

## Rebranding Industri Rumah Tangga (IRT) Bandeng Presto di Masa Pandemi Covid-19

Idha Nurhamidah<sup>1</sup>, Sugeng Purwanto<sup>2</sup>, Destary Praptawati<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Universitas Islam Sultan Agung

<sup>2</sup>Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

<sup>1</sup>idhanurhamidah@unissula.ac.id

Received: 18 Januari 2022; Revised: 25 Juli 2022; Accepted: 21 November 2022

### Abstract

*The core program of our Community Services (PKM) is rebranding home industry of Bandeng Presto (Presto Milkfish) Bu Djah Trimulyo belonging to Mrs. Anis Khodijah located at Trimulyo, Genuk, Semarang. The program was realized in two activities, namely (1) to get Business Permit Number (NIB) and Letter of Small Scale Business Establishment to replace the expired one, No.003788/8/16UKM/SMG issued by Sub-District of Genuk, Semarang on August 31, 2016, soon to expire on August 31, 2021; (2) providing environmentally-friendly paper bags with Logo and Tagline: "With Oriental Flavor" while maintaining the Old Tagline: "Enak dan Terjangkau". The bag has a prototype for possible reproduction in case of out of stock. The activity of rebranding is considered technology application for business sustainability to improve local welfare at Trimulyo, Genuk, Semarang. Furthermore, renewal of business permit is considered important as a legal standing of the business to confidently promote the business. It is very much hoped that this kind of efforts contribute to maintain sustainability of Presto Milkfish Business. As a local product, it is also hoped that 'Bandeng Presto Bu Djah Trimulyo' stands out among its competitors.*

**Keywords:** home-industry rebranding; presto milkfish; logo; tagline; business sustainability

### Abstrak

Program inti PKM ini adalah *rebranding* Industri Rumah Tangga (IRT) Bandeng Presto Bu Djah Trimulyo milik Ibu Anis Khodijah yang berlokasi di desa Trimulyo Kecamatan Genuk, Kota Semarang yang diwujudkan ke dalam dua kegiatan, yaitu: (1) pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Standar sebagai pengganti Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) No.003788/8/16/UMK/SMG milik Ibu Anis Khodijah tertanggal 31 Agustus, 2016 yang dikeluarkan oleh Kecamatan Genuk, Pemerintah Kota Semarang dan telah berakhir pada tanggal 31/08/2021, dan (2) berupa pembuatan Tas Jinjing dari bahan kertas yang disertai Logo dan Slogan: *With Oriental Flavors* serta tetap mempertahankan *Branding* lama: "Enak dan Terjangkau". Tas ramah lingkungan tersebut memiliki *prototype* yang apabila stok habis dapat diproduksi ulang. Kegiatan *Rebranding* produk IRT Bandeng Presto Bu Djah Trimulyo tersebut di atas dapat dikategorikan sebagai Iptek untuk keberlanjutan wirausaha di Desa Trimulyo, Kecamatan Genuk, Pemerintah Kota Semarang yang dapat meningkatkan kesejahteraan. Di samping itu, perpanjangan dan pengembangan IUMK menjadi NIB dan Sertifikat Standar merupakan jaminan aspek legal (kepastian hukum) sebuah IRT dengan dampak yang secara langsung dapat dirasakan oleh anggota keluarga dan masyarakat sekitar sehingga lebih percaya diri dalam memberikan layanan bisnis berkelanjutan. Juga diharapkan bahwa bisnis 'Bandeng Presto Bu Djah Trimulyo' akan dapat bersaing dengan kompetitor sejenis.

**Kata Kunci:** rebranding IRT; bandeng presto; logo; slogan; bisnis berkelanjutan

## A. PENDAHULUAN

Desa Trimulyo, Kecamatan Genuk, Pemerintah Kota Semarang merupakan desa yang sangat berpotensi untuk dikembangkan, baik dilihat dari potensi daerahnya maupun sumber daya manusia (Ayuningtyas & Pigawati, 2018; Yesiana et al., 2019). Terletak sangat dekat dengan Pelabuhan Tanjung Mas Semarang, Desa Trimulyo sangat tepat sebagai setra produksi perikanan dan kelautan di samping sudah banyak dibangun Lingkungan Industri Kecil (LIK) sebagai program unggulan Pemerintah Kota Semarang dalam usaha-usaha meningkatkan pendapatan daerah (Hidayanti, 2019; Royan, 2020; Ulamdhani & Sunarti, 2020). Seperti kita ketahui pendapatan daerah dari unsur Industri Kecil, dari tahun ke tahun, selalu mengalami peningkatan yang relatif cukup signifikan. Sebagai target kegiatan PKM, Desa Trimulyo tersebut terletak hanya 3,9 km dari Kampus Unissula, yang sangat memungkinkan untuk diberikan pembinaan secara berkelanjutan.

Dari segi sumber daya manusia, terlihat adanya potensi yang unik bagi hampir seluruh penduduk lokal, yakni sebagai petani tambak, di mana ketrampilan tersebut merupakan ketrampilan yang diperoleh secara turun-temurun. Dengan kata lain, setiap orang di daerah tersebut secara genetika memiliki ketrampilan bertani tambak (Danarto et al., 2019; Martuti et al., 2018; Prasetio et al., 2017). Namun demikian, ada hal yang hingga saat ini masih memprihatinkan, yakni belum seluruhnya sadar akan pentingnya pengelolaan hasil tambak berupa ikan bandeng. Dampak langsung yang dapat dirasakan adalah rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat. Seandainya mereka mau mengembangkan diri melalui jalur pendidikan dan pendidikan yang disesuaikan dengan minat dan bakat, tentunya mereka dapat mengembangkan ketrampilan pengelolaan ikan bandeng sampai pada tingkat nasional. Yang ada dalam *mindset* mereka adalah bagaimana

mendapatkan uang dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan bekerja di sentra-sentra industri kecil setempat. Mereka kebanyakan belum sadar bahwa pendidikan merupakan salah satu sarana peningkatkan kesejahteraan di masa mendatang (Hidayanti, 2019; Lutfiyyah, 2019).



Gambar 1. Kunjungan ke Mitra Sasaran

Pada saat seorang tokoh masyarakat bernama Ibu Anis Khodijah (akrabnya dipanggil Bu Jah), seorang ibu rumah tangga, istri dari Bapak Baedhowi, mantan Juru Ukir di salah satu Sentra Industri Kecil di LIK Trimulyo memulai bisnis produksi bandeng presto di lingkungan RT.01/RW.03 Desa Trimulyo sebagai wirausaha membantu suami dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga, sebagian anggota keluarga dan masyarakat setempat pada awalnya sempat pesimis, disebabkan sikap dan pemikiran mereka yang terlalu pragmatik dan berorientasi pada uang. Namun demikian lambat laun, dengan pendekatan humanistik dan sentuhan psikologis seiring dengan keberhasilan Desa Trimulyo sebagai sentra industri kecil yang terbukti dapat meningkatkan kesejahteraan, mereka secara bertahap pula, mau berpartisipasi mengembangkan Desa Trimulyo dengan munculnya berbagai sentra produksi perikanan basah (terutama bandeng). Di sini Ibu Anis Khodijah menangkapnya sebagai peluang bisnis bandeng presto, sebagai makanan sekaligus buah tangan khas Semarang, yang dikemas dalam industri rumah tangga (IRT). Foto keluarga Bapak Baedhowi dan Ibu Khodijah saat Tim PKM Unissula berkunjung pertama kali untuk mengenalkan program pengabdian pada tanggal 19 Oktober 2020 ba'da Sholat Asyar (Gambar 1).

# Rebranding Industri Rumah Tangga (IRT) Bandeng Presto di Masa Pandemi Covid-19

Idha Nurhamidah, Sugeng Purwanto, Destary Praptawati

Nilai positif lain Desa Trimulyo adalah melimpahnya produk ikan bandeng yang dihasilkan dari petani tambak sepanjang pantai utara. Meskipun area petani tambak sebagian sudah terkikis oleh dibangunnya sentra industri kecil non perikanan dan kelautan, namun keberadaan produk ikan bandeng di pasaran masih melimpah. Bagi pebisnis ulung tentu hal ini menjadi tantangan tersendiri untuk berkreasi menciptakan produk-produk lain dengan bahan dasar ikan bandeng. Untuk itulah, sebagai respon positif terhadap melimpahnya keberadaan ikan bandeng tersebut, timbul kreatifitas penduduk setempat untuk membuat produk lain berbahan dasar ikan bandeng, salah satunya adalah industri rumah tangga (IRT), dengan produksi bandeng presto yang diberi nama Bandeng Presto Bu Djah Trimulyo, sesuai dengan arahan Kepala Desa Trimulyo (semula bernama bandeng presto Famila).



Gambar 2. Proses Produksi Bandeng Presto  
Perlu diketahui bahwa Bandeng Presto Bu Djah Trimulyo memiliki cita rasa khusus (*Oriental Flavors*) yang tidak dimiliki produsen bandeng presto lainnya. Produk ini, yang termasuk produk makanan khas Semarang, sangat baik jika diberi label sebagai buah tangan khas wisatawan Kota Semarang. Gambar 2 menunjukkan proses produksi bandeng presto.

Adapun permasalahan yang mendesak perlu ditangani adalah (1) menurunnya omzet penjualan di masa pandemi *Covid-19* dan

habisnya masa berlakunya izin usaha. Oleh karena itu, tim PKM Unissula akan membantu melalui program *rebranding* (Clark et al., 2020; Hakala et al., 2020; Marques et al., 2020). Program ini sesuai dengan misi Unissula “Membangun Khoiru Umah.

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Mengingat PKM dilaksanakan pada masa pandemi *Covid-19*, maka kegiatan yang sifatnya tatap muka dilakukan dengan sangat minimal sekali, yakni meliputi 2 (dua) kali pertemuan. Pertama saat kunjungan survey untuk menggali kebutuhan apa yang dirasa mendesak untuk diselesaikan. Dari kunjungan pertama inilah, tim PKM Unissula mendapat masukan 2(dua) isu sentral yakni: (1) menurunnya omzet penjualan di masa pandemi *Covid-19*, dan (2) surat izin usaha segera berakhir masa berlakunya.

Dengan demikian tim PKM Unissula segera menindak lanjuti permasalahan yang pertama dengan melakukan *rebranding*, dan yang kedua dengan mengurus perpanjangan izin usaha yang untuk saat ini bisa dilakukan secara daring.

Wawancara juga dilaksanakan pada saat kunjungan pertama, untuk mengetahui latar belakang berdirinya usaha bandeng presto dari aspek sejarah agar dapat diketahui perjuangan Mitra dalam merintis usaha bandeng presto.

Setelah fasilitas *rebranding* selesai dibuat dan izin usaha juga sudah diperpanjang, maka tim PKM berkunjung kembali ke kediaman keluarga Pak Baedhowi/ Bu Anis Kodijah untuk dilaksanakan serah terima secara resmi 100 (seratus) tas kertas ramah lingkungan, dengan bonus 2 (dua) mug besar yang berlogo dan slogan, serta bukti surat NIB (Nomor Induk Berusaha) dan Sertifikat Standar.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

PKM yang dilaksanakan pada tahun 2021 ini terasa sangat unik sebab masih dalam situasi masa pandemi *Covid-19* di mana pertemuan antara Tim PKM Unissula dengan Mitra sangat minimal sekali, yakni (1) berupa

kunjungan ke lokasi mitra dan (2) serah terima barang hasil PKM (100 buah tas kertas ramah lingkungan, 2 mug besar semua berlogo dan berslogan seperti juga telah dijelaskan dalam pelaksanaan dan metode (Gambar 3).



Gambar 3. Sampel Tas Ramah Lingkungan dan Mug Besar

Pada saat kunjungan pertama, terjadi dialog (wawancara eksklusif) panjang lebar antara Tim PKM dan Ibu Anis Khodijah, serta Bapak Baedhowi (suami) seputar usaha bandeng presto yang mereka tekuni sebagai turun temurun dari Bapak Khuzaini beserta Ibu. Bedanya, saat dikelola Bapak dan Ibu Khuzaini kegiatan membuat bandeng presto hanya sebatas melayani *event-event* tertentu dan sesuai pesanan. Pada dasarnya, Bapak dan Ibu Khuzaini adalah pengusaha jual beli bandeng mentahan. Bapak Khuzaini pagi-pagi buta sekitar jam 2.30 berangkat ke Pasar Kobong untuk membeli bandeng basah langsung dari petani tambak yang baru saja tiba dari tambaknya. Dengan demikian harga bandeng relatif sangat rendah (murah). Pada siang harinya Ibu Khuzaini menjual bandeng-bandeng tersebut ke Pasar Langgar, tentunya dengan harga yang lebih tinggi sesuai harga pathokan pasar. Hasilnya pun dapat menghidupi seluruh anggota keluarga bahkan Bapak dan Ibu Khuzaini sempat dapat menunaikan Ibadah Haji.

Ibu Anis Khodijah, sebagai anak perempuan, setelah menikah dengan Bapak Baedhowi, yang profesi utamanya adalah juru ukir kayu, melanjutkan usaha orangtuanya, namun bukan pada usaha jual beli bandeng. Ibu Khodijah membuka usaha bandeng presto. Salah satu warisan tentang produksi bandeng presto dari ibunya adalah soal rasa yang tidak sama dengan bandeng presto pada umumnya. Dari pembicaraan ini, Tim memberi nama “*With Oriental Flavor*”, maksudnya dengan

rasa khas yang tidak bisa ditemukan pada produk sejenis. Ibu Anis Khodijah untuk selanjutnya menambahkan *tagline* dengan frasa “Enak dan Terjangkau”. Dari *tagline* ini, kita tahu bahwa produk bandeng presto Ibu Anis Khodijah sangat mengutamakan ‘mutu’ (enak) baru menyangkut pemasaran (terjangkau). Perjalanan usaha bandeng presto sudah diuraikan pada pembukaan kegiatan PKM ini sebagai latar belakang.

Usaha yang sedang naik daun, tiba-tiba menjadi *shaky* (tidak stabil) akibat munculnya pandemi Covid-19 pada awal-awal tahun 2020. Terjadi penurunan omzet secara drastis sehingga muncul gagasan baru untuk alih usaha. Mendengar hal ini Tim PKM Unissula langsung memberi semangat untuk tidak buru-buru ganti usaha. Kami kemudian sepakat melakukan *rebranding* produksi bandeng presto agar lebih dikenal masyarakat.

Langkah *rebranding* pertama adalah menyediakan tas kertas ramah lingkungan yang nantinya akan berfungsi sebagai kemasan produk bandeng presto. Setiap pembeli akan memperoleh tas kertas tersebut, yang karena dibuat dengan kualitas baik maka tas ramah lingkungan ini juga dapat dipakai sebagai tas belanja. Ini penting sebab semua mall dan supermarket tidak lagi menyediakan kantong kresek (*plastic*) kepada pembeli.

Tas kertas ramah lingkungan yang nantinya tersebar ke masyarakat akan menjadi semacam iklan berjalan sebab pada setiap tas terdapat logo bandeng presto B’DJ (Budhe Jah) disertai *tagline* “*With Oriental Flavor*” dan “Enak dan Terjangkau. Juga terdapat alamat dan nomer HP yang dapat dihubungi untuk pemesanan bandeng presto B’DJ. Langkah awal ini diharapkan akan dapat mengangkat omzet yang turus di masa pandemi Covid-19. Orang akan semakin tahu keberadaan produk bandeng presto dengan rasa istimewa.

Adapun proses pembuatan logo dan *tagline* yang tercantum dalam tas kertas ramah lingkungan dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Pembuatan Logo

Dalam membuat Logo, Tim PKM Unissula menggunakan tenaga mahasiswa



## Rebranding Industri Rumah Tangga (IRT) Bandeng Presto di Masa Pandemi Covid-19

Idha Nurhamidah, Sugeng Purwanto, Destary Praptawati

Sastra Inggris FBlK Unissula (Imam Jauhari) yang merupakan tenaga muda kreatif. Dialah perancang logo dengan inspirasi beberapa model dari *Google Search Engine* (GSE). Karena tidak menyalin dari GSE, maka tidak diperlukan izin resmi dari Google. Logo hasil kreativitas mahasiswa tersaji pada Gambar 4.



Gambar 4. Logo

Warna merah yang dipilih Tim PKM melambangkan kecerahan yang sekali gus mempunyai makna bahwa mengonsumsi bandeng presto sangat baik untuk kesehatan darah. Anak yang secara rutin mengonsumsi bandeng presto akan menjadi cerdas dan pandai beretorika.

Gambar ikan bolak balik itu terinspirasi dari Falsafah Cina yakni adanya Yin dan Yang, menggambarkan sifat manusia, yakni sebaik-baik manusia, pasti ada setitik keburukan; demikian juga seburuk-buruknya manusia pasti ada setitik kebaikan. Hal ini berlaku juga dengan kegemaran manusia mengonsumsi bandeng presto. Bagi penggemar bandeng presto, mereka akan berusaha mencarinya, namun bagi yang tidak suka tentu akan berkata lain.

Nama Bu Djah, yang tertulis dengan ejaan lama (Dj) melambangkan bahwa produk bandeng presto Bu Anis Khodijah bukanlah produk baru namun sudah berpengalaman terlihat dari ejaan lama yang dipakai. Sedangkan nama Trimulyo (sudah memakai ejaan yang disempurnakan), adalah nama desa di mana bandeng presto diproduksi, yakni Desa Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang. Hal ini sesuai dengan saran Kepala Desa Trimulyo, dengan tujuan bahwa Desa Trimulyo akan menjadi terkenal seiring dengan terkenalnya bandeng prestonya.

### 2. Pembuatan *Tagline*

*Tagline* dengan bahasa Inggris “*With Oriental Flavor*” mengandung maksud bahwa kelak diharapkan bandeng presto B'DJ akan

*go international* dan menjadi tujuan kuliner turis luar negeri. *Tagline* “Enak dan Terjangkau” adalah merupakan bumbu marketing agar pelanggan tidak takut sebab kata terjangkau berarti dapat dibeli oleh masyarakat dari kelas apapun.

### 3. Pembuatan Tas Kertas Ramah Lingkungan yang Berlogo dan *Tagline*

Tas kertas ramah lingkungan adalah karya produsen berbayar dan cukup terkenal. Diharapkan hasil produksinya bisa awet dan dapat dipakai untuk keperluan lain. Design logo dan *tagline* memiliki softcopy template, sehingga apabila kelas tas sudah habis terbagi, maka B'DJ bisa memproduksi lagi tas serupa, barangkali dengan design yang lain

Penyerahan luaran PKM berupa barang promosi untuk bandeng presto sengaja tidak diadakan secara resmi dan disaksikan oleh banyak orang. Hal ini dikarenakan masih dalam suasana Covid-19. Kesempatan bertemu yang kedua kali ini justru dimanfaatkan lebih banyak berdiskusi sekitar strategi pemasaran produk bandeng presto.

Bagian terpenting pada saat pertemuan penyerahan barang-barang promosi adalah adanya kesempatan bagi Tim PKM Unissula untuk lebih banyak berdiskusi. Hasil diskusi dapat diringkas sebagai berikut:

1. Diperlukan motor penggerak bahwa Bandeng Presto B'DJ memiliki rasa yang khas. Untuk ini diperlukan sponsor pameran produk bandeng presto. Secara berkala Walikota Semarang sering menyelenggarakan event kuliner, yang melibatkan berbagai jenis produk makanan. Disini diharapkan bandeng presto B'DJ ikut berpartisipasi dalam even tersebut sehingga dapat mengenalkan flavor yang dimiliki bandeng presto B'DJ untuk membuktikan bahwa rasa bandeng presto B'DJ sangat unik dan tidak terdapat dalam produk sejenis.
2. Terbuka luas apabila bandeng presto B'DJ akan mengembangkan usahanya melalui investor yang tertarik pada bidang kuliner. Ini tidak mudah sebab investasi harus berdasarkan kesepakatan yang saling menguntungkan.

Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) sebenarnya dapat dilakukan oleh calon pengusaha itu sendiri. Namun karena satu dan lain hal kadang-kadang masyarakat umum khususnya calon pengusaha. Oleh karena itu, Tim PKM Unissula terjun langsung untuk memberikan pendampingan dalam pengurusan NIB seperti yang telah dilakukan di Desa Menari Ngrawan (Nurhamidah & Purwanto, 2020) di mana Tim PKM Unissula ikut berpartisipasi mempromosikan produk sabun susu desa tersebut.

Untuk membuat NIB, dapat dilakukan dengan terlebih dahulu mengakses Website milik SSO.RBA. Dari website inilah seorang calon pengusaha bisa mengisi data-data lengkap tentang jenis usaha, nama lengkap pengusaha, No KTP, NPWP dll. Setelah semua terisi lengkap maka yang bersangkutan bisa mengunduh dokumen NIB sekaligus SIUKM (Surat Ijin Usaha Kecil Menengah) dan dapat difingsikan sebagai legal standing.

Namun yang terjadi pada saat pengurusan NIB untuk usaha bandeng presto B'DJ, Tim PKM Unissula merasa ada semacam inovasi terhadap prosedur dan persyaratan untuk mendapatkan NIB dan SIUKM. Kecuali harus menyiapkan KTP, NPWP, pemohon harus menyiapkan atau berpengetahuan tentang produk yang akan dibuat dan masing-masing produk memiliki kode digital tertentu. Untuk mencari kode digital, pemohon harus *browsing* informasi melalui Google Search Engine. Ada beberapa pertanyaan, ada yang sifatnya konfirmasi tentang penguasaan produk. Pertanyaan ada yang jenis pilihan ganda ada juga yang harus menulis satu paragraf essay.

Setelah semua isian terpenuhi, barulah muncul pesan "Cetak Dokumen", dan diklik maka keluarlah dokumen lengkap yang bisa kita unduh dalam bentuk softcopy. File ini bisa dicetak kemudian dipigura untuk dipasang di tembok rumah produksi, sebagai bukti bahwa jenis usaha sudah mendapatkan izin dan pengawasan industry. Gambar 5 adalah dokumentasi penyerahan luaran PKM berupa: (1) 100 tas kertas ramah lingkungan,

(2) dua buah mug besar, dan (3) dokumen NIB 1601220006476 dan Sertifikat Standar NIB 16012200064760001.



Gambar 5. Penyerahan Luaran PKM

Sebagai komitmen, Tim PKM Unissula akan terus memantau perkembangan usaha bandeng presto B'DJ dan siap melakukan program-program PKM berikutnya terutama terkait dengan pemasaran produk.

## D. PENUTUP

### Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari uraian di atas adalah bahwa produsen bandeng presto B'DJ masih memiliki peluang yang tidak terbatas. Telah dijelaskan dengan jelas melalui narasi yang komprehensif terkait berdirinya usaha bandeng presto, kendala yang dihadapi di masa Covid-19 dan solusi yang ditawarkan juga mengena. Apabila tas kertas ramah lingkungan telah habis, bandeng presto B'DJ dapat segera memesan lagi karena Tim PKM menyediakan *prototype*-nya. Tim PKM juga berhasil membantu perpanjangan NIB dan SIUKM (Surat Izin Usaha Kecil dan Menengah)

### Saran

1. Bagi Unissula, supaya membantu PKM-PKM yang akan datang, mengingat kaum cendikia akan tetap berkarya nyata, termasuk hilirisasi dari penelitian yang sudah banyak dilakukan.
2. Bagi mitra PKM, bandeng presto B'DJ supaya tetap semangat dan dikemudian hari agar diperbolehkan melakukan kegiatan PKM sehingga terjadi kesinambungan program.

### Ucapan Terima kasih

Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada LPPM Unissula atas izin dan pendanaan. Kepada Mitra, diucapkan banyak terima kasih atas terlaksananya kegiatan.

# Rebranding Industri Rumah Tangga (IRT) Bandeng Presto di Masa Pandemi Covid-19

Idha Nurhamidah, Sugeng Purwanto, Destary Praptawati

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, S., & Pigawati, B. (2018). Kualitas Lingkungan Permukiman Kawasan Industri di Kecamatan Genuk Kota Semarang. *TATALOKA*, 21(1), 192–203. <https://doi.org/10.14710/tataloka.21.1.192-203>
- Clark, P., Chapleo, C., & Suomi, K. (2020). Branding Higher Education: An Exploration of The Role of Internal Branding on Middle Management in A University Rebrand. *Tertiary Education and Management*, 26(2), 131–149. <https://doi.org/10.1007/s11233-019-09054-9>
- Danarto, W. P., Rijanta, R., & Marfai, M. A. (2019). Kajian Pengelolaan Ekosistem Mangrove sebagai Sarana Pengurangan Risiko Bencana di Kota Semarang. *Seminar Nasional GEOTIK 2019*, 23–35.
- Hakala, U., Lemmetyinen, A., & Nieminen, L. (2020). Rebranding A “Rather Strange, Definitely Unique” City Via Co-Creation with Its Residents. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41254-020-00173-4>
- Hidayanti, N. (2019). *Manajemen Dana CSR (Corporate Social Responsibility) di Kecamatan Genuk Kota Semarang*. UIN Walisongo.
- Lutfiyyah, N. S. (2019). *Pendidikan Agama Anak Keluarga Pedagang di Pasar Genuk Semarang*. UIN Walisongo.
- Marques, C., da Silva, R. V., Davcik, N. S., & Faria, R. T. (2020). The Role of Brand Equity in A New Rebranding Strategy of A Private Label Brand. *Journal of Business Research*, 117, 497–507. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.022>
- Martuti, N. K. T., Susilowati, S. M. E., Sidiq, W., & Mutiatari, D. P. (2018). Peran Kelompok Masyarakat dalam Rehabilitasi Ekosistem Mangrove di Pesisir Kota Semarang. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*, 6(2), 100–114. <https://doi.org/10.14710/jwl.6.2.100-114>
- Nurhamidah, I., & Purwanto, S. (2020). Revitalisasi Kesadaran Lintas Budaya dan Pendampingan Pengurusan Perizinan Industri Sabun Susu Kamila. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(2), 221–230. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i2.4611>
- Prasetio, K., Soemarmi, A., & Diamantina, A. (2017). Penataan Pengelolaan Potensi Perikanan di Kota Semarang. *Diponegoro Law Journal*, 6(2), 1–14.
- Royan, M. R. (2020). Integrated Multi-Trophic Aquaculture (IMTA) as a Solution for Shrimp Aquaculture Side Effects on Northern Coast of Java, Indonesia. *Grouper Jurnal Ilmiah Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan*, 11(1), 31–37. <https://doi.org/10.30736/grouper.v11i1.66>
- Ulamdhani, A. D., & Sunarti, S. (2020). *Korelasi Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) dengan Penanganan Permukiman Kumuh (Studi Kasus: Kampung Tematik Batik Dan Sentra Bandeng Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Yesiana, R., Zuliana, M. H., & Kirana, S. D. A. (2019). Pola Intervensi Stakeholder dalam Pengelolaan Pesisir Trimulyo Kecamatan Genuk Kota Semarang. *Jurnal Riptek*, 11(1), 25–40.