

Marketing Management Assistance for HR SNACK Banana Chips UMKM in Pemalang

Pendampingan Manajemen Pemasaran pada UMKM Keripik Pisang HR SNACK di Pemalang

Delaga Nurwisda¹, Tri Handayani.², Noor Rosyadi³, Arif Rahman⁴, Alan Catur Hendar⁵, Tri Ajeng Cantika⁶, Amalia Andini⁷, Evi Hidayah⁸, Lukman Nur Hakim⁹

^{1, 2, 3, 5, 7, 8, 9} Program Studi Manajemen, ITB Adias Pemalang

^{4, 6} Program Studi Akuntansi, ITB Adias Pemalang

E-mail: delaganurwisda@gmail.com¹, alancaturh19@gmail.com²

Abstract :

Community Service Activities of Group 14, in collaboration with the assisted partner, HR SNACK banana chips UMKM, which operates in the culinary field. HR SNACK banana chips is a processed food product specializing in original banana chips. This marketing skills enhancement activity is conducted to improve the ability to market products, especially digitally through social media. The purpose of this community service activity is to identify the problems faced by the UMKM.

The problems that exist in HR SNACK include not having a social media account, the outlet address is not on Google Maps, there is no production video, no banner, no business logo, no business stamp, no business profile, no product catalog, no organizational structure, no HPP and financial reports, and no promotional video. After knowing the problems faced by HR SNACK banana chips UMKM, the alternative solution that we provide is Mentoring carried out in the form of mentoring the creation of sales accounts on social media (Facebook), and E-Commerce (Shopee) to expand marketing in an effort to increase sales, mentoring the creation of location points on Google Maps, making production videos, mentoring the creation of business logos, mentoring the creation of banners, mentoring the creation of business stamps, mentoring the creation of business profiles so that they will provide complete information to consumers, mentoring the creation of product catalogs, mentoring the creation of organizational structures for clarity regarding the division of tasks in the business, mentoring the creation of HPP and simple bookkeeping of financial reports for clarity of business direction and consideration of pricing, and mentoring the creation of promotional videos for social media.

Keywords : Mentoring, UMKM, HR SNACK Banana

Abstrak :

Kegiatan pengabdian masyarakat Kelompok 14 (empat belas) bersama dengan mitra pendampingan yaitu UMKM keripik pisang HR SNACK yang bergerak di bidang kuliner. UMKM keripik pisang HR SNACK yaitu makanan olahan keripik pisang original. Kegiatan peningkatan kemampuan marketing ini dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan memasarkan produk, terlebih secara digital menggunakan sosial media. Tujuan diadakanya kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang ada di UMKM.

Permasalahan yang ada di HR SNACK antara lain belum memiliki akun media sosial, alamat outlet belum terdapat di Google Maps, belum ada video produksi, belum ada *benner*, belum ada logo usaha, belum ada stempel usaha, belum ada profil usaha, belum ada katalog produk, belum ada struktur organisasi, belum ada HPP dan laporan keuangan, dan belum ada video promosi. Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM keripik pisang HR SNACK maka solusi alternatif yang kami berikan adalah Pendampingan dilaksanakan dalam bentuk pendampingan pembuatan akun penjualan di media sosial (Facebook), dan *E-Commerce (Shopee)* untuk memperluas pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan, pendampingan pembuatan titik lokasi di *Google Maps*, pembuatan video produksi, pendampingan pembuatan logo usaha, pendampingan pembuatan *benner*, pendampingan pembuatan stempel usaha, pendampingan pembuatan profil usaha sehingga akan memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen, pendampingan pembuatan katalog produk,

pendampingan pembuatan struktur organisasi untuk kejelasan mengenai pembagian tugas dalam usaha, pendampingan pembuatan HPP dan pembukuan sederhana laporan keuangan untuk kejelasan arah usaha dan pertimbangan penentuan harga, dan melakukan pendampingan pembuatan video promosi untuk sosial media.

Kata kunci : Pendampingan, UMKM, keripik pisang HR SNACK

1. PENDAHULUAN

Saat ini persaingan untuk menciptakan pekerjaan sangat ketat, tingkat pendidikan dan kemampuan sangat dibutuhkan. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai usaha, yang menyentuh kepentingan masyarakat, kemunculan sektor usaha mikro kecil, menengah (UMKM) membawa pengaruh positif pada perekonomian. Usaha mikro dan usaha kecil merupakan usaha informal yang mulai dimunculkan dengan melihat peluang yang ada disekitar. Tentunya usaha tersebut merupakan usaha produktif yang tentunya menghasilkan pendapatan untuk para usahawan yang mendirikan usaha tersebut, respon tersebut ditunjukkan dengan keberhasilannya yang diperoleh serta bertahan hingga saat ini (Zia, 2020).

Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi. Disisi lain, UMKM menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Harto, dkk). Permasalahan utama yang dihadapi UMKM yaitu tidak terlalu fokus pada pengelolaan pemasaran, lebih mengandalkan system pemasaran yang konvensional, seperti system pemesanan barang, penitipan pada toko terdekat serta penjualan yang tidak terlalu strategis dan hanya menjangkau pasar lokal saja. Maka dari itu, perlu adanya pendampingan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui penerapan manajemen dan strategi pemasaran dengan menggunakan media internet (online) yang optimal dan diharapkan dapat mengembangkan usaha HR SNACK.

2. METODE

Kegiatan pendampingan yang dilakukan ini berupa pendampingan di UMKM HR SNACK yang berada di Kebondalem dan beralamat di RT 02/06 Kec. Pemasang Kab. Pemasang, yang bergerak pada bidang makanan ringan keripik pisang, sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian yang dilakukan, pendampingan ini dilakukan melalui pihak eksternal dan potensi internal pada UMKM HR SNACK. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai pengembangan UMKM.

Dengan beberapa tahapan pelaksanaan program, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap persiapan, pada tahap ini sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu mempersiapkan berbagai hal yang meliputi menjalin komunikasi dengan pemilik usaha, melakukan pengamatan (survei lapangan), serta mengidentifikasi setiap permasalahan pada usaha dan menyusun rencana pemecahan masalah.

2. Tahap pelaksanaan, pada tahap ini meliputi pendampingan dan pembinaan untuk UMKM HR SNACK serta memberikan solusi untuk setiap permasalahan yang menjadi kendala pada UMKM yang sebelumnya sudah melalui proses observasi kelompok 14.

3. Tahap pendampingan, pada tahap ini meliputi beberapa aspek, yaitu:

- a) Pembuatan Akun Media Sosial Facebook
- b) Pembuatan Akun e-commerce Shopee

- c) Pembuatan Alamat Outlet Google Maps
- d) Pembuatan Video Produksi
- e) Pembuatan Logo
- f) Pembuatan Design Banner
- g) Pembuatan Profil Usaha
- h) Pembuatan Struktur Organisasi
- i) Pembuatan Katalog Produk
- j) Pembuatan HPP
- k) Pembuatan Pembukuan Sederhana
- l) Pembuatan Video Promosi Produk

4. Tahap evaluasi dan penutup, pada tahap ini permasalahan- permasalahan yang ditemukan di UMKM pendampingan menjadi bahan diskusi serta kajian bersama, kemudian dicarikan solusi alternatifnya sebagai solusi akhir. Yang kemudian diberikan kesimpulan dan penutup dari hasil kegiatan secara jelas dan menyeluruh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelum melakukan kegiatan pendampingan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan yaitu melakukan kunjungan dan mengidentifikasi permasalahan dari UMKM HR SNACK. Pelaksanaan identifikasi masalah ini dilakukan dengan langsung turun ketempat usaha dan melakukan komunikasi secara langsung kepada pemilik usaha terkait masalah yang dihadapi. Dengan komunikasi yang baik pelaku usaha dapat terbuka menjelaskan masalah yang dihadapi. Berdasarkan hasil identifikasi masalah UMKM HR SNACK antara lain: UMKM belum memiliki Design Banner, belum memiliki Design Menu Satuan Produk, belum memiliki Video Promosi Produk, belum memiliki Video Produksi, belum memiliki Akun Media Sosial, Alamat Outlet UMKM belum terdapat di *Google Maps*, belum ada Struktur Organisasi, belum memiliki HPP dan Laporan Keuangan, belum memiliki Profil Usaha, serta belum memiliki Logo.

Berdasarkan identifikasi dalam masalah ini, maka diketahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM HR SNACK menjadi prioritas pendampingan akan pengurusan. Maka kelompok 14 menentukan program-program kerja yang bisa membantu menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada. Berikut ini adalah hasil proses kegiatan dari pengabdian masyarakat:

Tabel.1 Hasil Proses Kegiatan

No.	Program	waktu	Hasil
1.	Pembuatan Akun Facebook	26 juni 2024	UMKM mempunyai akun facebook sebagai media pemasaran online.
2.	Pembuatan Akun Shopee	26 juni 2024	UMKM mempunyai akun facebook sebagai media pemasaran online.
3.	Pembuatan Titik Koordinat Pada Google Maps	26 juni 2024	UMKM memiliki titik koordinat pada Google Maps.

4.	Pembuatan Video Produksi	3 Juli 2024	UMKM mempunyai dokumentasi proses produksi produk.
5.	Pembuatan Benner	5 Juli 2024	Lokasi produksi UMKM dapat dikenal masyarakat.
6.	Pembuatan Logo	5 Juli 2024	UMKM memiliki identitas usaha.
7.	Pembuatan Stemple	5 Juli 2024	UMKM memiliki stemple usaha.
8.	Pembuatan Profil Usaha	18 Juli 2024	UMKM mempunyai sejarah singkat dan visi misi usahanya.
9.	Pembuatan Katalog Produk	18 Juli 2024	UMKM mempunyai Katalog Produk.
10.	Pembuatan Struktur Organisasi	18 Juli 2024	UMKM mempunyai pembagiantugas yang tersusun secara jelas.
11.	Pembuatan Hpp	23 Juli 2024	UMKM mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk dan penentuan harga jual.
12.	Pembuatan Pembukuan Sederhana	23 Juli 2024	UMKM mengetahui jumlah laba atau rugi yang diperoleh selama periode tertentu dan mempunyai laporan keuangan.
13.	Pembuatan Video Promosi	25 Juli 2024	UMKM memiliki video promosi untuk Mengiklankan produk secara visual.

Tabel dan Gambar

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada tahap awal kunjungan observasi mendapatkan permasalahan yang dihadapi, seperti UMKM belum memiliki Design Banner, belum memiliki Design Menu Satuan Produk, belum memiliki Video Promosi Produk, belum memiliki Video Produksi, belum memiliki Akun Media Sosial, Alamat Outlet UMKM belum terdapat di Google Maps, belum ada Struktur Organisasi, belum memiliki HPP dan Laporan Keuangan, belum memiliki Profil Usaha, serta belum memiliki Logo.

Dengan memperbaiki aspek manajemen pemasaran akan meningkatkan jumlah pelanggan dan akhirnya berimbas pada peningkatan penjualan. Keuntungan tersebut dapat membantu pengusaha UMKM meningkatkan modalnya, tenaga kerja serta volume usahanya sehingga dengan memperbaiki system pemasaran. Pada tahap pelaksanaan, pembuatan titik koordinat pada google maps, pembuatan Benner dapat memudahkan menemukan lokasi UMKM. Pendampingan dan pelatihan pada UMKM untuk dapat mengoprasionalakan akun media sosial (facebook) serta akun E-Commerce (Shopee) yang telah dibuat. Memberikan pengetahuan dan pemahaman terkait penyusunan laporan keuangan hingga mampu melakukan pengelolaan usaha secara berkelanjutan.

Tahapan kegiatan pembuatan akun Facebook merupakan jejaring sosial (social network) yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal dan berkomunikasi dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi.(Wati & Rizky, C.E.)

Facebook juga dijadikan sebagai wadah untuk melakukan promosi atau melakukan bisnis online dan memberi manfaat untuk memperkenalkan produk keripik pisang secara luas serta mempermudah konsumen untuk membeli produk.

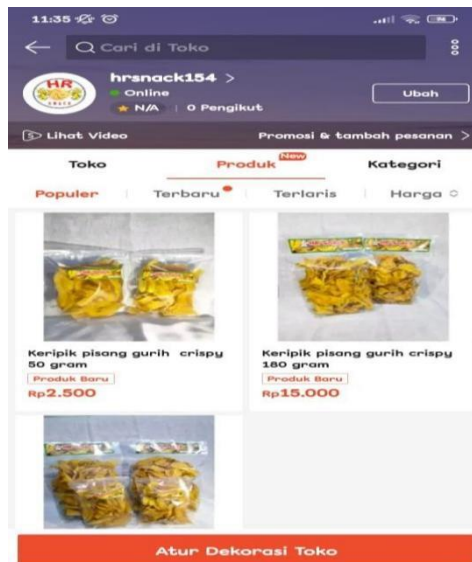
Gambar 1. Akun Facebook



Tahapan kedua pembuatan akun shopee, *e-commerce* adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. (Suryani et al., 2022)

Shopee merupakan platform *e-commerce* yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan/promosi, memperluas pangsa pasar serta memudahkan calon konsumen mencari produk.(Roisah & Dianita, 2023) Berikut adalah akun *e-commerce* (Shopee) UMKM HR SNACK.

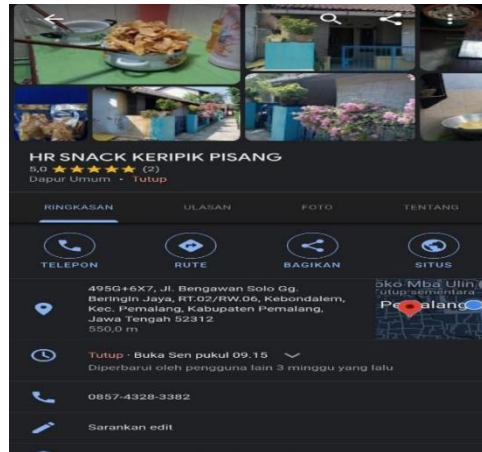
Gambar 2. Sosial Media Shopee



Tahapan ketiga pembuatan google maps, Google maps adalah sebuah layanan pemetaan daring yang ditawarkan oleh Google, dengan layanan ini pengguna memiliki kemampuan untuk menampilkan data geografis dari hampir seluruh dunia.(Khofiyya et al., 2023)

Manfaat pembuatan Google Maps untuk memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi suatu bisnis dan mendapatkan informasi suatu produk yang mereka butuhkan. Berikut adalah titik lokasi Google Maps UMKM HR SNACK.

Gambar 3. Google Maps



Tahapan ke empat Produksi video adalah proses yang menangkup persiapan, pengambilan gambar, dan penyuntingan untuk meniptakan produk video yang memiliki tujuan komunikasi tertentu. (Thornton, 2007)

Manfaat video produksi bermanfaat untuk memperkenalkan produk, menunjukkan kualitas produk, menyakinkan pembeli untuk membeli produk serta membangun kepercayaan pembeli. Berikut adalah video produksi UMKM HR SNACK.

Gambar 4. Video Produksi



Tahapan ke lima Pembuatan Design Logo, Menurut (Sukma, n.d.) logo merupakan bentuk visualisasi sebuah ide bermakna. Ide tersebut akan muncul setelah seorang designer mempelajari dan memahami materi esense yang ingin dituangkan dalam visual logo.

Tujuan dibuatnya logo adalah untuk membedakan identitas diri dengan identitas milik orang lain, ataupun identitas khusus sebuah usaha. Berikut adalah logo untuk HR SNACK keripik pisang.

Gambar 5. Logo Produk



Tahapan ke enam pembuatan *Banner*, *banner* adalah suatu bentuk komunikasi non personal yang menyampaikan pesan untuk menjual produk yang memungkinkan lebih banyak konsumen untuk membeli produk yang dijual dan membayar media yang digunakan. (Samsiah et al., 2023)

Banner memiliki tujuan untuk membujuk banyak orang untuk membeli dan menggunakan apa yang diiklankan dan menjadi sebuah promosi yang dapat meningkatkan daya beli orang-orang yang menginginkan produk tersebut. Berikut adalah *Banner* untuk HR SNACK keripik pisang.

Gambar 6. Banner



Tahapan ke tujuh pembuatan Stempel, Stempel adalah alat yang sering digunakan dalam berbagai bidang, mulai dari administrasi kantor hingga kebutuhan perusahaan dan secara pribadi. (Zuliyati & Triyanto, 2021).

Stempel Memberikan kemudahan dalam proses pengesahan data maupun proses jual beli yang dilakukan. Berikut adalah stempel UMKM HR SNACK.

Gambar 7. Stempel Usaha



Tahapan ke delapan Pembuatan Profil Usaha, Profil usaha adalah suatu produk yang menjadi pendukung dalam pengembangan sebuah usaha. Setiap badan usaha akan menggambarkan deskripsi usahanya dan menampilkan keunggulan produknya dalam sebuah profil usaha. (Prihandini & Seba, 2021). Berikut adalah profil usaha yang dibuat untuk UMKM HR SNACK.

Gambar 8. Profil Usaha



Tahapan ke sembilan Pembuatan Katalog Produk Katalog produk merupakan salah satu alat yang digunakan sebagai alat publikasi guna mempromosikan barang dagangan atau produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Melalui katalog produk, perusahaan dapat menyampaikan secara rinci setiap produk atau jasa yang disediakan atau dijual oleh perusahaan secara langsung kepada para pelanggan. (Efrilia & Purba, 2022)

Katalog produk bermanfaat untuk mengidentifikasi produk atau merek, menggambarkan beberapa hal mengenai produk keripik pisang.

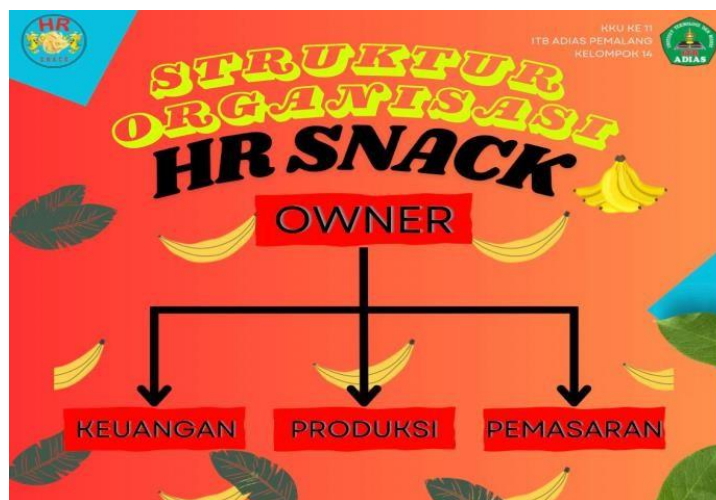
Gambar 9. Katalog Produk



Tahapan ke sepuluh Pembuatan Struktur Organisasi, Struktur organisasi merupakan susunan sistem hubungan antar posisi kepemimpinan yang ada dalam organisasi. Hal ini merupakan hasil perimbangan dan kesadaran tentang pentingnya perencanaan atas penentuan kekuasaan, tanggung jawab, spesialisasi setiap anggota organisasi. (Budiasih, 2018)

Dengan struktur yang jelas, UMKM dapat memperjelas mengenai pembagian tugas dan tanggung jawab dalam usaha. Berikut adalah struktur organisasi untuk UMKM HR SNACK.

Gambar 10. Struktur Organisasi



Tahapan ke sebelas Pembuatan Video Promosi, Promosi melalui video merupakan cara yang strategis sehingga konsumen dapat melihat sekaligus menikmati produk (secara virtual dalam imajinasi) atau jasa yang dijual oleh pelaku usaha. (Nita Aryani et al., n.d.). Berikut video promosi untuk UMKM Keripik Pisang.

Gambar 11. Video Promosi



Tabel 2. Laporan Harga Pokok Produksi

UMKM HR SNACK KERIPIK PISANG LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI LAPORAN BULAN JUNI 2024					
	Kapasitas Bahan Baku		Harga Satuan	Jumlah	
	Unit	Satuan			
A. Biaya Bahan Baku					
Pisang	50	Kg	Rp 10.000	Rp	500.000
Minyak	4	Liter	Rp 18.000	Rp	72.000
Garam	1	Pak	Rp 3.000	Rp	3.000
Gula pasir	1	Kg	Rp 17.000	Rp	17.000
Kunyit	1	Kg	Rp 12.000	Rp	12.000
Ketumbar	1	Kg	Rp 28.000	Rp	28.000
Bawang putih	1	Kg	Rp 35.000	Rp	35.000
Jumlah Biaya Bahan Baku				Rp	667.000
B. Biaya Tenaga Kerja Langsung					
Upah karyawan	4	Orang	Rp 80.000	Rp	320.000
Jumlah Biaya Tenaga Kerja Langsung				Rp	320.000
C. Biaya Overhead Pabrik					
Plastik kemasan ukuran 25x36x10 (180gr)	150	lembar	Rp 424	Rp	63.600
Plastik kemasan ukuran 15x20x10 (50gr)	400	lembar	Rp 233	Rp	93.200

Tisu minyak	100	lembar	Rp 200	Rp 20.000
Kertas minyak	10	Lembar	Rp 300	Rp 3.000
Isi ulang gas	2	Tabung	Rp 20.000	Rp 40.000
Biaya stiker	24	Lembar	Rp 12.500	Rp 300.000
Biaya PDAM	1	Bulan	Rp 40.000	Rp 40.000
Biaya Listrik	1	Bulan	Rp 40.000	Rp 40.000
Biaya Transport	1	Bulan	Rp 100.000	Rp 100.000
Jumlah Biaya Overhead Pabrik				Rp 699.800
Total Biaya Produksi				Rp 1.686.800

Tabel 3. HPP dan Harga Jual

PERHITUNGAN HPP DAN HARGA JUAL UMKM HR SNACK KERIPIK PISANG		
Ukuran 50gr		
Total seluruh biaya	Rp 717.787	
Kapasitas produksi/50gr	400	:
HPP/50gr	Rp 1.794	
Mark-up keuntungan (39% x 1.794)	Rp 700	+
Harga Jual/50gr	Rp 2.494	
Dibulatkan Menjadi	Rp 2.500	
Ukuran 180gr		
Total seluruh biaya	Rp 969.013	
Kapasitas produksi/180gr	150	:
HPP/180gr	Rp 6.460	
Mark-up keuntungan (93% x 6.460)	Rp 6.008	+
Harga Jual/180gr	Rp 12.468	
Dibulatkan Menjadi	Rp 12.500	

4. KESIMPULAN

Dalam pelaksanaan program kegiatan yang ada kurang lebih satu bulan kami tidak mengalami banyak hambatan baik dari segi materi, teori maupun praktik di lapangan, hal ini benar-benar memberi bekal ilmu. Penyelesaian pendampingan program pengabdian masyarakat yang telah dijalankan diantaranya pembuatan akun sosial media Facebook, akun Shopee, pembuatan titik lokasi Google Maps, pembuatan Video produksi, pembuatan Logo, pembuatan

Benner, pembuatan stempel, pembuatan katalog produk, pembuatan video promosi, serta pendampingan pembuatan HPP dan laporan keuangan sederhana.

Dari sekian program kegiatan yang kami laksanakan ada beberapa program unggulan di antaranya profil usaha dan struktur organisasi dimana keduanya berperan sangat penting dalam perkembangan suatu usaha. Untuk itu kami kelompok ke-14 bekerja keras untuk membantu berjalannya UMKM Keripik Pisang yang beralamat di Jl. Bengawan solo Gg. Beringin Kebondalem, Kec. Pematang, Kab. Pematang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–159. doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845
- Budiasih, Y. (2018). Struktur Organisasi, Desain Kerja, Budaya Organisasi Dan Pengaruhnya Terhadap Produktivitas Karyawan Studi Kasus Pada PT. XX Di Jakarta. *Liquidity*, 1(2). doi.org/10.32546/lq.v1i2.139
- Efrilia, Y., & Purba, R. (2022). Perancangan dan Penyusunan Desain Buku Katalog Woopy Clothing. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(5), 667–674.
- Khofiyya, I. N., Hidayat, I., & Umar, M. T. (2023). OPTIMALISASI PEMASARAN UMKM MELALUI PENAMAAN LOKASI DI GOOGLE MAPS TERHADAP UMKM DI DESA JRAKAH, PEMALANG. *Kampelmas*, 2(2), 1689–1701.
- Komara, B., & Sudarma, A. (2016). Analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing sebagai dasar penetapan harga jual pada cv salwa meubel. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak Dan Manajemen)*, 5(9), 18–29.
- Nita Aryani, D., Hariadi, S., Tjahjani, F., Zuchroh, I., Lating, A., Murtiningtyas, T., Munfaqiroh, S., Nurastuti Utami, N., & Malangkucecwara, S. (n.d.). PENERAPAN VIDEO EDITING BERBASIS SMARTPHONE UNTUK MENGAKSELERASI PROMOSI PRODUK UNGGULAN KAMPOENG KAJOETANGAN HERITAGE. In *INSPIRASI ; Jurnal-Ilmu ilmu Sosial (Vol. 19, Issue 1)*. doi.org/10.29100/insp.v19i1.3073
- Prihandini, A., & Seba, N. (2021). Penyusunan Company Profile Bagi Umkm. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- Roisah, R., & Dianita, W. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Shopping Enjoyment Terhadap Pembelian Impulsif Pada E- Commerce Shopee. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 5(1), 9–19.
- Samsiah, S. N., Zahrany, M. N., Amajida, F., Perbawasari, S., & Anisa, R. (2023). Pull Strategy Marketing Public Relations PT Gramedia Asri Media dalam Menarik Perhatian Publik terhadap Produk. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan (JABT)*, 6(1), 1.
- Sukma, N. A. (n.d.). ANALISIS MAKNA DAN VISUAL LOGO PARIWISATA JAKARTA.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E- Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74.
- Thornton, L. (2007). *Video Production: Disciplines and Techniques*. SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA.

- Wahyuningsih, E. D., Setiawati, I., & Prasajo, T. A. (2017). Pemberdayaan pelaku usaha mikro dengan memberikan pelatihan pembukuan sederhana di Desa Bangunrejo Kecamatan Patebon Kabupaten Kendal. *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, 1(1).
- Wati, M., & Rizky, A. R. (5 C.E.). *Jam Belajar Cepat Menggunakan Facebook*. Bandung: Yrama Widya.
- Zia, H. (2020). Pengaturan Pengembangan Umkm Di Indonesia. *Rio Law Jurnal*, 1(1). doi.org/10.36355/rlj.v1i1.328
- Zuliyati, Z., & Triyanto, W. A. (2021). Stempel Flash Bagi UMKM Percetakan. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, 3(2), 119–123.