



Rebranding Cesky Cookies Sebagai Inovasi UMKM Berkelanjutan Di Kelurahan Gunung Anyar Tambak

Rebranding Cesky Cookies As A Sustainable MSME Innovation In Gunung Anyar Tambak Village

Alief Abdullah Faqih¹, Sugito²

Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur

Korespondensi penulis : aliefabdullah89@gmail.com

Article History:

Received: 20 April 2023

Revised: 18 Mei 2023

Accepted: 23 Juni 2023

Keywords: *Rebranding, MSME, Logo, KKN, Gunung Anyar Tambak*

Abstract: *Rebranding is a strategic process to change the image, identity, and position of a brand or company with the aim of achieving better business goals. Then the KKN activity aims to rebrand Cesky Cookies MSMEs in Gunung Anyar Tamba Village due to a response to increased customer interest in innovation product Activity methods used include observation, interviews, data analysis, and product rebranding. And the results of this PKM are changes to the logo, re-photos of products, and making branding banners. It is hoped that this activity can increase product attractiveness and have a positive impact on brand image and awareness among customers.*

Abstrak

Rebranding adalah proses strategis untuk mengubah citra, identitas, dan posisi suatu merek atau perusahaan dengan tujuan untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih baik. Lalu diadakan kegiatan KKN ini bertujuan untuk rebranding UMKM Cesky Cookies di Kelurahan Gunung Anyar Tamba dikarenakan respons terhadap meningkatnya minat pelanggan terhadap inovasi produk Metode kegiatan yang digunakan meliputi observasi, wawancara, analisis data, dan rebranding produk. Dan hasil dari PKM ini adalah perubahan pada logo, memfoto ulang produk, dan membuat banner branding. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan memberikan dampak positif pada citra dan kesadaran merek di kalangan pelanggan.

Kata Kunci: Rebranding, UMKM, Logo, KKN, Gunung Anyar Tambak

PENDAHULUAN

KKN atau singkatan dari Kuliah Kerja Nyata adalah salah satu program yang umumnya dilaksanakan oleh perguruan tinggi di Indonesia sebagai bagian dari kurikulum pendidikan tinggi. Program ini biasanya dilakukan oleh mahasiswa dalam bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat selama kurun waktu tertentu di daerah atau desa tertentu. KKN bertujuan untuk

* Alief Abdullah Faqih, aliefabdullah89@gmail.com

memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari serta membantu masyarakat dalam memecahkan masalah yang mereka hadapi. Kegiatan KKN melibatkan interaksi dan kolaborasi antara mahasiswa dengan masyarakat setempat, dengan fokus pada peningkatan kualitas hidup, pembangunan masyarakat, dan pengembangan potensi lokal.

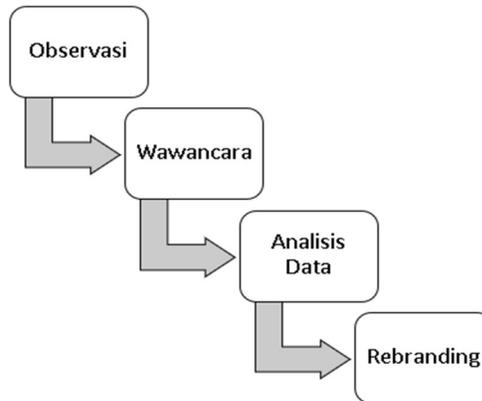
Untuk UPN Veteran Jawa Timur menempatkan 960 Mahasiswanya untuk mengikuti program KKN khususnya KKN Tematik. Salah satu KKN Kelompok 88, yaitu Kelompok 88 ditempatkan di Gunung Anyar Tambak. Kelurahan Gunung Anyar Tambak adalah sebuah kelurahan yang terletak di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kelurahan ini terletak di Kecamatan Gunung Anyar, yang merupakan salah satu kecamatan di Kota Surabaya. Kelurahan Gunung Anyar Tambak memiliki luas wilayah yang cukup luas dan merupakan salah satu wilayah perkotaan yang padat penduduk (Trisbiantoro, Kusyairi, & Mansur, 2020). Masyarakat di Kelurahan Gunung Anyar Tambak berasal dari berbagai latar belakang sosial dan ekonomi. Mayoritas penduduknya adalah pekerja kantor, wiraswasta, dan buruh industri. Kelurahan ini juga dikenal sebagai pusat aktivitas ekonomi dengan adanya berbagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beragam.

Salah satu UMKM tersebut adalah Cesky Cookies. UMKM Cesky Cookies adalah sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah yang terletak di Kelurahan Gunung Anyar Tambak, khususnya di Jl Gunung Anyar Emas XIII Blok F No 7. Dikenal dengan penjualan aneka produk kue kering yang berkualitas, UMKM ini telah membangun reputasi yang baik di kalangan pelanggan setianya. Namun, dalam menghadapi permintaan yang beragam dari para pelanggan, pemilik UMKM, Ibu Ayu, menerima saran yang bernilai dari beberapa pembeli untuk melengkapi penawaran dengan kuliner selain kue kering.

Oleh karena itu, Melalui KKN, Cesky Cookies berharap dapat menghadirkan lebih dari satu produk kuliner untuk memperluas pilihan kepada pelanggan setia dan menarik minat calon pelanggan baru. Dalam proses ini, mereka berencana untuk melakukan penelitian pasar, menggali potensi bahan baku lokal, dan berkolaborasi dengan mitra usaha atau petani lokal untuk mendapatkan bahan-bahan segar dan berkualitas (Ardhanari & Nugrohadi, 2022). Selain itu, UMKM ini juga ingin menerapkan peningkatan dalam hal proses produksi, menggali resep baru, dan menciptakan karya kuliner yang unik dan menggugah selera. Dengan berpartisipasi dalam KKN, Cesky Cookies berkomitmen untuk mengambil langkah maju dalam mengembangkan bisnis mereka, memperluas penawaran produk kuliner, dan memenuhi harapan pelanggan dengan keaslian dan kualitas yang tetap dijaga.

METODE

Dalam melakukan kegiatan KKN, terdapat beberapa tahap yang harus dilalui dalam proses implementasinya di lapangan. Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

1. Observasi

Tahap pertama adalah melakukan observasi di lapangan. Tim pelaksana kegiatan akan mengamati secara langsung kondisi UMKM Cesky Cookies dan lingkungan sekitarnya. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai produk, proses produksi, pasar, serta potensi dan tantangan yang dihadapi UMKM tersebut (Nastain, 2017).

2. Wawancara

Setelah melakukan observasi, tahap berikutnya adalah melakukan wawancara dengan pemilik dan pelaku usaha UMKM Cesky Cookies. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai sejarah usaha, visi dan misi, target pasar, kekuatan dan kelemahan, serta aspirasi pemilik UMKM. Dengan wawancara ini, tim pelaksana dapat memahami perspektif dan kebutuhan UMKM dalam melakukan rebranding.

3. Analisis Data

Setelah mendapatkan data dari observasi dan wawancara, tahap selanjutnya adalah menganalisis data produk UMKM Cesky Cookies. Analisis ini meliputi penilaian terhadap kualitas produk, desain kemasan, harga, posisi pasar, serta strategi branding yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan menganalisis data tersebut, tim pelaksana dapat mengidentifikasi potensi perbaikan dan pengembangan dalam proses rebranding.

4. Rebranding

Tahap terakhir adalah melaksanakan proses rebranding. Tim pelaksana akan merancang strategi rebranding yang mencakup perubahan pada logo, desain kemasan, peningkatan kualitas produk, pemilihan target pasar yang lebih spesifik, serta pengembangan komunikasi pemasaran yang efektif (Rahman & Triani, 2023). Proses rebranding ini dilakukan dengan memperhatikan aspirasi dan kebutuhan UMKM Cesky Cookies, serta mempertimbangkan potensi pasar dan tren konsumen yang relevan. Selain itu, tim pelaksana juga akan memberikan pendampingan dan pelatihan kepada UMKM untuk memastikan keberlanjutan implementasi rebranding (Sulistiono & Mulyana, 2021).

HASIL

Dalam melakukan kegiatan Rebranding terbagi menjadi beberapa jadwal yang telah ditentukan oleh kelompok 88 sebagai berikut.

Tabel 1. Tanggal Pelaksana Kegiatan

No	Tanggal	Kegiatan
1	22 Mei 2023	Observasi UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak
2	23 Mei 2023	Wawancara dengan Pemilik UMKM Cesky Cookies yaitu Bu Ayu
3	24 Mei 2023	Analisis data produk UMKM Cesky Cookies
4	25-26 Mei 2023	Rebranding UMKM Cesky Cookies

.KKN Kelompok 88 UPN Veteran Jawa Timur melakukan observasi terhadap UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak sebagai langkah awal dalam upaya pengembangan potensi lokal. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi produk-produk potensial yang dapat diperjualbelikan dan diminati oleh masyarakat setempat. Selain itu, observasi juga membantu dalam pemilihan UMKM yang layak untuk dibina dan mendapatkan bimbingan dari KKN Kelompok 88 tersebut. Setelah melalui proses seleksi, UMKM Cesky Cookies terpilih sebagai penerima bimbingan dari KKN Kelompok 88 UPN Veteran Jawa Timur. Dalam hal ini, UMKM Cesky Cookies memiliki potensi yang menjanjikan dan dianggap memiliki kemampuan untuk berkembang dengan dukungan yang diberikan oleh KKN Kelompok 88 tersebut. Dengan demikian,

UMKM Cesky Cookies menjadi fokus utama dalam program pembinaan dan bimbingan yang dilakukan oleh KKN Kelompok 88 UPN Veteran Jawa Timur.



Gambar 2. Observasi UMKM Cesky Cookies

Kegiatan KKN Kelompok 88 UPN Veteran Jawa Timur juga melibatkan wawancara dengan pemilik UMKM Cesky Cookies, yaitu Bu Ayu, sebagai bagian dari upaya untuk memahami kendala dan masalah yang dialami dalam menjalankan usahanya. Dalam wawancara tersebut, terungkap beberapa kendala yang dihadapi oleh Bu Ayu, terutama terkait dengan pandemi dan meningkatnya persaingan di sektor kuliner di Kelurahan Gunung Anyar Tambak.

Salah satu masalah yang dihadapi oleh Bu Ayu adalah penurunan permintaan dan penjualan akibat adanya pandemi COVID-19. Pembatasan sosial dan kekhawatiran masyarakat terkait kesehatan menyebabkan pengurangan kunjungan pelanggan ke toko atau tempat usaha UMKM seperti Cesky Cookies. Hal ini berdampak negatif terhadap pendapatan dan kestabilan usaha Bu Ayu.

Selain itu, persaingan di sektor kuliner juga semakin ketat di Kelurahan Gunung Anyar Tambak. Banyak usaha kuliner baru bermunculan dengan produk-produk yang beragam dan inovatif. Hal ini mengharuskan Bu Ayu untuk terus beradaptasi dan mengembangkan produknya agar tetap menarik minat pelanggan. Dalam hal ini, Bu Ayu perlu berinovasi dalam hal cita rasa, kemasan, promosi, dan pelayanan agar tetap bersaing dan mempertahankan pangsa pasar.

Selain itu, permasalahan lain yang terkait dengan pandemi adalah peningkatan biaya produksi. Harga bahan baku mungkin mengalami kenaikan, serta adanya kebijakan protokol kesehatan yang menuntut investasi tambahan untuk menjaga kebersihan dan keselamatan pelanggan. Semua ini dapat menyebabkan peningkatan biaya operasional dan menekan keuntungan yang diperoleh oleh Bu Ayu.

Dalam menghadapi kendala-kendala ini, KKN Kelompok 88 UPN Veteran Jawa Timur berkomitmen untuk memberikan bimbingan dan dukungan kepada Bu Ayu. Tim KKN dapat membantu dalam hal perencanaan bisnis, strategi pemasaran, pengembangan produk, dan pemahaman terkait kebijakan dan protokol kesehatan yang diperlukan selama pandemi. Dengan kerja sama antara Bu Ayu dan KKN Kelompok 88, diharapkan dapat ditemukan solusi yang dapat membantu mengatasi kendala-kendala yang dihadapi oleh UMKM Cesky Cookies sehingga usaha tersebut dapat terus berkembang dan bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat di Kelurahan Gunung Anyar Tambak.

KKN Kelompok 66 sedang melaksanakan analisis data terkait produk UMKM Cesky Cookies sebagai bagian dari upaya untuk melakukan branding yang lebih efektif. Analisis data ini bertujuan untuk memahami karakteristik produk Cesky Cookies serta preferensi dan harapan pelanggan potensial. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai produk tersebut, KKN Kelompok 88 dapat memberikan rekomendasi terkait perubahan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing UMKM ini.

Dalam analisis data produk Cesky Cookies, KKN Kelompok 88 Kelompok 66 akan menganalisis berbagai aspek seperti rasa, tekstur, kemasan, harga, dan citra merek yang saat ini dimiliki. Dengan mempelajari data ini, KKN Kelompok 88 dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan produk serta melihat apakah ada kesenjangan antara harapan pelanggan dan kualitas produk yang ditawarkan.

Selain itu, analisis perubahan juga akan dilakukan untuk menentukan langkah-langkah yang perlu diambil agar UMKM Cesky Cookies dapat berkembang lebih baik di industri kuliner. KKN Kelompok 88 akan melakukan evaluasi terhadap proses produksi, manajemen inventaris, pemasaran, dan strategi penjualan yang sedang diterapkan. Dalam analisis ini, KKN Kelompok 88 dapat mengidentifikasi peluang perbaikan dan pengembangan yang dapat membantu UMKM ini meningkatkan efisiensi, kualitas, dan daya saingnya.

Selain itu, dalam rangka mengembangkan usaha kuliner Bu Ayu, KKN Kelompok 88 juga akan memberikan rekomendasi untuk perubahan nama UMKM Cesky Cookies. Nama yang lebih menarik, relevan, dan mudah diingat dapat membantu dalam membangun citra merek yang kuat dan membedakan diri dari pesaing. Dengan perubahan nama yang tepat, Bu Ayu dapat lebih mudah mengkomunikasikan identitas dan nilai-nilai usahanya kepada konsumen potensial.

Melalui analisis data produk dan perubahan yang akan dilakukan, KKN Kelompok 66 berharap dapat memberikan masukan yang berharga kepada Bu Ayu untuk mengembangkan

UMKM Cesky Cookies di bidang kuliner. Dengan memahami preferensi dan harapan pelanggan serta melakukan perubahan yang diperlukan, diharapkan UMKM ini dapat mengoptimalkan potensi bisnisnya dan mencapai kesuksesan yang lebih baik di pasar kuliner yang semakin kompetitif.

Setelah melalui proses analisis dan evaluasi yang teliti, KKN Kelompok 88 memutuskan untuk melakukan rebranding pada UMKM Cesky Cookies. Nama "Cesky Cookies" akan diganti menjadi "Dapoer Cesky" dengan tujuan agar fokus pelanggan tidak hanya tertuju pada satu produk, melainkan juga memperkenalkan beragam produk lain yang dimiliki oleh Bu Ayu, seperti makanan non-cookies yang ditawarkan oleh Ibu Ayu.



Gambar 3. Nama Lama UMKM Cesky Cookies



Gambar 4. Nama Baru UMKM Dapoer Cesky

Rebranding ini dilakukan dengan mempertimbangkan strategi pemasaran yang lebih luas dan memberikan kesempatan bagi Dapoer Cesky untuk menarik pelanggan dengan berbagai jenis produk yang mereka sajikan. Dengan mengubah nama menjadi "Dapoer Cesky," usaha ini diharapkan dapat menarik minat lebih banyak pelanggan dengan menonjolkan keberagaman produk kuliner yang ditawarkan.



Gambar 5. Logo dalam Makanan UMKM Dapoer Cesky

Selain mengubah nama, KKN Kelompok 88 juga melakukan beberapa upaya dalam rangka rebranding ini. Pertama, mereka membuat logo terbaru yang mencerminkan identitas baru dari Dapoer Cesky. Logo tersebut dirancang untuk menggambarkan keunikan dan kualitas dari setiap produk yang disajikan.

Selanjutnya, tim KKN juga melakukan pemotretan produk untuk menghasilkan gambar-gambar yang menarik dan menggugah selera bagi para calon konsumen. Foto-foto ini akan digunakan dalam berbagai materi promosi seperti katalog dan banner.



Gambar 6. Foto Lama Produk UMKM Dapoer Cesky



Gambar 7. Foto Baru Produk UMKM Dapoer Cesky

Selain dukungan dalam proses rebranding, KKN Kelompok 88 juga memberikan kontribusi penting dengan memasukkan lokasi usaha Dapoer Cesky ke dalam platform Google Maps. Dengan mengambil langkah ini, mereka membuat pin lokasi yang memudahkan pelanggan untuk menemukan tempat usaha tersebut. Tindakan ini sangat berarti karena memperluas jangkauan usaha Dapoer Cesky dan meningkatkan aksesibilitas bagi calon pelanggan. Dengan adanya pin lokasi di Google Maps, pelanggan potensial dapat dengan mudah melihat dan menemukan Dapoer Cesky, serta merencanakan kunjungan mereka dengan lebih efisien. Ini adalah langkah yang sangat penting dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan visibilitas UMKM ini di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan demikian, kehadiran Dapoer Cesky di Google Maps melalui bantuan KKN Kelompok 88 menjadi faktor yang mempermudah dan mendukung pertumbuhan usaha ini.



Gambar 8. Google Maps Produk UMKM Dapoer Cesky

Terakhir, KKN Kelompok 88 juga membantu dalam pembuatan katalog dan banner yang akan digunakan untuk memperkenalkan produk dan promosi Dapoer Cesky kepada pelanggan potensial. Katalog ini akan berisi informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan, harga, dan penawaran khusus yang dapat menarik minat pelanggan.



Gambar 9. Katalog Produk UMKM Dapoer Cesky



Gambar 10. Banner Produk UMKM Dapoer Cesky

Melalui proses rebranding yang dilakukan, tujuan utama adalah agar Dapoer Cesky mampu memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan dan sekaligus memperluas pangsa pasarnya. Dengan peningkatan citra merek dan identitas baru yang terwujud melalui rebranding, diharapkan Dapoer Cesky dapat menarik perhatian dan kepercayaan lebih banyak pelanggan potensial. Dengan dukungan yang diberikan oleh KKN Kelompok 88, termasuk pendampingan dalam hal analisis data, perubahan logo, pemotretan produk, dan pembuatan materi promosi, usaha kuliner ini diharapkan dapat tumbuh dan berkembang menjadi pelaku usaha yang sukses di Kelurahan Gunung Anyar Tambak. Melalui upaya kolaboratif ini, Dapoer Cesky memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas pangsa pasarnya, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Kesuksesan ini tidak hanya akan memberikan dampak positif bagi Dapoer Cesky sebagai usaha kuliner, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang lebih luas bagi masyarakat di sekitar Kelurahan Gunung Anyar Tambak.

DISKUSI

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya (Janah, Diana, & Pramudyawardhani, 2022) yang berjudul “Pelatihan Dan Pendampingan Strategi Branding Produk Bagi Umkm Di Kelurahan Gununganyar Kota Surabaya” menjelaskan bahwa branding sangat berpengaruh dalam berwirausaha karena menentukan citra sebuah produk yang akan dijual. Pelatihan dan pendampingan branding produk memiliki peranan yang sangat penting, tidak hanya bagi penulis, tetapi juga bagi para UMKM. Aktivitas pelatihan dan pendampingan ini meliputi aspek packaging dan labelling, fotografi produk, serta e-commerce dan media sosial. Dalam era teknologi yang terus berkembang, persaingan di berbagai sektor bisnis semakin ketat. Jika UMKM tidak mendapatkan pendampingan dan pelatihan branding, terutama dalam hal penting seperti packaging dan labelling, fotografi produk, serta e-commerce dan media sosial, kemampuan mereka untuk bersaing dapat terhambat.

KESIMPULAN

KKN Kelompok 88 UPN Veteran Jawa Timur melakukan observasi terhadap UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak untuk mengidentifikasi produk potensial dan pemilihan UMKM yang layak untuk dibina. UMKM Cesky Cookies terpilih sebagai penerima bimbingan. Melalui wawancara dengan pemilik UMKM Cesky Cookies, terungkap beberapa kendala yang dihadapi seperti penurunan permintaan akibat pandemi COVID-19 dan persaingan ketat di sektor kuliner di Kelurahan Gunung Anyar Tambak. Oleh karena itu KKN Kelompok 88 berkomitmen untuk memberikan bimbingan dan dukungan kepada Bu Ayu dalam hal perencanaan bisnis, strategi pemasaran, dan pengembangan produk.

KKN Kelompok 88 memberikan rekomendasi perubahan nama UMKM Cesky Cookies menjadi "Dapoer Cesky" agar dapat menarik minat lebih banyak pelanggan dengan menonjolkan keberagaman produk kuliner yang ditawarkan. Dalam rangka rebranding, dilakukan perubahan logo, pemotretan produk, penambahan lokasi usaha di Google Maps, serta pembuatan katalog dan banner sebagai materi promosi. Dengan rebranding ini, Dapoer Cesky diharapkan dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan tumbuh menjadi pelaku usaha yang sukses di Kelurahan Gunung Anyar Tambak.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada UMKM Dapoer Cesky, Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan dukungan dan bimbingan yang luar biasa, serta Tim LPPM yang telah memastikan kelancaran dan suksesnya kegiatan KKN dalam mendampingi UMKM. Tanpa kontribusi berharga dari mereka, kegiatan ini tidak akan mencapai hasil yang memuaskan. Terima kasih atas kerjasama, dedikasi, dan upaya yang telah diberikan, yang telah membantu kami mencapai tujuan kami dalam rebranding dan pengembangan UMKM Dapoer Cesky. spacing: 1)

DAFTAR REFERENSI

- Ardhanari, M., & Nugrohadhi, G. E. (2022). Pendampingan Packaging Dan Branding Pada Umkm Produk Khas Olahan Hasil Laut Di Kelurahan Sukolilo Baru – Kenjeran, Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.19184/jpma.v1i1.31415>
- Janah, Y. K., Diana, L., & Pramudyawardhani, M. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Strategi Branding Produk bagi UMKM di Kelurahan Gununganyar Kota Surabaya. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 60–79. <https://doi.org/10.35309/dharma.v3i1.5797>

- Muhammad, S. A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Minat Beli Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Produk Green Bean Kopi. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(4), 369. <https://doi.org/10.17977/um078v3i42021p369-376>
- Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *Channel: Jurnal Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>
- Rahman, Y., & Triani, A. R. (2023). Desain Kemasan Frozen Food Ukm Mr. Batagor. *Charity*, 6(1a), 66. <https://doi.org/10.25124/charity.v6i1a.5911>
- Sulistiono, S., & Mulyana, M. (2021). Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.512>
- Surono, A., P, B. P. P., & Sukmaraga, A. A. (2021). Rebranding Ukm Kafe Kopiright Malang Berbasis Analisis Swot Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), 125–143. <https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.136>
- Sutirto, T. W., Marwanti, S., & Sugiarti, R. (2023). Model Pengembangan Bank Sampah Berbasis Masyarakat untuk Mendukung Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Pembangunan Ekonomi Lokal di Kawasan Gunung Lawu. *ENVIRO: Journal of Tropical Environmental Research*, 24(2), 19. <https://doi.org/10.20961/enviro.v24i2.70416>
- Trisbiantoro, D., Kusyairi, A., & Mansur, S. (2020). Analisis Potensi Obyek Ekowisata Mangrove Gunung Anyar Kelurahan Gunung Anyar Tambak, Kecamatan Gunung Anyar Surabaya. *Techno-Fish*, 4(1), 52–71. <https://doi.org/10.25139/tf.v4i1.2726>
- Winarti, S., & Ningsih, Y. (2020). Pelatihan Pengemasan Dan Pelabelan bandeng Sapit Di UD. Barokah Gunung Anyar tambak. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.36339/je.v4i1.265>