

**LAPORAN AKHIR
PKM PEMULA DIPA UNITOMO
TAHUN 2021**



DIGITAL MARKETING SEBAGAI PENDUKUNG
SOCIOPRENEUR UMKM KULINER DI SURABAYA

Mustika Winedar (0709047201)
Alvy Mulyaning Tyas (0730087201)
Jajuk Suprijati (0727037001)

**UNIVERSITAS DR SOETOMO
DESEMBER 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

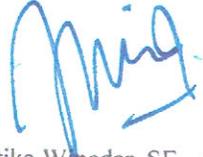
- Judul : *Digital Marketing* Sebagai Penunjang *Sociopreneur* UMKM Kuliner Di Surabaya
- Ketua Pelaksana
- a. Nama Lengkap : Mustika Winedar, SE., Ak., MM.
b. NIDN : 0709047201
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Akuntansi
e. Nomor HP/Surel : 0817393860
f. Alamat surel (email) : Mustika.winedar@unitomo.ac.id
- Anggota (1)
- a. Nama Lengkap : Alvy Mulyaning Tyas, SE.,MM
b. NIDN : 0730087201
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo
- Anggota (2)
- a. Nama Lengkap : Jajuk Suprijati, SE.,MM
b. NIDN : 0727037001
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo
- Mahasiswa yang terlibat :
- Nama : Anjangsari Khaida Asaro / NIM 022011330024
 - Nama : Moch. Hafid Fahrudin / NIM 202011330013
- Institusi Mitra
- a. Nama Mitra : Pawon Mbak Yanti
b. Alamat Mitra : Jl. Nginden Gang VA Nomor 14 Surabaya
c. Penanggung Jawab : Ibu Widyantini
- Lama Kegiatan Keseluruhan : 4 bulan
Biaya Keseluruhan : Rp. 5.000.000

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. H. J. X. Susanto Sukiman, MM)
NPP. 20.01.5.020

Surabaya, 20 Desember 2021
Ketua



(Mustika Winedar, SE., Ak., MM)
NPP. 98.01.1.302

Menyetujui,
Plt. Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat



(Dr. Amirul Mustofa, M.Si.)
NPP. 91.01.1.085

RINGKASAN

Tingginya penetrasi internet di Indonesia dan kecepatan perkembangannya, merupakan lingkungan yang cocok untuk dikembangkan bisnis berbasis digital. Tujuan dari program kemitraan masyarakat ini adalah menerapkan *digital marketing* untuk mendukung *sociopreneur* UMKM kuliner dalam menjalankan peran menekan tingkat pengangguran. Dengan fokus pada penerapan *social media marketing* untuk mendongkrak penjualan, program ini mentransfer *knowledge* dan *skill* kepada mitra menggunakan metode *training*, *coaching*, *mentoring*, dan *consulting*. Diharapkan program ini dapat membantu memecahkan permasalahan mitra yang bergerak dibidang kuliner, yaitu kurangnya kesadaran dan motivasi pelaku usaha/mitra untuk mengembangkan usaha secara lebih profesional. Kurangnya inovasi dibidang pemasaran karena kurangnya ketrampilan pengelolaan *social media marketing*. Dan terhambatnya pencapaian target volume usaha akibat ketatnya persaingan bisnis kuliner. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, solusi jangka pendek yang ditawarkan meliputi, mendorong penggunaan *social media* untuk mempromosikan produk, dan menciptakan inovasi produk. Sedangkan solusi jangka panjang mendorong kemandirian ekonomi mitra dan peningkatan kebermanfaatannya bagi lingkungan sosial/*sociopreneurship*. Program ini ditargetkan menghasilkan luaran wajib berupa publikasi ilmiah pada jurnal ilmiah Pengabdhi yang diterbitkan LPPM Universitas Trunojoyo terindeks Sinta 5. Dan luaran tambahan berupa peningkatan pemahaman mitra tentang digital marketing.

Kata kunci : *digital marketing; sociopreneur; inovasi; social media*

DAFTAR ISI

	Halaman
Cover	i
Lembar Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Lampiran	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Analisis Situasi Mitra	01
1.2. Permasalahan Mitra	06
BAB 2 SOLUSI DAN TARGET LUARAN	
2.1. Solusi yang Ditawarkan	08
2.2. Luaran yang dicapai	11
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	
3.1. Metode Pelaksanaan	13
3.2. Gambaran Iptek	15
BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	
4.1. Hasil Kegiatan	16
4.2. Luaran yang dicapai	19
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	24
5.2. Saran	25
DAFTAR PUSTAKA	27

Lampiran 1	
Biodata Tim Pengusul	27
Lampiran 2	
Anggaran	41
Lampiran 3	
Surat Kesediaan Mitra	43
Lampiran 4	
Peta Lokasi Mitra	44
Lampiran 5	
Catatan Akuntansi Mitra	45

DAFTAR TABEL

Daftar Tabel		Halaman
Tabel 1	Profil Mitra	03
Tabel 2	Penjualan Rata Rata per Bulan	05
Tabel 3	Kontribusi Produk pada Total Penjualan	05
Tabel 4	Permasalahan Mitra	06
Tabel 5	Capaian Luaran	11
Tabel 6	Prioritas Permasalahan Mitra, Solusi, Target Luaran, dan Kompetensi Tim	14
Tabel 7	Ringkasan Report Akun Instagram	17
Tabel 8	Peningkatan Penjualan	19
Tabel 9	Perkembangan Jumlah Follower dan Postingan	22

DAFTAR GAMBAR

Daftar Gambar

Gambar 1	Merk Dagang UMKM Mitra	03
Gambar 2	Produk Inovatif Pawon Mbak Yanti	04
Gambar 3	Gambaran IPTEK	15
Gambar 4	Akun Instagram Pawon Mbak Yanti	17
Gambar 5	Pendampingan Pencatatan Akuntansi	18
Gambar 6	Unggahan Instagram Pawon Mbak Yanti	22
Gambar 7	Catatan Akuntansi dan Laporan Keuangan	23

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Lampiran		
Lampiran 1	Biodata Pengusul	28
Lampiran 2	Anggaran	42
Lampiran 3	Surat Pernyataan Persetujuan Mitra	44
Lampiran 4	Peta Lokasi	45
Lampiran 5	Catatan Akuntansi dan Laporan Keuangan	46

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Berdasar rilis Badan Pusat Statistik hingga bulan Februari 2021 tercatat jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 8,75 juta orang dan didominasi oleh angkatan kerja usia produktif antara 16 hingga 30 tahun [1], [4]. Disamping itu kemajuan teknologi telah merubah sendi-sendi kehidupan manusia. Termasuk perubahan yang signifikan dalam lanskap bisnis yaitu munculnya *cyber consumers* dan *cyber business* yang menjadi lahan subur bagi perkembangan *digital marketing* [2]. Memadukan potensi angkatan kerja usia muda yang dicirikan melek teknologi, kreatif, dan inovatif, dengan fenomena lingkungan bisnis yang berubah, memunculkan model bisnis baru yang ramah sosial yang dikenal dengan istilah *sociopreneur* dan ramah teknologi yang dikenal dengan istilah *digital marketing* [3]. *Digital marketing* memanfaatkan teknologi saluran digital atau internet untuk memasarkan produk dan jasa [4]. Dan seiring semakin banyaknya orang yang terhubung dengan internet di seluruh dunia, yaitu lebih dari 4,8 milyar orang, maka sangat diperlukan peran *digital marketing* dalam mendukung berkembangnya *sociopreneurship*.

Dalam melaksanakan Program Kemitraan Masyarakat ini team pengusul bekerjasama dengan pelaku ekonomi produktif yang bergerak di bidang kuliner, yaitu UMKM “Pawon Mbak Yanti”. Dengan mengusung produk olahan berbasis hasil laut dan perikanan darat, UMKM Pawon Mbak Yanti berusaha menampilkan produk inovatif berupa sambel ikan klotok, sambel baby cumi, sambel ikan teri dan ikan wader crispy, serta produk penunjang berupa rempeyek kacang dan rempeyek udang rasa cabai hijau dan rasa cabai pedas. Menggunakan dapur pribadi beserta peralatannya sebagai sarana produksi telah mengilhami ibu Widyantini selaku pemilik usaha memberikan nama dagang untuk produk yang dihasilkan dengan merk “Pawon Mbak Yanti” yang berarti Dapur Mbak Yanti.

Usaha yang dimulai pada awal tahun 2020, semula dimaksudkan sebagai ikhtiar untuk keluar dari himpitan ekonomi akibat pandemi Covid-19. Dalam waktu kurang dari 2 tahun, diperkirakan UMKM “Pawon Mbak Yanti” telah berhasil mencapai omzet lebih kurang 6 juta rupiah per bulan. Namun capaian kinerja keuangan ini belum dapat diukur secara akurat karena UMKM Pawon Mbak Yanti belum secara konsisten menerapkan pencatatan transaksi bisnis sesuai kaidah akuntansi.

Sebagai usaha rumahan, aktivitas produksi UMKM Pawon Mbak Yanti dijalankan setiap hari disela kesibukan mengurus urusan rumah tangga. Ibu Widyantini dalam menjalankan bisnisnya dibantu 3 orang pekerja yang terdiri dari 1 penanggungjawab dapur dengan 1 asisten, dan 1 penanggungjawab suplai bahan baku dan menangani *delivery order*. Sedangkan ibu Widyantini selain terlibat langsung dalam proses produksi juga fokus pada aktifitas pemasaran produk.

Sejauh ini pemasaran produk UMKM Pawon Mbak Yanti lebih banyak dilakukan melalui cara konvensional yaitu pemasaran langsung baik di lingkungan tempat tinggal maupun lingkup pertemanan. Dimana informasi tentang produk disebarkan secara berantai dari mulut ke mulut. Walaupun dengan cara konvensional ini produk UMKM mitra semakin banyak dikenal orang, namun jangkauannya masih terbatas di lingkungan terdekat. UMKM mitra juga rajin mengikuti pameran produk UMKM yang rutin digelar oleh Kantor Kecamatan Sukolilo Surabaya. Sebagai pengguna media sosial, pemilik UMKM Pawon Mbak Yanti belum menjalankan *digital marketing* dengan memanfaatkan akun media sosialnya, hal ini sangat mungkin dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pengalaman tentang marketing.

Dengan latar belakang tersebut maka Program Kemitraan Masyarakat ini mengusulkan diterapkannya digital marketing untuk meningkatkan kapasitas penjualan mitra dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan Facebook. Implementasi *digital marketing* menggunakan media sosial Instagram dan Facebook memiliki beberapa kelebihan dibandingkan pemasaran tradisional. Yaitu 1) dapat menjangkau target pasar yang lebih luas, 2) membutuhkan biaya

relatif murah dan bisa diatur untuk menggunakan *platform digital gratis*, 3) menghemat waktu dengan memanfaatkan berbagai tools otomatis untuk melakukan promosi, dan 4) lebih fleksibel menentukan kapan dan durasi pelaksanaan program pemasaran.

Diharapkan dengan memasarkan produk di media sosial Instagram dan Facebook dapat meningkatkan penjualan dan kemampuan ekonomis mitra serta dapat memberikan dampak sosial bagi masyarakat di sekitarnya dalam bentuk penyerapan tenaga kerja. Profil singkat UMKM mitra ditampilkan dalam Tabel 1 dan hasil produksi UMKM mitra ditampilkan pada Gambar 2.

Tabel 1
Profil Mitra

Nama Mitra & Alamat	Omzet per Bulan (Rp)	Jumlah Pekerja	Produk	Owner
Pawon Mbak Yanti Jl. Nginden VA Nomor 14 Kelurahan Nginden Jangkungan Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya	< 7.000.000	3 orang	Rempeyek aneka rasa, Sambel ikan teri, Sambel ikan klotok, Sambel baby cumi cumi, Ikan wader crispy	Ibu Widyantini

Sumber : UMKM Pawon Mbak Yanti



Gambar 1
Merk Dagang UMKM Mitra



Sambal Ikan Klotok



Rempeyek Kacang Rasa Cabai Hijau



Rempeyek Kacang Original



Sambel Baby Cumi

Gambar 2
Produk Inovatif Pawon Mbak Yanti

Walaupun omzet mitra belum tergolong besar, namun keberadaannya telah berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat dalam bentuk penyerapan tenaga kerja. Selain itu mitra juga mengoperasikan layanan pesan antar bermitra dengan JNE Courier Services. Dimana langkah ini terbukti menjadi solusi ditengah pembatasan aktivitas masyarakat di masa pandemi Covid-19 ini.

Tabel 2
Penjualan Rata Rata per Bulan

No.	Produk	Harga /Unit (Rp)	Penjualan Rata2 per bulan (Unit)
1	Sambal Ikan Klotok @ 100 gram	15.000	127
2	Rempeyek kacang rasa cabe hijau @ 100 gram	12.000	113
3	Rempeyek cabe pedas @ 100 gram	12.000	94
4	Ikan Wader Crispy @ 100 gram	15.000	86
5	Sambal Baby Cumi Cumi @ 100 gram	18.000	62
6	Sambal Ikan Teri @ 100 gram	15.000	60
7	Rempeyek kacang/udang original @ 100 gram	12.000	60

Sumber: UMKM Pawon Mbak Yanti

Tabel 3
Kontribusi Produk pada Total Penjualan

No.	Produk	Penjualan Rata2 per Bulan (Rp)	Kontribusi pada Total Pendapatan per Bulan (%)
1	Sambal Ikan Klotok	1.737.000	27%
2	Rempeyek kacang rasa cabe hijau	938.000	15%
3	Rempeyek cabe pedas	960.000	15%
4	Ikan Wader Crispy	872.000	14%
5	Sambal Baby Cumi Cumi	698.000	11%
6	Sambal Ikan Teri	583.000	9%
7	Rempeyek kacang/udang original	552.00	9%
TOTAL		6.340.000	100%

Sumber: UMKM Pawon Mbak Yanti

1.1. Permasalahan Mitra

Berdasar butir Analisis Situasi, permasalahan yang dihadapi mitra dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4
Permasalahan Mitra

Aspek	Permasalahan	Solusi
1. Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas kemasan sangat sederhana sehingga kurang menjaga daya tahan/keawetan produk. • Kemasan belum mencantumkan informasi tanggal produksi dan tanggal kadaluwarsa produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembinaan dan pendampingan tentang metode memasak yang menghasilkan daya tahan produk makanan secara alami • Meningkatkan kualitas kemasan seperti penggunaan aluminium foil pada penutup kemasan dan mencantumkan informasi tanggal kadaluwarsa
2. Produksi	Proses produksi masih sederhana dan kurang memperhatikan standar produksi	Pembinaan dan pendampingan untuk peningkatan pengetahuan tentang pengelolaan bisnis secara profesional dan berkelanjutan
3. Pemasaran	Masih dilakukan secara konvensional, belum mengimplementasikan digital marketing dengan mengoptimalkan pemanfaatan sosial media seperti Instagram dan Facebook	Pendampingan pembuatan akun media sosial dan aktifitas <i>sharing</i> konten positif di <i>social media</i> untuk menjalin relasi dengan pelanggan.
4. Keuangan	Belum dikelola sesuai kaidah akuntansi sederhana untuk UMKM	Pelatihan dan pendampingan menjalankan siklus akuntansi sederhana untuk UMKM
5. Sumber Daya Manusia	SDM memiliki pola pikir dan budaya kerja yang menunjukkan sikap kurang	Pelatihan untuk meningkatkan kapasitas SDM dan pendampingan

	profesional dan ketrampilan yang terbatas	usaha
6. Infrastruktur	Belum memisahkan faktor produksi dan aset pribadi	Pembinaan potensi pengembangan bisnis dan pentingnya investasi pengadaan infrastruktur yang memadai sehingga memperlancar proses produksi tanpa mengganggu kepentingan pribadi pemilik usaha
7. Teknologi	Belum memanfaatkan kemajuan teknologi baik pada proses produksi maupun pemasaran	Pendampingan proses internalisasi dan berinteraksi dengan teknologi berbasis internet

Mengingat keterbatasan lingkup program kemitraan masyarakat ini, maka permasalahan mitra yang menjadi prioritas adalah permasalahan pada aspek pemasaran dan aspek keuangan, yang dirumuskan sebagai berikut :

- a. Kurangnya pemanfaatan media digital untuk memasarkan produk sehingga menghambat mitra dalam mencapai target pasar yang lebih luas.
- b. Belum maksimalnya pemberdayaan masyarakat UMKM sambel ikan klotok untuk meningkatkan income masyarakat disekitarnya

BAB 2

SOLUSI DAN TERGET LUARAN

Bisnis kuliner merupakan industri yang paling atraktif dan paling banyak diminati pelaku usaha walaupun rentan gagal. Ribuan bisnis kuliner baru bermunculan menggantikan ribuan lainnya yang berguguran. Tercatat lebih dari 5,55 juta pelaku usaha kuliner di Indonesia saat ini, namun 60% diantaranya gagal di tahun pertama beroperasi dan 80% hanya mampu bertahan hingga tahun ke 5. Jatuh bangun-nya industri kuliner diantaranya didorong ketatnya persaingan, mayoritas usaha kuliner juga dimotivasi oleh hobi semata, sehingga seringkali dijumpai usaha kuliner yang kurang menjaga profesionalitas, dan kesulitan mempertahankan konsistensi cita rasa makanan yang dijual.

Dalam industri apapun, *marketing* adalah ujung tombak keberhasilan usaha. Terdapat banyak strategi *marketing* yang dapat diaplikasikan pada bisnis. Masing masing strategi *marketing* memiliki karakteristik yang berbeda. Demikian juga berbagai bidang industri memiliki karakteristik masing-masing. Sehingga perlu strategi yang benar-benar *matching* dan dapat bersinergi dengan bidang usaha yang dijalankan agar dapat efektif menjalankan fungsi *marketing*. Marketing bertujuan 1) mengenalkan *brand*, dan produk/jasa kepada target pasar, 2) menanamkan nilai-nilai yang ditawarkan oleh *brand* yang dipasarkan kepada kelompok masyarakat yang ditargetkan, 3) berkomunikasi secara impresif dengan calon konsumen untuk mempengaruhi opini mereka hingga mereka membuat keputusan pembelian, 5) berinteraksi dengan konsumen hingga mereka menjadi pelanggan. Dengan keberadaan pelanggan, terutama pelanggan yang fanatik menjamin kesuksesan bisnis.

2.1. Solusi yang Ditawarkan

Berdasar pengamatan team pengusul terhadap aktivitas bisnis mitra dapat disimpulkan bahwa mitra belum menggunakan *chanel social media* apapun untuk

mempromosikan bisnisnya.

Berdasar kondisi yang ada tersebut, team mengusulkan solusi permasalahan dengan memprioritaskan pada peningkatan pemahaman mitra tentang manajemen bisnis berbasis digital, dan memberikan sentuhan inovasi baik pada aspek pemasaran maupun produk. Maka solusi yang disarankan adalah:

1. Mendorong Penerapan Dan Pengelolaan Social Media Marketing

Digital Marketing adalah melakukan promosi melalui *channel digital* yang tersedia seperti *Google Bisnisku, WhatsApp Bisnis, Website, Landing Page, SEO, SEM, Content Marketing, Blog, Email Marketing, Video Marketing, Social Media Marketing, PPC, Native Advertising, dan Affiliate Marketing*. Terdapat beberapa kelebihan teknik promosi dengan *digital marketing* yang tidak diperoleh dari teknik promosi secara tradisional. Pertama, digital marketing mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Merujuk pada data yang dilaporkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 171 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna internet. Dan 87% diantaranya menggunakan *search engine* untuk mencari informasi tentang kuliner dibanding mencari dari iklan tradisional [5]. Kedua, biaya promosi di internet relatif lebih murah dan dapat diatur sesuai budget yang tersedia. Ketiga, menghemat waktu dengan memanfaatkan berbagai *tool* otomatis dibanding melakukan promosi secara manual. Keempat, lebih efektif menjalin komunikasi dengan calon pelanggan dibanding hanya mengandalkan brosur. Dan kelima, dapat dengan leluasa menentukan waktu dan durasi pelaksanaan program pemasaran.

Mengkoneksikan bisnis kuliner dengan media *digital marketing* bertujuan mengenalkan bisnis pada lebih banyak orang. Informasi detail tentang usaha kuliner seperti informasi tentang lokasi, foto, review, ranking di hasil pencarian, harga, menu, jam buka, situasi tempat usaha, dan fasilitas pendukung lainnya akan membuat calon pelanggan lebih familiar dan dengan mudah menemukan lokasi bisnis kuliner kita.

Untuk mitra yang tergolong pelaku usaha pemula karena beroperasi kurang dari 5 tahun disarankan fokus pada upaya penghematan modal dengan menggunakan media *marketing* yang gratis, seperti *website*, *landing page*, *SEO*, atau *blog*. Dan untuk menjalin kedekatan dengan target pasar dapat memanfaatkan *social media marketing*. Selanjutnya bila posisi bisnis sudah relatif mapan dapat dipikirkan penggunaan media berbayar seperti *SEM*, *PPC*, dan *native advertising*. Dan untuk mengakses jangkauan bisnis yang lebih luas dapat mencoba *native advertising*.

Luaran yang diharapkan dari solusi yang pertama, mitra mampu menampilkan profil bisnis di *media marketing*. Selanjutnya mitra dapat menghidupkan tampilan akun *social media facebook* dan *instagram* dengan berbagai konten menarik untuk menjalin relasi dengan calon pelanggan.

2. Peningkatan kemanfaatan bagi lingkungan sosial

Sebagai *sociopreneur*, kiprah bisnis mitra diharapkan memberikan manfaat ekonomis tidak hanya bagi pemilik usaha namun juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan lingkungan sosialnya. Pemanfaatan *social media (facebook, instagram, twitter, dll.)* sebagai *media marketing* terbukti efektif meningkatkan volume penjualan [5]. Semakin tinggi statistik media sosial akan semakin positif dampaknya pada volume usaha mitra yang akan ikut menggerakkan perekonomian masyarakat. Peningkatan volume usaha akan diikuti penyerapan tenaga kerja, menghidupi suplayer, menghidupi *reseller*, menghidupi mitra bisnis seperti jasa kurir dan *driver* Ojek Online. Semakin banyak pihak yang diberdayakan sekaligus merupakan luaran dari peran mitra sebagai *sociopreneur*.

2.2. Luaran yang Dicapai

Luaran yang dicapai dari program kemitraan ini disajikan dalam Tabel 5 berikut ini.

Table 5
Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Keterangan
Luaran Wajib			
1	Publikasi ilmiah pada Jurnal ISSN/Prosiding jurnal Nasional ¹⁾	Accepted/ Published	Belum tercapai
2	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber dayalainnya ³⁾)	Produk sambal ikan klotok, sambel baby cumi, ikan wader crispy	Tercapai
3	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen) ⁴⁾	Penerapan digital marketing dengan memanfaatkan sosial media Instagram dan Facebook	Tercapai
4	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan) ²⁾	Belum	Belum tercapai
Luaran Tambahan (Lampiran A)			
1	Peningkatan pengetahuan mitra tentang digital marketing	1. Memahami secara aktif digital marketing 2. Internalisasi dalam pemikiran 3. Adopsi digital marketing	Tercapai
2	Peningkatan jenis produk	Peningkatan variasi sedang	400% - 600%

Keterangan :

- 1) Isi dengan belum/tidak ada, draf, submitted, reviewed, atau accepted/published
- 2) Isi dengan belum/tidak ada, draf, atau terdaftar/granted
- 3) Isi dengan belum/tidak ada, produk, penerapan, besar peningkatan
- 4) Isi dengan belum/tidak ada, draf, produk, atau penerapan

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

Untuk membantu mengatasi permasalahan mitra, maka pelaksanaan PKM DIPA UNITOMO 2021 ini dirancang mengikuti tahap tahap sebagai berikut:

Tahap	Uraian
1. Tahap Persiapan :	Persiapan yang matang sangat mempengaruhi sukses tidaknya program yang dijalankan. Persiapan meliputi aktivitas penyusunan materi pelatihan, penyediaan logistik, sarana, dan prasarana yang dibutuhkan selama prgram berjalan. Penyusunan materi pelatihan melibatkan seluruh tim sesuai bidang keahlian. Mitra berpartisipasi menyediakan sarana dan prasarana pelatihan.
2. Tahap Pelaksanaan :	<p>Peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra tentang digital marketing memotivasi mitra untuk mengembangkan usaha secara lebih profesional. Dengan melibatkan anggota tim pengusul sesuai keahlian dan mitra, metode yang diterapkan adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Metode Training/Workshop. Metode ini merupakan mekanisme untuk mentransfer skill/ability kepada mitra. Beberapa knowledge yang akan ditransfer kepada mitra antara lain <i>digital marketing management, social media marketing</i>, dan inovasi produk. b. Metode <i>Coaching</i>, mekanisme ini bertujuan mengembangkan <i>skill</i> dan <i>knowledge</i> mitra yang berguna untuk pengembangan kinerja bisnis dan pencapaian tujuan. Dalam mekanisme ini <i>Coach</i>/pelatih akan memberikan pelatihan pengelolaan sosial media marketing secara teknis dan inovasi produk.
3. Tahap Monitoring dan Pembinaan :	Untuk pengukur peningkatan pemahaman mitra, proses internalisasi dan adopsi digital marketing perlu dilakukan monitoring demi langkah perbaikan. Selanjutnya diperlukan juga pembinaan berkelanjutan. Metode <i>Mentoring</i> dapat diterapkan untuk pembinaan mitra, dimana mekanisme ini memberikan <i>sharing</i> pengalaman dan pengetahuan dari seseorang yang telah sukses baik dari bidang bisnis yang sama maupun berbeda. <i>Mentor</i> dapat membagikan <i>tips</i> sukses mengelola bisnis dengan

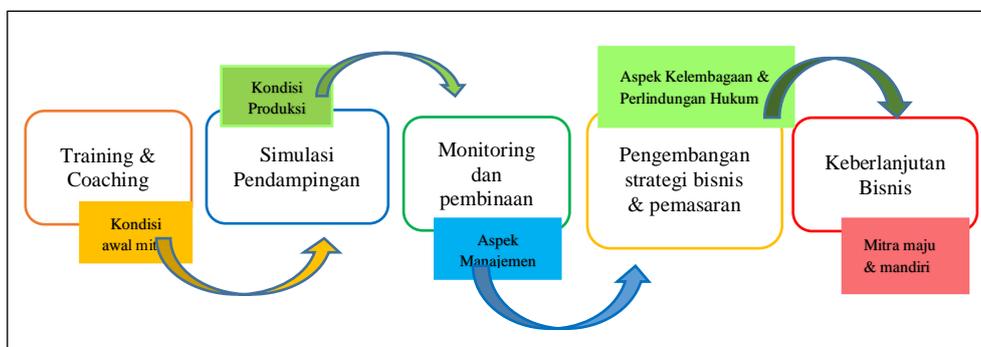
Tahap	Uraian
	menerapkan <i>digital marketing</i> . Pada tahap monitoring peran team pengusul lebih dominan dibanding peran mitra.
4. Tahap Pengembangan Strategi Bisnis :	Pada tahap ini mitra di anggap telah mengalami kemajuan, sehingga untuk pengembangan bisnis lebih lanjut diperlukan konsultan bisnis. Dengan menerapkan metode Konsultasi Bisnis diharapkan dapat membantu mencari solusi bagi permasalahan yang dihadapi mitra dan membantu mitra memformulasikan strategi bisnis, strategi operasional, dan strategi pengembangan usaha.

Table 6
Prioritas Permasalahan Mitra, Solusi, Target Luaran dan Kompetensi Tim

No.	Permasalahan	Solusi	Indikator Capaian	Kompetensi Tim
1.	Bidang Manajemen:			
		Meningkatkan pengetahuan mitra tentang efektifitas digital marketing dalam mendongkrak penjualan. Sehingga mitra termotivasi untuk mengembangkan usaha secara lebih profesional	1. Memahami secara aktif digital marketing 2. Internalisasi dalam pemikiran 3. Adopsi digital marketing	Bidang digital marketing
2.	Bidang Produksi:			
		Menciptakan inovasi produk sambal ikan klotok, samabal baby cumi, sambel ikan teri, ikan wader crispy dan rempeyek rasa cabai hijau untuk meningkatkan penjualan	1. Menghasilkan produk inovatif nasi ungu	Bidang manajemen pemasaran
3.	Bidang Pemasaran:			
		Meningkatkan aktifitas <i>sharing</i> konten positif di <i>social media</i> untuk menjalin relasi dengan pelanggan, sehingga memperbesar peluang pelanggan melakukan pembelian berulang yang dapat meningkatkan penjualan produk.	1. Peningkatan penjualan/omzet	Bidang manajemen pemasaran dan keuangan

GAMBARAN IPTEK

Proses transfer *knowledge* kepada mitra melalui metode *training* akan meningkatkan pengetahuan mitra tentang efektifitas *digital marketing*. Sedangkan transfer *skill* akan meningkatkan ketrampilan mitra mengelola akun *social media* untuk mendongkrak penjualan. Proses internalisasi dan adopsi *digital marketing* perlu dimonitoring dan dibina secara berkelanjutan. Metode mentoring dapat diterapkan untuk pembinaan mitra. Mentor dapat memberikan tip-tip sukses menerapkan digital marketing. Selanjutnya pada tahap pengembangan strategi bisnis dan pemasaran dilakukan dengan metode konsultasi. Sebagai konsultan, team pengusul dapat membantu mencari solusi yang dihadapi mitra dan membantu mitra memformulasikan strategi pengembangan usaha menuju keberlanjutan bisnis. Gambaran Iptek yang ditransfer kepada mitra dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3
Gambaran IPTEK

BAB 4

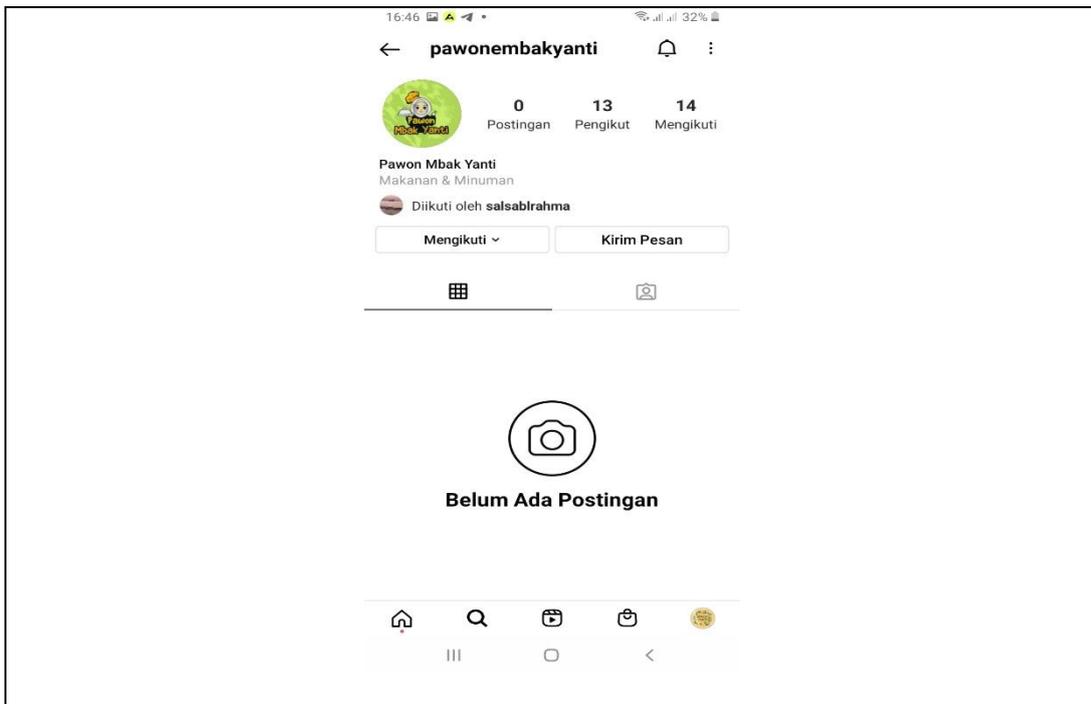
HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

4.1. Hasil Kegiatan

Kegiatan *training* bagi mitra tentang *digital marketing* yang telah dilaksanakan dalam program kemitraan masyarakat ini merupakan wujud *transfer knowledge* yang menghasilkan peningkatan pengetahuan mitra tentang *digital marketing*, dan mitra telah dibuatkan akun Instagram @pawonembakyanti dan akun Facebook Pawon Mbak Yanti. Selain itu sebagai hasil dari proses transfer *skill* juga telah meningkatkan ketrampilan mitra dalam mengelola akun *social media* untuk mendongkrak penjualan. Mitra telah di training tentang cara mengunggah konten di media sosial dan bagaimana membuat konten kuliner yang dan membuat foto produk yang kreatif dan menarik perhatian. Untuk monitoring atas proses internalisasi dan pengadopsian digital marketing oleh mitra juga telah dan sedang dilaksanakan secara berkelanjutan. Sebagai mentor bisnis, tim telah memberikan berbagai tip sukses menerapkan *digital marketing*. Dan sebagai konsultan bisnis, team juga telah terlibat langsung membantu mencari solusi yang dihadapi mitra dan membantu mitra memformulasikan strategi pengembangan usaha menuju keberlanjutan bisnis.

Penerapan *digital marketing* dan meningkatkan interaksi di media sosial. Mitra yang sebelum pelaksanaan program kemitraan masyarakat ini belum memiliki akun media sosial apapun, Gambar 4 berikut adalah tampilan instagram dan facebook pawon mbak yanti.

Pemeliharaan akun media sosial yang telah dilakukan adalah dengan rutin mengunggah konten tentang produk UMKM Pawon Mbak Yanti yang antara lain berisi 1) Macam macam produk yang ditawarkan, 2) Harga produk, 3) Cara pemesanan dan cara pembayaran, 4) Waktu pemesanan, 5) Fasilitas pesan antar/delivery order, dan informasi lainnya.



Gambar 4
Akun Instagram Pawon Mabak Yanti

Selanjutnya untuk melihat respon dari viewer maupun pengikut di media sosial dapat diunduh dari report masing masing akun. Ringkasan report akun media sosial ditunjukkan dalam Tabel 7.

Tabel 7
Ringkasan Report Akun Instagram

Jumlah	November 2021 (Sebelum Pendampingan)	Desember 2021 (Sesudah Pendampingan)
Pengikut	14 orang	97 orang
Mengikuti	13 orang	57 orang
Postingan	-	35 kali

Berdasar capaian yang terekap pada tabel 7 tampak bahwa paska diunggahnya secara rutin konten di media sosial Pawon Mbak Yanti, perkembangan jumlah pengikut di media sosial naik 5 kali lebih banyak dibanding sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa kehidupan media sosial yang terlihat dari unggahan konten yang rutin, mendapat perhatian dari para viewer dan menarik

minat mereka untuk mengikuti media sosial Pawon Mbak Yanti.

Proses pendampingan penerapan akuntansi telah menunjukkan hasil berupa mulai dilaksanakannya pencatatan aktivitas bisnis oleh mitra. Mitra telah berhasil membuat catatan harian/jurnal umum yang mendokumentasikan transaksi bisnis sehari-hari, sehingga dapat diperhitungkan harga pokok produksi, harga pokok penjualan dan laba/rugi yang diraih selama periode Oktober hingga November 2021, serta neraca per 30 November 2021. Kegiatan pendampingan pencatatan akuntansi seperti tampak pada Gambar 5.



Gambar 5
Pendampingan Pencatatan Akuntansi UMKM Pawon Mbak Yanti

Berdasar data yang tercatat dalam jurnal akuntansi, dapat diketahui perhitungan harga pokok produksi, sehingga mitra dapat lebih tepat dalam menentukan harga jual produk dan dapat menghitung laba yang diperoleh. Mitra juga mulai dapat merasakan bahwa peningkatan penjualan setelah memasarkan produk di media sosial berdampak pada peningkatan laba usaha.

Tabel 8 berikut menampilkan perbandingan tingkat penjualan sebelum dan sesudah pendampingan.

Tabel 8
Peningkatan Penjualan

No.	Produk	Penjualan Sebelum Penerapan DM (Rp)	Penjualan Setelah Penerapan DM (Rp)	Peningkatan/ Penurunan (%)
1	Sambal Ikan Klotok	1.737.000	2.114.000	21%
2	Rempeyek kacang rasa cabe hijau	938.000	1.195.000	27%
3	Rempeyek cabe pedas	960.000	1.220.000	27%
4	Ikan Wader Crispy	872.000	1.175.000	34%
5	Sambal Baby Cumi Cumi	698.000	970.000	38%
6	Sambal Ikan Teri	583.000	790.000	35%
7	Rempeyek kacang/udang original	552.000	780.000	41%
TOTAL		6.340.000	8.244.000	

Sumber: UMKM Pawon Mbak Yanti

4.2. Luaran yang dicapai

Luaran yang dihasilkan dari solusi yang pertama, adalah mitra mampu menampilkan profil bisnis di *media marketing*. Selanjutnya mitra dapat menghidupkan tampilan akun *instagram* dengan berbagai konten menarik untuk menjalin relasi dengan calon pelanggan. Jumlah follower Instagram mitra terus bertambah seiring semakin rutin mengunggah postingan. Para follower ini dapat menjadi pelanggan potensial ketika mereka tertarik dengan postingan-postingan instagram @pawonembakyanti apalagi jika postingan menampilkan foto produk yang menggugah selera.

Tanggal	Unggahan Instagram
7 Desember 2021	 <p>09:59 63%</p> <p>← pawonembakyanti</p> <p>0 Postingan 7 Pengikut 13 Mengikuti</p> <p>Pawon Mbak Yanti Makanan & Minuman</p> <p>Diikuti oleh salsabrahma</p> <p>Mengikuti Kirim Pesan</p> <p>Belum Ada Postingan</p>
9 Desember 2021	 <p>16:01 63%</p> <p>← Postingan</p> <p>pawonembakyanti Surabaya</p> <p><i>Sesuatu yang baru akan hadir</i></p> <p>Disukai oleh salsabrahma dan 3 lainnya</p> <p>pawonembakyanti Nunggu yang gak pasti itu gak enak, mending nungguin yang udah pasti aja. Sesuatu y... lainnya</p> <p>1 hari yang lalu</p>

11 Desember 2021

12:00 94%

Instagram

34 tayangan

tokopedia Belanja dari usaha lokal kotamu. Ada Cashback 60%, Bebas Ongkir, & Gratis Instan Kurir.

pawonembakyanti Surabaya



2 suka

nawonembakyanti AKHIDNVA II Kanalan dulu uk sama

Instagram navigation icons

11 Desember 2021

12:01 94%

Instagram

pawonembakyanti



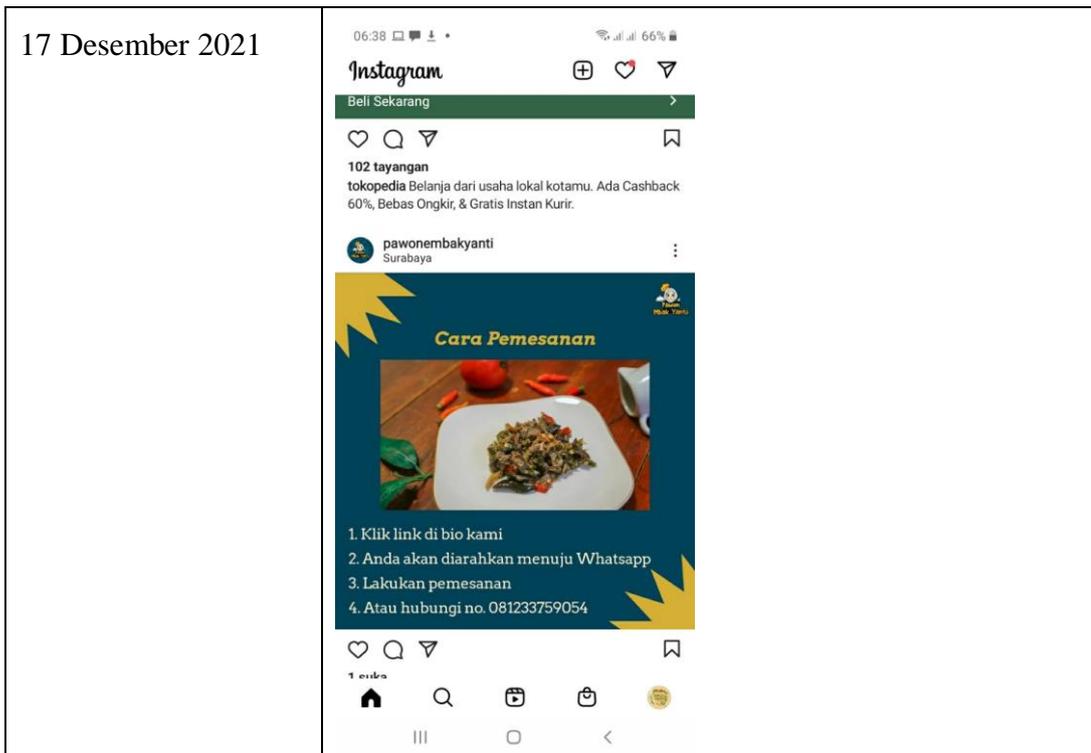
2 suka

pawonembakyanti Yuk coba tebak apa yang PEDAS, LEZAT DAN BIKIN NAGIH !? Penasaran ?🤔...lainnya

Tambahkan komentar...

2 hari yang lalu

Instagram navigation icons



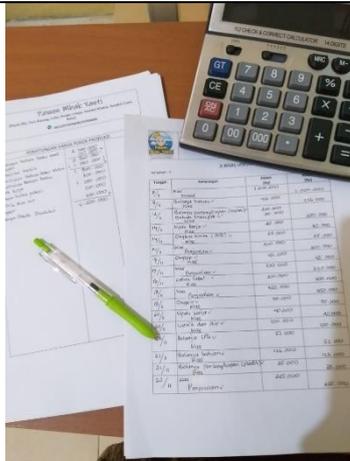
Gambar 6
Unggahan Instagram Pawone Mbak Yanti

Berdasar data pada Tabel 9 terlihat kenaikan jumlah follower akun instagram, walaupun kenaikannya belum signifikan.

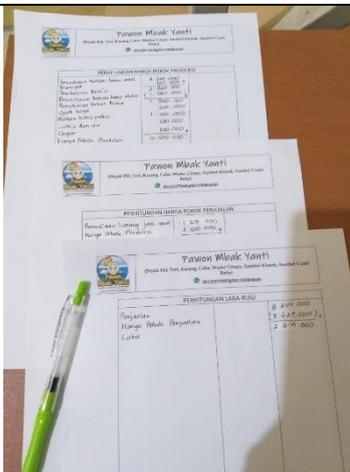
Tabel 9
Perkembangan Jumlah Follower dan Postingan di Instagram

Tanggal	Follower	Postingan
7 Desember 2021	7	0
8 Desember 2021	13	0
17 Desember 2021	21	2
18 Desember 2021	23	3
19 Desember 2021	25	5

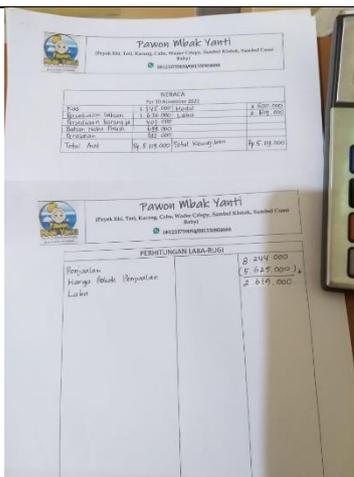
Solusi kedua menghasilkan luaran berupa kemampuan UMKM mitra melakukan pencatatan setiap aktivitas bisnisnya secara sistematis sehingga dapat diperhitungkan hasil usaha dan diperkirakan prospek usaha di masa depan secara akurat.



Jurnal Umum



Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan



Neraca dan Laba Rugi

Gambar 7

Pencatatan Akuntansi dan Laporan Keuangan

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasar hasil pembahasan dan luaran yang dapat dicapai dalam kegiatan program kemitraan masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa

1. Mitra UKM Pawon Mbak Yanti telah berhasil memiliki akun media sosial berupa Instagram yang difungsikan sebagai media pemasaran yang resmi. Mitra telah dapat mengoperasikan media sosial dengan rutin mengunggah konten yang bervariasi yang menginformasikan tentang produk. Dengan melihat kenaikan jumlah pengikut di media sosial walaupun belum signifikan, namun ini menunjukkan adanya respon positif dari target calon konsumen.
2. Mitra telah berhasil membuat pencatatan akuntansi sederhana dan menyusun laporan keuangan yaitu laporan Neraca dan Laba-Rugi. Sehingga memungkinkan mitra menghitung keuntungan yang diperoleh dari bisnisnya selama periode tertentu dan dapat mengukur perkembangan bisnis secara akurat.
3. Peningkatan aktivitas mitra di sosial media meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan penghasilan mitra dan meningkatkan kesejahteraan baik pemilik usaha maupun para pembantunya. Selain itu dengan pemasaran digital yang mampu menjangkau pelanggan di tempat yang jauh, membuka peluang kerjasama dengan pelaku usaha kecil lainnya seperti jasa kurir dan driver ojek online yang menyediakan jasa delivery. Hal ini menunjukkan kontribusi mitra kepada lingkungan sosial.

5.2. Saran

1. Karena bisnis mitra UMKM Pawon Mbak Yanti telah mulai dikenal publik, maka mitra memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan meningkatkan profesionalitas.

2. Berkaca pada banyak kasus bisnis kuliner yang gagal pada tahun tahun awal beroperasi maka UMKM mitra harus fokus pada bisnis yang dijalani dan konsisten pada taste makanan yang dijual.
3. Di waktu berikutnya mitra mungkin perlu mempertimbangkan bermitra juga dengan *Go Food* dan *Grab Food* untuk layanan delivery yang lebih cepat.
4. Dan mempertimbangkan cara pembayaran pesanan non tunai yang lebih simpel dan aman, seperti transfer m-banking, Go Pay, Dana, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. R. Ananda, "Data Terbaru Jumlah Pengangguran RI Ada 8,75 Juta Orang," 2021.
<https://economy.okezone.com/read/2021/05/27/320/2416076/data-terbaru-jumlah-pengangguran-ri-ada-8-75-juta-orang#:~:text=JAKARTA - Kementerian Ketenagakerjaan %28Kemnaker%29 mencatat jumlah pengangguran,sebanyak 139%2C81 juta atau 68%2C08%25 adalah angkata> (accessed Sep. 14, 2021).
- [2] J. Wind and V. Mahajan, "Digital Marketing," *Symphonya. Emerg. Issues Manag.*, no. 1, pp. 43–54, 2002, doi: 10.4468/2002.1.04wind.mahajan.
- [3] H. Santoso Utomo, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Sociopreneurship," *Bisnis dan Isu-Isu Glob.*, pp. 7–1, 2012.
- [4] Benefita, "Panduan Belajar Digital Marketing (Bonus Tips Lengkap)," 2021. <https://www.niagahoster.co.id/blog/belajar-digital-marketing/> (accessed Sep. 14, 2021).
- [5] I. Indra, "Tips Digital Marketing Paling Moncer untuk Bisnis Kuliner!," 2019. <https://www.niagahoster.co.id/blog/digital-marketing-untuk-bisnis-kuliner/> (accessed Sep. 14, 2021).

Lampiran 1:

BIODATA KETUA PENGUSUL

BIODATA KETUA PENGUSUL

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	Mustika Winedar, SE, MM., Ak., CA
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Lektor
4.	NIP/NIK/Identitas lainnya	3578034904720003
5.	NIDN	0709047201
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Kediri, 9 April 1972
7.	e-mail	mustika.winedar@unitomo.ac.id
8.	Nomor Telepon / HP	0817393860
9.	Alamat Kantor	Jl. Semolowaru 84 Surabaya
10.	Nomor Telepon/Faks	(031) 5944752
11.	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S1> 100, S2=0, S3=0
12.	Mata Kuliah yg Diampu	Pengantar Akuntansi 1,dan 2. Perpajakan Hukum Pajak

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Unibraw - Malang	Unitomo- Surabaya	-
Bidang Ilmu	kuntansi	Magister Manajemen	
Tahun Masuk-Lulus	1992-1998	2003-2005	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Efektifitas Sistem Reward dalam Meningkatkan Produktifitas dan Performen Perusahaan Pada PT. Jawa Pos	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Sim Card Pasca Bayar Simpati di Surabaya	
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Suhadak, MSi	Drs. Ec.Wahyudi Noor Saleh, MM	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp. Juta)
1	2008	Identifikasi Produk Unggulan Kabupaten Lamongan	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	1

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp. Juta)
2	2012	Perencanaan Pajak Penghasilan Sebagai Upaya Legal Penghematan Pajak yang Harus Dipotong dan Dibayar Oleh Koperasi	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	1
3	2015	Implementasi Konsep New Public Management di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya	Dikti	9
4	2018	Eksplorasi Nilai Nilai Spiritualitas Keislaman dalam Akuntabilitas Organisasi Islam	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	5
5	2019	Perspektif Penyaji dan Pemakai Laporan Keuangan terhadap Pelaporan Keuangan On Line	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	4,5

D. Pengalaman Pengabdian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (juta rp)
1	2012	Cara Penyajian dan Variasi Menu Makanan dan Minuman yang Dijajakan PKL di Jalan Semolowaru Surabaya	Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya	3
2	2017	Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis AkruaI pada Koperasi Wanita Medokan Ayu Surabaya	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	3
3	2018	Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Produksi di UKM Susu Aneka Rasa Desa Wonosari Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan	Mandiri	3
4	2019	Pendampingan Proses Branding untuk Memasyarakatkan Produk serbuk Daun Kelor dalam Rangka Meningkatkan Penjualan	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	5
5	2020	Difersifikasi Produk untuk Meningkatkan Penjualan UKM Daun Kelor	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	4

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor/Tahun	Nama Jurnal
	Identifikasi Produk Unggulan Kabupaten Lamongan	Vol.XI/No.1/ DESEMBER/ 2008	Jurnal Majalah Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Dr. Soetomo
	Perencanaan Pajak Penghasilan Sebagai Upaya Legal Penghematan Pajak yang Harus Dipotong dan Dibayar Oleh Koperasi	Vol.XVII/No.2/ JUNI/2012	Jurnal Majalah Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Dr. Soetomo
	Implementasi Konsep New Public Management di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya	Vol.12/No.1/ Tahun 2015	Jurnal Akuntansi dan Auditing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro
	Pengaruh Karakter Eksekutif, Ukuran Perusahaan, Kualitas Audit, dan Komite Audit Terhadap Tax Avoidance	Volume 15/No. 2 Tahun 2018: 204 - 220	Jurnal Akuntansi dan Auditing
	Exploration of the Spirituality Values in Accountability of Islamic Organizations	Vol. 23(5): 1-10, 2019;	Journal of Economics, Management and Trade
	Quality and University Governance in Indonesia	Vol. 8, No. 4; 2019	International Journal of Higher Education
	Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Ix 30 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018	Volume 4, Nomor 1, Maret 2020, Hlm. 11-20	Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan
	Clarification of Honesty Value in the Learning Process of Forensic Accounting and Investigative Auditing	Volume 14, Issue 11, 2020	International Journal of Innovation, Creativity and Change

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan/Seminar Ilmiah Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel	Waktu dan Tempat

	Temu Masyarakat Akuntansi Multi Paradigma ke 6	Eksplorasi Nilai Nilai Spiritualitas Keislaman dalam Akuntabilitas Organisasi Islam	0-21 Juli 2018 FEB.Universitas Airlangga
--	--	---	---

G. Pengalaman Penulisan Buku Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

H. Pengalaman Perolehan HKI Dalam 5-10 Tahun Terakhir

No.	Judul / Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul / Tema /Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Ditetapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Penghargaan yang pernah diraih dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lain)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan Pengabdian Program Kemitraan Masyarakat

Surabaya, 17 September 2021
Ketua Pengusul,



Mustika Winedar, SE, Ak., MM

BIODATA ANGGOTA PENGUSUL (1)

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Alvy Mulyaning Tyas, SE.,MM
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Lektor
4.	NIP/NIK/Identitas lainnya	97.01.1.257
5.	NIDN	0730087201
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Surabaya, 30 Agustus 1972
7.	e-mail	alvy.mulyaning@unitomo.ac.id alvytm@gmail.com
8.	Nomor Telepon / HP	081357330872
9	Alamat Kantor	Jl Semolowaru 84, SURABAYA (60118) – JATIM, INDONESIA
10.	Nomor Telepon/Faks	(62) – 31- 5944752
11	Lulusan yang Telah Dihilangkan	S-1 = lebih dari 100 orang; S-2 = 0 orang, S-3= 0 orang
12	Mata Kuliah yang diampu	1. Akuntansi Biaya
		2. Akuntansi Manajemen
		3. Manajemen Keuangan
		4. Pengantar Akuntansi I
		5. Pengantar Akuntansi II
		6. Perpajakan
		7. Sistem Pengendalian Manajemen

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	
Bidang Ilmu	Akuntansi	Magister Manajemen	
Tahun Masuk-Lulus	1991 – 1996	2002 – 2004	
Judul Skripsi/Thesis/Disertasi	Analisa Varian Sebagai Alat Pengukuran Efisiensi Pemakaian Bahan Baku Dan Pengaruhnya Terhadap Harga Jual Produk Di PT. Rasindo Indah	Pengaruh Faktor Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Industri Kecil Alas Kaki Di Wedoro Sidoarjo	

Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Darto Irawan, MM	Prof. Dr. Sam Abede Pareno, MM	
--------------------------	-----------------------	--------------------------------	--

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jlh (Juta Rp)
1.	2014	Implementasi Konsep New Public Management Di Pemerintah Daerah Sebagai Usaha Mewujudkan Good Governance	Dikti (Hibah Dosen Pemula)	12.5
No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jlh (Juta Rp)
2.	2015	Pengaruh Etika Terhadap Kualitas Audit, Studi Kasus Kantor Akuntan Publik Se-Surabaya	Univ. Dr Soetomo	3
No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jlh (Juta Rp)
3.	2016	Eksplorasi Tingkat Efisiensi Pasar Modal Indonesia, Studi Kasus di Bursa Efek Indonesia	Univ. Dr Soetomo	3
4.	2017	Eksplorasi Nilai-Nilai piritual Keislaman Dalam Akuntabilitas Organisasi Islam	Univ Dr. Soetomo	5
5	2018	Perspektif Penyaji dan Pemakai Laporan Keuangan Terhadap Pelaporan Keuangan Online	-Univ. Dr. Soetomo	5
6	2018-2020	Eksplorasi Perilaku Overconviden Dan Cognitif Dissonance Pada Investor Di Bursa Efek Indonesia	PDUPT Kemenristek Dikti	

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jlh (Juta Rp)
1.	2016	Instruktur Pelatihan Perencanaan Keuangan Keluarga	Dinkop UMKM Surabaya	5
2.	2016	Instruktur Pelatihan Manajemen Utang dan Uang	Dinkop UMKM Surabaya	5

3	2017	Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis AkruaI pada Koperasi Wanita Medokan Ayu Surabaya	Univ. Dr. Soetomo	3
4	2018	Pelatihan Harga Pokok Produksi UMKM Kripik Usus Dusun Bangsari Desa Modopuro Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto	Mandiri	3
5	2019	Pendampingan Proses Branding untuk Memasyarakatkan Produk Serbuk Daun Kelor dalam Rangka Meningkatkan Penjualan	Univ. Dr. Soetomo	5
6	2020	Diversifikasi Produk Untuk Meningkatkan Penjualan UKM Daun Kelor	Univ Dr. Soetomo	5

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Volume/No. /Tahun	Nama Jurnal
1.	Implementasi Konsep <i>New Public Management</i> di Dinas Koperasi dan UMKM Surabaya Sebagai penulis kedua	Vol 12 No. 1/ 2 2015	Jurnal Nasional Tidak Terakreditasi: Jurnal Akuntansi & Auditing (JAA), Univ. Diponegoro
2.	Eksplorasi Tingkat Efisiensi Pasar Modal Indonesia Studi Kasus Di Bursa Efek Indonesia Sebagai penulis kedua	Vol 1 No.2, Agustus 2017, Hal 102-121	Jurnal nasional terakreditasi peringkat 4: Ekspektra Jurnal Bisnis dan Manajemen
2	<i>Exploration Of The Spirituality Values in Accountability of Islamic Organization</i> Sebagai penulis pertama	Vol 23 No.5 ; 2019, hal 1-10	Jurnal internasional : Journal of Economics, Management and Trade (JEMT) ISSN: 2456-9216
3	<i>Quality and University Governance in Indonesia</i> Sebagai penulis keenam	Vol 8 No.4; 2019, hal 10-17	Jurnal internasional bereputasil : International Journal Of Higher Education ISSN 1927-6044 E-ISSN 1927-6052
4	<i>Financial Distress</i> Di BUMN Indonesia dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Sebagai penulis keempat	Vol.3 No.2, Juni 2019, Hal 226-243	Jurnal Nasional Terakreditas peringkat 2: Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)

5	Immediate And Expected Emotions Toward Stock Returns Through Overconfidence And Cognitive Dissonance : The Study Of Indonesian Investor Behavior	The Study Of PJAEE 17 (3) 2020	Jurnal Internasional Terakreditasi Scopus Q3 : Palarch's Journal Of Archeology Of Egypt/Egyptology
5	Overconfidence and Cognitive Dissonance Behavior in the Pension Fund Investment Manager in the New Normal Era	Vol 175 Hal 219-226 Tahun 2020	Jurnal Internasional Terakreditasi Scopus Anvances in Economic, Business and Management Reseach

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan / Seminar Ilmiah Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	Seminar Hasil Penelitian	Implementasi Konsep New Public Management Di Pemerintah Daerah Sebagai Usaha Mewujudkan Good Governance	Universitas Dr. Soetomo Tahun 2015
2.	Seminar Hasil Penelitian	Pengaruh Etika Terhadap Kualitas Audit, Studi Kasus Kantor Akuntan Publik Se-Surabaya	Univ. Dr. Soetomo Tahun 2016
3.	Temu Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia 6 (TEMAN)	Eksplorasi Nilai-Nilai piritual Keislaman Dalam Akuntabilitas Organisasi Islam	FEB Universitas Airlangga, 20-21 Juli 2018
4.	Conference on Islamic Finance and Technology	Overconfidence : Investasi Atau Gambling Dalam Perspektif Perilaku Investor	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 21-22 September 2019
5.	Seminar Nasional "Second Conference on Research and Community Service"	<i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	STKIP PGRI Jombang, 19 September 2020

G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Hal	Penerbit
1	Meneropong Perilaku	2020	295	Zifatama

	Investor Lembaga Di Bursa Efek Indonesia			Jawara
--	--	--	--	--------

H. Pengalaman Perolehan HKI Dalam 5-10 Tahun Terakhir

No.	Judul/ Tema HKI	Tahun	Jenis	No. P/ID
1	Model Perilaku Overconfidence dan Cognitive Dissonance Pada Investor Individu Dan Lembaga	Oktober 2020	Karya Ilmiah	000206689

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul / Tema / Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Ditetapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
	Tidak ada			

J. Penghargaan yang pernah diraih dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lain)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
	Tidak ada		

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Surabaya, 14 September 2021
Hormat saya,,



(Alvy Mulyaning Tyas, SE.,MM)

BIODATA ANGGOTA PENGUSUL (2)

A. Identitas Diri

1	Nama lengkapdangelar	JajukSuprijati, SE, MM
2	Jeniskelamin	Perempuan
3	JabatanFungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identits lain	3525106703700005
5	NIDN	0727037001
6	TempatdanTanggal Lahir	Jombang, 27 Maret 1970
7	E-mail	jajuksuprijati@gmail.com
8	Nomortelepom/HP	085100605868
9	Alamat Kantor	Jl.Semolowaru No.84 Surabaya
10	Nomortelepon/Fax	Telp. (031) 5944752 Fax. (031) 5938935
11	Lulusan yang telahdihasilkan	S-1 = 800 orang
12	Mata Kuliah yang diampu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisa Optimasi 2. ManajemenPerbankan 3. EkonomiMoneter

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	UniversitasAirlangga Surabaya	UniversitasDrSoetomo Surabaya
BidangIlmu	Ekonomi Pembangunan	Magister Manajemen
Tahunmasuk-lulus	1990 – 1996	2007-2009
JudulSkripsi / tesis / disertasi	HutangLuarNegeriPemerintahSelama PJP I :Perkembangan, DampakdanProblema yang Dihadapi.	AnalisiFaktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Memutuskan Memilih PT BPR (Bank Perkreditan Rakyat) Syariah Amanah Sejahtera
Nama Pembimbing / Promotor	Drs. Ec. SamektoHartojo	Dra. Ec. Zamida Baharsyah, ME

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 TahunTerakhir

No.	Tahun	Judul Program Pengabdian Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jmlh (Juta Rp)
1	2013	Pengembangan Model Pelatihan Kewirausahaan Dalam Membentuk Kopetensi Kewirausahaan Padasiswa Tuna Rungu Di SMPLB Tipe B KaryaMulia Surabaya	Dikti	13.000.000

2	2014	Mengoptimalkan PKK Sebagai Wadah Pengembangan Model Pemberdayaan Perempuan Tidak Bekerja Dalam Rangka Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga Di Perumahan Pondok Permata Suci Gresik	Dikti	13.000.000
3	2016	Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Produk Jasa Kredit Cepat Aman (KCA) Sebagai Alternatif Sumber Pembiayaan Bagi Nasabah PT Pegadaian (PERSERO)	Univ. Dr Soetomo	3.000.000
4	2017	Determinan Belanja Modal dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Perkapita di Provinsi Jawa Timur	Univ. Dr Soetomo	3.000.000
5	2018	Pengembangan Model Good University Governance Di Era Globalisasi Pendidikan Tinggi	Univ. Dr Soetomo	15.000.000
	2019	Analisis Teori Pusat Pertumbuhan Pada Pertumbuhan Sektor Pedagang Kaki Lima (Pkl) Di Sepanjang Akses Tol Jembatan Suramadu Bangkalan Pulau Madura	Mandiri	5.000.000
	2020	Analisis Pengaruh Nilai Tukar Dan Tingkat Inflasi Terhadap Perkembangan Ekspor Non Migas Di Indonesia	Mandiri	5.000.000

D. Pengalaman Program Pengabdian Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Program Pengabdian Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jmlh (Juta Rp)
1	2018	Penyusunan Survey Kepuasan Masyarakat Di Lingkungan Upt Llj Probolinggo	UPT LLAJ Probolinggo	50.000;000
2	2018	Pelatihan Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat Karang Taruna Di Perumahan Pondok Permata Suci Gresik	Mandiri	3.000.000
3	2019	Ppm Pelatihan Pengolahan	SK Rektor	4.500.000

		Jamur Untuk Menjamurkan Jiwa Kewirausahaan Pada Kelompok Remaja Di Perumahan Pondok Permata Suci Gresik	Universitas Dr. Soetomo No. OU.1172/B.2.05/V 2019 Tertanggal 13 Mei 2019 tentang penerimaan hibah pengabdian DIPA Pengabdian Universitas Dr. Soetomo Tahun Anggaran 2018/2019	
4	2020	Pendampingan Penyusunan Laporan Arus Kas Pada Koperasi Pedagang Pasar (Koppas) Wijaya Kusuma Wlingi Kabupaten Blitar	Mandiri	5.000.000
5	2020	Ppm Pendampingan Peningkatan Iman Dan Perekonomian Umat Dengan Pendirian Bank Infaq Bersama Pw Wanita Islam Jawa Timur	Mandiri	3.500.000
6	2021	Penguatan Rantai Pasokan Untuk Meningkatkan Penjualan	Mandiri	5.000.000
7	2021	Ppm Pendampingan Waqfrais sebagai Upaya Pengumpulan Wakaf Dana Abadi Organisasi Wanita Islam Di Jawa Timur	Mandiri	5.000.000

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Islamic Banking (iB) Di Gresik	Journal	JOURNAL Majalah Ilmiah Ekonomi & Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Dr. Soetomo ,ISSN : 0854-4883, Volume XIX No.2, Juni 2013 . Hal 1-20Vol.
2	Pengembangan Model Pembinaan Kewirausahaan Siswa	Media Mahardika	Jurnal Nasional Terakreditasi : Media Mahardika Media Komunikasi Ekonomi dan Manajemen ISSN 0854-0861

	Tuna Rungu Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler		Vol.512 No. 1 September 2013, Hal :133-152
3	Analisis Pengaruh Value Chain Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Gresik	Jurnal Studi Manajemen	Jurnal Nasional Terakreditasi: Kompetensi Jurnal Studi Manajemen ISSN : 1907-4824 Vol 7 No.2 ,Oktober 2013 Hal. 176 – 190
4	The Empowerment Models Development of Unemployed Women Through The Empowerment And Family Prosperity Movement Penulis Pertama	Proceeding	Internasional Conference Proceeding of Conference Acceleration Of Scientific Knowledge Development In The Era Of Asean Economic Community ISBN 987-602-60314-2-6.,Page 93. J10 November 2016
5	Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Bangkalan Setelah Adanya Pembangunan Jembatan Suromadu (Analisis Teori Harold - Domar) Penulis pertama	Development	Jurnal Nasional Terakreditasi Develop eISSN : 2580-1767, P-ISSN 2581-0774, Vol 1 No.1 Maret 2017, hal 51-65, http://61.8.70.50/index.php/ep/article/view/294
6	Determinan Belanja Modal Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Perkapita Di Provinsi Jawa Timur Penulis Pertama	Proceeding	Prosiding Penelitian DIPA Universitas Dr Soetomo Tahun 2017 Dalam rangka Dies Natalis Ke XXXVI, ISBN 978-602-61886-0-1. Halaman 119 -131 http://repository.unitomo.ac.id/477/ 2017
7	Quality and University Governance in Indonesia Third Author	Jurnal	Internasional Journal of Higher Education ISSN 1972-6044, E-ISSN 1927-6052 Vol.8.No.4,2019 Page 10-17
8	Pengaruh Variabel Makro Dan Dana Pihak Ketiga (DPK) Terhadap Kebijakan Penyaluran Kredit Pada Bank Umum	Jurnal	Jurnal Nasional terakreditasi (sinta 5) Develop eISSN : 2580-1767, P-ISSN 2581-0774, Vol 4 No.1 Maret 2017, hal 45- 62, https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ep

	Penulis Pertama		
9	Analisis Sektor Basis Dan Shift-Share Pekerja Lapangan Usaha PDRB Propinsi Jawa Timur Penulis Kedua	Jurnal	JAEJurnal Akuntansi Dan Ekonomi : Jurnal Nasional Terakreditasi, ISSN 2541-0180, vol 5 no.1 Maret 2020, Halaman 10-18 https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/14059
10	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Jawa Timur	Jurnal	Jurnal Nasional terakreditasi (sinta 5)Develop eISSN : 2580-1767, P-ISSN 2581-0774, Vol 5 N0.1- Maret 2021

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan dan Pengabdian DIPAPemula Unitomo

Surabaya, 13 September 2021
Anggota

Jajuk Suprijati. SE.,MM

Lampiran 2 : Anggaran

No	Komponen Biaya	Biaya yang Diusulkan
1	Bahan	Rp 1.550.000
2	Pengumpulan Data	Rp 300.000
3	Analisis Data	Rp 1.000.000
4	Pelaporan Luaran Wajib Dan Luaran Tambahan	Rp 2.150.000
TOTAL ANGGARAN		Rp5.000.000

Kelompok	Keterangan	Satuan	Vol	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1. Bahan					
Item					
ATK	Alat tulis untuk pembuatan materi pendampingan dan pelaporan	Paket	2	100.000	200.000
Pulsa telepon	Pembelian pulsa ponsel untuk komunikasi tim dan mitra	Paket	3	200.000	600.000
Paket Data	Pembelian paket internet untuk pencarian dan down load pustaka dan jurnal	Paket	5	150.000	750.000
Sub Total					1.550.000
2. Pengumpulan Data					
Item					
FGD Persiapan Penelitian	Biaya Rapat Persiapan Pengabdian	Paket	3	100.000	300.000
Sub Total					300.000
3. Analisis Data					
Item					
Honorarium Nara Sumber	Narasumber yang diperlukan untuk Pelatihan pelatihan dan penggunaan sosial media	OJ	4	250.000	1.000.000
Sub Total					1.000.000
4. Pelaporan, Luaran wajib Dan Luaran Tambahan					
Item					

Uang Harian rapat di Dalam Kantor	Uang harian rapat koordinasi menyusun laporan dan luaran di dalam kantor	OH	1	300.000	300.000
Biaya konsumsi Rapat	Biaya konsumsi rapat koordinasi menyusun laporan dan luaran	OH	1	350.000	350.000
Biaya Publikasi Di Jurnal Nasional	Biaya Publikasi	Paket	1	1.500.000	1.500.000
Sub Total					2.150.000
Total					5.000.000

Lampiran 3: Surat Kesediaan Mitra

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widyantini
Jabatan : Pemilik UMKM Pawon Mbak Yanti
Alamat : Nginden VA Nomor 14 Kel. Nginden Jangkungan- Kec Sukolilo-
Kota Surabaya

Menyatakan bersedia bekerjasama dengan pengusul Program Kemitraan Masyarakat berikut ini:

Nama : Mustika Winedar
Alamat : Medayu Utara I/52 Kel. Medokan Ayu-Kec. Rungkut-
Kota Surabaya
Pekerjaan : Dosen
Alamat Kantor : Jl. Semolowaru 84 Surabaya
Judul PKM : *Digital Marketing* Sebagai Penunjang *Sociopreneur* UMKM
Kuliner Di Surabaya

Kerjasama yang dimaksud adalah memberikan dukungan sepenuhnya demi terselenggaranya Program Kemitraan Masyarakat yang bertujuan menerapkan *digital marketing* untuk mendukung *sociopreneur* UMKM kuliner dalam menjalankan peran menekan tingkat pengangguran.

Demikian surat pernyataan ini dibuat guna dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 September 2021
Pemilik Usaha

Widyantini

Lampiran 4 : Peta Lokasi Mitra

