pendamping lauk atau sebagai isian roti. Dulu ini abon yang banyak dipasarkan berbahan baku daging, sehingga setelah berdiskusi dengan pemilik usaha mereka setuju untuk memproduksi abon yang berbahan baku ikan, abon ikan juga tidak kalah enak dan gurih dari abon yang biasa dipasarkan. Usaha UD. Samudera Mirja sejak awal berdiri mengandalkan ikan keumamah dengan bahan baku ikan tongkol sebagai produk unggulannya, untuk menciptakan citra usaha ini merupakan usaha yang memproduksi berbagai macam produk namun tetap mengunggulkan ikan tongkol sebagai bahan baku, karena itu abon ikan yang diproduksi pun berbahan baku ikan tongkol.



Gambar 9. Proses pembuatan abon ikan tongkol

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Pendampingan usaha olahan ikan keumamah di UD. Samudera Mirja telah dilakukan selama 4 bulan dan ditemukan permasalahan yang menjadi kendala untuk usaha ini berkembang dengan maksimal seperti *branding* yang masih sangat kurang, *packaging* yang hanya menggunakan plastik dan kardus berkas serta produksi produk yang hanya terfokus pada satu jenis produk saja tanpa mencoba menarik konsumen dengan varian produk lainnya atau diversifikasi produk. Selama pendampingan dilakukan, permasalahan yang telah ditemukan tersebut mulai diperbaiki seperti *rebranding* usaha dengan mulai menambahkan logo usaha pada setiap kemasan supaya UD. Samudera Mirja lebih dikenal oleh masyarakat dan sebagai media promosi sehingga tidak hanya sebatas nama usaha dan logo yang dipasang pada kios dagang usaha ini. Diversifikasi produk yang dilakukan adalah menambahkan dua varian produk baru yaitu sambal keumamah siap saji dan abon ikan tongkol. Pemilihan bahan kemasan yang baik untuk ketahanan produk pun sangat diperhatikan dan desain kemasan dibuat semenarik mungkin dengan *tagline* produk.

4.2 Saran

Saran dari pelaksanaan program Wira Desa ini yaitu pelaku usaha harus dapat lebih memahami dan peduli terhadap pentingnya branding dan packaging suatu produk terhadap pengembangan usaha, dan produksi yang terhambat akibat keadaan bahan baku yang terbatas karena stok ikan yang musiman, UD. Samudera

Mirja dapat memproduksi olahan hasil perikanan lainnya seperti udang rebon, ikan teri, dan ikan asin yang juga memiliki potensi yang besar di Aceh Barat

4.3 Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih kami tujukan kepada Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan (BELMAWA) dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (KEMENDIKBUDRISTEK) selaku penyelenggara dan pemberi dana kegiatan pendampingan usaha program WIRA DESA Tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdillah, Wahyu, Ismail. S dan Martunis. M. (2018). Pengaruh Kemasan Aluminium Foil Dan Botol Kaca Terhadap Ketahanan Umur Simpan Abon Ikan Tongkol (*Euthynnus Affinis*) Dengan Pendekatan Metode Arrhenius. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 3(3), 185-193.
- Andi Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian [Diacu dari *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*]. *Jurnal Indonesia Membangun*. 20(1), 113-126.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Daerah Aceh Barat. 2021. *Statistik Daerah Kabupaten Aceh Barat*. Badan Pusat Statistik Aceh Barat. Aceh Barat.
- Bulan, T. P. L. (2017). Pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada juragan Jasmine Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 679-687.
- Dewi, R. (2018). Isolation and Identification of Aspergillus Species From Wooden Fish (Keumamah). *International Journal of Microbiology and Application*, 5(3), 27-35.
- Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk?. *Competence: Journal of Management Studies*, 9(2) 142-153.
- Khamidi, S. (2013). Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan Konveksi “Faiza Bordir” Bangil–Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2).
- Lestari, R. B. (2016). Membangun Citra Sebuah Kota Dalam Persaingan Global Melalui City Branding. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 5(2), 68-79.
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 8(2), 181-191.

- Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). *CHANNEL*, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 5, 14-26.
- Purnomo, B. H. (2011). Metode dan Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Tindakan Kelas (*Classroomaction Research*). *Jurnal Pengembangan Pendidikan*, 8(1), 251-256.
- Rohmat, S., Fahrurozi, F., & Jalaludin, J. (2021). Pendampingan Metode Branding di Desa Warung Kadu, Kec. Pasawahan. *Adindamas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 98-107.
- Saputro, T. H. (2020). *Perbedaan Brand Image Layanan Transportasi Online Gojek Dan Grab Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*. Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 4(3), 1-28
- Sukmadinata. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tarida, Y. (2012). Strategi Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Harga Jual Dan Kaitannya Terhadap Penjualan Pada Industri Kerajinan Rotan Di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(2), 124-142.

LAMPIRAN



