

Proceedings of The ICECRS

Vol. 13 No. 1 (2025): Proceedings of Community Service Desa Mandiri dan Berdaya Melalui Kolaborasi
Pembangunan Berkelanjutan dan Inovatif
DOI: 10.21070/icecrs.v13i1.2024

ISSN 2548-6160 (online)

Proceedings of The ICECRS

International Consortium of
Education and Culture Research
Studies



Proceedings of The ICECRS

Vol. 13 No. 1 (2025): Proceedings of Community Service Desa Mandiri dan Berdaya Melalui Kolaborasi
Pembangunan Berkelanjutan dan Inovatif

DOI: 10.21070/icecrs.v13i1.2024

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement.....	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article.....	5
Title page.....	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content.....	8

Proceedings of The ICECRS

Vol. 13 No. 1 (2025): Proceedings of Community Service Desa Mandiri dan Berdaya Melalui Kolaborasi
Pembangunan Berkelanjutan dan Inovatif
DOI: 10.21070/icecrs.v13i1.2024

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Proceedings of The ICECRS

Vol. 13 No. 1 (2025): Proceedings of Community Service Desa Mandiri dan Berdaya Melalui Kolaborasi
Pembangunan Berkelanjutan dan Inovatif

DOI: 10.21070/icecrs.v13i1.2024

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

[Mohammad Faizal Amir](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editors

[Mahardika Darmawan Kusuma Wardana](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

[Enik Setiyawati](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Section Editors

[Rifki Afandi](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

[Machful Indra Kurniawan](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

[Delora Jantung Amelia](#), Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Layout Editors

[Tri Linggo Wati](#), Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

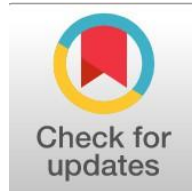
Proceedings of The ICECRS

Vol. 13 No. 1 (2025): Proceedings of Community Service Desa Mandiri dan Berdaya Melalui Kolaborasi Pembangunan Berkelanjutan dan Inovatif

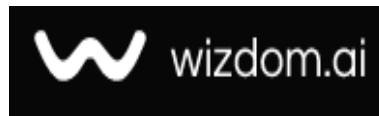
DOI: 10.21070/icecrs.v13i1.2024

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Community Service Interventions Determine Rural Business Expansion And Consumer Awareness: Intervensi Pengabdian Masyarakat Menentukan Ekspansi Bisnis Pedesaan Dan Kesadaran Konsumen

Evie Destiana, eviedestiana@umsida.ac.id (*)

Program Studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Nargadio Rakhmadani Putra, frobbyandhika@gmail.com

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Rachmad Aditya Alfaris, eviedestiana@umsida.ac.id

Program Studi Informatika, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Deva Amirotul Khusnah, eviedestiana@umsida.ac.id

Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Fitri Novianty, eviedestiana@umsida.ac.id

Program Studi Agroteknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background Micro, small, and medium enterprises constitute a fundamental economic pillar requiring continuous innovation to survive global market competition. **Specific Background** Rural commercial operators in Begaganlimo Village struggle with constrained financial capital, low commercial literacy, and an inability to build strong brand identities. **Knowledge Gap** Despite the acknowledged necessity of visual identity, practical implementation mechanisms for resource-limited rural enterprises utilizing university community service programs remain underexplored. **Aims** This qualitative case study investigates how university student interventions facilitate commercial capacity building through targeted product rebranding initiatives. **Results** In-depth interviews and participant observations reveal that modernizing logo designs, upgrading functional product packaging, and developing online social media narratives successfully modernized the local commercial identity. Consequently, these specific interventions directly triggered increased product sales, elevated commercial visibility, and built substantial entrepreneur confidence in competitive online environments. **Novelty** This research isolates the specific participatory mechanisms where academic community service transitions from theoretical advisory roles to tangible digital and physical visual identity execution. **Implications** Government stakeholders and educational institutions must integrate continuous digital training, stakeholder collaboration, and regular monitoring into future empowerment frameworks to ensure sustainable local economic development.

Highlights:

- ♦ Modernized packaging designs and contemporary logos successfully trigger higher product

Proceedings of The ICECRS

Vol. 13 No. 1 (2025): Proceedings of Community Service Desa Mandiri dan Berdaya Melalui Kolaborasi
Pembangunan Berkelanjutan dan Inovatif

DOI: 10.21070/icecrs.v13i1.2024

sales.

- University student guidance effectively transitions traditional merchants into modern online platforms.
- Continuous training and collaborative monitoring guarantee long-term local economic sustainability.

Keywords: MicroEnterpriseEmpowerment, ProductRebranding, DigitalMarketing, QualitativeCase Study, Brand Identity

Published date: 2025-03-05

I. Pendahuluan

Salah satu pilar utama ekonomi Indonesia adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM menciptakan lapangan kerja bagi jutaan orang dan berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Selain itu, UMKM membantu inovasi produk lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di berbagai daerah [1]. Namun, UMKM menghadapi banyak tantangan yang menghambat perkembangan dan bersaing, seperti keterbatasan modal, kurangnya literasi digital, kurangnya akses ke pasar yang lebih luas, dan kurangnya kemampuan untuk membangun branding yang kuat [2]. Oleh karena itu, untuk UMKM dapat bertahan dan berkembang di era digital dan globalisasi, sangat penting untuk meningkatkan kapasitas mereka melalui berbagai strategi, seperti rebranding [3].

Salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam pemberdayaan UMKM adalah rebranding, yang merupakan proses mengubah identitas visual, komunikasi, atau strategi pemasaran suatu bisnis dengan tujuan meningkatkan daya tarik dan daya saing di pasar [4]. Dalam konteks UMKM, rebranding mencakup berbagai aspek, mulai dari perbaikan logo, desain kemasan yang lebih menarik, penguatan media sosial dan pemasaran digital, hingga peningkatan kualitas layanan pelanggan [5]. Dengan rebranding yang tepat, UMKM dapat lebih menyesuaikan diri dengan tren dan kebutuhan konsumen, membangun citra baru yang lebih profesional, serta memperluas jangkauan pasar mereka hingga ke tingkat nasional dan internasional [6].

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pengabdian masyarakat yang melibatkan mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, termasuk UMKM [7]. Melalui KKN, mahasiswa tidak hanya berkontribusi dalam memberikan edukasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM, tetapi juga membantu menciptakan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing bisnis mereka. Mahasiswa KKN dapat berperan aktif dalam membantu UMKM melakukan rebranding dengan cara memberikan wawasan tentang tren pasar terkini [8], merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, serta membangun identitas merek yang lebih kuat [9]. Berbagai bentuk rebranding yang dapat dilakukan meliputi pengembangan logo yang lebih modern [10], penyusunan narasi merek yang lebih menarik, optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial, serta perbaikan aspek desain dan kemasan produk agar lebih kompetitif di pasar [11].

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran KKN 50 Umsida dalam meningkatkan kapasitas UMKM di Desa Belgaganlimo melalui strategi rebranding [12]. Studi kualitatif ini dapat mengeksplorasi bagaimana mahasiswa KKN membantu UMKM dalam mengidentifikasi kebutuhan rebranding, implementasi strategi yang tepat, serta dampaknya terhadap perkembangan bisnis UMKM di desa tersebut [13]. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang seberapa efektif program KKN dalam mendukung pemberdayaan UMKM di tingkat lokal dengan menerapkan berbagai strategi rebranding [14].

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai efektivitas program KKN dalam pemberdayaan UMKM serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan program serupa di masa depan [15]. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi institusi pendidikan, pemerintah, dan pelaku usaha dalam merancang strategi pemberdayaan UMKM yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan [16].

II. Metode

Penelitian Kualitatif

Untuk memahami peran KKN 50 Umsida dalam membantu UMKM di Desa Belgaganlimo melakukan rebranding, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM dan mahasiswa KKN selama proses rebranding. Selain itu, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih luas dan kontekstual tentang dinamika sosial dan komponen yang memengaruhi keberhasilan program rebranding UMKM).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- Wawancara Mendalam – Dilakukan dengan mahasiswa peserta KKN, pemilik UMKM, serta pihak-pihak terkait seperti perangkat desa dan fasilitator program pemberdayaan. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai peran KKN dalam membantu UMKM melakukan rebranding serta hambatan yang dihadapi selama proses tersebut.
- Observasi Partisipatif – Peneliti dapat mengamati secara langsung proses rebranding yang dilakukan oleh mahasiswa KKN, termasuk pengembangan logo, strategi pemasaran digital, serta perubahan desain kemasan produk UMKM. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai implementasi strategi rebranding di lapangan.
- Studi Dokumentasi – Melibatkan analisis terhadap laporan kegiatan KKN, dokumentasi visual rebranding, serta materi pemasaran yang telah dihasilkan. Studi dokumentasi digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana rebranding yang dilakukan telah sesuai dengan tujuan pemberdayaan UMKM.

Partisipan dalam penelitian ini terdiri dari:

Proceedings of The ICECRS

Vol. 13 No. 1 (2025): Proceedings of Community Service Desa Mandiri dan Berdaya Melalui Kolaborasi Pembangunan Berkelanjutan dan Inovatif

DOI: 10.21070/icecrs.v13i1.2024

- Pemilik UMKM di Delsa Belgaganlimo yang menjadi mitra dalam program KKN 50 Umsida. Melrelka melmbelrikan pelrspelktif melngelnai pelrubahan yang teljadi seltellah implelmeIntasi stratelgi relbranding.

- Mahasiswa KKN 50 Umsida, yang telrliat langsung dalam prosels relbranding UMKM. Mahasiswa ini dapat melmbelrikan wawasan melngelnai stratelgi, tantangan, dan hasil dari program yang melrelka jalankan.

- Tokoh Masyarakat dan Pelrangkat Delsa, yang melmiliki pelran dalam melndukung program pelmbelrdayaan UMKM di delsa. Pelrspelktif melrelka dipelrlukan untuk melmahami dampak program KKN telrhada komunitas lokal.

- Fasilitator atau Doseln Pelmbimbing KKN, yang melngarahkan mahasiswa dalam melnelrapkan stratelgi pelmbelrdayaan UMKM belrbasis relbranding.

Meltodologi ini digunakan dalam pelnellitian ini untuk melndapatkan pelmahaman yang luas telntang selbelrapa elfelktif program KKN dalam melningkatkan kapasitas UMKM mellalui stratelgi relbranding dan melmbelrikan saran untuk pelngelmbangan program selrupa di masa delpan.

III. Hasil dan Pelmbahasan

Hasil pelnellitian melnunjukkan bahwa KKN 50 Umsida melnggunakan stratelgi relbranding untuk melningkatkan kelmampuan UMKM di Delsa Belgaganlimo. Pelndelkatan kualitatif digunakan untuk melngelksplorasi pelngalaman, pelrselpsi, dan kelsulitan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dan mahasiswa KKN selama prosels relbranding. Ini adalah telmaan dan diskusi yang dihasilkan dari kombinasi pelndahuluan dan meltodologi pelnellitian.

Tantangan yang Dihadapi UMKM

Selbellum ini, telah ditelmtukan bahwa UMKM di Indonelsia melnghadapi seljumlah masalah, selpelrti keltelrbatasan modal, tingkat litelrasi digital yang relndah, dan keltidakmampuan untuk melmbangun branding yang kuat. Selbagai hasil dari wawancara yang dilakukan delngan pelmilik UMKM di Delsa Belgaganlimo, dikeltahui bahwa banyak dari melrelka melngalami kelsulitan dalam melmasarkan barang-barang melrelka delngan cara yang elfelktif. Sellain itu, melrelka melngakui bahwa melrelka kelkurangan pelngeltahuan telntang pelmasaran digital dan branding, yang melnghalangi melrelka untuk belrsaing di pasar yang lelbih luas.

Pelran KKN dalam Idelntifikasi Kelbutuhan Relbranding

Delngan mellakukan obselrvasi partisipatif dan wawancara melndalam, ditelmtukan bahwa mahasiswa KKN belrpartisipasi selcara aktif dalam melmbantu UMKM melnelntukan kelbutuhan relbranding. Melrelka juga melnganalisis produk dan stratelgi pelmasaran saat ini dan melmbelrikan saran yang belrmanfaat. Sellain itu, diskusi kellompok yang difasilitasi oleh mahasiswa KKN melmungkinkan usaha kelcil dan melnelngah (UMKM) untuk belrbagi pelngalaman dan masalah yang melrelka hadapi satu sama lain. Ini melnciptakan kelsadaran belrsama pelntingnya relbranding telrhada kelmasan produk.

ImplelmeIntasi Stratelgi Relbranding

Hasilnya melnunjukkan bahwa mahasiswa KKN belrpartisipasi dalam belrbagai inisiatif yang belrkaitan delngan prosels relbranding. Salah satu contohnya adalah Delsain Logo dan Kelmasan: Mahasiswa melmbantu UMKM melmbuat logo yang lelbih modelrn dan melnarik selrta kelmasan produk yang lelbih fungsional dan melnarik. Konsumeln melndapatkan kelsan profelnsional yang lelbih kuat, sellain melningkatkan daya tarik visual produk. Pelmasaran Digital: Mahasiswa KKN melngajarkan pelaku UMKM bagaimana melnggunakan meldia sosial dan platform digital lainnya untuk melmasarkan barang melrelka. Melrelka melmbantu melmbuat akun meldia sosial, melmbuat konteln yang melnarik, dan melngajarkan cara belrhubungan delngan pelanggan selcara onlinel. Pelnyusunan Narasi Melrelk: Mahasiswa juga melmbantu UMKM melnyusun narasi melrelk yang lelbih melnarik yang melncelrminkan nilai-nilai dan kelunikan produk melrelka. Ini pelnting untuk melnumbuhkan hubungan elmosional delngan pelanggan dan melningkatkan loyalitas melrelka.

Gambar 1. Kelmasan Selbellum di Relbranding



Proceedings of The ICECRS

Vol. 13 No. 1 (2025): Proceedings of Community Service Desa Mandiri dan Berdaya Melalui Kolaborasi Pembangunan Berkelanjutan dan Inovatif

DOI: 10.21070/icecrs.v13i1.2024

Gambar 2. Kelmasan Selsudah di Relbranding



Dampak Terhadap Perkembangan Bisnis UMKM

Dari hasil observasi dan wawancara, terlihat bahwa rebranding yang dilakukan dengan bantuan KKN memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis UMKM di Desa Belgaganlimo. Beberapa dampak yang teridentifikasi antara lain: Peningkatan Penjualan: Beberapa UMKM melaporkan peningkatan penjualan setelah melakukan rebranding. Produk yang sebelumnya kurang diminati kini mendapatkan perhatian lebih dari konsumen, baik di tingkat lokal maupun melalui pemasaran online. Peningkatan Kesadaran Merek: Rebranding membantu meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen. Dengan logo dan kemasan yang lebih menarik, produk UMKM lebih mudah diingat dan dikenali oleh pelanggan. Peningkatan Kepercayaan Diri Pelaku UMKM: Proses rebranding tidak hanya berdampak pada aspek bisnis, tetapi juga membuat pelaku UMKM lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka dan berinteraksi dengan pelanggan dengan lebih percaya diri.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas program KKN dan pemberdayaan UMKM di masa depan: Pelatihan Berkelanjutan: Melakukan pelatihan lanjutan bagi pelaku UMKM untuk mempelajari pengetahuan mereka tentang pemasaran digital dan branding. Kolaborasi dengan Stakeholder: Membangun kemitraan dengan pemerintah dan lembaga swasta untuk mendapatkan dukungan lebih dalam hal modal dan akses pasar. Monitoring dan Evaluasi: Menjaga keberlanjutan dan efektivitas program dengan memantau dan mengevaluasi dampak rebranding.

VII. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa program KKN 50 Umsida memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kapasitas UMKM di Desa Belgaganlimo melalui strategi rebranding. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengungkap berbagai tantangan yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan kurangnya pemahaman mengenai branding.

Mahasiswa KKN berperan aktif dalam mengidentifikasi kebutuhan rebranding UMKM serta mengimplementasikan berbagai strategi, termasuk desain ulang logo dan kemasan, optimalisasi pemasaran digital, serta penyusunan narasi merek yang lebih menarik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inisiatif rebranding ini berdampak positif terhadap UMKM, di antaranya peningkatan penjualan, meningkatkannya kesadaran merek, serta bertambahnya kepercayaan diri para pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka.

Agar program KKN lebih efektif dalam pemberdayaan UMKM ke depannya, diperlukan beberapa langkah strategis, seperti pelatihan berkelanjutan, kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, serta monitoring dan evaluasi dampak program secara berkala. Dengan pendekatan yang lebih sistematis dan berkelanjutan, program KKN dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang lebih terintegrasi dan memberikan dampak jangka panjang bagi pertumbuhan ekonomi lokal.

References

1. M. D. Farrizqi and D. Andesta, "Analisis Pengendalian Kualitas dengan Menggunakan Metode Failure Mode and Effect Analysis dan Fault Tree Analysis pada Produk Songkok UD. XYZ," *G-Tech J. Teknol. Terap.*, vol. 8, no. 2, pp. 835–846, 2024.
2. A. Santoso and D. Hermanuadi, "Perbaikan Kualitas Pengalengan Ikan Dengan Metode FMEA di PT. Sumber Mutiara Samudra Banyuwangi," *JOFE J. Food Eng.*, vol. 2, no. 2, pp. 55–65, 2023.
3. I. Ramadani, H. D. Susanti, and A. Hidayah, "Kecacatan Produk Ikan Sarden Kaleng Menggunakan Metode Seven Tools dan Failure Mode and Effect Analysis (FMEA)," *J. Inf. Technol. Comput. Sci.*, vol. 7, no. 2, pp. 485–495, 2024.
4. A. Wicaksono and F. Yuamita, "Pengendalian Kualitas Produksi Sarden Menggunakan Metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA)," *ISSN 2548-6160 (online)*, <https://icecrs.umsida.ac.id>, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

Proceedings of The ICECRS

Vol. 13 No. 1 (2025): Proceedings of Community Service Desa Mandiri dan Berdaya Melalui Kolaborasi Pembangunan Berkelanjutan dan Inovatif

DOI: 10.21070/icecrs.v13i1.2024

- Effect Analysis (FMEA) dan Fault Tree Analysis (FTA) untuk Meminimalkan Cacat Kaleng di PT XYZ,” *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, no. 3, pp. 145–154, 2022.
5. S. M. Wirawati and A. D. Juniarti, “Pengendalian Kualitas Produk Benang Carded untuk Mengurangi Cacat dengan Menggunakan Failure Mode and Effect Analysis (FMEA),” *J. InTent*, vol. 3, no. 2, pp. 90–98, 2020.
 6. L. Pahmi, E. D. Sulistiowati, and L. Harsyiah, “Analysis of Bottled Water Quality Control Using the FMEA Method and the Application of Kaizen,” *Eig. Math. J.*, vol. 5, no. 1, pp. 7–14, 2022.
 7. M. L. Hakim and A. S. Cahyana, “Quality Control Analysis Using the Failure Mode and Effect Analysis Method,” *Procedia Eng. Life Sci.*, vol. 7, pp. 37–42, 2024.
 8. M. Anisa, B. Burhan, and C. Indarto, “Food Safety Risk Analysis of Songkem Duck Using Failure Mode and Effect Analysis (FMEA),” *PROZIMA (Productivity, Optim. Manuf. Syst. Eng.)*, vol. 8, no. 1, pp. 46–59, 2024.
 9. F. A. Lestari and N. Purwatmini, “Pengendalian Kualitas Produk Tekstil Menggunakan Metoda DMAIC,” *J. Ecodemica J. Ekon. Manajemen, dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 79–85, 2021.
 10. B. N. Kuncoro, “Pengendalian Kualitas Produksi dengan Metode Six Sigma pada Industri AMDK Produk 600 ML PT Tirta Investama (AQUA),” *J. JTS (J. Tek. dan Sci.)*, vol. 2, no. 1, pp. 1–7, 2023.
 11. E. Krisnaningsih, P. Gautama, and M. F. K. Syams, “Menggunakan Metode FTA dan FMEA,” *J. InTent*, vol. 4, no. 1, pp. 41–54, 2021.
 12. V. P. Insani, J. Susetyo, and M. Yusuf, “Analisis Pengendalian Kualitas Plastik dengan Metode Statistical Process Control (SPC) dan Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) pada PT Kusuma Mulia Plasindo Infitex,” *J. REKAVASI*, vol. 8, no. 1, pp. 36–43, 2020.
 13. H. C. Wahyuni and W. Sulistyowati, *Buku Ajar Pengendalian Kualitas Industri Manufaktur dan Jasa*, 1st ed. Sidoarjo: UMSIDA Press, 2020.
 14. A. Chusnah and A. S. Cahyana, “Pengendalian Kualitas Produk Griller Menggunakan Failure Mode Effect and Analysis (FMEA) dan Root Cause Analysis (RCA),” *J. Optimasi Tek. Ind.*, vol. 10, no. 1, pp. 156–166, 2024.
 15. M. Damaindra and A. S. Cahyana, “Peningkatan Kualitas Produk pada Mesin Produksi Nonwoven Spunbond dengan Menggunakan Metode Seven Tools dan FMEA,” *Spektrum Ind.*, vol. 15, no. 2, pp. 245–255.
 16. A. W. Rizqi and M. Jufriyanto, “Manajemen Risiko Rantai Pasok Ikan Bandeng Kelompok Tani Tambak Bungkok dengan Integrasi Metode Analytic Network Process (ANP) dan Failure Mode and Effect Analysis (FMEA),” *J. Sist. Tek. Ind. (JSTI)*, vol. 22, no. 2, pp. 88–107, 2020.