

**OPTIMALISASI POTENSI UMKM  
WARUNG KOPI MELALUI PENDEKATAN  
INOVATIF**

**Irvan Romadhoni Dionita Putra**  
**Program Studi Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**  
**Email: [irvanromadhoni30@gmail.com](mailto:irvanromadhoni30@gmail.com).**

**Moh Indra Yogo Srasetyo**  
**Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**  
**Email: [yogasrasetyo30@gmail.com](mailto:yogasrasetyo30@gmail.com).**

**Renal Fergian Kusdiansyah**  
**Program Studi Ilmu Hukum, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**  
**Email: [fergusonrenal@gmail.com](mailto:fergusonrenal@gmail.com).**

**Angga Dutahatmaja S.Kom., M.M**  
**Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**  
**Email: [anggadutahatmaja@untag-sby.ac.id](mailto:anggadutahatmaja@untag-sby.ac.id).**

**ABSTRAK**

Pengabdian masyarakat merupakan bentuk tindakan atau pergerakan dari mahasiswa kepada masyarakat, dengan turun langsung ke lokasi dimana mitra bertempat, kegiatan yang harus dilaksanakan oleh banyak mahasiswa atau individu untuk menerapkan pengetahuan yang telah ditempuh atau dipelajari selama di bangku kuliah, penyuluhan mengenai tujuan dari Pengabdian masyarakat ini guna membangkitkan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Mengengah) yang ada, memupuk kembali semangat mitra atau produsen agar mampu berkembang dalam berwirausaha diera digitalisasi ini, di zaman sekarang atau di era yang semua serba online produsen harus dapat bersaing dengan produsen lainnya, dengan adanya program Pengabdian masyarakat ini salah satu strategi yang akan diterapkan yakni digital marketing, dengan begitu produsen dapat memasarkan dengan praktis dan minim biaya, harga pasar yang semakin kondusif, dan kebangkitan ekonomi yang dimulai dari kegiatan berjual beli yang melibatkan masyarakat kecil menengah dan merambah masyarakat lainnya menjadi tujuan Pengabdian masyarakat ini, agar perekonomian yang sempat terhenti dapat Kembali secara berangsur- angsur. Perkembangan bisnis yang ada di indonesia semakin pesat tentunya akan muncul persaingan bisnis ketat terutama di sektor UMKM.

**Kata kunci:** Pengabdian masyarakat, UMKM, Ekonomi

**ABSTRACT**

*Community service is a form of action or movement from students to the community, by going directly to the location where partners are located, activities that must be carried out by many students or individuals to apply the knowledge that has been taken or learned while at college, counseling regarding the objectives of this community service in order to revive existing MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises), to foster the enthusiasm of partners or producers so that they are able to develop entrepreneurship in this era of digitalization, in this day and age or in the era where everything is online, producers must be able to compete with other producers, with the Community Service program In this community, one of the strategies that will be implemented is digital marketing, so that producers can market practically and with minimal costs, market prices will become more conducive, and economic revival starting from buying and selling activities involving small and medium communities and reaching other communities is the goal of*

*Community Service. this community, so that the economy which had stopped can return gradually.*

**Keywords:** Community service, MSMEs, Economy

## PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata merupakan suatu kegiatan perkuliahan bakti sosial dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa secara interdisipliner dan lintas sektoral. Kegiatan ini ditujukan untuk mengembangkan kepekaan rasa dan kognisi sosial mahasiswa serta membantu proses menggali potensi daerah mojokerto. Dalam kegiatan pengabdiannya pada masyarakat, mahasiswa memberikan pengalaman ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan agama untuk memberikan pengarahan agar dapat memecahkan masalah dan menanggulanginya secara tepat. Pada tahun ini, Universitas 17 Agustus Surabaya menyelenggarakan program Kuliah Kerja Nyata di Desa Wonoploso, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto. Dalam hal ini bertujuan untuk menumbuh kembangkan jiwa empati dan kepeduliannya atas permasalahan- permasalahan yang terjadi di masyarakat, serta menerapkan ilmu yang telah diperoleh kepada masyarakat setempat. Selama Kuliah Kerja Nyata, Seseorang mahasiswa didorong untuk mengidentifikasi masalah- masalah yang ada di masyarakat dan merencanakan serta melaksanakan kegiatan yang dapat memberikan solusi atau kontribusi positif. Kegiatan tersebut dapat beragam, mulai dari penyuluhan, pembangunan infrastruktur, pengembangan usaha mikro, upaya pelestarian lingkungan, hingga pengembangan keterampilan dan peningkatan pendidikan masyarakat. Melalui program Kuliah Kerja Nyata, diharapkan mahasiswa dapat memperluas wawasan, meningkatkan keterampilan sosial, dan mengembangkan rasa empati terhadap masyarakat yang membutuhkan. Desa Wonoploso merupakan sebuah Desa di Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto. Letak Desa Wonoploso berada di berbatasan dengan Desa Pohjejer di sebelah utara, Desa kalikatir dan Jatihdukuh di sebelah selatan, Desa Kebontanggul, tetapi potensi wisata dalam Desa Wonoploso tidak seperti di desa claket, pacet dan desa mojokerto lain yang memiliki potensi wisata dikarenakan lokasi dekat dengan gunung. Desa wonoploso sendiri memiliki jumlah penduduk 3091 warga dan ada 977 KK, Desa Wonoploso memiliki wilayah kurang lebih 315,41Ha wilayahnya. Untuk mengatasi masalah - masalah yang ada kami membuat beberapa inovasi untuk mendukung dan mempercepat tercapainya Desa Wonoploso, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto. Desa Wonoploso sendiri memiliki potensi yang sangat banyak, salah satu potensi utama yang dapat ditemukan adalah Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) [1].

Perkembangan teknologi dan informasi telah menjadikan media atau jejering internet sebagai sarana utama untuk berkomunikasi dan juga aktivitas lainnya, tidak hal nya pemasaran atau aktivitas jual beli, aktivitas tersebut sekarang lebih praktis dikarenakan faktor perkembangan digital dimana seseorang dapat membeli atau memesan tanpa harus keluar rumah dengan hanya melihat layer handphone, kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi sering kali disebut dengan digital marketing.

Diera sekarang ini para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produk sehingga produk yang dijual dapat lebih dikenal oleh konsumen

UMKM di Indonesia adalah salah satu faktor yang menjebatani masyarakat menghasilkan uang dengan berdagang dan salah satu faktor kehidupan sejak dulu, UMKM memiliki peran penting dalam kemajuan perekonomian negara Indonesia, salah satu faktor penting bagi masyarakat dalam mengurangi angka kemiskinan dan devisa bagi negara.Diera digitalisasi atau modernisasi ini penggunaan teknologi menjadi kebutuhan dan solusi paling tepat dalam membantu UMKM saat ini, dimana masyarakat yang beberapa tahun terakhir berdiam diri dirumah dan mengakses banyak kegiatan melalui jejaring internet dan media social adalah peluang pemasaran bagaimana cara UMKM bisa *survive* didalam era yang semua

mengharuskan online. Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi yang menggunakan media digital atau internet sebagai peranan tersebut, tujuan dari digitalisasi marketing agar

calon konsumen dapat tertarik dan membeli atau memesan dengan cepat tanpa perlu datang satu persatu dengan menawarkan dagangan kita. Penggunaan internet diindonesia ini sendiri sangat luas tak heran banyak pelaku bisnis mulai memasarkan produknya melalui jejaring media social atau semacamnya, pelaku UMKM harus segera beradaptasi dengan era ini yang memanfaatkan semua serba online dan semua serba cepat, dari kondisi mitra yang menjadi tujuan program ini atau pelaku usaha pemasaran dan penjualan online dapat dilakukan melalui platfrom media social Instagram, dan Whatsapp, penggunaan aplikasi ini sangat mudah dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia Media yang biasanya digunakan dalam digital marketing adalah instagaram, instgram memiliki fitur akun bisnis yang dapat memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil, pengoptimalan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media social tersebut, sebagai media social yang dapat menampilkan gambar atau foto Instagram dapat mendorong tujuan bisnis dan promosi dari ide bisnis

Persaingan di dunia bisnis khususnya di bidang kuliner dapat dikatakan semakin ketat, hal ini ditandai dengan begitu banyak bermunculan usaha di bidang yang sama yaitu kuliner, karena wisata kuliner mempunyai daya tarik tersendiri bagi banyak orang [2]. Usaha kecil ini saling bersaing untuk merebut pangsa pasar agar pelanggan tidak beralih ke pesaing[3]. Setiap usaha pasti mempunyai pengelolahan atau taktik berbeda untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing suatu usaha ditentukan oleh banyak faktor, salah satunya adalah dalam mempromosikan usahanya atau kerap disebut branding. Branding dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti logo, desain, slogan, dan kampanye iklan.

Kelompok kami mendapatkan mitra UMKM kuliner yaitu "Warung Kopi Bu Ndari" dan sebagai ownernya adalah Ibu Sundari. Pelaksanaan UMKM ini dilakukan sendiri oleh Ibu Ndari, kendala dari UMKM ini adalah tidak adanya identitas yang unik sebagai pengenalan warung kopi tersebut. Hal ini bisa disebabkan karena kurang pemahaman mengenai karya desain dan branding.Untuk mengatasi masalah tersebut maka dari kelompok kami menyiapkan perencanaan kegiatan dengan beberapa tahapan salah satunya yaitu tahap survey atau tahap untuk menyeleraskan ide untuk pembuatan desain logo membuatkan sebuah inovasi karya desain berupa Sign Board yang bertujuan sebagai identitaslogo atau sarana promosi yang efektif dan populer dalam periklanan promosi untuk menarik daya tarik yang tinggi dan agar mampu menarik perhatian target di masyarakat sekitar. Bukan hanya itu, kami juga memberikan pelatihan mengenai digital marketing, digital marketing memberikan pengaruh pada konsumen, berupa kemudahan komunikasi untuk menghubungkan bisnis kepada konsumen [4]. Kami bekerja sama dalam membuat digital marketing berupa platform sosial media berupa Instagram dan YouTube. Dalam sektor UMKM pelaku usaha mengaku bahwa kendala utama mereka adalah persaingan yang sengit. Karena alasan persaingan sengit itulah yang ujung ujungnya mendorong pelaku UMKM untuk tetap berinovasi guna menghindari terpuruk dalam persaingan di pasar[5]. Oleh karena itu, kelompok kami memilih mitra UMKM Bu Ndari sebagai tujuan utama kita mengabdi kepada masyarakat karena ingin membantu mengembangkan usaha miliknya untuk bisa bersaing juga dalam usaha sektor UMKM. Maka dibutuhkan strategi promosi yang efektif karena dalam era digital yang berkembang pesat, UMKM kopi perlu memanfaatkan potensi internet dan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar mereka [6].

Tujuan diadakannya program pengabdian masyarakat ini agar UMKM di wilayah desa Wonoploso bisa meningkat produksinya, pelayanannya dan penghasilannya. Berharap juga UMKM di wilayah ini bisa berkembang dan bisa dikenal sampai luar kota. Dengan ide atau gagasan dari mahasiswa untag Surabaya yang ingin menciptakan inovasi baru dengan adanya perkembangan teknologi diera digitalisasi memanfaatkan pemasaran secara online sebagai sarana peningkatan kualitas yang dimiliki oleh mitra tersebut.

## **Metode Pelaksanaan**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data dan informasi secara objektif dan dapat diukur, sedangkan metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari responden melalui kuesioner.

1. Analisis situasi masyarakat dalam bentuk kegiatan awal dilakukan dengan wawancara dan pengamatan langsung terhadap UMKM potensial [7] Desa Wonoploso, dengan menitikberatkan analisis permasalahan terbatas pada beberapa permasalahan pokok yang dihadapi oleh UMKM mitra.
2. Menemukan Ide  
Memperoleh beberapa solusi yang dapat mengatasi permasalah-permasalahan yang ada di UMKM Warung Bu Ndari. Yaitu di wilayah Dusun Bamban, Desa Wonoploso, yaitu memperluas jangkauan dengan memasang karya desain berupa sign board dan membuat video Inspiratif
3. Konsultasi dengan Dosen Pembimbing Lapangan  
Mahasiswa melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing lapangan Angga Dutahatmaja S.Kom,M.M. mengenai permasalahan yang ada di Mitra UMKM Warung Bu Ndari.
4. Koordinasi  
Mahasiswa menemui Ibu Ndari untuk memberikan pengenalan mengenai solusi yang akan diterapkan oleh mahasiswa.
5. Persetujuan  
mahasiswa melakukan persetujuan mengenai program kerja yang akan dilakukan dengan Dosen Pembimbing lapangan, panitia LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Pemilik Mitra.
6. Pelaksanaan  
Mahasiswa melakukan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat selama 12 hari kerja.
7. Evaluasi  
Evaluasi kegiatan merupakan suatu proses untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan. Dalam Evaluasi program pengabdian Sebagai hasil yang telah dikerjakan selama pengebdian kepada masyarakat
8. Laporan  
Mahasiswa membuat luaran wajib, luaran tambahan dan laporan akhir
9. Keberlanjutan  
Dengan menyerahkan bahan bahan yang digunakan untuk membuat pupuk organik, dengan itu masyarakatn akan bisa membuat pupuk organic secara mandiri setelah kepulangan tim pengabdi. Dan tim pengabdi akan terus memantau perkembangan dan tetap berkelanjutan.

## **Hasil Dan Pembahasan**

Hasil dari kegiatan ini yang dilakukan selama 12 Hari pada di wilayah Dusun Bamban, Desa Wonoploso setelah dilakukan survei bersama kelompok KKN, ada beberapa temuan permasalahan pada kurangnya pengetahuan tentang strategi promosi di Dusun Bamban yaitu kurangnya pemahaman mengenai karya desain dan tidak ada desain logo sebagai identitas unik . Oleh sebab itu dibuatlah program kerja yang dapat membantu warga Dusun bamban mengatasi permasalahan kami membuatkan sebuah inovasi karya desain untuk itu kami membuat sebuah karya desain dalam bentuk Sign Board.pada mitra, kami berharap dengan adanya Sign Board, maka tercipta sebuah identitas unik dan juga sebagai sarana untuk promosi kepada konsumen. Bukan hanya karya desain, kami juga membuat sarana promosi lain dengan membuat video inspiratif atau juga bisa disebut video

profil mitra yang kami sebarkan di YouTube dan Sosial media.



Gambar 1 Wawancara dengan mitra UMKM Bu Ndari

Kegiatan pertama yang dilakukan oleh kelompok kami dimulai dengan melakukan survey untuk mencari mitra dan kemudian melakukan wawancara kepada mitra UMKM. Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan di desa Wonoploso [8]. Disini kami bertanya mengenai hambatan-hambatan dan masalah yang terjadi pada UMKM di Desa Wonoploso. Survey dilakukan dengan menemui pemilik mitra UMKM di Dusun Bamban RT 01 RW 01 Desa Wonoploso, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto. Dengan menemui pemilik mitra kami mendapat sebuah informasi yang akurat sehingga apa yang kita dapat dari data informasi bisa kami rekap, dan nantinya memberikan solusi terhadap masalah-masalah yang dihadapi. Kami berharap kedatangan kami dapat membantu Bu Ndari selaku pemilik mitra untuk menjalin kerja sama dengan kami sebagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 2 Persiapan pembuatan media sosial dan video inspiratif

Kami juga memberikan pelatihan pembuatan desain dengan aplikasi canva yang dimana pada saat ini seringkali banyak digunakan sebagai alat bantu mengedit desain dan

tentunya mudah di aplikasikan oleh banyak orang, dengan memberikan pelatihan tersebut kami berharap kedepannya bisa membuat desain logo sesuai selera dan kreativitas mitra kami. Tak luput dari itu, kami juga membuatkan akun sosial media untuk membranding mitranya sebagai sarana promosi jika dibutuhkan nantinya dan bermanfaat setelah kami kembali dari desa Wonoploso.



Gambar 3 Penyerahan karya desain berupa sign Board yang diberikan kepada mitra UMKM Bu Ndari

Melihat keadaan yang ada pada mitra, kami menemukan keluhan masalah yaitu kurangnya dalam aspek pengembangan warung kopi dengan konsep modern. Selain itu, tidak adanya desain logo dan banner sebagai identitas pengenalan warung kopi ke masyarakat sekitar. Sedangkan dalam aspek pemasaran tidak adanya media sosial yang digunakan dalam kegiatan promosi sehingga promosi hanya dilakukan melalui mulut ke mulut dan dari warung ke warung., oleh karena itu, Kami membantu mengembangkan UMKM Warung Kopi milik Bu Ndari dengan memberikan suatu karya desain berupa Sign Board yang bertujuan sebagai identitas visual atau sarana promosi yang efektif dan populer dalam periklanan promosi untuk menarik daya tarik yang tinggi dan agar mampu menarik perhatian target di masyarakat sekitar. Menurut kami dengan adanya identitas warung akan menjadi lebih menarik pelanggan apalagi jika adanya konsumen yang melewati wilayah Kecamatan Gondang, terkhususnya Desa Wonoploso. Selain itu kami memberikan dan membantu menata konsep agar menjadi warung kopi yang lebih modern di era sekarang, agar lebih dikenal banyak orang diharapkan dapat membantu Bu Ndari dalam mengembangkan UMKM Warung Kopi tersebut dan mendapatkan laba yang tinggi.



Gambar : proses pemasangan Sign Board

Gambar diatas adalah survey sebelum proses pemasangan sign board yang akan kami lakukan pada hari ke-7 yang Dimana kami berencana meletakkan sign board di galfalum atau rangka kanopi, pada saat survey pemasangan sign board kami mengajak pemilik mitra pak agus dan ibu Sundari untuk melihat gambaran sebelum di pasang secara permanen. Kami berencana memasang sign board pada saat sore hari, dikarenakan pada saat sore hari situasi di sekitar mitra ramai dengan aktivitas orang-orang yang pulang kerumah. Tujuan kami agar dilirik dan agar berhasil membuat orang penasaran saat pemasangan sign board didepan mitra kami. Pemilik mitra sendiri mengaku kaget seperti orang yang diberi kejutan ulang tahun. Dikarenakan beliau terharu dengan hasil kerja kita selama beberapa hari. dan hasilnya menurut mitra sangat memuaskan dan sangat kreatif dalam pembuatannya. Harapan kami setelah pemasangan di hari esok, semoga bisa menjadi daya tarik dari orang-orang disekitar desa wonoploso dan luar desa wonoploso.



Gambar : Hasil dari pemasangan Sign Board

Gambar diatas adalah merupakan hasil pemasangan sign board yang kami lakukan pada hari ke-8 yang Dimana kami meletakkan sign board di galfalum atau rangka kanopi, proses pemasangan dilakukan didampingi dengan pemilik mitra. Selain itu kami juga membuat sebuah video inspiratif mitra untuk membranding mitra Bu Ndari. Video tersebut terupload dalam platform youtube guna memperkenalkan mitra kepada khalayak. Dalam video inspiratif tersebut berisikan tentang lokasi mitra serta wawancara kepada mitra, hingga berisikan proses pemasangan karya desain yang kami berikan berupa sign board. Hal ini juga menandakan bahwa branding karya desain mempunyai kualitas citra baik kepada mitra dan dapat mempengaruhi konsumen Masyarakat, karena memiliki ciri khas mitra. Adanya karya desain sebagai identitas mitra memperkuat citra baik dan minat beli bagi konsumen, karena memberikan pengaruh dan ketertarikan terhadap usaha mitra UMKM warung Bu Ndari.

## SIMPULAN

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wonoploso dilakukan secara interdisipliner dan lintas sektoral. Program ini ditujukan untuk mengembangkan rasa dan kognisi sosial mahasiswa serta membantu proses menggali potensi daerah mojokerto. Desa Wonoploso, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto, membuat inovasi untuk mendukung dan mempercepat tercapainya inovasi baru. Dan bersaing untuk merebut pangsa pasar agar pelanggan tidak beralih ke pesaing. Keunggulan bersaing adalah kemampuan usaha yang mempromosikan usahanya atau kerap disebut branding. Membranding usaha adalah salah satu penentu keberhasilan usaha, yang dimana mitra harus mempunyai kreativitas sendiri untuk melakukan branding dalam usahanya. Branding diperlukan untuk menciptakan atau mempertahankan *brand image* pada masyarakat [9]. Oleh karena itu kami berusaha membuat UMKM Warung Kopi Bu Ndari menjadi warung kopi yang berkonsep modern agar warung ini, [10] menjadi pusat perhatian di wilayah Wonoploso. Kami juga berharap dengan adanya inovasi baru di warung Bu Ndari bisa menarik daya tarik dari konsumen sekitar dan luar Desa, yang bertujuan sebagai identitas yang unik yang mampu mendorong peningkatan hasil penjualan.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan artikel ilmiah dengan judul "Optimalisasi Potensi UMKM Warung Kopi Melalui Pendekatan Inovatif". Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada Kepala Desa Wonoploso yang telah memberikan restu kepada kita untuk melaksanakan program Pengabdian Masyarakat di Desa Wonoploso. Terima kasih kepada seluruh perangkat Desa dan Masyarakat Desa Wonoploso yang turut terlibat dan membantu mensukseskan seluruh kegiatan kami. Terima Kasih kepada Bapak Angga Dutahatmaja S.Kom.,M.M. selaku Dosen Pembimbing Lapangan KKN R7 yang turut membantu kami selama berada di Desa Wonoploso. Terima Kasih kepada LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang turut membantu selama proses KKN dilaksanakan. Terima kasih kepada seluruh teman-teman kelompok R7 atas dukungan serta kerjasama selama proses KKN berlangsung. Terima kasih kepada Bu Naning selaku Kepala di Desa Wonoploso yang turut membantu segala proses kegiatan dari awal hingga akhir. Dan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan dan seluruh orang yang terlibat untuk membantu proses KKN ini supaya berjalan dengan lancar. Kami ucapan juga kepada Bu Ndari selaku pemilik mitra kami yang memperizinkan kami menjalankan kegiatan pengebdian Masyarakat di mitra miliknya, mohon maaf sebesar-besarnya jika ada salah kata dalam penulisan ini, kami ucapan terima kasih.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] O. Upaya Pendampingan UMKM untuk Meningkatkan Branding, U. Silvia Rahmah, E. Iryanti, and J. Timur, "Optimization of MSME Assistance Efforts to Improve Iborajut MSME Branding," *Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, vol. 1, no. 2, 2023, doi: 10.59024/faedah.v1i2.129.
- [2] K. Pada, S. Wisata, K. Dharmawangsa, S. Siti, B. Mufadilah, and S. Andayani, "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi dan Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli."
- [3] D. Yulianti, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha Sentra Kuliner Convention Hall Keputih di Surabaya," 2023.
- [4] A. Nurlaily, "PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAMILLE PADA GENERASI Z DI SURABAYA," 2023.
- [5] D. Andisyah *et al.*, "PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA SENTRA WISATA KULINR BRATANG BINANGUN SURABAYA," 2023.
- [6] N. Azmi Azis, A. Syaelendra, M. Fredy SPd, and Mp. Sastra Jepang, "Implementasi Strategi Pemasaran Secara Daring Produk UMKM Kopi di Desa Bening."
- [7] I. Qori Lutfiyani *et al.*, "Pengembangan UMKM melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap (MSME Development through Optimizing Branding and Using Digital Media in Sindangbarang Village, Cilacap Regency)," 2022.
- [8] K. NGUSIKAN KABUPATEN JOMBANG Wardah and A. Dutahatmaja, "PENINGKATAN NILAI EKONOMI MELALUI KEGIATAN PENANGANAN PASCAPANEN PORANG DI DESA CUPAK," 2023.
- [9] M. Putih, U. Surabaya, V. Febriyanti, M. F. Tripalupi, and M. I. Romadhan, "Strategi Humas dalam Upaya Branding Patriotisme Kampus."
- [10] A. Dutahatmaja *et al.*, "E-proceeding 2 nd SENRIABDI 2022 Pendampingan Branding Desain dan Kemasan Produk Di Wisata Kampung Kelengkeng Desa Simoketawang Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo," 2022. [Online]. Available: <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/>