

## Pelatihan Pembuatan Label Produk Ikan Bilih Sebagai Strategi Pemasaran Kuliner Etnik Minang Di Jorong Kampung Tengah Kabupaten Solok

Hal | 36

Khairunnisa<sup>1</sup>

Septriani<sup>2</sup>

Nitasri Murawaty Girsang<sup>3</sup>

Edi Satria<sup>4</sup>

Vicia Dwi Prakarti DB<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, <sup>2</sup>Program Studi Antropologi Budaya,

<sup>3,4</sup> Program Studi Produksi Media, <sup>5</sup> Program Studi TV dan Film,

<sup>1,3,4,5</sup>Fakultas Seni Rupa dan Desain, <sup>2</sup>Fakultas Seni Pertunjukan

Institut Seni Indonesia Padangpanjang

Jalan Bahder Johan, Kelurahan Guguk Malintang Kota Padang Panjang, Sumatera Barat

khairunnisa@isi-padangpanjang.ac.id, septriani@isi-padangpanjang.ac.id, nitasrimg@isi-padangpanjang.ac.id, edisatria@isi-padangpanjang.ac.id, viciadb@isipadangpanjang.ac.id

### ABSTRAK

Ikan Bilih adalah salah satu endemik Danau Singkarak yang banyak diolah dan dijual oleh masyarakat setempat, seperti yang dilakukan oleh kelompok ibu rumah tangga dalam paguyuban Bundo Kandung di Jorong Kampung Tengah. Ada berbagai macam olahan Ikan Bilih yang dijual, yaitu Bilih goreng, Bilih rebus dan Bilih Kering. Pada tahun 2024 kelompok ibu rumah tangga ini meluncurkan produk baru yang diinovasikan dengan kuliner khas etnis Minang, yaitu Rendang Bilih dan Bilih Lado Hijau. Inovasi produk ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan juga sebagai bentuk revitalisasi kuliner etnik Minang. Namun permasalahannya mereka belum mempunyai label penjualan. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan pembuatan label kepada kelompok ibu rumah tangga yang mengolah Ikan Bilih di Jorong Kampung Tengah. Label sangat penting karena didalamnya terdapat informasi yang berguna untuk konsumen, seperti komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, ijin BPOM dan sertifikat halal. Pelatihan ini menggandeng mitra kelompok ibu rumah tangga pengolah Ikan Bilih di Jorong Kampung Tengah. Kegiatan dilakukan dengan metode sosialisasi dan praktik pelatihan secara langsung. Hasilnya saat ini kelompok ibu rumah tangga di Jorong Kampung Tengah sudah mempunyai label sendiri dengan tagline BKT (Bilih Kampung Tengah). Selain informatif, label ini juga menunjukkan kekhasan Bilih Kampung Tengah.

**Kata Kunci :** label; pemasaran; ikan bili; kuliner etnik

This is an open-access article under the CC BY-NC 4.0 license.



Submit : 20/11/24	Review : 15/02/25	Terbit : 18/06/25
-------------------	-------------------	-------------------

## PENDAHULUAN

Kampung Tangah merupakan Jorong yang secara administratif bagian dari Nagari Paninggahan, Kecamatan Junjung Sirih, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat. Secara geografis, wilayah ini berada di ketinggian antara 500 hingga 1.000 meter di atas permukaan laut dan dikelilingi oleh pegunungan Bukit Barisan (Septriani, Khairunnisa, and Fajri 2024). Selain itu, Jorong Kampung Tangah juga terletak di sekitar Danau Singkarak. Danau yang terbentuk dari letusan gunung berapi ini menjadi habitat berbagai macam jenis ikan. Salah satunya habitat ikan endemik yang sangat terkenal, yaitu Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*). Disebut endemik karena memang Ikan Bilih ini hanya hidup di perairan Danau Singkarak. Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*) mempunyai bentuk badan yang lonjong, pipih dan ramping dengan panjang rata-rata 5–14,9 cm serta bobot 1–25 gram (Gunarto 2018).

Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*) menjadi salah satu potensi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar Danau Singkarak, termasuk masyarakat Jorong Kampung Tangah. Di Jorong Kampung Tangah terdapat kelompok ibu-ibu dalam paguyuban Bundo Kandung yang mengolah dan menjual Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*). Mereka biasanya mendapatkan Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*) dari para nelayan. Ikan ini ada yang dijual mentah dan ada yang diolah terlebih dahulu. Awalnya pengolahan Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*) hanya digoreng, direbus atau dijemur.

Namun, setelah adanya pelatihan kelompok ibu rumah tangga oleh tim pengabdian dari ISI Padangpanjang, pengolahan Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*) sudah mulai berinovasi. Dalam upaya merevitalisasi kuliner etnik, saat ini terdapat beberapa varian tambahan olahan Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*) oleh kelompok ibu rumah tangga Jorong Kampung Tangah. Inovasi produk ini menghasilkan varian baru, yaitu Rendang Bilih dan Bilih Lado Hijau (Septriani, Khairunnisa, and Fajri 2024).

Inovasi ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*). Apalagi Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*) sudah menjadi salah satu icon oleh-oleh khas Sumatera Barat. Di sepanjang Danau Singkarak dan pusat oleh-oleh di Sumatera Barat banyak ditemukan produk olahan Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*). Dalam hal pengemasan juga kelompok ibu rumah tangga mulai berinovasi dengan menggunakan kemasan masa kini yang menarik. Sebelumnya kemasan produk Ikan Bilih hanya dibungkus dengan kardus dan plastik bekas. Namun, saat ini mereka sudah mempunyai kemasan baru dengan menggunakan cup plastic, standing pouch dan kotak makanan (Septriani dkk, 2024).

Dari berbagai inovasi yang dilakukan oleh kelompok ibu rumah tangga dalam paguyuban Bundo Kandung di Jorong Kampung Tangah tersebut, masih ada beberapa hal perlu dikembangkan. Pendekatan berbasis kelompok dan pelatihan master trainer yang melibatkan peserta sebagai agen

perubahan di komunitasnya memperkuat jaringan sosial dan daya tawar perempuan dalam pemasaran produk (Nurmalia et al., 2021).

Kelompok ibu rumah tangga ini belum mempunyai label dalam kemasannya. Pelabelan memberikan informasi penting tentang produk, meningkatkan komunikasi dengan konsumen, memastikan kepatuhan terhadap regulasi, dan menjamin keamanan konsumen (Artaya, Baktiono, and Kamisutara 2021). Program pelatihan telah dilakukan untuk mendidik produsen tentang pentingnya pelabelan, dengan hasil menunjukkan peningkatan pemahaman dan kesepakatan peserta terhadap isi label (Artaya et al. 2021; Nurliza 2023). Namun, masih terdapat tantangan dalam penerapan praktik pelabelan yang lebih maju, seperti memperoleh sertifikasi halal (Artaya et al., 2021). Penggunaan alat digital seperti Canva untuk merancang kemasan dan label yang menarik telah diperkenalkan guna meningkatkan daya jual produk (Jannah et al. 2024). Pengemasan dan pelabelan yang tepat dapat memperpanjang masa simpan produk, meningkatkan nilai jual, dan membantu membedakan produk di pasar (Nuraeni et al. 2022). Upaya-upaya ini bertujuan untuk memberdayakan produsen skala kecil, khususnya kelompok perempuan, dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka.

Uraian di atas menunjukkan bahwa kelompok ibu rumah tangga Jorong Kampung Tengah harus mempunyai label untuk penjualan produk Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*).

Label ini tidak hanya sebagai pemanis saja, tetapi juga wajib ada karena mengandung informasi-informasi penting. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengembangan label produk olahan Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*) sebagai salah satu strategi penjualan kuliner etnik Jorong Kampung Tengah.

Pelabelan dan pengemasan yang efektif memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik produk dan penjualan bagi usaha kecil. Label yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen dan menciptakan identitas merek yang mudah diingat, sehingga memengaruhi pembelian ulang (Afriyuni, Sastrawan, and Putra 2023; Wayan Ayu Diana Lestari, Jurana Jurana, and Nur Riski Islianty 2023). Pelabelan yang tepat juga memberikan informasi penting kepada konsumen, seperti tanggal kedaluwarsa dan komposisi bahan (Fitriani et al. 2020). Untuk makanan tradisional seperti kuliner Minangkabau, pengemasan yang ditingkatkan dapat membantu melestarikan warisan budaya sekaligus meningkatkan nilai ekonomi (Fitriani et al., 2020). Mendesain ulang label dengan elemen visual yang menarik seperti ilustrasi, warna, dan tipografi secara signifikan dapat meningkatkan preferensi konsumen (Prahara et al. 2023). Program pelatihan bagi pelaku usaha kecil mengenai teknik pengemasan dan desain label telah menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan presentasi produk dan daya saing di pasar (Fitriani et al., 2020; Afriyuni et al., 2023). Secara keseluruhan, investasi dalam desain label dan kemasan yang baik merupakan strategi yang hemat biaya untuk

meningkatkan penjualan dan visibilitas pasar bagi kelompok ibu rumah tangga Jorong Kampung Tengah.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tahun 2024 melalui pendanaan hibah nasional. Artikel ini merupakan bagian dari luaran berkelanjutan atas kegiatan tersebut, dengan fokus utamapada pengembangan pelabelan dan strategi pemasaran produk olahan ikan Bilih. Sebelumnya, aspek inovasi produk telah dipublikasikan dalam artikel terpisah yang membahas pengelolaan ikan bilih menjadi rendang Bilih dan Bilih Lado Hijau (Septriani, Khairunnisa, et al. 2024). Dengan demikian, artikel ini melengkapi luaran kegiatan melalui fokus tematik yang berbeda.

## **METODE**

Pengembangan label produk kuliner etnik Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*) dilakukan dalam upaya memberdayakan kelompok ibu rumah tangga dan juga mendatangkan manfaat bagi peningkatan penjualan produk Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*). Untuk itu, metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah dengan sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi dilakukan dengan memberikan materi terkait potensi pengembangan produk Ikan Bilih (*Mystacoleucus Padangensis Bleeker*), termasuk pembuatan label kemasan. Hal ini tentunya dapat meningkatkan kreativitas, perekonomian, kesejahteraan dan revitalisasi kuliner etnik kelompok ibu rumah tangga Jorong Kampung Tengah.

Sosialisasi diberikan secara langsung di depan kelompok ibu rumah tangga dengan ceramah dan diskusi. Kelompok ibu rumah tangga Jorong Kampung Tengah sangat antusias, sehingga banyak melahirkan pertanyaan-pertanyaan dan membuat diskusi menjadi hidup.

Hal | 39

Selanjutnya pelatihan dilakukan dengan memberikan pelatihan. Kegiatan pelatihan meliputi pemberian materi tentang label dan kemudian diikuti dengan praktik pembuatan label secara langsung. Dalam pemberian materi dijelaskan beberapa hal tentang label, di antaranya apa itu label, fungsi dan kegunaan label, komponen-komponen yang harus ada dalam sebuah label, serta contoh-contoh desain label yang unik dan menarik. Setelah itu, kelompok ibu rumah tangga dilatih untuk membuat label. Dalam pelatihan ini kelompok ibu rumah tangga Jorong Kampung Tengah langsung mempraktikkan. Pelatihan pembuatan label menggunakan laptop dan infokus sehingga kelompok ibu rumah tangga Jorong Kampung Tengah dapat mengikuti setiap tahap pembuatan dengan baik. Dalam proses pelatihan pembuatan label juga banyak terbangun diskusi antara tim pengabdian dan kelompok ibu rumah tangga, terutama terkait desain label yang mengusung citra khas kuliner etnis Minangkabau. Label yang dihasilkan nantinya adalah ide-ide dari kelompok ibu rumah tangga jorong Kampung Tengah itu sendiri.

## **PEMBAHASAN**

Pelatihan pembuatan label produk ikan bilih sebagai strategi pemasaran

kuliner etnik minang ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kelompok ibu rumah tangga dalam mengelola dan memasarkan produk ikan bilih secara profesional. Label produk tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga sebagai media komunikasi yang menyampaikan informasi penting kepada konsumen, seperti asal produk, keunikan, dan nilai budaya yang melekat. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dalam pembuatan label, tetapi juga untuk memperkuat pemahaman peserta mengenai peran strategis label dalam pemasaran produk kuliner etnik yang sarat dengan nilai budaya lokal.

### Diskusi dan Partisipasi Peserta

Pelatihan pembuatan label produk ikan bilih di Jorong Kampung Tengah menunjukkan tingkat antusiasme yang sangat tinggi dari kelompok ibu rumah tangga yang menjadi peserta utama. Antusiasme ini tercermin dari keaktifan mereka dalam mengikuti setiap sesi sosialisasi dan pelatihan, mulai dari penyampaian materi hingga praktik langsung pembuatan label. Peserta tidak hanya mendengarkan secara pasif, tetapi juga aktif mengajukan pertanyaan, memberikan masukan, dan berdiskusi secara interaktif dengan tim pengabdian. Interaksi yang dinamis ini memperkaya proses pembelajaran dan menciptakan suasana yang kondusif untuk transfer pengetahuan yang efektif.

Salah satu contoh konkret dari partisipasi aktif ini adalah ketika peserta

mengajukan berbagai pertanyaan terkait desain label yang sesuai dengan karakteristik produk ikan bilih dan nilai budaya Minangkabau. Diskusi yang terjadi tidak hanya berfokus pada aspek teknis pembuatan label, tetapi juga pada bagaimana label dapat merepresentasikan identitas lokal dan menarik perhatian konsumen. Tim pengabdian memberikan respons yang konstruktif dan mendorong peserta untuk berkreasi, sehingga proses pelatihan menjadi kolaboratif dan memberdayakan.

Hal | 40



**Gambar 1.**

Diskusi dengan Peserta (Khairunnisa 2024)

Tingginya antusiasme dan partisipasi aktif peserta selama pelatihan merupakan indikator keberhasilan awal yang sangat positif. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang humanis, partisipatif, dan berbasis teknologi sederhana mampu menciptakan lingkungan belajar yang inklusif dan memberdayakan. Keterampilan digital menjadi salah satu modal utama dalam pemasaran produk di era modern (Pernyata et al. 2021). Keberhasilan ini menjadi modal penting untuk tahapan pelatihan

selanjutnya, di mana peserta akan lebih mendalami pemahaman materi label produk dan praktik pembuatan label yang lebih intensif. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat semangat kolektif dalam mengembangkan produk ikan bilih sebagai bagian dari strategi pemasaran kuliner etnik Minangkabau yang berkelanjutan.

### **Pemahaman Materi Label Produk**

Dalam sesi materi, peserta diperkenalkan dengan berbagai fungsi label, seperti memberikan informasi produk, membangun citra merek, serta memenuhi aspek legal dan keamanan produk. Penjelasan ini dilengkapi dengan contoh nyata dari produk-produk lokal dan internasional yang berhasil menggunakan label sebagai alat pemasaran efektif. Selain itu, peserta juga belajar mengenai komponen wajib dalam label, seperti nama produk, bahan baku, tanggal kadaluarsa, produsen, dan informasi kontak, yang harus disajikan secara jelas dan menarik agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Peserta diberikan pemahaman bahwa label bukan sekadar hiasan, melainkan elemen strategis yang dapat memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian (Kotler and Keller 2012).

Penyampaian materi dilakukan dengan metode yang interaktif dan komunikatif, menggunakan perangkat laptop dan infokus untuk menampilkan materi visual yang memudahkan pemahaman. Pendekatan ini sangat

membantu peserta yang sebelumnya mungkin belum familiar dengan konsep desain grafis digital, sehingga mereka dapat mengikuti setiap tahap pembelajaran dengan baik. Diskusi dan tanya jawab selama sesi materi juga memperkuat pemahaman peserta, sekaligus membuka ruang bagi mereka untuk mengaitkan materi dengan pengalaman dan kebutuhan nyata dalam pengembangan produk mereka.



**Gambar 2.**  
Penyampaian Materi (Khairunnisa, 2024)

Peningkatan pemahaman materi label produk dalam pelatihan ini menjadi fondasi penting yang mendukung keberhasilan tahapan praktik pembuatan label. Dengan bekal pengetahuan yang komprehensif dan inspirasi desain yang kaya, peserta mampu menghasilkan label yang mencerminkan identitas lokal dan nilai estetika yang kuat, sekaligus memenuhi fungsi strategis dalam pemasaran produk ikan bilih. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang terstruktur dan partisipatif mampu membangun kapasitas peserta secara menyeluruh, dari aspek kognitif hingga aplikasi praktis, sehingga mendukung tujuan pemberdayaan dan pengembangan produk kuliner etnik Minangkabau secara berkelanjutan.

## Praktik Pembuatan Label dan Hasil Produk

Tahap praktik pembuatan label dalam pelatihan ini menjadi momen krusial yang menghubungkan teori dengan aplikasi nyata. Peserta, yang merupakan kelompok ibu rumah tangga di Jorong Kampung Tengah, secara langsung dilibatkan dalam proses desain label menggunakan teknologi sederhana berupa laptop dan infokus. Penggunaan perangkat ini sangat membantu dalam memberikan demonstrasi langkah demi langkah secara visual dan interaktif, sehingga peserta dapat mengikuti dengan mudah meskipun sebagian besar belum memiliki pengalaman sebelumnya dalam desain grafis digital. Pendekatan ini tidak hanya mempermudah pemahaman teknis, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dan kreativitas peserta dalam menciptakan label produk ikan bilih yang unik dan bermakna.



**Gambar 3.**

Praktek Pembuatan Desain (Khairunnisa, 2024)

Selama praktik, peserta diajak untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh mengenai fungsi, komponen, dan estetika label produk. Mereka secara langsung merancang label yang tidak hanya memenuhi aspek informatif, seperti mencantumkan nama produk, komposisi, dan informasi produsen, tetapi juga mengangkat nilai budaya Minangkabau yang menjadi ciri khas kuliner etnik setempat. Diskusi yang terjadi selama proses desain sangat hidup dan produktif, di mana peserta saling bertukar ide dan memberikan masukan terkait elemen visual yang dapat memperkuat identitas produk sekaligus menarik perhatian konsumen. Misalnya, penggunaan motif tradisional Minangkabau, warna khas, dan simbol-simbol budaya yang dipadukan dengan desain modern menjadi fokus utama dalam pembuatan label.

Hasil akhir dari praktik ini menunjukkan bahwa label yang dihasilkan merupakan buah kreativitas peserta sendiri, yang mencerminkan identitas lokal dan nilai estetika yang kuat. Label-label tersebut tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan keunikan dan keaslian produk ikan bilih. Dengan demikian, pelatihan ini berhasil menggabungkan aspek teknis desain dengan nilai budaya yang melekat, sehingga produk yang dihasilkan memiliki daya tarik komersial sekaligus nilai kultural yang tinggi.

Penggunaan teknologi sederhana dalam pelatihan ini terbukti efektif dalam

mendorong inovasi dan kreativitas peserta. Peserta yang awalnya belum familiar dengan perangkat digital mampu menguasai teknik dasar desain label dengan cepat, berkat metode pembelajaran yang interaktif dan dukungan tim pengabdian. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi yang tepat guna dapat menjadi alat pemberdayaan yang kuat, terutama dalam konteks pengembangan produk lokal di daerah pedesaan. Pelatihan ini juga membuka peluang bagi peserta untuk terus mengembangkan kemampuan desain mereka secara mandiri, sehingga dapat berkontribusi pada pengembangan produk kuliner etnik Minangkabau secara berkelanjutan.



**Gambar 4.**

Penggunaan Teknologi Canva, (Khairunnisa, 2024)

Praktik pembuatan label dalam pelatihan ini berhasil mengintegrasikan aspek teknis, kreatif, dan budaya secara harmonis. Peserta mampu menghasilkan label yang tidak hanya memenuhi standar pemasaran modern, tetapi juga mengangkat identitas kuliner etnik Minangkabau secara autentik. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang menggabungkan teknologi sederhana dengan pendekatan partisipatif dan berbasis budaya dapat menjadi

strategi efektif dalam pemberdayaan komunitas dan pengembangan produk lokal. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat posisi produk ikan bilih di pasar sekaligus melestarikan warisan budaya Minangkabau melalui inovasi desain label yang kreatif dan bermakna.

Hal | 43



**Gambar 5.**

Hasil Pelatihan Desain, (Khairunnisa, 2024)

## SIMPULAN

Pelatihan pembuatan label produk ikan bilih sebagai strategi pemasaran kuliner etnik Minang di Jorong Kampung Tengah, Kabupaten Solok, telah menunjukkan efektivitas yang signifikan dalam meningkatkan kreativitas dan keterampilan teknis kelompok ibu rumah tangga. Melalui metode sosialisasi yang interaktif dan pelatihan praktik langsung menggunakan teknologi seperti laptop dan infokus, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis mengenai fungsi dan komponen label, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut secara nyata dalam pembuatan desain label.

Dengan demikian, pelatihan ini berhasil membangun kapasitas lokal yang berkelanjutan dalam pengembangan produk, yang merupakan fondasi penting

dalam memperkuat daya saing produk lokal di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan temuan tersebut, direkomendasikan agar program pelatihan pembuatan label produk ini dikembangkan secara berkelanjutan dengan memperhatikan beberapa aspek strategis. Pertama, kontinuitas pelatihan perlu dijaga dengan peningkatan kapasitas teknologi dan sumber daya manusia agar kelompok ibu rumah tangga dapat terus berinovasi dalam desain dan pemasaran produk. Kedua, penguatan kolaborasi antara komunitas lokal, pemerintah, dan pemangku kepentingan lain sangat penting untuk mendukung akses pasar yang lebih luas dan pengembangan produk yang lebih variatif. Ketiga, pengembangan pemasaran berbasis identitas budaya harus terus diprioritaskan sebagai strategi utama dalam memperkuat daya saing produk lokal di era globalisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizun, Afrizun, Erwan Sastrawan, and Setiawan Mandala Putra. 2023. "Peran Labeling Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Kelapa UMKM Desa Sibalaya Utara, Kecamatan Tanambulava, Kabupaten Sigi." *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)* 5(4):856–63. doi:10.36312/sasambo.v5i4.1508.
- Artaya, I. Putu, R. Agus Baktiono, and Made Kamisutara. 2021. "Pelatihan Proses Labelisasi Kemasan Produk Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Candi Sidoarjo." *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(2):97–105. doi:10.25008/altifani.v1i2.135.
- Fitriani, Erda, Siti Fatimah, Desy Mardiah, Selinaswati Selinaswati, Muhammad Hidayat, and Lia Amelia. 2020. "Pengemasan (Packaging) Rakik Bada Lado Hijau Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Pelestarian Kuliner Minangkabau." *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2(2):130–35. doi:10.24036/abdi.v2i2.59.
- Gunarto, Anton. 2018. "PELESTARIAN IKAN BILIH (*Mystacoleucus Padangensis*) MELALUI PENGEMBANGAN AGROWISATA PERIKANAN DI DANAU SINGKARAK SUMATERA BARAT."
- Jannah, Raudatul, Dassucik Dassucik, Susi Radila, Shinta Nur Maulidah, and Arya Lenza Lambang R. 2024. "PELATIHAN DESAIN KEMASAN DAN LABEL MENGGUNAKAN MEDIA CANVA SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN BAGI PELAKU UMKM DI DESA TREBUNGAN SITUBONDO." *MIMBAR INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian* 3(2):180. doi:10.36841/mimbarintegritas.v3i2.4817.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Pearson Education Limited.

- Nuraeni, Ani, Dwi Yuni Hastati, Faranita Ratih L, and Wien Kuntari. 2022. "PENERAPAN KEMASAN DAN LABEL UNTUK PRODUK OLAHAN SINGKONG DI KELOMPOK TANI BAROKAH." *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(1):178–83.  
doi:10.31004/cdj.v3i1.3647.
- Nurliza, Nurliza. 2023. "PELATIHAN PEMILIHAN DAN LABEL KEMASAN PADA PRODUK TERASI UDANG REBON KELOMPOK WANITA NELAYAN." *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(2):1257–65.  
doi:10.46576/rjpkm.v4i2.3262.
- Pernyata, Ramadhan S., Dita Andansari, Royke Vincentius Febriyana, and Rony H. 2021. "A Design Training on Packaging and Labeling of Shredded Toman Fish and Honey in Tahura Lati Petangis, Paser Regency." *Community Empowerment* 6(10):1929–36.  
doi:10.31603/ce.6155.
- Prahara, Gema Ari, Iman Sumargono, Syarip Hidayat, Wulan Diah Kumala, and Naufal Ali Radhitya. 2023. "PENGUATAN NILAI KEMASAN UMKM MELALUI PERANCANGA DESAIN LABEL PRODUK FOOD AND BEVERAGE PADA UMKM DAPUR KEFOO)." *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)* 6:1–8.  
doi:10.37695/pkmcsr.v6i0.1909.
- Septriani, Septriani, Khairunnisa Khairunnisa, and Emzia Fajri. 2024. "Pelatihan Inovasi Produk Ikan Bilih Berbasis Kuliner Etnik Minang Di Jorong Kampung Tengah Kabupaten Solok." *Jurnal Abdidas* 5(5):598–608.
- Septriani, Septriani, Khariunnisa Khariunnisa, and Emzia Fajri. 2024. *Inovasi Produk Kuliner Etnik Dan Pemasaran Digital Ikan Bilih Jorong Kampung Tengah*. CV. Gita Lentera.
- Wayan Ayu Diana Lestari, Jurana Jurana, and Nur Riski Islianty. 2023. "Peranan Merek (Labeling) Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Olahan Instan Jahe UMKM Desa Enu Kecamatan Sindue Kabupaten Donggala." *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi* 1(2):53–58.  
doi:10.59581/jmki-widyakarya.v1i2.63.