

## ABSTRAK

**Ja'sy Zhilaal Rahmatillah, 1950210111, "Pemanfaatan *Event Internasional* sebagai Sarana *Marketing* dan *Branding* UMKM (Studi pada UMKM Kopi Tjolo Kudus)"**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pendorong, upaya pemasaran yang dilakukan, serta dampaknya baik dari segi *marketing* maupun *branding* dalam memanfaatkan *event marketing* internasional dalam perhelatan G20 bagi UMKM Kopi Tjolo. Jenis pendekatan penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara kepada berbagai pihak internal maupun eksternal dari objek penelitian, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Kopi Tjolo terdorong mengikuti *event marketing* dalam G20 dikarenakan faktor dari UMKM itu sendiri serta terdapatnya dukungan dari pemerintah. Agar pemasaran berjalan maksimal UMKM Kopi Tjolo menerapkan cara pemasaran seperti pendirian *stand*, *tester*, *flyer*, dan kartu nama. Sedangkan untuk tujuan *branding* produk, UMKM Kopi Tjolo menerapkan beberapa cara yaitu menambahkan logo G20 dalam sosial media Kopi Tjolo seperti dalam Website, Instagram, Facebook, WhatsApp, dan Tik-tok, juga di seragam karyawan, serta membagikan pengalaman partisipasi pemasaran *event* G20 di Bali kedalam akun media sosialnya, dan merubah kemasan menjadi kemasan kaleng agar menyesuaikan standar ekspor. Dampak yang dirasakan setelah upaya tersebut dapat memperluas pemasaran dan meningkatkan citranya. Namun ditemukan fakta lain bahwa dari sisi internasionalnya belum begitu memberikan dampak.

**Kata Kunci:** *Event Internasional, Marketing, Branding, UMKM.*