

Strategi Optimalisasi Pemasaran dan Pengembangan Produk Raos Rasana

Bryant Arif Lieputra, Florencia Christie, Jeff Gabriel, Kimberly Celina Atmadja, Klarry Crist Nigkersen, Michael Abraham Buntoro, Sharleen Amelia Dewi, Maria Zefanya Sampe*

*Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya
BSD City Kavling Edutown I.1, Jl. BSD Raya Utama, BSD City, Tangerang 15339, Indonesia*

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

UMKM,
Food industry,
Digital marketing,
Financial management,
Brand awareness.

Kata Kunci:

UMKM,
Industri makanan,
Pemasaran digital,
Manajemen keuangan,
Kesadaran merek.

Cilaja Village has significant economic potential in the food industry. Raos Rasana, UMKM managed by Mrs. Inah Dasrinah, focuses on the production of fried shallots, kentang mustofa (crispy potato sticks), and rempeyek (traditional crispy peanut crackers). However, Mrs. Inah faces challenges in marketing and financial management. The 2024 Community Development Program by Prasetiya Mulya University aims to enhance Mrs. Inah's knowledge and skills in managing Raos Rasana. The methods employed include direct mentoring, training, and the implementation of digital marketing strategies. This program is expected to increase Raos Rasana's brand awareness, boost sales revenue, and assist Mrs. Inah in achieving her business goals.

Corresponding author:

maria.zefanya@pmbs.ac.id

SARI PATI

Desa Cilaja memiliki potensi ekonomi di industri makanan. Raos Rasana, UMKM yang dikelola Ibu Inah Dasrinah, berfokus pada produksi bawang goreng, kentang mustofa dan rempeyek. Namun, Ibu Inah mengalami kendala dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan. Program Community Development Universitas Prasetiya Mulya 2024 bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Ibu Inah dalam mengelola Raos Rasana. Metode yang digunakan adalah pendampingan langsung, pelatihan, dan penerapan strategi pemasaran digital. Diharapkan program ini dapat meningkatkan brand awareness Raos Rasana, meningkatkan omzet penjualan, dan membantu Ibu Inah dalam mencapai tujuan bisnisnya.

Copyright © 2025 by Authors,
Published by JPMK.

This is an open access article
under the CC BY-SA License



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu perekonomian paling besar di Indonesia. Hal ini menjadikannya sebagai penggerak utama pembangunan ekonomi daerah. Desa Cilaja, dengan lokasinya di Kecamatan Kramatmulya, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, memiliki potensi ekonomi yang besar di industri makanan. Namun, tak hanya di Desa Cilaja, UMKM di berbagai wilayah di Indonesia kerap menghadapi tantangan dalam pengembangan usaha mereka.

Salah satu contoh UMKM di Desa Cilaja adalah Raos Rasana, yang dikelola oleh Ibu Inah Dasrinah sejak tahun 2019. Raos Rasana memproduksi makanan ringan seperti bawang goreng, kentang mustofa dan rempeyek. Meskipun memiliki cita rasa yang khas, Raos Rasana menghadapi keterbatasan dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan.

Program *Community Development* (ComDev) Universitas Prasetiya Mulya 2024 hadir untuk memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi UMKM seperti Raos Rasana. Program ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM dengan membekali mereka ilmu pengetahuan dan keterampilan bisnis yang dibutuhkan untuk mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Menurut Oscario (2013), brand atau merek dibangun melalui suatu logo sebagai pencerminan identitas dari produknya. Logo juga perlu memiliki karakteristik yang unik pada desainnya untuk membedakan produk tersebut dengan produk lain yang serupa. Ada pula kemasan produk sebagai sambungan dari identitas merek yang dapat menampilkan citra dari produk dan memberi nilai tambah atas kualitasnya. Kemasan merupakan suatu wadah bagi produk yang melindungi produk dan juga mempermudah pengangkutan produk (Widiati, 2019). Terlebih lagi, kemasan menjadi suatu gambaran terhadap merek sebagai media promosi dan komunikasi yang menghubungkan produsen dengan calon konsumen. Beberapa ketentuan yang perlu ada dalam suatu kemasan meliputi informasi dan identifikasi produk yang

jasas, menyampaikan penggunaan dan manfaat dari produk, serta mengikuti peraturan yang diterapkan oleh pemerintah mengenai merek yang patut dan sesuai. Mengetahui kedua elemen ini, maka hal yang perlu dilakukan dalam membangun suatu brand adalah untuk menetapkan identitas produk sebagai logo yang mewakilkannya dan bagaimana identitas tersebut akan disampaikan kepada calon konsumen sebagai suatu daya pikat melalui kemasan.

Tingkat produksi tentunya merupakan suatu faktor penting dalam proses operasional segala bisnis yang menjual produk mereka. Atas pengertian Muchdarsyah (2014), produktivitas adalah tingkat efisiensi dalam melaksanakan kegiatan produksi barang dan jasa yang menunjukkan apabila sumber daya untuk produksi dimanfaatkan dengan baik. Tujuan produktivitas sendiri juga diartikan sebagai upaya untuk menghasilkan jumlah produk sebanyak mungkin bagi konsumen yang lebih banyak dengan memanfaatkan sumber lebih sedikit. Beatrix dan Dewi (2019) menjelaskan bahwa pada dasarnya, produktivitas merupakan hasil yang didapatkan saat membandingkan input, yaitu tenaga kerja, bahan, peralatan, energi, dan lain-lain, dengan output yaitu jumlah produk yang terproduksi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin berkualitaskannya input yang ada, maka semakin bertumbuhnya produktivitas dan juga jumlah output yang bisa didapatkan.

Aspek lainnya adalah terkait dengan pencatatan keuangan, dimana penerapan akuntansi dalam berjalannya suatu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu elemen penting dalam menentukan apabila suatu bisnis bersifat menguntungkan atau merugikan (Fathurohman, 2023). Melalui konsep dasar akuntansi, bisnis tersebut dapat memiliki catatan lengkap mengenai segala pengeluaran dan pendapatan yang dapat membantu mengembangkan perencanaan serta pengaturan keuangan dengan lebih baik. UMKM diuntungkan dengan adanya dokumentasi lengkap segala

transaksi supaya pemilik juga mendapatkan gambaran tentang kemampuan produksi yang bisa ditanggung selama suatu periode tertentu.

PELAKSAAAN DAN METODE

Community Development II dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Prasetya Mulya di Desa Cilaja, Kabupaten Kuningan pada tahun 2024. Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu mitra yakni Raos Rasana oleh Ibu Inah Dasrinah, mengembangkan bisnis yang menjual produk seperti terasi bawang (siwang), kentang mustofa, dan rempeyek. Sebagai upaya untuk membantu mengembangkan UMKM mitra, kelompok melakukan beberapa kegiatan yang meliputi:

Modifikasi pemasaran

Sebelumnya, metode yang digunakan untuk pemasaran Raos Rasana sangat bergantung kepada penyebaran produk dari mulut ke mulut atau word of mouth oleh para pembelinya. Meskipun metode ini dapat seterusnya dijalankan sebagai teknik pemasaran, hasil pemasaran belum dapat dikatakan maksimal apabila metode tersebut merupakan satu-satunya pemasaran yang dilakukan. Oleh sebab itu, modifikasi pemasaran perlu diimplementasikan pada Raos Rasana yang dimulai dari penguatan identitas atau brand produk. Hal utama yang menunjukkan suatu merek tertera pada logo yang mewakili produknya, sehingga logo dari Raos Rasana, atas izin mitra, diberikan desain yang baru supaya terlihat lebih menarik bagi calon konsumen. Logo yang baru juga disertakan oleh desain ulang kemasan Raos Rasana supaya meliputi beberapa keterangan seperti komposisi, proses pembuatan, berat produk, dan lain-lain. Terlebih lagi, dibuatnya katalog untuk membantu penyebaran produk Raos Rasana supaya calon konsumen dapat mengenal merek dan juga harga dari produk yang dijual. Ada pula pembaharuan foto produk yang digunakan untuk meningkatkan daya pikat Raos Rasana. Pemasaran juga dibantu oleh kelompok berupa penjualan

produk sewaktu *Car Free Day* dan Saung Rahayat.

Peningkatan proses produksi

Sebagai upaya meningkatkan tingkat produksi Raos Rasana, mitra diberi persediaan peralatan baru dengan tujuan mengembangkan input produksi. Pembelian alat-alat ini diawali dengan diskusi terlebih dahulu dengan Ibu Inah mengenai keluhan dan juga kebutuhan yang menjadi prioritas dalam produksi, setelah itu alat dibeli dengan mempertimbangkan harga alat tersebut dan anggaran yang tersedia. Penyediaan alat-alat yang baru merupakan tahap yang penting dalam membantu perkembangan Raos Rasana, sebab mitra memiliki kesulitan dalam menjaga tingkat produksi yang tinggi oleh karena sumber daya manusia yang terbatas serta peralatan masak yang kurang canggih.

Modifikasi pencatatan keuangan

Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dalam menjalankan suatu UMKM adalah memiliki catatan lengkap terhadap setiap transaksi yang terjadi baik itu pendapatan maupun pengeluaran. Terlebih lagi, keuangan pribadi dan keuangan UMKM juga perlu dipisahkan supaya keperluan keuangan usaha dapat terlihat dengan jelas untuk merencanakan langkah ke depan bisnis. Kedua aspek UMKM ini belum dijalankan oleh Ibu Inah sehingga menetapkan status keuangan Raos Rasana dalam spektrum yang tidak jelas. Maka dari itu, suatu modifikasi perlu dilaksanakan dalam bentuk pencatatan keuangan mitra. Hal ini dapat dicapai dengan cara mengajarkan mitra mengenai konsep dasar akuntansi yang cukup untuk mencatat transaksi pendapatan dan pengeluaran usaha. Sebuah buku pencatatan juga disediakan bagi mitra untuk mempermudah proses pencatatan yang diajarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis Media Pemasaran

Salah satu cara pemasaran yang digunakan

oleh Raos Rasana sekarang adalah dengan social media marketing melalui Whatsapp Business. Raos Rasana dapat menggunakan Whatsapp Business untuk mempermudah proses penjualan secara daring. Whatsapp Business mendukung UMKM dengan menyediakan fitur automatic chat yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan, broadcast

chat ke pelanggan, dan fitur katalog dan add to cart untuk pembelian. Raos Rasana terbantu oleh Whatsapp Business dalam mempertahankan pelanggan setia, mengedarkan promosi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan layanan yang diberi.



Gambar 1. E-catalog Raos Rasana

Jenis media pemasaran lain yang digunakan adalah katalog produk yang berguna untuk menyediakan informasi tentang produk pada para pelanggan seperti jenis produk, ukuran, harga, dan kontak. Katalog berbentuk cetak fisik a6 seperti brosur untuk diberikan ke tetangga dan pengunjung acara seperti *bazaar* dan *Car Free Day* agar menarik target market Raos Rasana yaitu Ibu-Ibu rumah tangga di daerah Kuningan. Tidak hanya itu, katalog juga dapat disebar secara daring di

Whatsapp Business ke customer. Katalog berwarna kuning dengan latar batik untuk mengikuti branding baru Raos Rasana. Warna kuning dapat menarik perhatian karena cerah dan corak batiknya dapat memberi nuansa heritage atau tradisional yang cocok dengan produk dan values Raos Rasana. Media ketiga yang digunakan adalah *banner* dengan desain simpel namun informatif untuk dipakai saat acara Saung Rahayat dan untuk acara-acara kedepannya.



Gambar 2. Desain Banner Raos Rasana

Banner ini dibuat untuk meningkatkan awareness terhadap merek dengan menyediakan logo yang besar, variasi produk yang terlihat jelas, tagline yang menjelaskan brand offering, kontak Whatsapp yang dapat dihubungi dan profil Facebook yang

dapat dilihat. Penting juga untuk menyediakan label halal dan 100% Indonesia di banner ini untuk memperlihatkan kredibilitas dan dipercaya pelanggan.

Daya Tarik Kemasan

Logo Raos Rasana dibuat dengan font serif yang merupakan perpaduan modern dan tradisional. Font tersebut dipilih untuk merepresentasikan nilai

tradisional yang ingin dipertahankan Ibu Inah untuk mereknya karena produk yang tersedia merupakan makanan ringan tradisional.



Gambar 3. Logo Raos Rasana

Logo ini juga memiliki *feel* yang elegan dan mewah karena ketebalan font-nya dan pilihan warna yaitu hitam. Kelompok pertimbangan cara meningkatkan nilai merek agar customer tetap ingin beli dalam jangka panjang, dengan harga jual yang dapat meningkat. Logo kedua yang dibuat merupakan monogram yang terdiri dari huruf “RR” kependekan dari Raos Rasana. Ada juga elemen grafis cabe dan bawang untuk melambangkan bahan pokok utama yang digunakan Raos Rasana untuk produknya. Setelah menentukan logo maka selanjutnya dibuat stiker untuk setiap kemasan produk Raos Rasana. Stiker kemasan ini memuat berbagai informasi penting yang memberikan nilai tambah dan keunikan bagi produk, sehingga

mampu bersaing dengan produk lain di pasaran. Informasi yang terdapat pada stiker kemasan Raos Rasana tidak hanya nama usaha, logo, dan jenis produk, tetapi juga beberapa detail penting lainnya, yaitu komposisi yang menjelaskan bahan-bahan yang digunakan dalam produk, tanggal produksi menunjukkan kapan produk dibuat, tanggal kadaluarsa menunjukkan batas waktu produk masih aman untuk dikonsumsi, berat/ukuran produk yang memberikan informasi isis atau takaran produk, dan kontak usaha untuk menyediakan informasi cara menghubungi produsen jika konsumen memiliki pertanyaan atau keluhan.



Gambar 4. Stiker Kemasan Raos Rasana

Tujuan mencantumkan informasi ini adalah untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen terhadap kualitas, keamanan, dan kredibilitas produk. Selain itu, untuk memenuhi standar dan peraturan pemerintah terkait pelabelan produk makanan, terdapat beberapa logo dalam stiker kemasan Raos Rasana termasuk logo halal yang

menandakan bahwa produk yang dijual telah tersertifikasi halal oleh lembaga yang berwenang, 100% Cinta Indonesia menunjukkan bahwa produk tersebut merupakan produk buatan Indonesia, dan orang membuang sampah pada tempatnya mengimbau konsumen untuk menjaga kebersihan lingkungan. Kehadiran logo-logo dan gambar

tersebut merupakan nilai tambah bagi produk Raos Rasana dan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kehalalan produk, cinta tanah air, serta pelestarian lingkungan.

Kegiatan Pemasaran

Kegiatan Pemasaran yang dilakukan untuk Raos Rasana dalam meningkatkan pemasaran adalah melakukan open pre-order (PO) di Instagram dan

Whatsapp. Strategi ini memungkinkan pelanggan untuk memesan produk terlebih dahulu dengan mudah dan hal ini membantu Raos Rasana dalam memperkirakan permintaan dan meminimalisir resiko kelebihan stok. Raos Rasana juga mengikuti beberapa bazaar di Kuningan untuk menggapai peluang dalam menjangkau konsumen baru, brand awareness, dan tentunya peningkatan penjualan.



Gambar 5. *Pre-Order Raos Rasana*

Raos Rasana mengikuti *Car Free Day* (CFD) di hari Minggu dan Saung Rahayat. *CFD* merupakan tempat yang ideal untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Keikutsertaan dalam Saung Rahayat, memungkinkan Raos Rasana untuk menjangkau komunitas lokal dan membangun hubungan dengan pelanggan potensial. Upaya pemasaran Raos Rasana membuahkan hasil yang positif. Penjualan Raos Rasana meningkat dan brand awareness mereka semakin luas. Selain itu, Raos Rasana melakukan foto produk ulang dengan konsep yang lebih menarik untuk meningkatkan daya tarik visual produk mereka dan memperkuat identitas brand.

Kegiatan Meningkatkan Produksi

Dalam kegiatan meningkatkan tingkat UMKM Raos Rasana kelompok pertama perlu mencari faktor yang menghambat Ibu Inah dalam proses produksi, setelah didalami, diketahui bahwa produk dari

Raos Rasana digemari oleh cukup banyak orang dari komunitas desa Cilaja, tetapi Ibu Inah masih memiliki peluang untuk memperluas UMKM ke pasar yang lebih besar. Tetapi ada beberapa penghambat seperti kekurangan peralatan yang memadai untuk jumlah pesanan yang diterima oleh Ibu Inah. Jadi pertama sebelum kelompok mencoba membantu membeli peralatan yang kelompok lakukan adalah untuk mengetahui bagaimana proses bekerja Ibu Inah seperti apa saja yang peralatan yang digunakan, volume pesanan, dan apakah Ibu Inah mempunyai bantuan untuk melakukan produksi. Kemudian kelompok memulai memikirkan sebuah solusi dan strategi. Kelompok akhirnya memutuskan untuk membelikan Ibu Inah pertama sebuah tabung gas supaya Ibu Inah dapat memasak 2x lebih cepat karena memang ada yang membantu Ibu Inah masak sehingga produksi menjadi lebih efektif.



Gambar 6. Pre-Order Raos Rasana

Selanjutnya, kelompok juga membelikan Ibu Inah sebuah kompor mawar dimana ini sangat menolong untuk pembuatan rempeyek, mustofa, dan juga siwang dimana mempunyai kompor mawar dapat meningkatkan kecepatan masak dan akan lebih konsisten dan kualitas produk Raos Rasana pun meningkat. Selain dari itu kelompok juga membelikan alat-alat kecil seperti peniris minyak dan juga label untuk tanggal kadaluarsa supaya dapat terlihat kalau produk dari Raos Rasana memiliki kualitas lebih tinggi dan juga akan terlihat lebih baik juga dari orang-orang yang pertama membeli atau belum membeli produk Raos Rasana. Selain itu kelompok pun ada banyak membantu Ibu Inah dalam melakukan produksi ketika kelompok sedang bersinggah di rumah Ibu Inah sehingga kelompok juga mendapatkan banyak wawasan baru dan juga pengalaman-pengalaman yang tidak dapat terlupakan.

Kegiatan Pencatatan Keuangan

Dalam membangun sebuah usaha kecil ataupun besar salah satu dasar yang paling penting adalah pencatatan keuangan. Mengapa? Karena bagaimana caranya sebuah bisnis dapat mengetahui kalau mereka sedang mendapatkan keuntungan atau sedang rugi, dan bisnis/usaha itu pun tidak akan dapat maju karena tidak tahu bagaimana situasi keuangan. Untuk Ibu Inah sendiri ketika pertama melakukan pembahasan situasi keuangannya sedikit kacau. Uang untuk usaha Raos Rasana dan uang pribadi dari Ibu Inah tercampur jadi 1 sehingga tidak ada kejelasan antara apa yang menjadi modal dan apa yang uang pribadi dapat dipakai. Karena itu kelompok memberikan saran untuk Ibu Inah mulai untuk memisah uang pribadi dan usahanya. Selain itu pencatatan uang Ibu Inah pun masih sangat tradisional dan beliau hanya menuliskan apa yang dikeluarkan hari itu juga dan berapa yang didapatkan di hari itu juga, sehingga pencatatan tersebut sangat tidak akurat.

No	Tanggal	Keterangan	Masuk	Keluar	Saldo
1	21/2/2024	Uang modal awal	100.000		100.000
2	22/2/2024	Pelajar Uang	500.000		600.000
3	27/2/2024	Beli Bahan Baku		600.000	0
4	28/2/2024	Jual Produk	700.000		700.000
5	23/2/2024	Membalikan Uang Pelajar		500.000	200.000

Gambar 7. Pencatatan Keuangan Raos Rasana

Salah satu kontribusi yang dilakukan oleh kelompok adalah untuk menolong Ibu Inah dalam

mengurus kas untuk usaha Raos Rasana. Terdapat beberapa strategi yang digunakan, yakni pertama adalah bekerja sama dengan kelompok lain di Cilaja untuk membuat program kewirausahaan kelompok bertema menjaga keuangan. Kedua, kelompok membelikan Ibu Inah beberapa buku untuk mencatat kas secara benar dan baik. Dan yang terakhir adalah pertama memberi contoh cara penulisan dan mengajari Ibu Inah pencatatan kas yang baik dan benar.

Untuk bagian kegiatan pencatatan keuangan ini adalah salah satu kegiatan yang dapat dikatakan gagal, karena kelompok tidak dapat memotivasi Ibu Inah dengan cukup untuk melakukan pencatatan keuangan untuk Raos Rasana, walaupun sudah diingatkan berkali-kali sepertinya memang dipandang tidak terlalu berpengaruh jika dicatat ataupun tidak dicatat.

PENUTUP

Simpulan

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk mengembangkan sebuah UMKM. Dengan pemasaran yang baik, produk atau jasa dijual dapat diperkenalkan kepada konsumen yang lebih luas, meningkatkan kesadaran merek, dan membangun hubungan dengan pelanggan. Dengan menjangkau pasar yang lebih luas, mitra UMKM dapat mengembangkan pelanggan yang loyal dan yang akan terus membeli dari UKM tersebut, penyebaran informasi dari mulut ke mulut juga dapat terjadi, menghasilkan peningkatan dalam penjualan. Kegiatan pemasaran dapat mengambil berbagai bentuk, dari penyebaran dan promosi melalui sosial media, pembagian brosur, ataupun menggunakan banner untuk menarik perhatian.

Namun pemasaran bukanlah satu-satunya cara untuk mengembangkan sebuah UMKM, juga ada perkembangan branding yang bagus dan berkesan. Dalam penjualan produk, kemasan dan stiker yang digunakan sangat penting untuk mudah diingat dan dapat menangkap perhatian. Stiker yang digunakan harus dapat menyampaikan informasi yang penting

kepada calon pelanggan, dari bahan yang digunakan, tema dan kepribadian merek, dan juga keterbacaan. Informasi penting yang diberi juga penting dalam kepercayaan dalam produk; tanggal kadaluarsa dan bahan yang digunakan merupakan contoh informasi penting yang dapat diberi tahu untuk meningkatkan kepercayaan.

Basis dari menjalankan sebuah UMKM tentu jasa atau produk yang dijualkan, tanpa produk atau jasa, UMKM tidak akan berjalan. Maka sarana produksi untuk produk sangatlah penting untuk diamankan. Bahan-bahan yang digunakan sebaiknya memiliki sumber yang konstan dengan harga yang terjangkau, peralatan yang lengkap dapat menangani segala masalah dan melakukan produksi, dan alat komunikasi untuk melakukan pemasaran atau penjualan melalui daring.

Dengan penjualan produk dengan pembantuan pemasaran dan branding, maka uang yang dihasilkan harus dapat dijaga, dengan menggunakan pencatatan keuangan. Pencatatan keuangan adalah langkah penting berikutnya, mencatatkan pengeluaran dan pemasukan semua uang yang dihasilkan dan yang digunakan untuk menjalankan bisnisnya. Pengeluaran dan pemasukan uang menjadi daya untuk menjalankan bisnis, dengan pengeluaran uang maka seorang pebisnis dapat melakukan produksi dan perlengkapan yang digunakan, dan dengan pemasukan uang dapat membiayai hidup dan keberlanjutan bisnisnya. Dengan pencatatan yang baik, maka profitabilitas bisnis tersebut dapat dioptimalkan dan dimaksimalkan..

Saran

Gabungan dari pemasaran, branding, kelengkapan pembuatan produk, dan pencatatan keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis, namun tidak semua hal dilengkapi oleh Raos Rasana, maka kami sarankan untuk memperbaiki beberapa hal:

- Menggunakan sosial media untuk meluaskan jaringan pasar, dalam dunia yang teknologi

berkembangan dengan pesat, kebanyakan orang memiliki sosial media.

- Melakukan pencatatan keuangan dengan serius, untuk memaksimalkan keuntungan dan untuk mengetahui dengan jelas profit yang dihasilkan.

REFERENSI

Oscario, A. 2013. Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand.

Widiati, A. 2019. Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura.

Fathuohman, H. R. A. 2023. Implementasi Pencatatan Keuangan Pada Bisnis Umkm Ibu Herti. Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa.