

# Diversifikasi dan Strategi Pemasaran Produk Berbasis Online pada Industri Mendong Kecamatan Wajak Kabupaten Malang

Nurul Ratnawati <sup>1\*</sup>, I Nyoman Rujana <sup>2</sup>, Neni Wahyuningtyas <sup>3</sup>,  
Khofifatu Rohmah Adi <sup>4</sup>, Ferdinan Bashofi <sup>5</sup>

<sup>1-4</sup> Universitas Negeri Malang

<sup>5</sup> IKIP Budi Utomo

\* nurul.ratnawati.fis@um.ac.id

## Abstrak

Diversifikasi dan strategi pemasaran produk berbasis online menjadi salah satu dari sekian banyak masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha kerajinan mendong di Desa Blayu, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang. Hal ini karena, strategi pemasaran konvensional tidak dapat menjangkau pasar secara luas dalam waktu singkat serta belum mampu meningkatkan omset penjualan secara cepat jika dibandingkan dengan strategi pemasaran produk berbasis online. Mitra kegiatan ini adalah mitra yang mengarah pada ekonomi produktif dengan potensi dan peluang usaha di bidang kerajinan mendong yang ada di Desa Blayu. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk membantu mitra mencari alternatif solusi dengan melakukan diversifikasi, meningkatkan kualitas, dan melakukan strategi pemasaran produk berbasis online. Tahap awal yang dilakukan yaitu: 1) melaksanakan analisis kondisi dan situasi, 2) melaksanakan FGD bersama mitra, 3) melaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan, 4) dan melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan. Kegiatan pengabdian ini menghasilkan alternatif solusi bagi para pelaku usaha kerajinan mendong dalam melakukan diversifikasi produknya, sehingga dapat menghasilkan produk yang beragam dengan berkualitas unggul. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan solusi terhadap pemanfaatan teknologi untuk melakukan promosi dan pemasaran produk berbasis online menggunakan berbagai platform atau aplikasi media sosial serta e-commerce, agar dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan omset penjualan produk. Dampaknya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan bagi para pelaku usaha kerajinan mendong.

**Kata Kunci:** kerajinan Mendong, kualitas, strategi penjualan, pemasaran online

## Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM merupakan salah satu penopang dan roda penggerak vital bagi perekonomian. UMKM juga menjadi salah satu pemberdaya ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai kegiatan yang dijalankan (Liwakabessy et al., 2020), sehingga dapat menjadi pembuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang ada di sekitarnya (Indriastuti & Permatasari, 2022).

<https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/458>

Kabupaten Malang menjadi salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki branding *The Heart of East Java* untuk mengembangkan serta mempromosikan berbagai potensi serta besarnya sumberdaya yang terdapat di daerah ini (Athia & Primanto, 2020), baik dalam bidang pendidikan, perekonomian, pariwisata, dan lainnya. Salah satu potensi yang terdapat di wilayah Kabupaten Malang adalah sebagai wilayah penghasil mendong. Hal ini menjadi salah satu sebab banyaknya UMKM dan sentra industri rumahan yang menjalankan serta mengembangkan berbagai jenis produk kerajinan tangan yang dapat menjadi penunjang kegiatan ekonomi dan pariwisata.

Desa Blayu, Kecamatan Wajak merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Malang yang memiliki potensi pengembangan perekonomian melalui UMKM yang cukup besar. Banyak terdapat industri kerajinan mendong di wilayah ini, namun sayangnya potensi yang ada belum dikembangkan dan dikelola dengan optimal. Terdapat dua jenis produk utama yang dihasilkan dan bahan bakunya berasal anyaman mendong, seperti tikar serta tali tampar.

Sampai tahun 2022 ini terdapat sebanyak 26 unit usaha kerajinan mendong di Desa Blayu. Sentra industri mendong yang terdapat di Desa Blayu sudah ada sejak lama, namun sebagian besar merupakan bentuk usaha rumahan dengan manajemen pengelolaan yang masih sederhana serta tenaga kerja yang jumlahnya kurang dari 10 orang. Sistem produksi konvensional yang masih dipertahankan ini menyebabkan proses produksi memakan waktu yang cukup lama (Edy et al., 2019). Selain itu, sampai saat ini strategi pemasaran yang dilakukan pun masih secara konvensional atau secara langsung belum menggunakan strategi pemasaran berbasis *online*. Sehingga banyak usaha yang dijalankan sampai saat ini masih belum bisa berkembang dengan pesat. Terlebih lagi sejak masa pandemi Covid-19 yang menyebabkan terbatasnya mobilitas dan menurunnya daya beli masyarakat, sehingga lebih banyak yang memilih berbelanja secara *online*.

Selain permasalahan terkait pengelolaan manajemen usaha, terdapat permasalahan lainnya yang dihadapi oleh para pelaku usaha kerajinan mendong. Sampai saat ini mereka memiliki keterbatasan pengetahuan, ide, serta keterampilan untuk melakukan pengembangan atau diversifikasi produk kerajinan yang dihasilkan. Para pengrajin mendong menyadari bahwa salah satu strategi untuk mempertahankan suatu usaha terletak pada inovasi yang dapat dilakukan secara terus-menerus mengikuti tren pasar dari produk yang dibuat. Dalam hal ini, para pengrajin dituntut agar mampu beradaptasi dengan cepat dan mampu membaca peluang serta tren pasar, sehingga dapat melakukan inovasi dan diversifikasi produk yang dihasilkan dengan memberikan kualitas yang unggul.

Pemerintah Kabupaten Malang telah melakukan beberapa program serta usaha untuk mengembangkan dan memajukan industri mendong di Wilayah ini. Program yang dilakukan antara lain dengan memberikan pelatihan, pendampingan, dan memberikan suntikan modal usaha bagi para pelaku industri kerajinan mendong (Athia & Primanto, 2020). Namun, hasilnya belum optimal karena program yang dilakukan pemerintah dirasa belum merata oleh para pelaku industri kerajinan mendong terutama di Desa Blayu, Kecamatan Wajak.

Perlu adanya solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha kerajinan mendong dan menjadi penghambat kemajuan UMKM di Desa Blayu. Tujuannya agar para

pelaku usaha tetap dapat bertahan serta mampu bersaing dengan produk lain di pasaran (Wulandari et al., 2021). Para pelaku usaha perlu mengembangkan kualitas produk dengan melakukan penganekaragaman jenis produk yang dihasilkan. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan potensi sumberdaya yang ada secara optimal sehingga dapat menghasilkan beragam produk yang khas dengan kualitas unggul. Selain itu, para pelaku usaha juga bisa untuk mulai menerapkan strategi promosi melalui media sosial. Pemasaran produk juga bisa dilakukan secara *online* dengan memasarkan produknya melalui *platform* atau aplikasi *e-commerce* agar dapat memperluas pasar dan meningkatkan omset penjualan produk.

## **Metode Pelaksanaan**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan beberapa tahap. Pertama, tim abdimas UM melakukan survei terhadap kondisi dan situasi dengan tujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, serta mengetahui kebutuhan mitra/sasaran. Tahap ini dilaksanakan melalui wawancara dan observasi secara langsung ke lapangan. Hal ini penting dilakukan agar dapat merancang solusi untuk membantu mitra dalam menghadapi berbagai permasalahan terkait pengembangan dan keberlanjutan usahanya.

Kedua, melaksanakan FGD bersama dengan para pelaku UMKM dan pihak desa selaku mitra dalam kegiatan pengabdian ini. FGD ini ditujukan untuk memberikan pemahaman dan menyamakan persepsi terkait visi misi semua pihak untuk membangun kesadaran bahwa penguatan ekonomi masyarakat dapat dilakukan dengan memperbaiki sistem manajemen pengelolaan UMKM kerajinan mendong.

Ketiga, melaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara berkesinambungan dan berkelanjutan pada bulan Juli 2022. Tujuannya adalah untuk membantu para pelaku usaha kerajinan mendong dalam melakukan diversifikasi serta meningkatkan kualitas produk, memberikan merek produk, merancang dan melaksanakan strategi pemasaran produk secara online melalui media sosial secara matang, serta mulai menerapkan sistem pemasaran produk berbasis online melalui berbagai platform jual beli online. Selain itu, para pelaku usaha juga difasilitasi untuk membuat papan nama usaha di lokasi/unit usaha masing-masing.

Keempat, merupakan tahap terakhir yang dilakukan dengan melakukan monitoring dan evaluasi. Kegiatan ini ditujukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai kendala atau permasalahan yang muncul di lapangan dan dihadapi oleh para pelaku usaha kerajinan mendong baik secara langsung atau tidak langsung. Hal ini dilakukan agar masalah dan kendala yang ada dapat segera teratasi serta mendapatkan solusi terbaik. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan refleksi dari keseluruhan program yang telah dilaksanakan dengan mitra. Tidak berhenti disini, pemantauan juga dilakukan secara berkesinambungan dengan pendekatan kerjasama kelembagaan antara pihak desa dan tim abdimas UM. Tujuannya agar bisa memberikan dampak finansial yang signifikan bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar, terutama bagi para pelaku usaha atau industri kerajinan mending.

## Hasil dan Pembahasan

### **Hasil Identifikasi Permasalahan yang Dihadapi oleh Para Pelaku Usaha atau Industri Kerajinan Mendong**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Blayu, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang pada bulan Juli 2022. Sesuai dengan tujuan utama kegiatan pengabdian untuk membantu para pelaku usaha kerajinan mendong dalam mengembangkan kualitas produk yang dihasilkan maka tim abdimas UM terlebih dahulu melakukan identifikasi dan analisis masalah yang dihadapi oleh mitra. Berdasarkan survei dan wawancara yang dilakukan, didapatkan bahwa: *Pertama*, sebagian besar para pelaku usaha kerajinan mendong memiliki pengetahuan yang cukup rendah dan belum paham terkait pemanfaatan *platform* jual beli *online* untuk memasarkan produknya. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha masih bertahan dengan strategi pemasaran konvensional hingga saat ini. *Kedua*, para pelaku usaha kerajinan mendong di Desa Blayu masih kesulitan untuk membaca dan mengikuti permintaan serta tren pasar yang sedang berkembang akan produk kerajinan mendong.



**Gambar 1.** Presentase Pengetahuan Pelaku Usaha Kerajinan Mendong Terhadap Pemanfaatan Platform Jual Beli Online (Data Primer, 2022)

*Ketiga*, para pengrajin anyaman Mendong memiliki keterbatasan ide dan gagasan untuk melakukan inovasi serta diversifikasi terhadap keberagaman jenis produk yang mereka produksi. Hal ini dikarenakan kebanyakan para pelaku usaha kerajinan Mendong yang bertahan sampai saat ini hanya menjalankan dan meneruskan usaha yang sudah dirintis oleh orang tua atau keluarganya. Selain itu, tidak banyak regenerasi pengrajin Mendong di kalangan pemuda sehingga menyebabkan terbatasnya kreasi produk yang diciptakan. Hal ini karena kurangnya wawasan terhadap tren produk yang ada di pasaran luar. Tidak hanya itu, permasalahan juga muncul karena adanya keterbatasan keterampilan dan alat yang digunakan dalam memproduksi kerajinan Mendong. Keterbatasan alat ini juga

disebabkan oleh keterbatasan modal para pelaku usaha kerajinan mendong. Tidak banyak pihak yang berinvestasi atau bekerja sama dengan para pengrajin Mendong di Desa Blayu karena kurangnya diversifikasi jenis produk yang dihasilkan serta masih kurangnya promosi yang dilakukan. Sehingga jangkauan pasar produk kerajinan mendong dari Desa Blayu masih terbatas. Berbagai permasalahan yang ada pada dasarnya saling berkaitan satu sama lain.

### ***Diversifikasi Produk Kerajinan Mendong***

Keterbatasan pengetahuan, ide, dan gagasan para pelaku usaha kerajinan mendong menyebabkan masih kurangnya inovasi dan diversifikasi produk yang dihasilkan menjadi salah satu masalah utama dalam menarik minat pembeli. Kegiatan pengabdian yang berfokus untuk membantu para pelaku usaha atau industri kerajinan mendong agar mendapatkan solusi dari permasalahan yang mereka hadapi. Tim abdimas UM mendatangkan 2 orang ahli dalam bidang desain dan pembuatan produk kerajinan dari Griya Jahit Harvie sebagai pemateri, sekaligus memberikan pelatihan untuk mengkreasi jenis produk kerajinan yang dihasilkan.

Kegiatan pertama yang dilaksanakan adalah pemberian materi terkait beragam jenis produk yang dapat dibuat dan dikreasikan dari bahan baku anyaman Mendong serta teknik pembuatannya. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada para pelaku usaha mendong terkait diversifikasi produk kerajinan mendong. Pada mulanya, para pelaku usaha kerajinan mendong hanya memproduksi tikar dan tali tampar saja. Produk yang dihasilkan pun masih belum memiliki motif atau ciri khas khusus yang menunjukkan identitas dan keunggulan kualitas kerajinan mendong dari Desa Blayu.

Pelatihan ini memberikan kesempatan kepada seluruh pelaku usaha kerajinan Mendong agar dapat berkreasi, berinovasi, dan melakukan diversifikasi produk dengan jenis yang lebih beragam dari bahan baku anyaman tali mendong seperti tas, vas bunga, dan tas tikar. Tidak hanya itu, diversifikasi yang dilakukan juga memberikan inovasi pada motif produk yang dihasilkan sehingga memiliki ciri khas Desa Blayu dengan kualitas yang unggul. Para peserta juga dibekali pengetahuan terkait diversifikasi produk yang harus dilakukan berdasarkan survei terhadap tren atau permintaan pasar terlebih dahulu.



**Gambar 2.** Pelatihan Pembuatan Tas dan vas dari Anyaman Mendong (Dokumentasi Pribadi, 2022)

Salah satu contoh kerajinan dari anyaman mendong yang dibuat dalam kegiatan pelatihan ini adalah Tas Tote Kombinasi. Berikut alat dan bahan, serta cara pembuatannya:

**TAS TOTE KOMBINASI**  
**BAHAN TIKAR MENDONG DAN SINTETIS**

Cara pembuatan :

1. Menyiapkan bahan dan alat yang dibutuhkan sebagai berikut:
  1. Tikar mendong uk. 20 x 42
  2. Sintetis uk. 9 x 42 ( 4 )
  3. Webbing/tali tas uk. Lebar 2.5 cm, Panjang 55cm (2)
  4. Foring spoonbon uk. 33cm x 84cm
  5. Kantong spoonbon uk 20cm x 23cm
  6. Pelapis tikar spoonbon 20cm x 42cm
  7. Kancing batok (1pcs)
  8. Klip / penjepit (6pcs)
  9. Jarum pentul (6pcs)
  10. Jarum tangan
  11. Mesin jahit
  12. Gunting
2. memotong bahan mendong dan sintetis
3. melapisi tikar mendong dengan bahan foring
4. kemudian dijahit jadi satu dengan sintetis
5. memotong foring dan membuat katong
6. menggabungkan foring dengan bahan utama
7. menyiapkan tali tas / webbing diantara foring dan bahan utama dengan ukuran yang sudah ditentukan
8. menyiapkan tali kancing ditengah tengah antara tali kanan dan kiri
9. semua tahapan diatas dijepit atau dijarum pentul sebelum dijahit
10. menutup bagian tas yang sudah dijarum/dijepit
11. memasang kancing

**Gambar 3.** Alat, Bahan, dan Cara Pembuatan Tas Tote Kombinasi (Dokumentasi Pribadi, 2022)



**Gambar 4.** Para Pengrajin dan Ragam Hasil Diversifikasi Produk Kerajinan Mendong (Dokumentasi Pribadi, 2022)

## **Perencanaan dan Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Online Produk Kerajinan Mendong**

Kegiatan yang dilaksanakan setelah pengembangan atau diversifikasi produk kerajinan anyaman mendong, para pelaku usaha juga diberikan wawasan dan pelatihan terkait implementasi strategi pemasaran produk berbasis online. Hal ini berkaitan erat dengan masalah pengelolaan atau manajemen usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha itu sendiri. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hampir 50% para pelaku usaha kerajinan mendong di Desa Blayu sampai saat ini masih memiliki pengetahuan dan keterampilan yang terbatas terkait pemanfaatan platform atau aplikasi jual beli online untuk melakukan pemasaran produknya. Mereka sampai saat ini masih bertahan dengan manajemen usaha yang dilakukan secara sederhana atau konvensional dan belum memanfaatkan platform jual beli online untuk melakukan promosi dan penjualan dari produk yang mereka hasilkan.

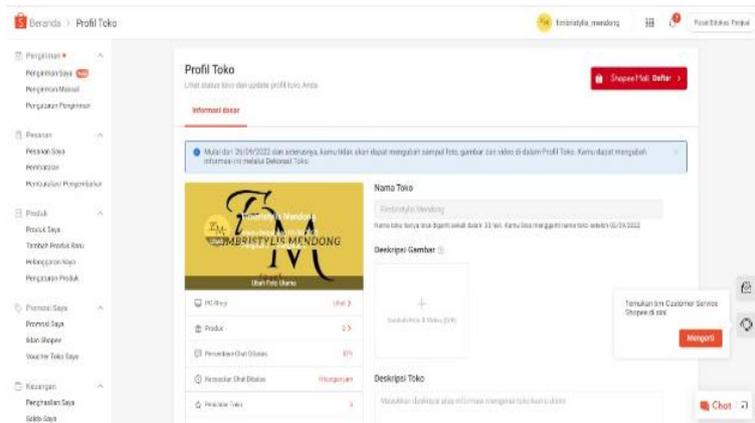
Padahal jika ditelaah lebih dalam lagi. Strategi pemasaran suatu produk adalah salah satu hal yang terpenting dalam menjalankan suatu usaha. Strategi pemasaran yang tepat dapat memberikan keuntungan pada para pelaku usaha karena dapat meningkatkan jangkauan pasar serta meningkatkan omset penjualan produknya (Nurhayaty, 2016). Hasilnya jika promosi yang dilakukan dan berhasil memperluas jangkauan pasar maka dapat meningkatkan omset penjualan serta pendapatan para pelaku usaha, termasuk para pelaku usaha Kerajinan Mendong di Desa Blayu.

Strategi promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara antara lain pembuatan merek dan kemasan (brand), melalui media sosial, penjualan tatap muka, dan (Rezki & Hapsari, 2019). Pemilihan sarana promosi yang digunakan harus mempertimbangkan beberapa faktor seperti segmen pasar yang dituju, anggaran yang tersedia, dan tujuan promosi (Khairani & Pratiwi, 2018). Berdasarkan hal tersebut, sarana atau media yang bisa dipilih untuk melakukan strategi promosi yaitu pemberian merek, media sosial, pemanfaatan platform e-commerce, serta pembuatan papan nama usaha.

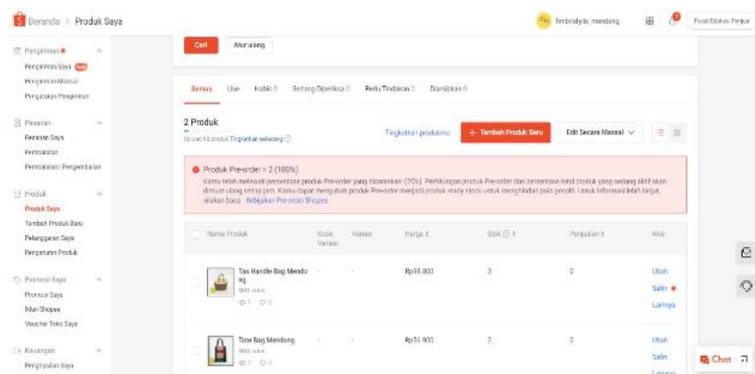
Melalui kegiatan ini para pelaku usaha kerajinan mendong dibantu oleh tim abdimas UM dalam melakukan perancangan serta pemberian nama/merek serta logo. Merek merupakan nama dan/atau simbol yang bersifat membedakan, seperti sebuah logo, cap, atau kemasan dengan maksud mengidentifikasi produk dan membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing (Sa'diya, 2017). Selain itu, mereka juga mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan wawasan terkait strategi promosi secara online melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook. Sedangkan strategi pemasaran produk bisa dilakukan dengan memanfaatkan penggunaan platform jual beli online atau e-commerce menggunakan aplikasi Shopee, Tokopedia, dan lainnya.

Tidak berhenti pada pemberian wawasan dan pengetahuan terkait strategi pemasaran online saja. Para pelaku usaha kerajinan Mendong juga dilatih secara langsung untuk menggunakan aplikasi-aplikasi tersebut. Para peserta pelatihan dibimbing mulai tahap awal untuk memposting produknya. Mulai dari cara pendaftaran akun, proses verifikasi data diri penjual, serta cara memposting foto, deskripsi, dan harga produk yang akan dijual. Shopee adalah aplikasi e-commerce pertama yang dipilih dan digunakan oleh salah satu pelaku usaha kerajinan mendong untuk memulai promosi dan menjual produknya secara online. Akun toko yang dibuat diberi nama "Fimbristyle Mendong", yang di

dalamnya menjual berbagai produk hasil inovasi dan diversifikasi kerajinan mendong seperti tas tote, vas bunga, serta tas tiker mendong.



**Gambar 5.** Akun E-commerce Milik Salah Satu Pengrajin Mendong Hasil Mengikuti Pelatihan (Dokumentasi Pribadi, 2022)



**Gambar 6.** Gambar Produk Kerajinan Mendong yang Dijual pada Akun E-Commerce (Dokumentasi Pribadi, 2022)

## Kesimpulan

Desa Blayu Kecamatan Wajak Kabupaten Malang memiliki potensi sumberdaya mendong yang cukup besar, namun sampai saat ini pemanfaatannya masih belum maksimal. Hal ini karena para pelaku usaha kerajinan mendong menghadapi berbagai kendala yang saling berkaitan satu sama lain dalam mengembangkan serta strategi dalam menjalankan usahanya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya untuk membantu serta memfasilitasi para pelaku usaha kerajinan mendong dalam mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi.

Alternatif solusi yang ditawarkan pada para pelaku usaha kerajinan mendong di Desa Blayu adalah dengan melakukan diversifikasi jenis produk yang dihasilkan dari bahan baku mendong, sehingga tidak terbatas hanya untuk menghasilkan produk tali tampar dan tiker saja. Selain itu, memberikan solusi untuk melakukan promosi produk yang akan dijual secara online melalui berbagai aplikasi media sosial agar dapat meningkatkan jangkauan pasar. Pemanfaatan *platform* atau aplikasi *e-commerce* juga dijadikan sebagai alternatif

solusi untuk melakukan penjualan produk kerajinan mendong secara *online* agar dapat meningkatkan omset penjualan dan penghasilan bagi para pelaku usaha.

## Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Universitas Negeri Malang yang telah memberikan sponsor, sehingga kegiatan pelatihan ini bisa dilakukan. Tidak hanya itu, terima kasih juga kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Blayu sebagai mitra dalam penyelenggaraan pelatihan ini, sehingga pelatihan dapat berjalan dengan lancar tanpa kurang suatu apapun.

## Referensi

- Athia, I., & Primanto, A. B. (2020). Kriya Mendong: Upaya Diversifikasi Produk Potensi Desa, Kreasi Wirausaha Masyarakat Desa Blayu dengan bantuan Aplikasi Teknologi Multimedia. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi*, 4(2), 106–115. <https://doi.org/10.33366/jast.v4i2.1807>
- Edy, D. L., Widiyanti, W., Riza, F., & Sofia, K. (2019). Peningkatan Hasil Produksi UMKM Pengrajin Serta Mendong Desa Blayu Kec. Wajak. *Jurnal KARINOV*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.17977/umo45v2i2p89-92>
- Indriastuti, M., & Permatasari, D. (2022). Peningkatan Kemampuan Akuntansi UMKM Berbasis Digital. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(1). <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i1.9352>
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Leiwakabessy, P., Lahallo, F. F., Ferdinandus, A. Y., Pattiwael, M., Pakpahan, R. R., & Rupilele, F. G. J. (2020). Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha. *J-DEPACE (Journal of Dedication to Papua Community)*, 3(2). <https://doi.org/10.34124/jpkm.v3i2.66>
- Rezki, M. A., & Hapsari, D. R. (2019). Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal di Rumah Kopi Ranin. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1). <https://doi.org/10.46937/17201926589>
- Sa'diya, L. (2017). Strategi Promosi di Media Sosial Instagram terhadap Kesadaran Merek di Era Generasi Z. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2). <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i2.3530>
- Wulandari, M., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2021). Strategi Diversifikasi Produk Pada UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gantangan Kecamatan Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 15(1). <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.19704>