

INOVASI BRANDING UMKM KERAJINAN KAYU UNTUK MEMPERLUAS PASAR DAN MENDUKUNG EKONOMI KREATIF DI DESA MOJO RAHAYU

Siti Afifah¹, Marlina², Bagus Muzaki³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda
e-mail: afifah@unuha.ac.id

Abstrak

UMKM kerajinan kayu memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat ekonomi kreatif lokal. Namun, permasalahan branding dan keterbatasan akses pasar sering menjadi kendala dalam pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi inovasi branding UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu agar mampu memperluas pasar sekaligus mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas visual, digital branding, storytelling, kolaborasi desain, dan sertifikasi produk menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing. Dengan strategi ini, UMKM kerajinan kayu tidak hanya dapat meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memperluas pasar hingga ke tingkat global.

Kata kunci: Branding, UMKM, Kerajinan Kayu, Ekonomi Kreatif, Inovasi

Abstract

Woodcraft UMKM have great potential in improving community welfare and strengthening the local creative economy. However, branding issues and limited market access often pose challenges in business development. This research aims to examine branding innovation strategies for woodcraft UMKM in Mojo Rahayu Village to expand markets while supporting the sustainability of the creative economy. The research method uses a qualitative descriptive approach through literature studies and field observations. The results show that visual identity, digital branding, storytelling, design collaboration, and product certification are key factors in enhancing competitiveness. With this strategy, woodcraft UMKM can not only increase the added value of products but also expand markets to a global level.

Keywords: Branding, UMKM, Wood Crafts, Creative Economy, Innovation

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. Peran UMKM tidak hanya terlihat dari kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga dari kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta mendorong pemerataan pendapatan masyarakat. Dalam berbagai kondisi ekonomi, termasuk saat terjadi krisis, sektor UMKM terbukti memiliki daya tahan yang relatif kuat dibandingkan sektor usaha berskala besar. Oleh karena itu, keberadaan UMKM sering dipandang sebagai fondasi penting dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional sekaligus sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi berbasis masyarakat.

Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional menunjukkan betapa pentingnya sektor ini dalam struktur perekonomian Indonesia. Selain itu, UMKM juga berperan dalam menciptakan peluang usaha baru, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. Berbagai subsektor UMKM berkembang pesat di Indonesia, mulai dari sektor kuliner, fesyen, kerajinan tangan, hingga sektor jasa. Di antara berbagai subsektor tersebut, kerajinan kayu memiliki nilai strategis karena tidak hanya menghasilkan produk yang memiliki fungsi praktis, tetapi juga mengandung nilai estetika, budaya, dan identitas lokal yang khas.

Kerajinan kayu sebagai bagian dari industri kreatif memiliki potensi besar untuk berkembang karena memadukan keterampilan tradisional dengan kreativitas dalam menciptakan produk bernilai seni tinggi. Produk-produk kerajinan kayu tidak hanya digunakan sebagai perabot rumah tangga, tetapi juga sebagai elemen dekoratif, cenderamata, maupun karya seni yang mencerminkan karakter budaya suatu daerah. Dengan demikian, kerajinan kayu tidak hanya memberikan nilai ekonomi bagi

masyarakat, tetapi juga berperan dalam melestarikan tradisi dan kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun.

Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM kerajinan kayu adalah Desa Mojo Rahayu. Desa ini dikenal memiliki masyarakat yang telah lama mengembangkan keterampilan dalam mengolah kayu menjadi berbagai produk kerajinan. Keahlian tersebut diwariskan secara turun-temurun sehingga membentuk identitas ekonomi lokal yang kuat. Berbagai produk kerajinan kayu yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Mojo Rahayu meliputi perabot rumah tangga seperti meja, kursi, dan lemari, hingga produk ukiran serta kerajinan dekoratif yang memiliki ciri khas tersendiri. Keunikan desain serta kualitas pengerjaan yang dihasilkan menunjukkan bahwa potensi industri kerajinan kayu di desa ini cukup menjanjikan untuk dikembangkan lebih lanjut.

Selain memiliki potensi sumber daya manusia yang terampil, ketersediaan bahan baku kayu di sekitar wilayah tersebut juga menjadi salah satu faktor pendukung berkembangnya usaha kerajinan kayu. Kondisi ini memungkinkan masyarakat untuk mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan. Tidak sedikit pelaku UMKM di Desa Mojo Rahayu yang menggantungkan mata pencahariannya pada sektor kerajinan kayu sebagai sumber pendapatan utama. Dengan demikian, perkembangan sektor ini memiliki dampak langsung terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

Namun demikian, potensi besar yang dimiliki oleh UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu belum sepenuhnya mampu dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha adalah keterbatasan dalam pengelolaan pemasaran, khususnya dalam hal pengembangan strategi branding yang efektif dan inovatif. Sebagian besar produk kerajinan kayu masih dipasarkan secara tradisional, baik melalui penjualan langsung maupun melalui jaringan pelanggan yang terbatas. Produk yang dihasilkan sering kali belum memiliki identitas merek yang kuat, seperti logo, kemasan yang menarik, maupun konsep visual yang mampu membedakan produk tersebut dari produk sejenis di pasaran.

Kondisi tersebut menyebabkan produk kerajinan kayu dari Desa Mojo Rahayu kurang memiliki daya tarik yang kuat di mata konsumen yang lebih luas. Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, persaingan produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas fisik produk, tetapi juga oleh citra merek, nilai cerita di balik produk, serta cara produk tersebut dipresentasikan kepada konsumen. Tanpa adanya strategi branding yang jelas, produk kerajinan kayu yang sebenarnya memiliki kualitas baik berpotensi kalah bersaing dengan produk lain yang memiliki kemasan dan identitas merek yang lebih kuat.

Branding pada dasarnya merupakan proses membangun identitas dan citra suatu produk atau usaha sehingga dapat dikenali dan diingat oleh konsumen. Melalui branding yang efektif, sebuah produk tidak hanya dipandang sebagai barang yang memiliki kemasan dan identitas merek yang lebih kuat.

Branding pada dasarnya merupakan proses membangun identitas dan citra suatu produk atau usaha sehingga dapat dikenali dan diingat oleh konsumen. Melalui branding yang efektif, sebuah produk tidak hanya dipandang sebagai barang yang memiliki fungsi tertentu, tetapi juga sebagai simbol nilai, kualitas, serta karakter yang membedakannya dari produk lain. Dalam konteks UMKM, branding menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan nilai tambah produk, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat loyalitas konsumen.

Seiring dengan berkembangnya konsep ekonomi kreatif, inovasi dalam bidang branding semakin menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM. Ekonomi kreatif menekankan pada pemanfaatan kreativitas, ide, dan inovasi sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi. Dalam kerangka ini, branding tidak hanya berkaitan dengan desain logo atau kemasan produk, tetapi juga mencakup pembangunan narasi atau cerita yang menggambarkan keunikan produk, nilai budaya yang terkandung di dalamnya, serta identitas lokal yang melekat pada produk tersebut. Bagi UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu, penerapan inovasi branding dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing sekaligus memperluas pasar. Dengan mengembangkan identitas visual yang kuat, memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan platform pemasaran daring, serta mengangkat nilai-nilai kearifan lokal sebagai bagian dari cerita produk, kerajinan kayu dari desa ini memiliki peluang besar untuk dikenal oleh konsumen yang lebih luas. Bahkan, dengan strategi yang tepat, produk-produk tersebut tidak hanya berpotensi menembus

pasar nasional, tetapi juga memiliki peluang untuk memasuki pasar internasional yang semakin terbuka terhadap produk-produk kerajinan bernilai budaya.

Selain itu, penguatan branding juga dapat memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Identitas merek yang kuat dapat membantu pelaku usaha membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak, seperti distributor, toko kerajinan, maupun platform e-commerce. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mendorong pertumbuhan usaha yang lebih stabil dan berkelanjutan bagi para pelaku UMKM di Desa Mojo Rahayu.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa inovasi branding memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pengembangan UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu. Kajian mengenai strategi branding yang inovatif diperlukan untuk mengidentifikasi berbagai pendekatan yang dapat diterapkan guna meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat identitas merek, serta memperluas jangkauan pemasaran. Oleh karena itu, penelitian atau kajian mengenai inovasi branding pada UMKM kerajinan kayu menjadi relevan dan penting sebagai upaya mendukung transformasi UMKM menuju ekosistem ekonomi kreatif yang lebih kompetitif, adaptif, dan berkelanjutan di era modern.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara partisipatif, sistematis, dan berorientasi pada pemberdayaan mitra. Mengingat UMKM kerajinan kayu Desa Mojo Rahayu bergerak di bidang ekonomi produktif, maka pendekatan yang digunakan melibatkan minimal dua bidang permasalahan yaitu:

1. Permasalahan Branding dan Pemasaran – meliputi penguatan identitas produk, desain kemasan, katalog digital, serta strategi digital marketing.
2. Permasalahan Manajemen Usaha – meliputi pelatihan pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan produksi, serta strategi pengembangan usaha berbasis data pasar.

Tahapan kegiatan dilaksanakan melalui observasi, perencanaan, implementasi, pendampingan, dan evaluasi. Prinsip utama pelaksanaan adalah *learning by doing*, yaitu mitra terlibat langsung dalam setiap proses, bukan hanya sebagai penerima manfaat, melainkan juga sebagai pelaku aktif yang membangun kapasitas usaha secara mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM yang berfokus pada inovasi branding UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu menghasilkan beberapa capaian yang berkaitan dengan peningkatan pemahaman pelaku usaha, penguatan identitas produk, serta perluasan strategi pemasaran. Hasil kegiatan diperoleh melalui serangkaian tahapan kegiatan yang meliputi observasi awal, pelatihan branding, pendampingan pembuatan identitas visual produk, serta pengenalan pemasaran digital. Pada tahap awal kegiatan, tim PKM melakukan observasi dan wawancara kepada pelaku UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu untuk mengetahui kondisi usaha yang sedang dijalankan. Berdasarkan hasil observasi tersebut diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha telah memiliki keterampilan yang baik dalam memproduksi berbagai kerajinan kayu seperti perabot rumah tangga, ukiran kayu, serta produk dekoratif. Namun, sebagian besar produk yang dihasilkan belum memiliki identitas merek yang jelas dan masih dipasarkan secara tradisional. Setelah dilakukan identifikasi permasalahan, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan branding kepada pelaku UMKM. Dalam kegiatan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya branding dalam pengembangan usaha serta bagaimana cara membangun identitas produk yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Pelatihan ini diikuti secara aktif oleh para pelaku usaha yang menunjukkan antusiasme dalam mempelajari strategi baru dalam memasarkan produk mereka.

Hasil dari kegiatan pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep branding dan pentingnya identitas usaha dalam meningkatkan nilai jual produk. Para pelaku usaha mulai memahami bahwa pemberian nama produk, logo, serta kemasan yang menarik dapat memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Selanjutnya, tim PKM melakukan pendampingan dalam pembuatan identitas visual produk yang meliputi pembuatan logo usaha, label produk, serta desain kemasan sederhana. Identitas visual tersebut dirancang dengan mempertimbangkan karakter produk kerajinan kayu yang mengangkat nilai

estetika dan unsur budaya lokal. Dengan adanya identitas visual tersebut, produk kerajinan kayu dari Desa Mojo Rahayu menjadi lebih mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, tim PKM juga memperkenalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Pelaku UMKM diberikan pelatihan mengenai cara mempromosikan produk melalui platform media sosial seperti Instagram dan Facebook. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha mulai memahami cara memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran produk.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil menghasilkan beberapa capaian utama, yaitu meningkatnya pemahaman pelaku UMKM mengenai branding, terbentuknya identitas visual produk kerajinan kayu, serta meningkatnya kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Pembahasan

Hasil kegiatan PKM menunjukkan bahwa inovasi branding memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu. Branding tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan nilai tambah serta memperkuat daya saing produk di pasar. Sebelum pelaksanaan program, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Mojo Rahayu lebih berfokus pada proses produksi tanpa memperhatikan aspek pemasaran dan identitas produk. Kondisi ini menyebabkan produk kerajinan kayu yang sebenarnya memiliki kualitas baik kurang dikenal oleh konsumen di luar wilayah desa. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dalam program PKM ini, pelaku usaha mulai memahami bahwa branding merupakan salah satu faktor penting dalam membangun citra produk dan menarik minat konsumen.

Pembuatan identitas visual seperti logo dan label produk merupakan langkah awal dalam membangun brand produk kerajinan kayu. Identitas visual tersebut berfungsi untuk membedakan produk dari pesaing sekaligus memberikan kesan profesional kepada konsumen. Dengan adanya identitas merek yang jelas, produk kerajinan kayu dari Desa Mojo Rahayu memiliki peluang yang lebih besar untuk dikenal oleh konsumen yang lebih luas.

Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran juga menjadi salah satu strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Di era digital saat ini, media sosial memiliki peran penting dalam kegiatan promosi produk karena dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah dengan biaya yang relatif rendah. Melalui pelatihan pemasaran digital yang diberikan dalam kegiatan PKM ini, pelaku UMKM mulai memahami bagaimana cara mempromosikan produk secara lebih kreatif dan menarik melalui platform digital. Program inovasi branding ini juga memiliki keterkaitan yang erat dengan pengembangan ekonomi kreatif di tingkat desa. Kerajinan kayu merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan nilai seni dalam proses produksinya. Dengan adanya penguatan branding dan strategi pemasaran yang lebih baik, produk kerajinan kayu dari Desa Mojo Rahayu memiliki potensi untuk berkembang menjadi produk kreatif yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

Selain memberikan dampak terhadap peningkatan pemasaran produk, program ini juga mendorong munculnya semangat kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM. Pelaku usaha menjadi lebih terbuka terhadap inovasi dan mulai mempertimbangkan berbagai strategi baru dalam mengembangkan usaha mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan yang dilakukan dalam program PKM tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga mampu meningkatkan motivasi pelaku usaha dalam mengembangkan usaha secara lebih kreatif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, inovasi branding dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu. Melalui penguatan identitas produk dan pemanfaatan teknologi digital, produk kerajinan kayu memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif di tingkat desa.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah : a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi melalui pelatihan finishing dan standarisasi produk, yang berdampak pada kenaikan kapasitas produksi. b. Memperkuat identitas produk dengan adanya logo resmi, desain kemasan ramah lingkungan, brosur, serta memperkuat citra brand. c. Memperluas pasar melalui pemasaran digital berbasis media sosial. d. Meningkatkan kapasitas manajemen mitra melalui

pencatatan keuangan sederhana berbasis aplikasi, sehingga mitra lebih terampil dalam mengelola modal dan laba usaha. e. Memberikan dampak sosial berupa meningkatnya kepercayaan diri pelaku UMKM, munculnya motivasi usaha berkelanjutan, serta terbentuknya role model bagi masyarakat sekitar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Dengan capaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa branding dan pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM kerajinan kayu di era ekonomi digital.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengenai inovasi branding UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada berbagai pihak guna mendukung keberlanjutan dan pengembangan program di masa mendatang.

1. Saran bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu diharapkan dapat terus mempertahankan dan mengembangkan identitas branding yang telah diperkenalkan selama kegiatan PKM. Penggunaan logo, label produk, serta kemasan yang menarik perlu diterapkan secara konsisten agar produk memiliki identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, pelaku usaha juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk serta melakukan inovasi desain agar dapat mengikuti perkembangan tren pasar dan meningkatkan daya saing produk kerajinan kayu. Pelaku UMKM juga disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana pemasaran produk. Dengan pemanfaatan teknologi digital secara optimal, produk kerajinan kayu dari Desa Mojo Rahayu dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga berpotensi meningkatkan volume penjualan dan pendapatan usaha.

2. Saran bagi Pemerintah Desa dan Instansi Terkait

Pemerintah desa diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap pengembangan UMKM kerajinan kayu sebagai salah satu potensi ekonomi lokal desa. Dukungan tersebut dapat berupa penyediaan fasilitas promosi produk, penyelenggaraan pameran UMKM, serta membantu membuka akses pasar bagi produk kerajinan kayu. Selain itu, pemerintah desa juga dapat bekerja sama dengan instansi terkait untuk memberikan pelatihan lanjutan kepada pelaku UMKM, seperti pelatihan manajemen usaha, pengembangan desain produk, dan pemasaran digital.

Dengan adanya dukungan dari pemerintah desa dan instansi terkait, diharapkan UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu dapat berkembang secara lebih optimal dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian masyarakat.

3. Saran bagi Perguruan Tinggi dan Program Pengabdian Selanjutnya

Bagi perguruan tinggi, khususnya tim pengabdian kepada masyarakat, diharapkan dapat terus melakukan pendampingan dan pengembangan program yang berkaitan dengan peningkatan kapasitas UMKM. Program lanjutan dapat difokuskan pada pengembangan desain produk, strategi digital marketing, serta penguatan jaringan pemasaran yang lebih luas.

Selain itu, kegiatan pengabdian selanjutnya juga dapat mengembangkan kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku usaha untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Dengan adanya kolaborasi tersebut, diharapkan UMKM kerajinan kayu di Desa Mojo Rahayu dapat berkembang secara berkelanjutan dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Universitas Nurul Huda melalui LPPM atas pendanaan yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat Pengabdian Kepada Masyarakat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, S., Fauziah Najah, A. (2024). Potential for Empowering Local Wisdom as a Business Opportunity and Village Economic Development. Jurnal Icameka, 1(1), 951-958. https://icamekaproceedings.fe.uniska_kediri.ac.id/index.php/icameka/article/view/78/78
- Afifah, S., Sinta, V., Sigit Priyono & Dihan Musofa.(2022). Pendampingan Ekonomi Kreatif Pembuatan Serbuk Jahe Merah Bagi Remaja Dan Ibu Rumah Tangga Pada Masa Pandemi

- Covid-19 Di Desa Tawang Rejo, 1(1), 7680.
<https://zadama.marospub.com/index.php/journal/article/view/23/55>.
- Handayani, R., & Putra, A. (2025). Transformasi digital UMKM berbasis komunitas: Studi kasus di Jawa Timur. *Journal of Community Engagement and Development*, 7(2), 45–60.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2021). *Strategi Penguatan UMKM Melalui Transformasi Digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Prasetyo, A., & Nugroho, B. (2022). Peran branding dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2), 112–120.
- Sari, L. P., & Kurniawan, H. (2024). Branding dan storytelling untuk meningkatkan nilai tambah UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Indonesia*, 6(1), 88–97.
- Taneja, S., & Toombs, L. A. (2014). Putting a face on small businesses: Visibility, viability, and sustainability. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 8(1), 187– 197.