

## **PENGEMBANGAN PRODUK UMKM DESA KALIKATIR SEBAGAI WUJUD DARI IKON DESA BERBASIS POTENSI LOKAL**

Cholifatul Islamiah<sup>1</sup>, Achmad Yanu Alif Fianto<sup>2</sup>, Riris Anggraeni Lukita Sari<sup>3</sup>,  
Vinona Surya Wardhoyo<sup>4</sup>, Cindy Alfionita Rahmadani<sup>5</sup>, Dewi Fortuna<sup>6</sup>, dan  
Ryan Purnama Putra<sup>6</sup>

*Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*

*E-mail: [ekonomikreatifr15@gmail.com](mailto:ekonomikreatifr15@gmail.com)*

**Abstrak.** Program pengabdian masyarakat ini didasari karena ingin adanya bukti nyata pengabdian kepada masyarakat dari mahasiswa Universitas 17 Agustus Surabaya ke Desa Kalikatir. Dimana melalui program tersebut salah satunya ingin meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital yang ditujukan bagi UMKM yang ada di Desa Kalikatir Kecamatan Gondang. Saat ini pemasaran dan penjualan hasil produk UMKM di Desa Kalikatir masih dilakukan secara tatap muka dan dari mulut ke mulut. Metode ini belum optimal dalam penyampaian informasi karena promosi yang dilakukan kurang menjangkau masyarakat yang berada jauh dari lokasi penjualan. Dalam upaya meningkatkan daya saing industri makanan di Desa Kalikatir maka program kerja ini dilakukan dengan tujuan untuk melakukan perancangan dan pembaruan kemasan produk UMKM kripik pisang yang ada di desa Kalikatir, Gondang, Mojokerto. Selain itu, adanya pengembangan pada varian rasa pada produk keripik pisang. Melalui permasalahan- permasalahan tersebut peneliti berniat untuk menjalankan program pengabdian berupa Pengembangan Produk UMKM Desa Kalikatir Sebagai Strategi Pemasaran Produk keripik pisang.

**Kata Kunci:** Produk, UMKM, Potensi Lokal



## PENDAHULUAN

Desa Kalikatir merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. Potensi yang dimiliki oleh desa Kalikatir sangat beragam, mulai dari sektor pertanian, sektor perkebunan, hingga sektor peternakan. Namun potensi yang lebih dominan berada di sektor pertanian. Sektor ini mendominasi dibandingkan dengan sektor lainnya karena keunggulan Desa Kalikatir adalah komoditas tanaman pangan seperti padi, jagung, ketela dan ubi kayu. Sehingga dilihat dari potensi tersebut beberapa penduduk desa membuka usaha keripik pisang dari hasil perkebunan mereka hal ini tentunya juga merupakan UMKM.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah salah satu bentuk kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat dengan berbagai alasan serta tujuan. Sektor UMKM selama ini merupakan elemen yang paling banyak menunjang pada perekonomian dikarenakan UMKM dianggap sebagai penyelamat ekonomi karena UMKM dapat berperan untuk mengurangi pengangguran dan mampu menyerap banyak tenaga kerja (Saputri & Kusumaningrum, 2021). Salah satu UMKM yang ada di Desa Kalikatir, Kecamatan Gondang adalah keripik pisang. Usaha ini merupakan usaha rumahan yang didirikan sejak tahun 2005. Meskipun sudah berdiri sejak lama, namun usaha ini tidak selalu berjalan dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan. Banyak kendala yang membuat usaha ini mengalami pasang surut. Saat pandemic Covid-19 terjadi, usaha tersebut mengalami penurunan yang cukup mengagetkan. Mulai dari peminat yang sepi, bahan baku utama yaitu pisang yang hasil perkebunannya bersifat musiman sehingga menghambat dalam melakukan produksi keripik pisang.

Selain kendala-kendala tersebut, berikut merupakan beberapa kendala yang dialami oleh pemilik UMKM keripik pisang:

1. Tidak tersedianya saluran distribusi yang tepat dikarenakan memang Branding yang sangat kurang akhirnya tidak menarik khalayak luas;
2. Para pelaku UMKM minim referensi dan pengalaman dalam mendesain kemasan produk, sehingga kemasan yang dihasilkan terlihat apa adanya;
3. Pelaku UMKM belum mempromosikan produknya melalui media sosial sehingga belum bisa dijangkau oleh masyarakat secara luas;

4. Kurangnya pemahaman masyarakat Desa Kalikatir tentang UMKM dalam meningkatkan kualitas produk yang tinggi guna mengoptimalkan pendapatan;
5. Kurangnya pemahaman yang memadai tentang hak cipta dan merek dagang UMKM di Desa Kalikatir;
6. Banyaknya pemilik usaha UMKM di Desa Kalikatir yang belum mengetahui urgensi pembuatan izin berusaha dan paham mengenai legalitas izin usaha.

Kondisi wilayah Desa Kalikatir ini memiliki potensi yang baik mulai dari hasil perkebunan maupun pertanian, terutama pada pisang. Sehingga, terciptanya produk UMKM olahan dari buah pisang menjadi kuliner khas Desa Kalikatir yaitu berupa keripik pisang. Keripik pisang ini juga menjadi produk andalan Desa Kalikatir yang banyak diminati, mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa.

Permasalahan pada UMKM disini adalah mereka masih melakukan promosi melalui mulut ke mulut saja sehingga yang mengetahui produknya hanya orang-orang yang ada di lingkungan sekitarnya. Identitas UMKM yang masih kurang menarik seperti belum memiliki logo serta kemasan yang digunakan masih sederhana dengan menggunakan plastik saja tanpa ada *design* dikemasan yang mereka jual. Varian rasa yang kurang juga perlu ditingkatkan untuk lebih menarik konsumen. Selain itu, kurangnya pemahaman seperti hak cipta dan legalitas izin usaha.

Jadi, analisis situasi dan kondisi wilayah yang telah disebutkan bisa ditarik kesimpulan untuk rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan branding UMKM keripik pisang Desa Kalikatir sehingga menarik perhatian khalayak luas?
2. Bagaimana mengatasi kendala-kendala yang dihadapi oleh pemilik UMKM keripik pisang Desa Kalikatir dalam mengoptimalkan usahanya?

Tujuan dilaksanakan kegiatan program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan arahan sekaligus informasi kepada warga sekitar terkait pengembangan produk UMKM Desa Kalikatir sebagai wujud dari ikon Desa berbasis potensi lokal.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah melakukan observasi lingkungan dan warga desa agar dapat memahami keadaan lingkungan sekitar.

Sebagai bentuk edukasi kepada masyarakat diterapkan strategi *visual plan* yang berfokus pada branding UMKM warga sekitar. UMKM yang sedang berjalan dan berproses yakni keripik pisang yang ada di Desa Kalikatir. Dalam pelaksanaannya kegiatan ini berfokus pada peningkatan kualitas produk, diantaranya yaitu diversifikasi rasa, *packaging*, dan izin usaha yang akan berlaku. Pada strategi *visual branding* pemilik usaha harus mengetahui apa itu branding dan paham akan daya beli konsumen. Dilanjutkan dengan *packaging* produk dengan ketentuan tolak ukur pasar sekarang agar dapat bersaing. Adanya *packaging* yang menarik pastinya akan ada fokus pada kualitas produk yakni “rasa” yang tercipta dengan inovasi dan diversifikasi harus diandalkan pada pemasaran. Setelah fokus produk teratur tentunya ada target penjualan dan konsumen yang akan ditargetkan. promosi dan *branding* yang menjadi tolak ukur keberhasilan seorang produsen pada produk yang dihasilkannya. Hal ini tentunya tidak lepas dari segi legalitas usaha dan hak cipta merek dagang yang juga menjadi bagian dari pengembangan UMKM untuk hak cipta merek dagang sendiri merupakan suatu hal yang penting dalam melindungi hak eksklusif pemilik dan melindungi karya fotografi produk UMKM. Selain itu, legalitas izin usaha juga menjadi hal yang penting dalam pengembangan. UMKM karena dalam proses pendirian izin usaha diperlukannya legalitas yang menjadi bagian dari tertib izin administrasi berusaha.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan berupa pendampingan, pelatihan, dan peningkatan kualitas produk UMKM yang merupakan bentuk dari pengabdian masyarakat dimana ini sangat bermanfaat dan memberikan edukasi serta pengalaman baru yang dapat diimplementasikan pada usaha produk keripik pisang, sehingga para pelaku UMKM sangat berantusias.

### **a. Perancangan *Visual Plan* Terhadap Kualitas Branding Olahan Keripik Pisang Desa Kalikatir, Mojokerto**

*Visual Plan* merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan penjualan, dengan mengetahui target dan sasaran penjualan akan mudah mendapatkan respon dari konsumen. Perancangan visual branding ini disusun untuk menciptakan identitas baru yang konsisten bagi Desa Kalikatir. Selain itu, perancangan ini diharapkan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan

mereka dapat mengetahui setiap obyek pasar yang ada di Indonesia. Dengan menjalankan program kerja edukasi *visual planning* maka pelaksanaan kegiatan ini akan membantu konsep penjualan produk dengan menggunakan komposisi logo, warna, *brand* dan komposisi elemen penyusunnya untuk memberikan gambaran para konsumen jika keripik pisang tersebut memiliki *value branding* produk yang baik.



Alasan diadakannya kegiatan ini yaitu agar UMKM Keripik Pisang di Desa Kalikatir Mojokerto khususnya pelaku UMKM individu dapat meningkatkan kesadaran merek kepada masyarakat luas. Dari banyaknya UMKM yang tersebar, peserta pengabdian ingin memberikan bantuan dalam bersaing di era penjualan digital masa kini. Agar UMKM Keripik Pisang di Desa Kalikatir Mojokerto dapat turut berkompetisi dan bersaing dengan sektor industri maupun kompetitor lainnya yang juga gencar memasarkan produknya melalui media sosial.

**b. Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan Produk UMKM Sebagai Strategi Pemasaran Produk**

Saat ini permasalahan yang masih sering terjadi di Desa Kalikatir yaitu para pelaku UMKM masih minim pengetahuan mengenai pentingnya desain kemasan produk sebagai salah satu unsur daya tarik produk usaha mereka. Kebanyakan pihak UMKM dan juga selaku produsen makanan hanya mengemas produk makanan mereka secara “apa adanya” tanpa disertai desain pengemasan

dan nama usaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Keripik pisang di Desa Kalikatir, Gondang dan observasi lapangan yaitu keripik pisang ini dibuat berdasarkan pesanan dengan skala besar karena terdapat pemasok, selain itu pemilik UMKM keripik pisang ini juga menjual keripiknya di toko yang sekaligus menjadi rumahnya, dalam kemasan produk belum tertera varian rasa keripik pisang dan kemasan yang digunakan menggunakan kemasan plastik biasa dengan ukuran ukuran yang dapat disesuaikan sesuai kebutuhan pembeli. Selain desain pengemasan, desain yang dibuat harus memuat hal-hal yang informatif meliputi komposisi, tanggal kadaluarsa, berat bersih, dan lokasi pembuatan sangat diperlukan dalam menarik calon pelanggan.



Alasan diselenggarakannya kegiatan yang ditujukan pada pelaku UMKM ini yaitu untuk membantu para pelaku UMKM dalam pembuatan desain kemasan produk yang menarik dan informatif melalui kegiatan pendampingan pembuatan desain kemasan produk, serta pemaparan materi terkait desain kemasan yang menarik.

**c. Pendampingan dalam Mempromosikan Produk UMKM Desa Kalikatir Melalui *Marketplace* di Facebook Untuk Meningkatkan Penjualan**

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih, masyarakat akan dengan mudah memperoleh berbagai informasi. Salah satu bentuk perkembangan teknologi khususnya informasi adalah dengan hadirnya media sosial. Media sosial merupakan platform digital yang memiliki banyak manfaat, contohnya dalam pengembangan UMKM. Melalui media sosial, segala informasi dapat dijangkau oleh semua orang tanpa mengenal ruang

dan

waktu. Selain itu, media sosial juga bermanfaat sebagai media untuk promosi. Namun, masyarakat Desa Kalikatir masih belum optimal dalam menggunakan media sosial sehingga belum dimanfaatkan untuk mempromosikan produk UMKM nya. Hal ini menyebabkan banyak masyarakat luar yang kurang mengetahui berbagai camilan hasil produk lokal dari Desa Kalikatir.

Dengan adanya Pendampingan dalam Mempromosikan Produk UMKM Desa Kalikatir Melalui *Marketplace* di Facebook Untuk Meningkatkan Penjualan diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan media sosial facebook. Dengan begitu bisnis para pelaku UMKM dapat terus berkembang, baik melalui *offline* maupun melalui media sosial.

**d. Peningkatan Kualitas Produk UMKM Guna Mengoptimalkan Pendapatan Desa Kalikatir melalui Pelatihan Diversifikasi**

Diversifikasi produk adalah proses dimana pelaku usaha atau pemilik UMKM diberikan pengetahuan dan keterampilan untuk mengembangkan variasi baru dari produk yang sudah ada. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas produk, meningkatkan inovasi, dan menciptakan nilai tambah pada produk atau layanan yang ditawarkan. Pelatihan diversifikasi yang dilakukan menciptakan varian rasa baru pada keripik pisang. Dengan meningkatkan kualitas dan inovasi melalui diversifikasi produk, pelaku usaha atau pemilik UMKM juga dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar. Produk keripik pisang dengan varian rasa baru seperti coklat dan gula aren ini dapat menjadi pilihan menarik bagi konsumen yang mencari variasi dan pengalaman baru. Selain itu, dengan menciptakan nilai tambah pada produk atau layanan yang ditawarkan, pelaku usaha atau pemilik UMKM dapat meningkatkan citra merek mereka, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan.



Alasan diselenggarakannya kegiatan pelatihan ini agar pelaku usaha atau pemilik UMKM dapat menghadirkan beragam varian rasa yang menarik pada keripik pisang mereka. Dengan adanya variasi baru ini, mereka dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang beragam, serta mengikuti tren pasar yang sedang berkembang. Pelatihan diversifikasi produk memainkan peran penting dalam pengembangan UMKM dan perekonomian lokal. Ini memberikan pelaku usaha atau pemilik UMKM pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi persaingan pasar yang ketat, memperluas produk mereka, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Dengan mengembangkan varian rasa baru pada keripik pisang mereka, mereka dapat menghasilkan produk yang lebih menarik dan relevan bagi konsumen, dan pada akhirnya, mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

**e. Pendampingan Hukum Tentang Hak Cipta Dan Perlindungan Merek Dagang Fotografi UMKM Di Desa Kalikatir Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto**

Dalam menghadapi era digital yang semakin maju, pelanggaran hak cipta menjadi masalah yang serius bagi pelaku UMKM dalam fotografi. Banyak merek produk yang sama diproduksi dan dibagikan melalui platform digital tanpa izin atau pengakuan kepada pemilik hak cipta. Hal ini merugikan pelaku UMKM yang berusaha mempertahankan karya mereka dan mengambil manfaat dari hasil kerja keras mereka. Dalam konteks ini, Hak Kekayaan Intelektual dinilai sangat penting, khususnya bagi para pelaku usaha guna membedakan satu produk dengan produk lainnya di pasaran. Dengan program kegiatan penyuluhan hak cipta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya melindungi hak cipta dan mendorong pelaku UMKM di Desa Kalikatir untuk mengambil langkah-langkah perlindungan yang tepat.

Melalui penyuluhan hak cipta, diharapkan pelaku UMKM fotografi di Desa Kalikatir dapat memahami prinsip-prinsip dasar hak cipta, termasuk hak eksklusif pemilik hak cipta, perlindungan hukum yang tersedia, dan tindakan yang dapat diambil dalam menghadapi pelanggaran hak cipta. Dengan pengetahuan ini, mereka dapat melindungi karya produk fotografi mereka dari penggunaan yang

tidak sah dan meningkatkan peluang mereka untuk mendapatkan pengakuan dan keuntungan yang pantas atas karya yang mereka hasilkan.

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan hak cipta dan merek dagang fotografi UMKM kepada pelaku usaha mikro di Desa Kalikatir dan Perangkat Desa, maka dapat penulis simpulkan bahwa penyuluhan bagi masyarakat Desa Kalikatir mendapatkan antusiasme yang tinggi dari masyarakat maupun perangkat desa dan kebutuhan akan pemahaman yang lebih mendalam tentang perlindungan hukum dalam hak cipta dan merk dapat diketahui oleh masyarakat Desa Kalikatir. Selain itu, Masyarakat atau pelaku usaha mikro merasa terbantu dengan penyelenggaraan sosialisasi sekaligus memberikan pemahaman tentang pentingnya Hak Cipta dan Merek Dagang Fotografi untuk mendapatkan pemahaman atas pentingnya Melindungi dan Mendaftarkan Hak Cipta dan Merek Dagang melalui website E-Hakcipta tanpa harus datang langsung ke kantor DJKI (Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual).

**f. Pendampingan Cara Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission (OSS)**

Desa Kalikatir secara administrasi memiliki beberapa produk UMKM khas desa tetapi beberapa pemilik UMKM masih belum memiliki izin usaha. Hal ini karena masyarakat belum mendapat informasi dan mengetahui pentingnya pembuatan izin usaha. Sebagai bentuk upaya mengatasi permasalahan tersebut. tim kuliah kerja nyata berupaya untuk melakukan pendampingan secara langsung cara pembuatan nomor induk berusaha (NIB) melalui *online single submission* (OSS) di Kantor Desa Kalikatir. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya NIB dan OSS digital untuk mendapatkan kemudahan legalitas usaha serta dokumen lainnya seperti NPWP badan atau perorangan. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode pendampingan kepada masyarakat yang dilaksanakan selama kurang lebih satu hari serta memiliki sasaran khusus bagi masyarakat yang belum memiliki nomor induk berusaha (NIB) tetapi sudah memiliki atau menjalankan usaha mikro. Kegiatan ini akan berkoordinasi langsung kepada pihak pemerintahan Desa Kalikatir.



Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan pembuatan nomor induk berusaha (NIB) melalui online single submission (OSS) kepada pelaku usaha mikro di Desa Kalikatir dan Perangkat Desa, ketika kegiatan pendampingan bagi masyarakat Desa Kalikatir berlangsung mendapatkan antusiasme yang tinggi dari masyarakat maupun perangkat desa karena dinilai sangat membantu pemerintah desa untuk dapat melaksanakan tertib administrasi bagi pemilik usaha mikro di Desa Kalikatir. Selain itu, Masyarakat atau pelaku usaha mikro merasa terbantu dengan penyelenggaraan sosialisasi sekaligus memberikan pemahaman tentang pentingnya NIB dan OSS digital untuk mendapatkan kemudahan legalitas usaha serta dokumen lainnya seperti NPWP badan atau perorangan yang dapat menerbitkan nomor izin berusaha secara langsung tanpa harus datang langsung ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Mojokerto.

## KESIMPULAN

1. Perancangan Visual Plan terhadap kualitas branding di Desa Kalikatir, Mojokerto diharapkan memberikan manfaat jangka panjang bagi produsen UMKM Keripik Pisang dan konsumen di wilayah sekitar. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang branding, produsen memiliki peluang lebih besar untuk sukses di pasar saat ini.
2. Kegiatan pendampingan pembuatan desain kemasan produk bertujuan untuk menjangkau calon pembeli di luar Kabupaten Mojokerto melalui desain kemasan yang menarik.

3. Pendampingan pemilik UMKM keripik pisang Desa Kalikatir dalam mempromosikan produknya melalui media sosial merupakan tujuan dari program tersebut.
4. Desa Kalikatir memiliki potensi dalam industri UMKM, terutama dalam kuliner khas. Namun, produk UMKM di desa tersebut masih perlu ditingkatkan kualitasnya agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Program "Peningkatan Kualitas Produk UMKM Guna Mengoptimalkan Pendapatan Desa Kalikatir melalui Pelatihan Diversifikasi" dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk dan pendapatan UMKM.
5. Pendampingan bagi masyarakat Desa Kalikatir mendapatkan antusiasme yang tinggi dari masyarakat dan perangkat desa karena dianggap membantu pemerintah desa dalam melaksanakan administrasi yang tertib bagi pelaku usaha mikro di desa tersebut. Program ini juga memberikan pemahaman tentang pentingnya NIB dan OSS digital untuk mendapatkan kemudahan dalam legalitas usaha.
6. Penyuluhan bagi masyarakat Desa Kalikatir juga mendapatkan antusiasme yang tinggi, dan kebutuhan akan pemahaman yang lebih mendalam tentang perlindungan hukum dalam hak cipta dan merek dapat diketahui oleh masyarakat Desa Kalikatir. Pemahaman tentang Hak Cipta dan Merek Dagang Fotografi juga penting agar mereka dapat melindungi dan mendaftarkan hak cipta dan merek dagang melalui website E-Hakcipta.

Dengan demikian, program-program dan kegiatan yang dilakukan di Desa Kalikatir bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk UMKM, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pemahaman tentang branding, memanfaatkan media sosial dalam promosi, dan memberikan pemahaman tentang legalitas usaha dan perlindungan hukum kepada masyarakat desa tersebut.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kepada LPPM Universitas 17 Agustus 1945, Dosen Pembimbing Lapangan, dan Pemilik UMKM Keripik Pisang. Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dijalankan Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya 2022/2023.

Kerjasama dan dukungan yang diberikan oleh LPPM Universitas 17 Agustus  
1945  
Surabaya,

Dosen pembimbing lapangan, dan pemilik UMKM telah memberikan kontribusi yang berarti bagi kami.

Terima kasih atas bimbingan dan arahan yang diberikan oleh Dosen Pembimbing Lapangan. Kehadiran dan dukungannya telah memastikan kelancaran dan kesuksesan kegiatan program pengabdian masyarakat, kami sangat berterima kasih atas kesabaran, pengetahuan, dan dorongan yang diberikan selama proses pembelajaran. Tidak lupa, kami juga ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Pemilik UMKM Kripik Pisang yang sudah ikut berpartisipasi yang membantu program kegiatan terlaksana dengan baik dan lancar. Selain itu, terima kasih kepada semua pihak juga yang telah memberikan masukan dan kontribusi dalam penyusunan artikel pengabdian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Saputri, S., & Kusumaningrum, H. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Branding Logo Dan Kemasan Produk Ndoyan Jajan Di Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Profit Dindoyan Jajan. *Seminar Nasional Patriot Mengabdi*, 1(1).
- Indartuti, E., & Maduwinarti, A. (2021). PKM Pemanfaatan Limbah Kurma Dan Buahnya Menjadi Minuman Kopi, Susu Kurma Pada UMK OEMAH KURMA “NAF” Di Kelurahan MedokanAyu, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2020). Brand image among the purchase decision determinants. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(3), 700-715.
- Santoso, R., Shintawati, R. A., & Aliffianto, A. Y. (2019). Composing Marketing Mix for Better Destination Brand in Jawa Timur, Indonesia. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 24(2), 158-167.
- Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Aliffianto, A. Y. (2019). A Conceptual Framework for Destination Branding in Jawa Timur, Indonesia. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 24(2), 149-157.
- Aliffianto, A. Y., & Candraningrat, C. (2018). The influence of destination brand communication and destination brand trust toward visitor loyalty of marine tourism in east java, Indonesia. *International Journal of Civil Engineering & Technology (IJCET)*, 9(8), 910-923.
- Pratiwi, A. L. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk,

Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Mujanah, S., Ardiana, I. D. K. R., Nugroho, R., Candraningrat, C., Fianto, A., & Arif, D. (2022). Critical thinking and creativity of MSMEs in improving business

performance during the covid-19 pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(1), 19-28.

Budiyanti, H., & Patiro, S. P. S. (2018). Perceived fairness, emotions, and intention of fast food chain restaurants customers in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 20(2), 229-253.

Lauwrentius, S. (2015). TA: Penciptaan City Branding Melalui Maskot sebagai Upaya Mempromosikan Kabupaten Lumajang (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).

Santoso, R., & Aliffianto, A. Y. (2022). Creative Industry and Economic Recovery Strategies from Pandemic Disruption. *JIET (Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan)*, 7(1), 47- 62.

Fianto, A. Y. A., Asiyah, S., & Rinuastuti, B. H. (2020). the Role of Entrepreneurship Education in a Disruptive Age. *Jmm Unram-Master of Management Journal*, 9(2), 149-160. Fianto, A. Y. A., Asiyah, S., & Rinuastuti, B. H. (2020). the Role of Entrepreneurship Education in a Disruptive Age. *Jmm Unram-Master of Management Journal*, 9(2), 149-160.