

PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA UMKM CARANG MAS “BU YANTI” MENUJU PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL

Robby Sandhi Dessyarti^{1*}, Ridhwan Aji Perdana², Cindy Violita³

¹Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

²Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun

³Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Kampus III Jalan Auri No. 14-16, Kanigoro, Kec. Kartoharjo, Madiun, Jawa Timur 63117

* Penulis Korespondensi : robbeyvan@gmail.com

*e-mail korespondensi: robbeyvan@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia dan sebagai penggerak pertumbuhan perenokomian. Desa Klamong memiliki icon sebagai penghasil tanaman porang terbesar di Jawa Timur akan tetapi untuk memanen hasil tanaman porang tersebut petani porang harus menunggu kurang lebih 3(tiga) tahun sehingga hal tersebut menjadikan alasan kuat masyarakat Desa Klamong untuk mengembangkan usaha rumahan atau UMKM untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Salah satunya yaitu UMKM Carang Mas “Bu Yanti” melalui program pendampingan berupa manajemen usaha UMKM Carang Mas “Bu Yanti” diharapkan mampu memperluas jejaring pemasaran, meningkatkan kepercayaan sehingga mewujudkan kemandirian berkembang bagi UMKM, serta sebagai salah satu UMKM unggulan Desa Klamong. Hasil pelaksanaan dalam kegiatan ini penilaian kemampuan mitra yaitu mampu menerapkan strategi manajemen usaha yang baik pada saat pelatihan maupun pendampingan yang dilakukan.

Kata Kunci: *UMKM, Manajemen Usaha, Legalitas, Branding, Digital Marketing*

ABSTRACT

Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) are one of the main pillars of the Indonesian economy and are the drivers of economic growth. Klamong Village has an icon as the largest producer of porang plants in East Java, but to harvest the results of the porang plants, porang farmers have to wait approximately 3 (three) years that which is a strong reason for the people of Klamong Village to develop home-based businesses or SMEs to support their daily needs day. One of them is SME’s Carang Mas “Bu Yanti” through a mentoring program in the form of SMEs business management Carang Mas “Bu Yanti” is expected to be able to expand marketing networks, increase trust to realize developing independence for SMEs, and as one of the leading SMEs in Klamong Village. The results of the implementation in this activity are an assessment of the partner's ability, namely being able to implement good business management strategies during training and mentoring carried out.

Keywords: *SMEs, , Business Management, Legality, Branding, Digital Marketing*

(1)PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia dan sebagai penggerak pertumbuhan perenokomian. Hal ini dibuktikan dengan kontribusi terhadap kemampuan menyerap 97% dari total

tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun 60,4% dari total investasi yang ada di Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian., 2021). Menurut (Badan Pusat Statistik Kabupaten Madiun, 2022) data pertumbuhan ekonomi Kabupaten Madiun Tahun 2021 sebesar 3,

34% yang ditandai mengalami penurunan sebesar -1,69% dari semula 5,42% pada Tahun 2019, disebabkan oleh pandemik Covid-19. Desa Klangan dikenal sebagai pusat produsen umbi porang yang menjadi salah satu pencaharian masyarakat desa. Sedangkan UMKM Desa Klangan masih termasuk yang paling sedikit dibandingkan dengan Desa lainnya (Wikipedia, 2021). Hal ini disebabkan karena wilayah Desa Klangan terletak dikaki Gunung Pandan sehingga didominasi oleh sawah dan lading.

Melalui pendekatan *One Village One Product (OVOP)* dan manajemen usaha dimana salah satu cara pendekatan untuk pengembangan potensi daerah khususnya UMKM agar dapat menghasilkan salah satu produk kelas global yang unik dan khas. Tujuan OVOP adalah menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal, dari sumber daya, bernilai tinggi namun tetap menjaga kelestarian lingkungan dengan memiliki *image* serta daya saing (Mustaniroh & Mulyadi, 2017). Desa Klangan memiliki *icon* sebagai penghasil tanaman porang terbesar di Jawa Timur akan tetapi untuk memanen hasil tanaman porang tersebut petani porang harus menunggu kurang lebih 3 (tiga) tahun sehingga hal tersebut menjadikan alasan masyarakat Desa Klangan untuk mengembangkan usaha rumahan atau UMKM untuk menunjang kebutuhan sehari-hari.

UMKM yang ada di Desa Klangan diantaranya carang mas, madu, lempeng, jamu, sambel pecel dan *bakery* dalam skala industri rumahan. Berdasarkan wilayah Desa Klangan dibagi menjadi 4 (empat) dusun diantaranya Dusun Pohulung, Dusun Klangan, Dusun Sempol dan Dusun Bandungan. Dusun Klangan memiliki UMKM dimana salah satunya adalah

UMKM Carang Mas “Bu Yanti” yang terbilang masih muda serta membutuhkan pengembangan serta legalitas identitas produk.

Melalui pendekatan *One Village One Product (OVOP)* dan manajemen usaha dimana salah satu cara pendekatan untuk pengembangan potensi daerah khususnya UMKM agar dapat menghasilkan salah satu produk kelas global yang unik dan khas. Tujuan OVOP adalah menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal, dari sumber daya, bernilai tinggi namun tetap menjaga kelestarian lingkungan dengan memiliki *image* serta daya saing (Mustaniroh & Mulyadi, 2017). Desa Klangan memiliki *icon* sebagai penghasil tanaman porang terbesar di Jawa Timur akan tetapi untuk memanen hasil tanaman porang tersebut petani porang harus menunggu kurang lebih 3(tiga) tahun sehingga hal tersebut menjadikan alasan masyarakat Desa Klangan untuk mengembangkan usaha rumahan atau UMKM untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. UMKM yang ada di Desa Klangan diantaranya carang mas, madu, lempeng, jamu, sambel pecel dan *bakery* dalam skala industri rumahan. Berdasarkan wilayah Desa Klangan dibagi menjadi 4 (empat) dusun diantaranya Dusun Pohulung, Dusun Klangan, Dusun Sempol dan Dusun Bandungan. Dusun Klangan memiliki UMKM dimana salah satunya adalah UMKM Carang Mas “Bu Yanti” yang terbilang masih muda serta membutuhkan pengembangan serta legalitas identitas produk.

Prinsip manajemen usaha yang baik bagi UMKM dalam menjalankan aktivitasnya harus memiliki aspek fungsi manajemen. Diantaranya segi perencanaan yaitu: perencanaan yang dilakukan harus

menentukan tujuan organisasi/ perusahaan secara keseluruhan, segi organisasi meliputi memastikan kebutuhan manusia dan fisik setiap sumber daya mencakup aktivitas penugasan, membagi pekerjaan kedalam setiap tugas yang lebih spesifik, segi pengarahan adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota bekerja sesuai arahan perencanaan manajerial dan usaha, dan segi pengawasan mencakup menentukan apakah rencana perlu direvisi atau bahkan telah sesuai dengan yang direncanakan sehingga dapat di evaluasi (Wahyudiono *et al.*, 2019).

Berdasarkan observasi dan kajian teori diatas maka ada beberapa permasalahan pada mitra UMKM Carang Mas “Bu Yanti” diantaranya: kondisi geografis yang jauh dari perkotaan sehingga menghambat pemasaran produk serta sulitnya mendapatkan peralatan yang memadai, mitra merasa tingkat keuntungan yang diperoleh tinggi namun setelah melakukan perhitungan diketahui biaya overhead atau tenaga kerja melampaui anggaran, mitra belum memiliki branding seperti label atau merk pada produk yang mengakibatkan produk kurang diminati konsumen, belum adanya legalitas usaha yang menjadi kendala ketika ada program pemerintah dalam rangka mendorong UMKM berupa bantuan dana atau pinjaman.

Dalam upaya mempertahankan, mengembangkan UMKM dituntut untuk mulai menerapkan berbagai macam strategi bisnis untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas serta menarik konsumen dan pelanggan baru (Manoppo & Pelleng, 2018). Setelah apa yang telah diuraikan sebelumnya maka peneliti tertarik untuk memberikan pendampingan berupa manajemen usaha UMKM Carang Mas“ Bu

Yanti” menuju ekonomi nasional meliputi branding, legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana). Harapannya dengan adanya kegiatan ini sebagai wujud nyata dari salah satu Tri Dharma Perguruan tinggi melalui program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan selaku mitra dapat memperluas jejaring pemasaran, meningkatkan kepercayaan sehingga mewujudkan kemandirian berkembang bagi UMKM, serta sebagai salah satu UMKM unggulan Desa Klamong.

(2)METODE

Lokasi kegiatan pelatihan dan pendampingan berupa manajemen usaha UMKM Carang Mas“ Bu Yanti” menuju ekonomi nasional meliputi *branding*, legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana) dilaksanakan pada UMKM Carang Mas” Bu Yanti” di Dusun Pohulung, Desa Klamong, Kecamatan Saradan selama 4 (empat) hari dengan jumlah peserta sebanyak 23 peserta dari mitra dan masyarakat sekitar. Metode yang digunakan berupa pendidikan masyarakat dengan menerapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan dibantu dengan mahasiswa KKN-T MBKM Tahun 2022 (Morelli, 2015). Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini dimulai dari tahapan persiapan, pelatihan, pendampingan hingga evaluasi diantaranya:

2.1 Tahapan Persiapan

Tahap persiapan dilakukan dengan melakukan observasi terhadap UMKM yang terdapat di Dusun Pohulung khususnya mitra UMKM Carang Mas”Bu Yanti” seperti melakukan wawancara dan *Forum Group Discussion (FGD)* mencakup

identifikasi permasalahan dimana untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan mitra. Serta mengamati proses tata kelola UMKM dan aktivitas operasional. Tahap persiapan ini dilakukan agar pendampingan berupa manajemen usaha UMKM Carang Mas “Bu Yanti” menuju ekonomi nasional meliputi *branding*, legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana) dapat berjalan lancar (Maryani & Nainggolan, 2019).

2.2 Tahapan Pelatihan

Tahapan pelatihan dengan tema manajemen usaha UMKM Carang Mas “Bu Yanti” menuju ekonomi nasional bertempat di UMKM Carang Mas “Bu Yanti” Dusun Pohulung, Desa Klangon selama 2 (dua) hari. Pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari 2 (dua) agenda yaitu: Sosialisasi dan Pelatihan (Maryani & Nainggolan, 2019). Adapun sosialisasi yang dilakukan berupa pemaparan materi pentingnya manajemen usaha melalui *branding*, legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana). Sedangkan pelatihan terkait dengan *e-commerce* dan pengemasan produk yang disesuaikan dengan kemasan masa kini.

2.3. Tahapan Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan selama 2 (dua) hari melalui *branding* produk carang mas dengan kemasan kekinian sedangkan legalitas usaha dengan mendaftarkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) melalui *system OSS*. Pemasaran melalui sistem *digital marketing* dalam kegiatan ini sangat perlu dikarenakan mencakup proses sebuah produk mulai dari distribusi hingga sampai ke tangan konsumen hingga pembuatan *website e-commerce* (Istiq *et al.*, 2021).

2.4 Tahapan Evaluasi

Evaluasi merupakan proses yang dapat membantu seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Evaluasi dalam kegiatan ini dilakukan dengan menentukan indikator keberhasilan dalam suatu program dengan menentukan seberapa baik tingkat penguasaan dan keberhasilan seseorang terhadap kompetensi yang telah ditetapkan. Tujuan dalam evaluasi meliputi *branding*, legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana) digunakan untuk menghindari kesalahan, memilih strategi yang terbaik dari beberapa alternatif, meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam operasional (Wirawan, 2011).

(3)HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan berupa manajemen usaha UMKM Carang Mas “Bu Yanti” menuju ekonomi nasional meliputi *branding*, legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana) telah dilaksanakan selama 4 (empat) hari berturut-turut dengan lancar dan sukses. Sesuai permasalahan yang dihadapi terkait dengan upaya pengembangan manajemen usaha UMKM menuju nasional. Adapun rincian kegiatan pelaksanaan dan indikator keberhasilan program dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel. 1 Indikator Keberhasilan Program Kegiatan

No.	Kegiatan Pelaksanaan	Penilaian	
		Bentuk dan Kriteria	Indikator Pengukuran
1.	Forum Group Discussion (FGD) mencakup identifikasi	a) Mengkategorikan permasalahan, b) Menganalisis dengan	a) Berhasil mempresentasikan permasalahan dengan memformula

	permasalahan	menggunakan prinsip manajemen usaha menuju ekonomi nasional,	sikan strategi dengan menggunakan manajemen usaha menuju ekonomi nasional.
2.	Sosialisasi pentingnya manajemen usaha melalui <i>branding</i> , legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana)	a) Mampu mengidentifikasi permasalahan yang ada pada UMKM Carang Mas"Bu Yanti". b) Mampu menentukan manajemen usaha melalui <i>branding</i> , legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana).	a) Mampu mengkaji permasalahan yang ada melalui <i>branding</i> , legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana) b) Mampu menerapkan strategi manajemen usaha.
3.	Pelatihan dan pendampingan Manajemen Usaha <i>branding</i> legalitas usaha (SIUP), <i>digital marketing</i>	a) Membangun konsep manajemen usaha menuju ekonomi nasional, b) Memproyeksikan produk UMKM Carang Mas"Bu Yanti" dengan konsep kekinian, c) Bukti dokumen legalitas usaha berupa SIUP, d) Mampu menerapkan konsep pemasaran	a) Berhasil membangun konsep manajemen usaha, menerapkan konsep branding produk UMKM Carang Mas"Bu Yanti", b) Memiliki dokumen SIUP UMKM Carang Mas"Bu Yanti", c) Mentransfer keahlian pemasaran melalui <i>digital</i>

melalui *e-commerce* *marketing*.

Berdasarkan tabel 1. Capaian Indikator pada UMKM Carang Mas"Bu Yanti" dapat diketahui setelah melaksanakan *Forum Group Discussion (FGD)* pada hari pertama dengan mitra yang ditandai dengan merumuskan strategi yang akan diterapkan. Maka tahapan selanjutnya yaitu sosialisasi tentang manajemen usaha melalui *branding*, legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana) secara umum. Pada tahapan *branding* hari kedua memiliki tujuan sebagai pemberian nama dengan identitas yang melekat pada suatu produk dengan menunjukkan karakteristik yang berbeda dengan lainnya baik komposisi atau kemasan yang ada pada UMKM Carang Mas "Bu Yanti" (Kusuma *et al.*, 2020) seperti gambar di bawah 1.



Gambar 1. Tahapan Perumusan Strategi dan *Branding* Produk/Kemasan

Setelah tahapan *branding* dilakukan maka agenda selanjutnya pada hari ketiga yakni terkait dengan legalitas usaha. Dimana dalam legalitas usaha pada mitra terkait belum memiliki SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan) sehingga perlu dilakukan pendampingan pendaftaran legalitas usaha melalui sistem OSS (Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Elektronik) dimulai dengan pendaftaran NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Legalitas UMKM Carang Mas "Bu Yanti" dipakai untuk

melegalkan badan usaha sehingga dapat diakui secara sah dan hukum. Produk Carang mas “Bu Yanti” yang sudah didaftarkan dan memiliki legalitas maka sudah terjamin kualitasnya dengan harapan mendapatkan jaminan perlindungan hukum, memudahkan dalam mengembangkan usaha dan bantuan pembiayaan oleh pemerintah maupun investor skala nasional (Wahyudiono *et al.*, 2019).



Gambar 2. Pendampingan terkait Legalitas Usaha dan Inovasi Produk

Pada hari keempat pada kegiatan pendampingan berupa manajemen usaha UMKM Carang Mas “Bu Yanti” dilanjutkan dengan menerapkan konsep pemasaran digital melalui *e-commerce* dan salah satu media *social* yakni *instagram*. Dengan melakukan inovasi kemasan yang kekinian mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pembelian dikarenakan kemasan yang unik. Harapan dengan kemasan baru pada produk mitra tidak sebagai pembungkus. Melainkan sebagai pelayanan dan salesman sehingga membawa kepercayaan, dimana merupakan penglihatan terakhir dari konsumen yang dapat dipercaya (Prameswari, 2018).

Berdasarkan kegiatan yang telah diuraikan sebelumnya tentang pelatihan dan pendampingan maka dapat disimpulkan hasil penilaian kemampuan mitra terkait sekitar 90% mampu menerapkan strategi manajemen usaha yang baik pada saat pelatihan maupun pendampingan yang dilakukan. Sesuai pendapat (Dessyarti *et*

al., 2021) menunjukkan keterlibatan kegiatan pendampingan dilaksanakan agar program kerja maupun rencana dapat terlaksana dan tercapai secara optimal.

(4) PENUTUP

Berdasarkan serangkaian pelaksanaan manajemen usaha dengan mitra UMKM Carang Mas “Bu Yanti” Dusun Pohulung, Desa Klangon, Kecamatan Saradan, Kabupaten Madiun dapat disimpulkan bahwa

- a. UMKM Carang Mas “Bu Yanti” dalam kegiatan ini sangat antusias dan sangat penting keberadaannya dikarenakan sebagai salah satu UMKM dengan harapan dapat unggul, menyerap tenaga kerja, membentuk produk domestik bruto, serta sebagai jejaring pengaman bagi masyarakat berpendapatan rendah di masa pandemik selain berprofesi sebagai petani porang.
- b. Kegiatan manajemen usaha melalui *branding*, legalitas, pemasaran dan laporan keuangan (pembukuan sederhana) melalui program KKN-T MBKM bersama mitra terlaksana dengan baik dan lancar sesuai dengan tujuan dimana dapat meningkatkan atau menguatkan potensi UMKM desa setempat.
- c. Terlaksananya kegiatan ini diharapkan mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan, membangun kemitraan, kerjasama dengan berbagai disiplin ilmu serta kemampuan dalam mengelola pembangunan menuju ekonomi nasional sesuai Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Demi terwujudnya pelaksanaan program pendampingan berupa manajemen usaha UMKM Carang Mas “Bu Yanti” menuju ekonomi nasional. Agar

memberikan hasil yang optimal atau maksimal pada masa depan. Ada beberapa saran dan masukan diantaranya untuk memaksimalkan dan memanfaatkan potensi sumber daya termasuk mendukung seiring munculnya UMKM maka perlu pemahaman yang lebih terkait strategi pemasaran, manajemen usaha, serta pemahaman tentang pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha bagi pelaku UMKM.

(5)UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih diberikan pada mitra UMKM Carang Mas “Bu Yanti” selaku Pemilik yaitu Bu Yanti beserta karyawannya, Ketua LPPM Universitas PGRI Madiun, Program Studi Manajemen, Perangkat Desa Klangon, dan Mahasiswa KKN-T MBKM Kelompok 29 Universitas PGRI Madiun serta tak lupa kepada tim yang terlibat dalam agenda kegiatan ini dimulai awal hingga akhirnya kegiatan.

(6)DAFTAR RUJUKAN

Badan Pusat Statistik Kabupaten Madiun. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Madiun 2021*. <https://madiunkab.bps.go.id/pressrelease/2022/03/16/18/pertumbuhan-ekonomi-kabupaten-madiun-2021.html>

Dessyarti, R. S., Kadi, D. C. A., & Apriyanti. (2021). Pemantapan Karang Taruna Dan Pekan Ambyar Desa Morang Kec. Kare Kab. Madiun. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal, Vol. 4 No.*

Istiq, R. S., Surbakti, L. P., & Subur. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku UMKM Kuliner Di Kecamatan Cibinong. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 2(2),*

870–884.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. Ekon.Go.Id.* <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>

Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 8(2), 289.* <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.9165>

Manoppo, W. S., & Pelleng, F. A. O. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dengan Teknik Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis, 7(2), 6–9.*

Maryani, D., & Nainggolan, R. R. E. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat* (1st ed.). Deepublish Publisher.

Morelli, N. (2015). Challenges in designing and scaling up community services. *Design Journal, 18(2), 269–290.* <https://doi.org/10.2752/175630615X14212498964394>

Mustaniroh, S. A., & Mulyadi, A. F. (2017). *PENINGKATAN EFIENSI PRODUKSI PENIRISAN DENGAN SPINNER INVERTER PADA UKM “NOVITA” DI KOTA BATU, JAWA TIMUR. 03(01), 358–361.*

Prameswari, N. S. (2018). Strategi Branding Melalui Inovasi Desain Kemasan Bagi Home Industry Sabun Cair. *Desain Komunikasi Visual,*

Manajemen Desain Dan Periklanan
(Demandia), 3(02), 179.
<https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1547>

Wahyudiono, Widyastuti, M., & Aminatuzazuhro. (2019). Manajemen UMKM: Pengembangan Usaha Sektor UMKM Berbasis Keunggulan Kompetitive Berkelanjutan. In *Putra Media Nusantara Surabaya* (1st ed.).

Wikipedia, E. B. (2021). Klamong, Saradan, Madiun. In *Ensiklopedia Bebas*. https://id.wikipedia.org/wiki/Klamong,_Saradan,_Madiun

Wirawan. (2011). *EVALUASI: Teori, Model, Metodologi, Standar, Aplikasi dan Profesi* (Edisi Revi). RajaGrafindo Persada.