

Peningkatan Pemasaran Digital Dan Kreativitas Packaging Produk Ukm Telur Asin Rizki

Diah Wuriyah Ningsih^{1*}, Aji Awang Setiawan², Noor Rosyadi³, Anggun Setiamukti⁴,
Ziyadatul Nur Laeli⁵, Robyana Umi Rahayu⁶, Hamdani Azhar⁷, Amanda Amalia
Oktavianti P⁸

^{1,4,5,6,7}Manajemen, ²Sistem Informasi, ^{3,8}Akuntansi, Institut Teknologi dan Bisnis Adias, Pemalang, Indonesia

Korespondensi penulis: ^{1}Diahwningsih21@gmail.com

Article History:

Naskah Masuk: April 11, 2025;

Revisi: Julii 17, 2025;

Diterima: Oktober 27, 2025;

Tersedia: Januari 15, 2026;

Keywords Business

Development, Digital Marketing,
Digital Media, MSMEs

Abstract: The Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) that serves as the object of this activity is the "Telur Asin" MSME located in Bulu Village, Petarukan District, Pemalang Regency. This MSME processes duck eggs into delicious, tasty, and nutritious salted eggs. The purpose of implementing this community service activity is to provide assistance in business development at the MSME by identifying existing problems and offering alternative solutions, such as creating a production process video, developing social media accounts, adding the business location to Google Maps, designing a business logo and profile, creating a Business Identification Number (NIB), obtaining a halal certificate, designing a business banner, label, and stamp, preparing business invoices, creating a simple bookkeeping system, and producing an effective promotional and digital marketing video. The results of this activity include improved business management skills for the MSME owner, the availability of promotional media in the form of videos and business profiles, the establishment of a simple bookkeeping system that facilitates financial management, as well as increased visibility and reach of "Telur Asin Rizki" through digital map platforms, which in turn led to an increase in the number of customers and product sales. The mentoring method used involves implementing several programs, such as producing promotional and production videos as media for product promotion, creating simple bookkeeping records, developing an organizational structure and business profile to provide information about the business background, brief history, vision and mission, and best-selling products to consumers, as well as developing a digital map system to improve the digital map rating of "Telur Asin Rizki" so that it becomes more easily recognized and accessible to a wider range of customers.

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang menjadi objek adalah UMKM Telur Asin yang terletak di Desa Bulu, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang. UMKM ini mengolah telur bebek menjadi telur asin yang enak, lezat dan bergizi. Tujuan dari Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk melakukan pendampingan pengembangan usaha di UMKM dengan cara mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang ada di UMKM, serta berupaya untuk memberi alternatif solusi seperti membuat video proses produksi, membuat akun media *social*, mencantumkan alamat di *Goole Maps*, membuat logo dan profil usaha, membuat NIB (Nomor Induk Berusaha), membuat sertifikat halal, membuat *banner* usaha, membuat label dan stempel usaha, membuat nota usaha, membuat pembukuan sederhana, membuat video promosi serta pemasaran digital yang efektif. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya keterampilan manajemen usaha bagi pemilik UMKM, tersedianya media promosi berupa video dan profil usaha, adanya sistem pembukuan sederhana yang memudahkan pengelolaan keuangan, serta meningkatnya visibilitas dan jangkauan Telur Asin Rizki melalui *platform digital maps* yang berdampak pada peningkatan jumlah konsumen dan penjualan produk. Metode pendampingan yang dilakukan yaitu melaksanakan beberapa program seperti pembuatan video produksi dan promosi sebagai media promosi produk, pembuatan pembukuan sederhana, pembuatan struktur organisasi dan profil usaha sebagai informasi mengenai profil, sejarah singkat, visi & misi dan produk *best seller* kepada

konsumen, pengembangan maps digital untuk untuk meningkatkan rating maps digital Telur Asin Rizki sehingga lebih mudah dikenal dan dijangkau banyak konsumen.

Kata kunci : Media Digital, Pemasaran Digital, Pengembangan Usaha, UMKM

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendirinya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM menyerab banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia (Saefullah et al., 2022). UMKM juga memanfaatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. UMKM dapat membantu mengolah Sumber Daya Alam yang ada di setiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia (Saefullah dkk., 2022).

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini pada perusahaan yang berada pada skala industri kecil menengah (UMKM) yang bergerak pada makanan tradisional Telur Asin yang sampai dengan sekarang masih menjadi kegemaran masyarakat luas. Dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat, sebagai mitra kegiatan adalah usaha Telur Asin Rizki khas dari Desa Bulu, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah usaha rumahan yang bergerak di bidang makanan dengan bahan dasar pembuatannya yang terbilang mudah didapatkan di pasaran. Selain itu, rasa khas dari Telur Asin Rizki yang memiliki rasa original yang khas dan di terima di masyarakat sekitar. Masyarakat mayoritas mengenal telur bebek sebagai telur asin. Telur asin merupakan olahan makanan telur yang diasinkan. Pengasinan telur pada telur bebek juga sebagai Salah satu usaha pengawetan untuk memperpanjang penyimpanan telur. Proses pengasinannya sendiri didasarkan pada ionisasi garam NaCl kemudian berdifusi ke dalam telur melalui pori-pori cangkang. Pengasinan ini bertujuan untuk mencegah telur cepat rusak dan busuk selain itu juga memberikan cita rasa khas dari telur (Pengabdian & Masyarakat, 2023).

Proses pembuatan telur asin pada mitra ini masih bersifat tradisional yaitu dengan membalut adonan dengan batu bata merah yang telah ditumbuk halus dan diberi garam serta air setebal kurang lebih 1,5mm. Proses berikutnya yaitu dengan meletakkannya pada wadah sebagai langkah pemeraman sekitar 1 minggu. Jika proses pembuatan telur asin ini bisa mencapai 7 – 15 hari. Telur asin dapat dijadikan memenuhi kebutuhan gizi dan meningkatkan

pendapatan masyarakat karena penjualan Telur asin matang merupakan peluang bisnis yang menjanjikan (Pengabdian & Masyarakat, 2023).

Tim pengabdian ini bertugas pada UMKM yang bergerak pada produksi makanan yang sampai dengan sekarang masih menjadi pilihan masyarakat luas. Dalam kegiatan KKU, sebagai mitra kegiatan adalah usaha Telur Asin Rizki Pak Sutrimo dari Desa Bulu, RT 10 RW 01, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. Usaha rumahan yang bergerak di bidang kuliner dengan bahan yang digunakan yaitu telur bebek dengan pengasinan selama kurang lebih 15 Hari untuk menjadi telur asin yang lezat. Kami juga membuat UMKM Telur Asin Rizki memiliki beberapa pilihan Packaging yang berbeda-beda agar dapat menarik daya beli masyarakat dan pasti untuk keamanan produk.

Diketahui bahwa produk telur asin ini dipasarkan di Pasar Beji Pemalang dan selalu bisa menerima pesanan pelanggan seperti digunakan untuk hajatan, aqiqah dan acara besar lainnya. Dengan banyaknya permintaan menjadi daya tarik sendiri bagi UMKM Telur Asin Rizki ini. Agar memudahkan pemasaran kami membantu Pak Sutrimo untuk memasarkan produknya lewat media sosial yang kami buat agar produk telur asin semakin di kenal masyarakat luas.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 24 Juni - 24 Juli 2024, objek dalam kegiatan ini adalah Telur Asin Rizki yang berlokasi di Desa Bulu, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang. Adapun beberapa tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

Tahap Perencanaan dan Persiapan, Kegiatan perencanaan dilakukan pada tanggal 24 Juni 2024. Langkah awal yang dilakukan untuk mempersiapkan berbagai hal sebelum melakukan kegiatan yang meliputi menjalin komunikasi dengan pemilik usaha, melakukan observasi atau survei ke lokasi dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM. Sehingga ditemukan permasalahan bahwa kurang maksimalnya pemasaran secara digital melalui media sosial, kemudian melakukan penyusunan rencana pemecahan masalah (*problem solving*).

Tahap Pelaksanaan, Kegiatan pelaksanaan dilaksanakan pada tanggal 30 Juni - 22 Juli 2024. Langkah yang dilakukan setelah perencanaan selesai adalah mempersiapkan kegiatan pendampingan di Telur Asin Rizki. Kegiatan pelaksanaan meliputi pendampingan dan pembinaan untuk UMKM serta memberikan solusi untuk permasalahan yang menjadi kendala

pada UMKM. Kegiatan pelaksanaan meliputi pembuatan video proses produksi, pembuatan akun media sosial, pembuatan titik lokasi pada *google maps*, pembuatan logo usaha pembuatan profil, visi, dan misi, pembuatan *nib*, pembuatan *banner* usaha, pembuatan katalog usaha, pembuatan label kemasan, pembuatan stempel usaha, pembuatan nota perhitungan harga pokok penjualan, pembuatan video promosi.

Kegiatan evaluasi dan penyampaian hasil dilaksanakan pada tanggal 24 Juli 2024. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mendampingi dan mengevaluasi perkembangan pemasaran produk secara modern. Setelah evaluasi perkembangan usaha, evaluasi kegiatan pendampingan juga dilakukan sehingga kegiatankegiatan selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih maksimal. Apabila evaluasi tersebut sudah dilakukan maka perlu melakukan perencanaan mengenai keberlanjutan dari program kerja ini untuk lebih meningkatkan penjualan produk dari UMKM Telur Asin Rizki.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini berupa kegiatan pendampingan mengenai Pengembangan Usaha Melalui Promosi Penjualan. Strategi pengembangan ini dilakukan dengan mempromosikan produk melalui media social seperti *facebook*, titik lokasi pada *google maps* serta digitalisasi pemasaran dan memberikan kreativitas pada model *packaging* dan varian *packaging* pada produk. Kegiatan pendampingan ini dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu kegiatan observasi, kegiatan pendampingan strategi pengembangan, serta kegiatan evaluasi dan penyampaian hasil.

Kegiatan observasi (tahap perencanaan)

Kegiatan pendampingan dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Kegiatan pendampingan ini diawali dengan tahapan perencanaan yaitu melakukan kunjungan dan mengidentifikasi permasalahan dari UMKM Telur Asin Rizki Desa Bulu, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang. Pelaksanaan identifikasi masalah ini dilakukan dengan langsung turun ke tempat usaha dan bertanya langsung kepada pemilik usaha terkait masalah yang dihadapi. Melalui observasi dan komunikasi yang baik dengan pemilik usaha, maka dapat kami identifikasi masalah yang dihadapi dalam menjalankan usahanya, permasalahan ini menjadi latar belakang untuk melakukan pendampingan terkait pengembangan usaha melalui strategi promosi penjualan. Hasil dari identifikasi masalah ini

yang kemudian dilakukan tindak lanjut untuk mempersiapkan pendampingan serta pelaksanaan untuk pengabdian masyarakat.

Kegiatan pendampingan strategi pengembangan (tahap pelaksanaan)

Kegiatan pendampingan strategi pengembangan wirausaha ini merupakan tindak lanjut mengenai permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu terkait dengan pemasaran. Pada tahap ini ada beberapa hal kami laksanakan antara lain, pembuatan video proses produksi video merupakan gambar yang bergerak yang selalu di gunakan oleh masyarakat untuk melihat hasil karya melalui gambar (Sunandar & Miswanto, 2019)



Gambar 1. Video Proses Produksi

Pembuatan Akun Media Sosial (*Instagram dan Facebook*)

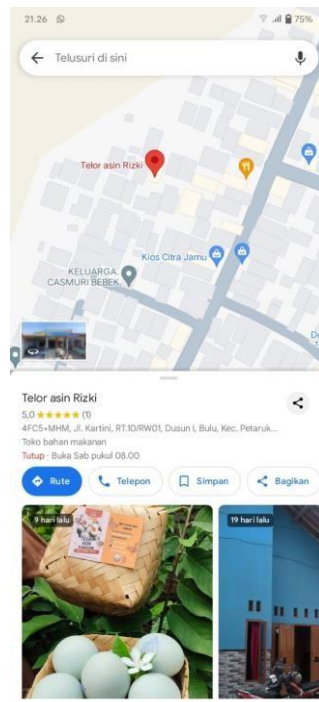
Digital marketing juga mempermudah pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, dan di sisi lain calon konsumen bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Insani dkk., 2022)



Gambar 2. Akun Sosial Media (Instagram dan Facebook)

Pembuatan titik lokasi di *Google Maps*

Aplikasi *Google Maps* memiliki tampilan yang mudah digunakan. Desain antarmukanya sederhana dan praktis sehingga mudah dimengerti oleh pengguna awam (Insani dkk., 2022; A. Z. Putri dkk., 2021)



Gambar 3. Google Maps

Pembuatan Logo Usaha

Logo berfungsi sebagai „tanda“ atau „simbol“ dari entitas (perusahaan/ organisasi/ lembaga tertentu) yang „mewakili“ kehadiran keseluruhan entitas tersebut dalam bentuk visual, dimana logo tersebut akan menyampaikan pesan komukatifnya kepada masyarakat khalayak (target audience) yang dibidiknya (Said A. A., 2017)



Gambar 4. Logo

Pembuatan Profil, Visi dan Misi

UMKM yang memiliki visi dan misi berarti sama saja dengan memetakan secara jelas, apa saja yang menjadi dasar tujuan didirikannya sebuah usaha. Hal inilah yang selanjutnya diharapkan oleh sebuah UMKM akan memberikan dampak yang signifikan pada peningkatan keuntungan dan kemajuan UMKM (A. Z. Putri dkk., 2021).



Gambar 5. Profil, Visi dan Misi

Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Pentingnya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai legalitas dalam berusaha dengan terdaftarnya usaha UMKM(Khumaidi dkk., 2022).



Gambar 6. Nomor Induk Berusaha (NIB)

Pembuatan Banner Usaha

Banner berfungsi sebagai identitas dan informasi produk yang mampu menarik perhatian konsumen. Desain banner yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk, membantu membedakan produk dari pesaing, dan memberikan informasi yang penting kepada konsumen.(Rahmah & Iryanti, 2023)



Gambar 7. Banner Usah

Pembuatan Katalog Usaha

Menurut Satit et al.(2012) harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, pelanggan akan lebih bertahan membeli produk kita jika kita menawarkan produk dengan harga yang menarik dan kompetitif atau dengan memberikan diskon khusus(Nasyi"ah & Safitri, 2021)



Gambar 8. Katalog Usaha

Pembuatan Label Kemasan

Label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan di pasarkan, label produk dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan di belinya dan menjadi penguat branding usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat(Herudiansyah dkk., 2019)



Gambar 9. Label Kemasan

Pembuatan Stempel

Stampel sangat dibutuhkan bagi para pelaku UMKM karena stampel dapat memberi keaslian dalam bertransaksi.



Gambar 10. Stempel Usaha

Pembuatan Nota

Nota berfungsi sebagai bukti pembelian atau bukti transaksi yang sah.



Gambar 11. Nota

Perhitungan Harga Pokok Penjualan

(Satriani & Kusuma, 2020) Terdapat unsur-unsur harga pokok yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, berikut keterangannya: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik (biaya tidak langsung)

Tabel 1. Perhitungan Harga Pokok Penjualan

HARGA POKOK PENJUALAN				
TELUR ASIN RIZKI				
Per 30 Juni 2024				
A. Biaya Bahan Baku				
No	Nama	Unit	Harga Per Unit	Total
1	Telur Bebek	2.000 Butir	Rp 2.500,00	Rp 5.000.000,00
2	Garam	8 Kg	Rp 6.000,00	Rp 48.000,00
3	Batu Bata Bubuk	50 Kg	Rp 250.000,00	Rp 500.000,00
4	Gas	3 kg @ 4	Rp 20.000,00	Rp 80.000,00
				Rp 5.628.000,00
B. Biaya Tenaga Kerja				
No	Nama	Unit	Harga Per Unit	Total
1	Tenaga Kerja	2	Rp 100.000,00	Rp 200.000,00
				Rp 200.000,00
C. Biaya Overhead Usaha				
No	Nama	Unit	Harga Per Unit	Total
1	Air dan Listrik	1 Bulan	Rp 130.000,00	Rp 130.000,00
				Rp 130.000,00
TOTAL HPP				Rp 7.128.000,00
HPP PER BUTIR				Rp 3.564,00
HARGA JUAL				Rp 4.000,00

Pembuatan Video Promosi

Video promosi memiliki durasi 7-10 menit dalam pembuatan video dan di cakup sangat jelas dari isi video(Sunandar & Miswanto, 2019).



Gambar 12. Video Promosi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kegiatan dapat ditarik kesimpulan bahwa di era yang semakin modern, pemasaran yang unik dan menarik sangat dibutuhkan agar usaha dapat berkembang dan bersaing di dunia bisnis modern. Melalui program pengabdian masyarakat kegiatan mendampingi UMKM Telur Asin Rizki dalam upaya mengembangkan usaha dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang merupakan salah satu poin dari tri dharma perguruan tinggi. Wujud pengabdian masyarakat yang dilakukan di UMKM Telur Asin Rizki berupa pendampingan edukasi tentang strategi pengembangan wirausaha di masa modern. Seorang wirausaha harus bisa mengembangkan produk yang menarik, menawarkan produk yang unik dan mengikuti tren terbaru serta dapat menarik minat konsumen di pasar luas. Menjalankan bisnis dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil analisis dan evaluasi program kegiatan disampaikan kepada pemilik usaha yakni Bapak Trimo. Berdasarkan hasil analisis, konsep pengembangan usaha sangat diperlukan dalam menunjang perkembangan bisnis karena dengan menggunakan media pemasaran secara visual yang menarik dan modern, UMKM tersebut dapat mengikuti perkembangan zaman di Era Digital saat ini yang menyediakan fasilitas bisnis dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta memperoleh keuntungan yang maksimal. Hasil dari kegiatan ini yaitu :

Pembuatan Video Proses Produksi

Pembuatan Akun Media Sosial

Pembuatan Titik Lokasi pada *Google Maps*

Pembuatan Logo Usaha

Pembuatan Profil, Visi, dan Misi

Pembuatan NIB

Pembuatan *banner* usaha

Pembuatan katalog usaha

Pembuatan label kemasan

Pembuatan stempel usaha

Pembuatan nota

Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Pembuatan Video Promosi

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pelaku UMKM, khususnya UMKM Telur Asin Rizki, atas kerja sama dan partisipasinya selama kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung. Terima kasih juga disampaikan kepada masyarakat Desa Bulu, Kelurahan Petarukan, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang, yang telah berperan aktif dan memberikan dukungan selama pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh tim pengabdian yang telah bekerja keras, berdedikasi, dan saling mendukung sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar, tertib, dan mencapai hasil yang bermanfaat bagi mitra UMKM maupun masyarakat sekitar. Semoga hasil dari kegiatan pengabdian ini dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi pengembangan usaha masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Chairul Fajar Tafrilyanto, Septi Dariyatul Aini, Moh. Zayyadi, Fetty Nuritasari, & Nurul Fajaria Putri. (2023). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha dalam Rangka Pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains dan Teknologi*, 2(2), 147–153. <https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v2i2.159>
- Gammahendra, F., Hamid, D., & Riza, M. F. (2014). Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Efektivitas Organisasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 7(2), 1–10.
- Ginanjjar, M. H., & Purwanto, E. (2022). Implementasi Manajemen Pembiayaan Pendidikan di SMK Informatika Bina Generasi 3 Kabupaten Bogor. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(01), 67. <https://doi.org/10.30868/im.v5i01.2024>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>

- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Desa Tebedak Ii Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2), 84–89. <https://doi.org/10.32502/sa.v1i2.2296>
- Insani, S. F., Syahril, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari. *Warta LPM*, 25(1), 44–56. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i1.596>
- Khumaidi, A., Suyono, S., Puspita, D., & Anggraeni, L. (2022). Pemanfaatan Web Online Single Submission (OSS) Untuk Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Pada UMKM Tanggamus. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 24–28. <https://doi.org/10.32877/nr.v2i1.568>
- Moeljono. (2023). Pelatihan Pembuatan Catatan Keuangan Sederhana Pada Nelayan Budidaya Rumput Laut Kelurahan Mangkang Kota Semarang. *Journal of Social Sciences and Tecnology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 60–67.
- Muttaqien, M. K., & Anasani, H. A. (2020). Pelatihan membuat infused water melalui video tutorial, banner dan poster sebagai peluang usaha dan proteksi diri saat pandemi covid-19. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–12.
- Nadya, A. Q., Hafidz, A. ridho, Latifa, A., & Fikri, S. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Desa Pondokagung Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i1.25>
- Nasyi'ah, E. Z., & Safitri, E. A. (2021). Edukasi Pentingnya Pembukuan bagi Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(3), 216. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i3.13365>
- Pengabdian, J., & Masyarakat, K. (2023). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(9), 918–924.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Putri, A. Z., Pramudiati, N., Nusron, L. A., & Prasetyo, D. (2021). Modernisasi Strategi Umkm Demi Resistensi Usaha Di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Khidmat*, 4(1), 58–66. <https://doi.org/10.15575/jak.v4i1.12009>
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504–514. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/998%0Ahttps://dinastirev.org/JIMT/article/download/998/633>
- Rahmah, U., & Iryanti, E. (2023). Optimasi Upaya Pendampingan UMKM untuk Meningkatkan Branding UMKM Iborajut. *Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 98–105.
- Saefullah, E., Rohaeni, N., & Tabroni. (2022). *Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan*

- Menengah*. 1–23.
<https://repository.penerbiteurka.com/media/publications/557913-manajemen-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-2a7287d3.pdf> Said A.
A. (2017). *Mendesain Logo 2021*. 3.
- Satriani, D., & Kusuma, V. V. (2020). Perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan terhadap laba penjualan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(2), 438.
<https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jtin/article/view/645>
- Setiawan, I. (2017). Analisis Segmentasi, Penentuan Target, dan Posisi Pasar pada Holland Bakery Samarinda. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 1, 477–482.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/PROSNMEB>
- Setiawan, Y., Nugroho, A. D., & Sanggarwati, D. A. (2024). Pengaruh Google Maps Sebagai Media Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Disablonin Sidoarjo. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 48–59.
- Sunandar, E., & Miswanto, M. (2019). Sekolah Alam Mekar Bakti Dalam Pembuatan Video Promosi Penunjang Informasi. *Cices*, 5(2), 151–158.
<https://doi.org/10.33050/cices.v5i2.610>
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 3.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7711>
- Wijaya, T., Wijaya, A., Akuntansi, J., Multi, U., Palembang, D., Rajawali, J., & 14, N. (2023). Knowledge Sharing Manajemen Dan Organisasi Bisnis Pada UMKM Jajanan Pasar Nyayu Chodijah. *Jurnal PADIMAS*, 2(14), 83–87.