

**MODUL**  
**KARYA PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**



**TRIK PEMASARAN BISNIS KULINER YANG  
MELEDAKAN OMZET**

Oleh :

Nama 1. Dra.AndryHerawati, MM

NIDN: 0724126601

Nama 2. Dra Sri Kamariyah, M.Si

NIDN: 0710096201

**UNIVERSITAS Dr. SOETOMO SURABAYA**

**DESEMBER 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Trik Pemasaran Bisnis Kuliner Yang Meledakan Omzet
2. Kode>NamaRumpun :
3. Ketua Pelaksana
  - a. Nama Lengkap : Dra. Andry Herawati, MM
  - b. NIDN : 0724126601
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor
  - d. Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
  - e. Perguruan Tinggi : Universitas DR Soetomo
  - f. No HP/Surrel : 081332327068
  - g. Alamsurel/email : andryherawati@yahoo.co.id
4. Anggota
  - a. Nama : Dra. Sri Kamariyah. M.Si
  - b. NIDN : 0710096201
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor
  - d. Program Studi : Ilmu Administrasi Negara
  - e. PerguruanTinggi : Universitas DR Soetomo
5. Lama Kegiatan : September – Desember 2020
6. Biaya Keseluruhan : -



Dr. Drs. Amirul Mustofa, M.Si  
NPP.91.01.1.085

Surabaya, Desember 2020  
Ketua Pengabdian Pada Masyarakat,

Dra. AndryHerawati,MM  
NPP. 90.01.1.056

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat



Dr.Fadjar Kurnia Hartati, MP  
NPP. 95.01.1.198

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayahNya yang telah diberikan kepada Tim Penyusun Modul Karya Pengabdian Pada Masyarakat dengan judul Trik Pemasaran Bisnis Kuliner yang Meledakan Omzet, bisa terselesaikan berharap dapat membantu para pebisnis kuliner untuk meningkatkan omzet penjualan dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Modul ini merupakan materi yang akan digunakan dalam penyuluhan yang ditujukan kepada pelaku usaha pada destinasi wana wisata padusan kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto tentang Etika dan Komunikasi Pemasaran, sehingga para pelaku usaha tersebut paham dan termotivasi dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk pengunjung wisata. Dalam Modul ini memberikan tentang beberapa trik pemasaran bisnis kuliner yang dapat digunakan pelaku usaha untuk meningkatkan omzet penjualannya.

Penyusunan modul sebagai bentuk dari karya Pengabdian Pada Masyarakat ini, tidak mungkin terwujud tanpa adanya bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Fadjar Kurnia Hartati, MP. Selaku Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat
2. Bapak Dr. Drs. Amirul Mustofa, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
3. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ilmu Administrasi – Jurusan Ilmu Administrasi Niaga yang selalu member semangat kepada penulis
4. Para Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi – Jurusan Ilmu Administrasi Niaga yang selalu setia membantu dalam pelaksanaan penyusunan modul karya Pengabdian Pada Masyarakat

Tim Penyusun Modul Karya Pengabdian Pada Masyarakat ini menyadari bahwa modul ini masih jauh dari sempurna. Olehkarenaitu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun dikesempatan yang akan datang.

Akhirnya kami berharap semoga sumbangan pemikiran dalam bentuk Karya Pengabdian Pada Masyarakat akan dapat bermanfaat Terima kasih.

Surabaya, Desember 2020

Tim Penyusun Modul

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1. Pendahuluan .....	1
BAB 2. Trik Pemberian Nama Tempat Makan .....	3
BAB 3. Trik Dalam Menciptakan Menu Makanan.....	6
BAB 4. Trik Dalam Mempromosikan Bisnis Kuliner.....	11
BAB 5. Trik Dalam Memberikan Pelayanan.....	15
BAB 6. Trik Dalam Memberikan Potongan Harga.....	20
BAB 7. Trik Dalam Meminta Kritik dan Saran Kepada Konsumen.....	25

DAFTAR PUSTAKA

## **BAB I PENDAHULUAN**

**B**isnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang digandrungi banyak orang khususnya kaum muda. Apalagi jumlah pengusaha makanan rumahan meningkat selama pandemi. Banyak orang yang memanfaatkan keahlian memasaknya untuk memulai bisnis kuliner dan menambah penghasilan. Namun untuk bisa sukses membangun bisnis kuliner dibutuhkan lebih dari sekadar skill memasak. Bisnis kuliner makanan dan minuman atau *food and beverage* (F&B) memang salah satu industri dengan pertumbuhan yang pesat dan potensi pasar yang besar, mengingat orang Indonesia gemar mencoba berbagai cemilan dan makanan unik baru.

Bisnis kuliner adalah jenis bisnis yang banyak peminatnya, sehingga tidak hanya kaum hawa tapi kaum lelaki juga bisa menjadi pelopor dalam bisnis kuliner dan sukses besar. Bagi para pemula yang akan memasuki bisnis kuliner bisa dimulai dengan langkah yang tepat, dengan mengetahui jenis kuliner apa yang akan dipilih pastikan kuliner tersebut belum masuk banyak menjual sehingga persaingannya bisa lebih longgar dan kemungkinan dapat sukses besar, tetapi juga tidak ada salahnya juga bila ingin membuka usaha kuliner yang sedang hits dimasyarakat, hanya saja pastikan punya resep baru yang otentik dan unik untuk membuat makanan hits yang dijual lebih menarik dan berbeda dari yang lain. Dalam bisnis kuliner tak hanya membuka usaha sendiri, tapi juga bisa bekerjasama dengan merk dagang untuk menjual kembali produk tersebut, dan biasa dikenal dengan nama franchise. Ada berbagai tipe franchise, tipe yang bagi hasil dan ada juga yang hanya membeli nama saja, sehingga berjualan dengan nama merk tersebut, serta tidak perlu berbagi hasil. Tinggal memilih mau berbisnis menggunakan apa, metode mandiri, atau menggunakan metode pemasaran seperti bisnis franchise. Bisnis kuliner adalah bisnis yang sangat mudah, bahkan bisa dikatakan menjadi bisnis yang bisa dilakukan oleh semua orang, bahkan yang belum bisa memasak sekalipun.

Ada beberapa alasan yang membuktikan bahwa bisnis kuliner ini adalah bisnis yang sangat mudah dilakukan yaitu :

1. Bisnis kuliner tidak membutuhkan modal yang besar
2. Bisnis kuliner online tidak perlu sewa tempat
3. Bisnis kuliner marketnya besar karena pada dasarnya semua orang suka makan
4. Binis kuliner memberikan keyakinan bahwa pasti ada pembelinya

5. Bisnis kuliner bisa dilakukan strategi pemasaran yang sangat mudah
6. Bisnis kuliner keuntungannya berlipat ganda
7. Bisnis kuliner ini dilakukan untuk menyalurkan hobby
8. Bisnis kuliner punya peluang yang mudah untuk dilakukan
9. Bisnis kuliner memungkinkan untuk membuka cabang
10. Bisnis kuliner kekinian banyak digunakan sebagai ide untuk membuka bisnis ini

Saat pertama kali memulai bisnis kuliner, tak perlu langsung membuat dalam jumlah yang besar karena belum banyak yang tahu mengenai usaha kita dan kecil kemungkinan jualan langsung habis banyak dalam hari-hari pertama jualan. Oleh karena itu, lebih baik membuat jualan di hari pertama sedikit-sedikit saja setelah makin banyak yang mengenal dan pelanggan bertambah maka porsi bisa ditambah. Hal itu untuk menghindari mubazir, apalagi jika makanan yang dijual tidak tahan lebih dari satu hari, maka membuat dalam jumlah besar malah akan memboroskan modal saja.

Tak perlu terlalu tegang saat memulai bisnis di bidang kuliner ini, karena bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang terbilang santai dan persaingannya juga tidak seketat bidang bisnis lainnya. Jika ingin membuka bisnis di satu wilayah pastikan tidak ada penjual kuliner sejenis sehingga tidak terjadi persaingan yang kurang sehat. Ada beberapa trik pemasaran yang perlu diterapkan agar bisnis kuliner kita punya keunggulan tersendiri daripada bisnis kuliner yang lain, meskipun yang dijual produk makanannya sama dengan yang lain, tapi karena produk makanan yang dijual punya perbedaan dengan yang lain, maka tentunya bisnis kuliner kita akan lebih dilirik konsumen dibanding yang lainnya.

Trik pemasaran bisnis kuliner tersebut akan dibahas pada bab-bab selanjutnya. Trik pemasaran ini akan dapat meningkatkan omzet penjualan, jika benar-benar diterapkan oleh para pelaku usaha bisnis kuliner. Adapun trik pemasaran bisnis kuliner tersebut antara lain adalah :

1. Trik pemberian nama tempat makan
2. Trik dalam menciptakan menu makanan yang unik dan bervariasi
3. Trik dalam mempromosikan bisnis kuliner
4. Trik dalam memberikan pelayanan
5. Trik dalam memberikan potongan harga
6. Trik dalam meminta kritik dan saran kepada konsumen

## **BAB 2**

### **TRIK PEMBERIAN NAMA TEMPAT MAKAN**

Nama ternyata tak hanya untuk manusia saja, tapi nama untuk tempat bisnis atau usaha juga penting. Nama bisa saja berpengaruh pada kesan yang akan dirasakan oleh para calon pembeli terhadap tempat usaha/bisnis tersebut. Banyak nama tempat bisnis yang ternyata dapat membuat orang-orang merasa terkesan sampai masuk dan terus teringat dalam ingatannya, bahkan banyak yang membuat masyarakat kemudian jadi penasaran untuk mendatangi tempat usaha tersebut dan mencoba membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini tentunya juga berlaku bagi usaha/bisnis kuliner, nama tempat usaha/bisnis kuliner yang baik harus bisa merefleksikan konsep dari usaha/bisnis tersebut, termasuk dengan makanan, minuman, hingga suasana tempatnya. Namun apakah pemilihan nama tempat usaha/bisnis itu mudah? Mungkin bagi sebagian pebisnis kuliner jawabannya adalah tidak. Bagaimanakah kalau begitu cara untuk bisa memilih nama bagi tempat usaha/bisnis kuliner ? Ada beberapa trik yang dapat digunakan untuk member nama tempat usaha/bisnis kuliner yaitu :

#### **1. Kaitkan Nama Usaha/Bisnis dengan Keadaan di Lokasi**

Keadaan dilokasi dimana tempat usaha/bisnis kuliner itu berada ternyata dapat dipakai untuk memberikan inspirasi nama usaha/bisnis kuliner. Pelaku usaha bisa menggabungkan nama daerah lokasi, bisa juga dengan hal-hal yang ada disekitar lokasi, atau bahkan hal-hal bersejarah yang ada ditempat tersebut.

#### **2. Pikiran Konsep Usaha/Bisnis Kuliner**

Nama yang diberikan untuk tempat usaha/bisnis kuliner juga dapat dikaitkan dengan konsep usaha/bisnis kuliner yang akan direncanakan. Misalnya saja konsep usaha/bisnis kuliner tersebut adalah usaha/bisnis kuliner yang khusus menyediakan makanan berbahan dasar daging ayam, maka bisa saja diberi nama “Chicken Chicki”. Atau jika membuat usaha/bisnis kuliner yang menyediakan menu masakan ala daerah tertneu bisa juga member nama yang mencerminkan masakan ala daerah tersebut. Selain itu, nama usaha/bisnis kuliner yang terinspirasi dari konsep tidak hanya bisa memberi gambaran

menu apa yang dijual, tapi juga perkiraan harga tiap-tiap menu hingga nuansa seperti apa yang akan ditemukan saat memasuki restoran tersebut.

Misalnya tempat usaha/bisnis kuliner dibuat dengan suasana yang nyaman untuk dikunjungi keluarga, maka pemilihan nama “Happy Family” , “Kebun Bahagia”, bisa juga digunakan sebagai alternatif

### **3. Tuliskan Inspirasi yang ada**

Ketika berpikir untuk mencari inspirasi nama tempat usaha/bisnis kuliner, bisa saja muncul banyak pilihan nama dipikiran si pelaku bisnis. Jangan dibiarkan begitu saja, bisa saja kemudian lupa, untuk itu disarankan supaya pelaku bisnis menulis setiap inspirasi yang didapatnya agar supaya nantinya dapat dijadikan pertimbangan mana yang cocok dan yang tidak.

### **4. Pilih Nama yang Sederhana**

Hanya karena si Pebisnis punya banyak harapan terhadap usaha/bisnis kulinernya, tak berarti pebisnis harus memberi nama dengan panjang supaya setiap harapannya bisa terceminkan. Justru dengan nama yang terlalu panjang, para calon pelanggan akan merasa bingung atau merasa aneh dan ragu-ragu untuk mendatangi tempat usaha/bisnis kuliner tersebut, maka dari itu berilah nama yang berkesan, berikan nama yang sederhana dan mudah diingat oleh para pelanggan.

### **5. Berdasarkan Nama Seseorang**

Nama seseorang bisa menyiratkan suatu harapan dari si pemberi nama, dengan begitu, tak ada salahnya juga untuk member nama tempat usaha/bisnis kuliner berdasarkan nama dari sipemilik ataupun nama dari seseorang yang berharga baginya. Misalnya pemberian nama usaha kuliner berdasarkan nama pemilik cukup terkenal, sebut saja “ Gudek Mbok Juminten”, Soto Ayam Cak Khan, dan lain sebagainya.

### **6. Diskusikan dengan Orang Lain yang Berkepentingan**

Pentingnya untuk mendiskusikan nama tempat usaha/bisnis kuliner yang akan dipakai dengan orang lain, apalagi jika orang-orang itu terlibat dalam bisnis kuliner tersebut. Bila telah punya daftar inspirasi nama nama, tunjukkanlah pada mereka dan biarkan mereka membantu memilih nama yang paling sesuai dan menggambarkan usaha/bisnis kulinner tersebut.

Banyak orang percaya bahwa nama merupakan doa, untuk itu perlu akan sangat berhati hati dalam memberikan nama bagi tempat usaha/bisnis kuliner, dan tentunya pemilihan nama yang baik tentu akan memberikan citra tersendiri yang akan terus teringat dibenak pelanggan

### **BAB 3**

## **TRIK DALAM MENCIPTAKAN MENU MAKANAN**

Ada faktor-faktor lainnya yang juga turut menentukan keberhasilan bisnis kuliner seperti penciptaan menu makanan dan minuman. Walaupun memiliki peluang yang menjanjikan, banyaknya bisnis kuliner yang bermunculan juga membuat kompetisi di industri ini menjadi tinggi. Jika tidak bisa menawarkan sesuatu yang menarik, pelanggan bisa dengan mudah berpindah ke kompetitor, maka pebisnis harus bisa berpikir kreatif dalam menciptakan menu-menu makanan yang menarik. Coba kembangkan menu makanan yang unik bisa dari segi rasa maupun tampilan sehingga meningkatkan rasa penasaran orang. Jangan lupa untuk terus berinovasi dan tawarkan produk kuliner yang bervariasi sehingga pelanggan yang sudah ada tidak mudah bosan.

Bagi pebisnis yang ingin berbisnis kuliner. Ada baiknya mencari inovasi makanan unik, kreatif dan menguntungkan, karena sekarang banyak orang yang tak hanya mementingkan rasa dalam makanan namun mereka suka makanan yang berbeda. Makanya itu pebisnis dituntut bukan hanya memiliki ide bisnis kuliner, namun juga memiliki ide bisnis kuliner kreatif, ide bisnis kuliner unik sehingga bisa menjadi inspirasi bisnis kuliner dan tentunya menjadi bisnis kuliner yang menguntungkan. Untuk mendapatkan ide atau inovasi makanan unik tentunya harus sering-sering hunting makanan. Baik di rumah makan tradisional maupun rumah makan bergaya internasional, sehingga bisa mendapatkan ide bisnis kreatif dan tentunya ide bisnis makanan yang menguntungkan. Dengan begitu bisnis kuliner akan berjalan lancar, dan yang paling utama untuk dipikirkan adalah jika hanya memprioritaskan bisnis kuliner yang kreatif namun tidak mengindahkan rasa, maka jangan salahkan jika tidak akan berhasil menjalankan bisnis makanan yang menguntungkan. Karena saat ini masyarakat sangat pintar untuk hunting makanan, jika ternyata makanan itu hanya unik namun rasanya biasa saja, maka mereka tak menjadikan tempat kuliner tersebut menjadi tempat rekomendasi. Beberapa ide bisnis kuliner yang bisa dicoba oleh para pebisnis kuliner :

#### **1. Makanan Berbentuk Unik**

Inovasi makanan unik juga tak kalah menarik untuk dicoba. Saat ini sedang trend makanan berbentuk baju, sepatu, topi dan lain-lain. Salah satu contohnya adalah kue tart yang

berbentuk sepatu, baju, mesin jahit, alat make up dan lain-lain. Bahkan ada juga ada yang berbentuk wajah yang ulang tahun.

## **2. Makanan yang berani dengan rasa**

Makanan yang sangat berani bermain rasa. Pernah mencoba macaroni ngehe terlintas sama seperti macaroni yang ada di warung namun saat dicoba pedasnya luar biasa. Begitu juga dengan keripik singkong maicih yang memiliki level pedas yang berbeda-beda. Tapi jangan sampai bermain dengan rasa pahit ya, karena banyak orang yang tak menginginkannya.

## **3. Makanan yang berbentuk lucu**

Bagi pebisnis yang target marketnya adalah ibu-ibu dan anak-anak, maka bisa mencoba ide usaha makanan kreatif dengan membuat makanan yang berbentuk lucu. Ide bisnis kuliner makanan kreatif ini sengaja dicoba untuk memancing selera anak-anak yang tidak mau makan atau tidak suka makanana tertentu seperti sayur.

## **4. Makanan yang Ukurannya Jumbo atau Mini**

Inovasi makanan unik yang menjadi inspirasi bisnis kuliner adalah makanan yang ukurannya jumbo atau mini. Saat ini yang sedang trend adalah bakso yang ukurannya jumbo, bakso tenis, bakso kepala bayi dan lain-lain. Ada juga yang bakso ukurannya kecil yaitu bakso kerikil.

## **5. Makanan Tradisional yang Jarang Terdengar**

Indonesia kaya akan makanan tradisional, bagi pebisnis yang ingin mencoba bisnis kuliner yang menguntungkan. Pebisnis bisa mencoba makanan yang jangan khas daerah tersebut biar sedikit saingan. Apalagi jika membuka rumah makan padang atau pempek maka akan banyak yang menyaingi. Bisa dicontoh es pisang ijo yang awalnya orang tak akan mengira bahwa itu adalah kuliner khas Makasar. Kini sukses di pasaran. Pebisnis bisa mencoba makanan khas Papua Papeda. Bisa saja orang-orang Papua setiap janji akan makan di sana. Begitu pula orang yang tak pernah mencoba papeda jadi penasaran ingin mencoba.

## **6. Berani Mengkombinasikan Makanan**

Salah satu hal yang tak kalah penting dalam membuka bisnis yang menguntungkan adalah memiliki ide usaha kuliner yang kreatif. Dan salah satu caranya adalah berani mengkombinasikan makanan. Misalnya saja jika biasanya kolak dengan buah, bisa mencobanya kolak dengan biji durian. Jika biasanya kopi hanya untuk diminum ini kopi dijadikan saus makanan. Yang saat ini sedang tenar adalah Barbeque dengan saus kopi menjadi makanan utama di salah satu restoran ternama di Jakarta. Ada juga coklat yang

dicampur dengan dodol yang menghasilkan chocodot. Coklat dodol ini kini menjadi laris manis.

## **7. Makanan Khas Luar Negeri**

Masyarakat Indonesia adalah salah satu masyarakat yang dikenal dengan rasa ingin tahu yang berlebih. Terutama hal yang tidak ada di negaranya. Nah, Anda bisa mencoba inovasi makanan khas luar negeri. Salah satu bisnis makanan yang asli buatan orang Indonesia namun mencontek makanan luar negeri adalah Hoka Hoka Bento. Pemiliknya Hendra Arifin memang sengaja membuat rumah makan berkonsep Japanese Fast Food yang belum ada di Indonesia dan kini sudah ada 350 gerai di seluruh Indonesia. Hingga kini banyak yang mengira bahwa HokBen adalah makanan asli Jepang padahal bukan.

Hal lain yang penting dalam bisnis kuliner yaitu desain menu makanan, karena menjadi pertimbangan awal bagi calon pembeli sebelum memutuskan untuk mampir. Oleh karena itu, mendesain menu dalam bisnis kuliner menjadi hal yang perlu dipikirkan secara matang dan maksimal. Cara mendesain menu yang menggugah selera, penting untuk diperhatikan. Sebelum mulai membuat desain menu makan yang dapat menggugah selera pelanggan, maka hal-hal yang perlu diperhatikan adalah :

### **1. Atur Posisi Menu**

Hal lain yang juga perlu diperhatikan adalah penataan menu makanan yang rapi. Jangan sampai pelanggan sulit membaca dan tidak dapat mengarahkan matanya karena menerima terlalu banyak informasi di sana-sini. Penataan menu makanan yang rapi membuat calon pembeli mudah dan cepat mencari makanan yang ingin dipesan.

### **2. Manfaatkan Ruang Kosong**

Ruang kosong atau white space dapat memberikan kesan “bersih”, mudah dibaca dan terlihat profesional. Menurut riset, pemahaman seseorang dalam membaca menu akan meningkat 30% jika tampilan menu tersebut didominasi oleh ruang kosong. Mungkin salah satu alasannya karena calon pembeli jadi tidak kewalahan dengan penawaran makanan yang terlalu variatif. Di luar dari itu, ruang kosong dalam desain menu cafe juga akan menimbulkan kesan estetis dan elegan. Jika memang pilihan menu banyak variasi, ruang kosong dalam menu makanan dapat dijadikan cara alternatif untuk menekankan produk spesial atau terlaris. Dengan begitu, calon pembeli akan cenderung mencari ruang yang lebih kosong tersebut dan melihat apa yang ditawarkan di segmen itu.

### **3. Gunakan Foto atau Ilustrasi**

Banyak bisnis kuliner menggunakan foto makanan sebagai latar belakang menu atau penghias menu. Namun, hal ini sebenarnya cukup riskan karena tidak semua foto makanan dapat mengundang selera bagi semua orang. Pebisnis butuh fotografer profesional untuk mendapatkan foto makanan yang sangat bagus dan representatif untuk desain menu bisnis kuliner. Jadi, kalau tidak punya anggaran khusus untuk fotografer, lebih disarankan untuk membiarkan latar desain menu makanan tetap polos saja. Selain foto, dapat menggantinya dengan gambar ilustrasi yang mendukung tema usaha kuliner. Ilustrasi dapat menciptakan kesan *playful and fun* bagi mereka yang membacanya.

### **4. Pilih Jenis Huruf Sesuai Karakter Bisnis Kuliner**

Pastikan ketika mendesain menu makanan, sudah memikirkan konsep usaha kuliner. Tentukan siapa target market, tema bisnis kuliner, atau hal-hal yang dapat mendeskripsikan usaha/bisnis kuliner yang akan dibuat. Jika sudah ada, akan lebih mudah menentukan jenis huruf(font) yang tepat untuk menu. Walaupun jenis huruf terlihat sepele di mata sebagian orang, huruf menjadi bagian penting dalam menu makanan karena huruf-huruf tersebut yang dicari calon pembeli ketika membaca menu makanan. Oleh karena itu, pemilihan jenis huruf juga mempengaruhi unsur estetis dalam menu makanan nantinya.

### **5. Kategorikan Makanan & Minuman**

Melanjutkan poin pertama yang membahas mengenai pentingnya penataan menu yang rapi, desain menu makanan dapat tertata rapi dan teratur jika isinya dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu. Umumnya, pengelompokkan menu makanan terbagi menjadi makanan pembuka, utama, dan penutup.

Namun, dapat juga dikreasi sendiri dengan kategori yang memisahkan menu satu dengan yang lain berdasarkan bahan makanan, jenis makanan, asal makanan tersebut, dan lain sebagainya. Pengelompokkan ini bertujuan untuk mempermudah calon pelanggan dalam memilih menu makanan yang pas dengan selernya. Sebagai tambahan, juga dapat diberikan label khusus pada desain menu makanan untuk kategori rekomendasi koki, menu terlaris, makanan pedas, mengandung hidangan laut, mengandung kacang, atau yang lainnya.

## **6. Tulis Deskripsi Menu yang Menggugah Selera**

Desain menu makanan memang penting, tetapi deskripsi dari setiap menu juga merupakan komponen yang tidak kalah penting. Jika dapat menentukan kata-kata yang tepat dan efektif, deskripsi menu makanan dapat menciptakan imajinasi di dalam pikiran calon pembeli, bahkan sebelum mereka mencicipinya. Jadi, pikirkan pertanyaan yang akan ditanyakan calon pelanggan mengenai makanan, lalu tuangkan ke dalam kata-kata yang menarik, namun tetap singkat dan jelas.

## **7. Gunakan Tanda Tertentu Untuk Menarik Perhatian**

Kotak dapat menarik perhatian calon pelanggan ke suatu kelompok menu makanan tertentu. Strategi ini sering dipakai pebisnis kuliner untuk mempromosikan makanan dengan profit margin tinggi. Selain itu, kotak juga membantu calon pelanggan untuk fokus pada satu pilihan dalam desain menu saat terlalu banyak tawaran pilihan makanan di buku menu.

## **8. Sederhanakan Nominal Harga**

Membayar tagihan adalah hal yang kurang menyenangkan. Hal ini menjadi alasan dasar mengapa tidak perlu menuliskan terlalu banyak nominal pada desain menu makanan, dengan begitu, fokus calon pelanggan tidak tertuju pada berapa uang yang harus dikeluarkan, tetapi lebih ke menu makanan yang akan dipilihnya.

## **9. Tampilkan Paket Menarik**

Jika usaha memiliki paket hemat atau paket murah, dapat ditampilkan dengan memperbesar ukuran harga atau buat warna yang berbeda untuk paket tersebut di desain menu makanan. Otomatis, mata calon pelanggan akan langsung tertuju pada perbedaan tersebut dan mungkin memutuskan untuk membeli karena pertimbangan harganya.

## **10. Cetak Menu dengan Bahan Berkualitas**

Setelah strategi pembuatan dan desain menu makanan telah disusun, tahap eksekusi atau pencetakan adalah sentuhan terakhir. Jangan menyia-nyiakan usaha keras membuat desain menu makanan yang elegan dengan mencetaknya pada material yang kurang berkualitas. Carilah bahan kertas yang baik dan tempat percetakan yang berkualitas untuk mempercantik desain menu makanan, dengan begitu, diharapkan persiapan terbayarkan ketika banyak pembeli datang memesan makanan.

## **BAB 4**

### **TRIK DALAM MEMPROMOSIKAN BISNIS KULINER**

Banyak pebisnis yang mengalami kebangkrutan saat mengembangkan bisnis kuliner, tapi masih banyak orang yang tertariak dengan bisnis yang satu ini, karena bisnis kuliner dapat menghasilkan keuntungan besar. Dunia kuliner yang terus berkembang juga menjadi tantangan tersendiri bagi para pebisnis yang berkarya dengan passion. Persaingan yang ketat tak menjadi halangan untuk maju dan menggungguli kompetitor. Salah satu cara untuk menggugah minat pelanggan adalah promosi. Cara promosi yang konvensional tentu terasa membosankan dan kurang menarik. Dampaknya bisnis kuliner yang hanya berpegang pada promosi konvensional lebih rentan gulung maka sebaiknya pebisnis kuliner memperhatikan juga strategi promosi untuk bisnis kulinernya. Beberapa hal yang perlu dilakukan oleh pebisnis kuliner dalam promosinya yaitu :

#### **1. Jangan Ragu Mengandalkan Endorsement**

Trend endorsement di Instagram sangat efektif untuk meningkatkan omzet bisnis kuliner, jika punya budget besar untuk promosi, pebisnis bisa mengajukan kerja sama endorsement dengan selebritis atau selebgram. Namun tak perlu berkecil hati, jika belum menyiapkan budget khusus. Sebab pebisnis tetap bisa mengandalkan teman-teman yang aktif menggunakan Instagram. Teman yang memiliki ribuan followers bisa diandalkan untuk mempromosikan produk kuliner kepada para pengguna media social lainnya. Ini adalah endorsement yang paling efektif.

#### **2. Menyiapkan tester**

Tak banyak orang yang mau membeli produk kuliner tanpa mengetahui cita rasanya terlebih dahulu, oleh karena itu tester merupakan salah strategi promosi bisnis kuliner yang cukup ampuh. Pebisnis hanya perlu menyiapkan tester dalam jumlah sedikit atau ukuran kecil. Agar calon pelanggan. Bisa merasakan sendiri cita rasa produk yang ditawarkan, jangan pelit menyiapkan tester agar semakin banyak orang yang bisa mencicipi produk kuliner yang ditawarkan. Apa lagi ketika pebisnis baru membuka bisnis kulinernya, tester adalah hal wajib yang harus dicoba

### **3. Perbanyak menu**

Jika pebisnis memang membuka bisnis kuliner yang lebih umum, maka beberapa menu bisa menjadi andalan. Namun jika kuliner yang pebisnis jual spesifik, maka menu yang ditawarkan hanya focus pada makanan yang berkaitan tersebut. Misalnya pebisnis menjual bakso, maka pebisnis bisa menambahkan mie ayam dan memperbanyak jenis baksonya. Jangan menjual makanan yang tidak sesuai dengan produk yang sudah ada. Misalnya pebisnis menjual bakso. Pebisnis jangan menjual pempek atau soto. Karena itu tidak sesuai dengan makanan utama yang dijual, hendaknya sesuaikan menu utama dengan menu mendukung lainnya.

### **4. Mengadakan Giveaway**

Pelanggan mana yang tertarik dengan giveaway yang hadiahnya istimewa. Kegemaran pengguna media social mengikuti giveaway bisa dimanfaatkan sebagai upaya promosi pebisnis bisa menyiapkan giveaway dengan hadiah berupa produk kulinernya. Agar banyak orang yang mengenal akun media sosial bisnis kuliner kita, dan jadikan repost atau tag teman-teman sebagai salah satu syarat mengikuti giveaway. Cara sederhana ini terbilang efektif untuk meningkatkan brand awareness di media sosial, karena secara tak langsung pebisnis sudah mengajak pengguna media sosial untuk memperkenalkan bisnisnya.

### **5. Membuat Kemasan yang Menarik**

Kini kemasan tak hanya berfungsi sebagai pembungkus makanan pada bisnis kuliner. Lebih dari itu, kemasan yang menarik juga bisa menjadi sarana promosi bisnis. Pebisnis harus menyiapkan kemasan dengan bentuk unik sesuai dengan karakteristik produk kulinernya. Selain dari makanannya, kemasan juga bisa menentukan ketertarikan orang terhadap bisnis kuliner pebisnis. Pebisnis bisa membuat kemasan yang sesuai dengan target pasar dan branding bisnisnya. Gunakan bahan kemasan yang kuat dengan perpaduan warna warni yang istimewa. Misalnya jika pebisnis memasarkan bisnis sebagai bisnis yang sehat dan *go-green*, pebisnis bisa menggunakan kemasan *paperbag* hasil daur ulang. Jika target pasarmu anak muda, pebisnis bisa menggunakan kemasan dengan desain yang unik. Kemasan yang menarik juga akan membuat bisnismu terlihat lebih profesional.

Jangan lupa pula mencantumkan kontak dan akun media sosial bisnis pada kemasan tersebut, sehingga pelanggan tak kesulitan untuk menghubungi kembali atau memperkenalkan produk kuliner dari bisnis kita kepada orang lain.

#### **6. Mengandalkan Peran *Influencer***

Selain *endorsement*. Pebisnis juga bisa mengandalkan *influencer* di media sosial dan blog, agar popularitas bisnis kuliner cepat meningkat. Pebisnis bisa menawarkan makananmu secara gratis kepada mereka untuk kemudian mereka *review* dan unggah di media sosial mereka. Dengan cara ini, bisnis kuliner jadi bisa semakin dikenal. Para *blogger* dan *influencer* yang punya banyak *followers* bisa membantu pebisnis mempopulerkan bisnis kuliner. Melalui *sponsored post* atau *review* produk, para *influencer* dapat menonjolkan keunggulan bisnis kuliner pebisnis. Target pasar pebisnis pun akan semakin luas karena *influencer* tersebut memiliki permirsa setia yang tinggal diberbagai daerah., bisa bekerja sama dengan *influencer*. Pilih *influencer* yang memang biasa mengunggah konten-konten yang berhubungan dengan kuliner seperti *food blogger* atau *vlogger*.

#### **7. Daftarkan di Platform Pencarian Bisnis Kuliner**

Menurut riset Nielsen, 58% masyarakat Indonesia membeli makanan siap santap (*fast food*) melalui aplikasi secara online melalui *smartphone*. Banyak orang pun menggunakan aplikasi atau situs pencarian bisnis kuliner dan ulasan makanan *online* sebelum memutuskan tempat makan yang ingin mereka kunjungi. Pebisnis bisa mendaftarkan bisnis kulinernya pada platform-platform tersebut mulai dari fitur *Google My Business* hingga aplikasi khusus pecinta kuliner seperti Zomato. Jadi para pengguna aplikasi bisa menemukan bisnis makananmu. Apabila bisnismu memiliki *review* yang bagus, tentu orang-orang akan semakin tertarik untuk mencoba makanan yang ditawarkan.

#### **8. Manfaatkan Media Sosial**

Saat ini media sosial menjadi salah satu medium paling efektif untuk memasarkan bisnis. Terapkan strategi *branding* dan pemasaran dengan konsisten dan sesuai dengan target pasar. Gunakan foto produk yang menarik agar orang yang mengunjungi profilmu jadi tertarik untuk memesan. Dengan foto yang bagus, pebisnis bisa meyakinkan orang bahwa

makananmu aman dan berkualitas. Selain untuk mempromosikan makanan, pebisnis juga bisa mendapatkan data atau *insights* mengenai calon pelanggan potensial.

## **9. Bangun Interaksi dengan Pelanggan**

Jangan lupa juga untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Bangun interaksi dengan pelanggan, misalnya dengan memposting ulang hasil foto makanan yang diambil oleh pelanggan. Hal ini akan membuat mereka merasa lebih dilibatkan dan menjadi bagian dari bisnismu. Saat ini media sosial seperti Instagram sudah memiliki berbagai fitur yang bisa pebisnis manfaatkan untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Selain lewat media sosial, pebisnis juga bisa meminta *rating* dan *review* dari pelanggan sehingga pebisnis juga menerima masukan untuk mengembangkan bisnis.

## **10. Jaga Kualitas Makanan**

Citarasa makanan yang lezat dan berkualitas bisa membuat bisnis kuliner menjadi bahan perbincangan orang dari mulut ke mulut sehingga bisnis kuliner semakin dikenal dengan sendirinya. Agar pelanggan mau kembali membeli makanan yang dijual, pebisnis harus bisa menjaga kualitas makanan baik dari segi rasa maupun bahan-bahan yang digunakan. Pastikan bahwa makanan yang dijual memiliki standar rasa yang stabil. Pebisnis juga bisa menunjukkan bahwa makanan yang dibuat menggunakan bahan-bahan yang sehat dan berkualitas untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

## **11. Berikan Promo**

Salah satu cara paling mudah untuk menarik pelanggan saat baru memulai bisnis kuliner adalah dengan menawarkan berbagai promo menarik. Ada banyak promo yang bisa di berikan mulai dari promo *buy 1 get 1*, gratis ongkir, diskon, dan banyak lagi. Pebisnis juga bisa menggunakan kuis atau *reward* untuk membagikan promo sekaligus meningkatkan *awareness*. Misalnya membuat kuis dimana peserta harus *memfollow* akun media sosial bisnis kuliner kamu dan *mentag* teman mereka untuk memenangkan promo.

## **12. Pelayanan yang ramah**

Ketika pebisnis membuka bisnis kuliner, jangan lupa untuk memberikan pelayanan yang baik ke pelanggannya, dengan pelayanan yang baik dan ramah akan membekas dihati pelanggan, sehingga pelanggan secara tidak langsung akan mempromosikan bisnis kuliner ke kenalan mereka mengenai pelayanan yang akan dibuat

## **BAB 5**

### **TRIK DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN**

**M**embuka bisnis kuliner dengan menu makanan dan minuman yang disukai belum cukup membangun bisnis yang sukses dalam jangka panjang. Selain kualitas produk, pelayanan pelanggan yang baik dalam bisnis juga jadi kunci penting keberhasilan sebuah usaha. Tanpa pelayanan pelanggan yang prima, bisnis hanya bertahan sesaat dan pelanggan tidak akan kembali untuk kedua kalinya.

Penelitian yang dilakukan Harvard Business School mempelajari kesetiaan pelanggan Starbucks dan pengaruhnya pada penjualannya. Mereka menemukan bahwa kepuasan pelanggan sangat berpengaruh pada meningkatnya penjualan. Kelompok pelanggan yang puas rata-rata mengunjungi restoran dan kafe sebanyak 4,3x dalam sebulan, membayarkan setidaknya \$4.06 atau Rp56.600 dan telah menjadi pelanggan tetap selama setidaknya 4,4 tahun. Sementara itu, pelanggan yang tidak puas mengakui bahwa alasan pertama mereka meninggalkan sebuah *brand* adalah produk yang tidak enak dan pelayanan yang tidak ramah alias jutek. Kedua faktor ini 18% lebih sering dikeluhkan ketimbang proses pelayanan yang lambat.

Dalam perkembangan bisnis kuliner yang semakin inovatif, setiap pengusaha perlu menekankan pentingnya pelayanan di semua lini bisnisnya. Dengan perilaku konsumsi yang berubah-ubah mengikuti tren, bisnis kuliner yang disukai selalu konsisten pada kualitas produk dan karakter pelayanannya yang khas. Suatu hal yang tak kalah penting, selalu berikan pelayanan yang ramah, sopan, dan responsif. Layani pertanyaan atau *chat* dari calon pelanggan dengan baik. Tanyakan pendapat atau masukan dari mereka. Jika pelayananmu buruk, yang ada pelanggan bisa kabur ke kompetitor.

Salah satu yang perlu diperhatikan terkait kualitas pelayanan adalah pengiriman. Pebisnis harus bisa memastikan makanannya diterima tepat waktu dan aman oleh pelanggan. Semakin cepat pebisnis bisa mengirimkannya ke pelanggan akan semakin baik. Jika pebisnis membuka PO, pebisnis harus tahu batas order yang bisa diterima agar tidak kewalahan saat membuat makanan maupun saat pengiriman. Apabila pebisnis menjual makanan yang sensitif terhadap suhu seperti es krim, maka harus bisa menjamin bahwa makananmu masih dalam kondisi terbaiknya saat diterima pelanggan. Agar bisa menjalankan bisnis kuliner dengan efisien dan memberikan pelayanan yang terbaik, pebisnis bisa bekerja sama dengan [jasa pengiriman](#)

barang seperti Lalamove. Dilengkapi dengan fitur-fitur seperti *multi-stop* dan Lalabag, pebisnis bisa kirim makanan ke beberapa tempat dalam sekali order dan menjaga temperatur makanan agar tetap aman. Jadi pebisnis bisa menjangkau lebih banyak pembeli serta menjamin kepuasan pelanggan.

Ciri-ciri bisnis kuliner yang pelanggannya puas, bisa dilihat dari dua sisi: luar dan dalam. Sebagai orang yang mengamati dari **luar**, sebuah bisnis kuliner yang disukai sudah pasti selalu ramai, dipesan habis di momen-momen tertentu, dan selalu ada antrean di meja pemesanan dan kasir. Ini mudah disimpulkan terlebih jika mengamatinya dari waktu ke waktu. Beberapa restoran dan kafe ramai di awal-awalnya saja atau beberapa hari/pekan setelah pembukaan perdana. Ini bukan jaminan sebuah restoran atau kafe yang menjual, karena mengetahui kepuasan pelanggan sejatinya diukur dalam jangka panjang, bisa bulan, bahkan tahun. Sementara dari **dalam**, menikmati produk dan pelayanan sebagai pelanggan di sebuah tempat bisnis kuliner memberikan sudut pandang yang lebih otentik, mengalami langsung hal-hal apa yang menyenangkan yang bisa membuat kita makan lagi di tempat itu. Atau, hal-hal menyebalkan yang membuat kita kapok untuk datang lagi.

Merasakan kualitas makanan dan minuman selalu enak disantap dari waktu ke waktu, ditambah suasana ruang makan yang selalu ramai, sudah bisa jadi ciri pasti bahwa tempat kuliner tersebut memang disukai banyak orang. Selain kualitas makanan yang enak, pelayanan para staf juga menyenangkan dan membuat pelanggan selalu nyaman untuk berkunjung. Inilah ciri-ciri keberhasilan pelayanan pelanggan sebuah tempat kuliner

Kunci pelayanan pelanggan yang prima dan membangun kesetiaan. Strategi-strategi apa yang bisa diterapkan sebuah bisnis kuliner agar kualitas pelayanannya disukai pembeli dan otomatis meningkatkan penjualan :

### **1. Buat Kesan Baik Sejak Awal**

Kesan pertama soal produk kuliner sudah pasti pada rasa dan penyajiannya. Rasanya enak dan penyajiannya bersih-menyenangkan, bisa dipastikan produk akan disukai. Tapi kesan pada produk bisa didapatkan bahkan sebelum pelanggan ke toko (misal lewat foto Instagram, atau media iklan). Nah, beda halnya dengan pelayanan. Kesan baik pelayanan akan dirasakan pelanggan ketika pertama kali masuk ke dalam restoran atau kafe. Setelah melewati pintu masuk, pengalaman mereka terkait *brand* baru dimulai.

Mulailah pelayanan yang baik sesegera mungkin, segera saat pelanggan datang. Agar pelanggan senantiasa menerima kesan baik pada tempat bisnis kuliner kita, ini beberapa tips yang bisa dipakai:

**a. Bersikap tulus**

Beda pelayanan dari seorang staf *frontliner* yang hanya mengucapkan kata sapaan berdasarkan hafalan, beda pula yang memang menyapa secara tulus dan melayani secara terbuka. Tunjukkan pelayanan yang ikhlas, bukan sekadar sapaan berdasarkan pelatihan. Tamu akan merasa langsung diterima dan nyaman.

**b. Sapa dengan baik**

Sapalah tamu sesaat mereka masuk; Gunakan kata sapa yang sesuai (Misal “Bapak”, “Ibu”, atau “Kak”); Tanya dan dengarkan apa yang mereka butuhkan atau hendak pesan; Konfirmasikan pesanan dan tanyakan hal-hal yang kurang jelas.

**c. Etiket pelayanan**

Etiket menjadi penting karena pelanggan adalah raja. Setiap tamu yang datang ke tempat kuliner ingin dilayani semaksimal mungkin.

Beberapa etiket yang dapat dipakai di tempat bisnis kuliner adalah:

- Layani berdasarkan prioritas. Siapa yang datang duluan, dilayani duluan. Jika ada tamu khusus semisal VIP, maka prioritasnya paling tinggi dan/atau mengikuti mekanisme reservasi yang tersedia.
- Khusus tempat kuliner, sajikan dan bereskan piring makanan dari arah kiri badan pelanggan. Ini lebih mudah bagi pelanggan yang mayoritas makan dengan tangan kanan. Jika pelanggan sedang sibuk saat harus mengangkat piring, interupsiilah dengan sopan.
- Sajikan dan tuangkan minuman dari arah kanan badan pelanggan.
- Buat sistem pemesanan agar tiap resep diantarkan ke meja yang benar, tanpa perlu berteriak atau mengarahkan pelayan.
- Jangan kesankan bahwa pelanggan harus segera pergi. Sabarlah sampai pelanggan menyelesaikan pembayaran dan keluar.

**2. Jangan Buat Pelanggan Menunggu**

Jika merasa pelanggan makin banyak tapi pelayanan makin lambat, tambahkan staf masak dan pelayan. Jangan ambil risiko dengan membuat pelanggan menunggu terlalu lama, apakah itu

menunggu buku menunya datang atau disapa pelayan, menunggu makanan-minuman diantarkan ke meja, atau antri panjang di meja kasir. Tergantung tipe produk kuliner dan target market bisnisnya, pebisnis kuliner harus paham berapa kira-kira waktu tunggu yang wajar untuk satu hidangan. Menyiapkan ayam geprek bisa memakan waktu 15 menit, tetapi jus mangga dan salad hanya butuh paling lama 5 menit. Buatlah alur kerja agar setiap meja segera dilayani atau dimasukkan ke daftar tunggu dengan ritme yang cepat. Sampaikan di awal jika memang pelanggan perlu menunggu agak lama untuk satu-dua menu yang butuh waktu, karena semakin lama pelanggan menunggu tanpa kepastian, semakin hilang rasa nyamannya.

## 5. Berikan Bonus Kecil

Punya satu atau dua pelanggan yang datang hampir setiap minggu, atau bahkan setiap hari? Tidak ada salahnya memberi perhatian ekstra kepada mereka yang sudah jelas menjadi pelanggan tetap. Bila perlu, berikan bonus-bonus kecil berupa *dessert* atau cemilan cuma-cuma, khusus bagi pelanggan paling setia ini, sebagai contoh : buah dan cemilan gratis untuk tamu yang mengantre, colokan listrik bahkan *tempered glass* gratis bagi pelanggan yang membutuhkan, permainan *puzzle* berhadiah, juga sistem poin yang juga berhadiah, perawatan *manicure* gratis, dan paket buah komplit untuk pelanggan yang berulang tahun. Apresiasi kecil atas kesetiaan pelanggan akan memperkuat kesetiaan itu sendiri. Bahkan bisa jadi, kedepannya pelanggan-pelanggan baru akan mengajak orang lebih banyak untuk datang.

## 6. Gunakan Teknologi untuk Pelayanan

Di zaman digital ini, di mana hampir semua orang terhubung dengan mudah, memanfaatkan teknologi untuk membantu pelayanan bisnis kuliner juga bisa membawa banyak keunggulan. Di samping mengatasi kompetisi ketat, teknologi juga membantu pelanggan mendapatkan pelayanan secara cepat dan akurat, bahkan di banyak sisi bisa menghemat biaya.

Beberapa contoh teknologi yang bisa diterapkan dalam pelayanan adalah:

- Pemesanan *online*, bisa bekerjasama dengan layanan antar gratis atau ojek *online*
- WiFi gratis, membantu para pelanggan yang perlu bekerja di meja
- Game gratis, bentuk hiburan bagi keluarga yang membawa anak-anak
- Metode pembayaran digital, variasi cara bayar untuk mengakomodasi pelanggan yang variatif, dan mengikuti berkembangnya tren dompet digital.

Mengutamakan pelayanan tidak cuma menambah kesetiaan pelanggan. Yang tak kalah pentingnya, membangun nilai (*value*) dari *brand* itu sendiri. Ketika produk disukai dan pelayanan dirindukan pelanggan, maka naik-turunnya harga jual tidak akan berpengaruh banyak bagi pelanggan, dan ini adalah wujud keberhasilan sebuah bisnis. Semoga tips membangun pelayanan pelanggan yang prima ini membantu banyak pebisnis kuliner berkembang lebih baik lagi.

## **BAB 6**

### **TRIK DALAM MEMBERIKAN POTONGAN HARGA**

Potongan harga atau diskon memang menjadi senjata ampuh pemasaran, untuk menumbuhkan kesetiaan pelanggan sekaligus memikat pelanggan baru, program potongan harga perlu dilakukan sesekali. Perlu diingat, potongan harga hanyalah strategi jangka pendek dan dilakukan sesekali saja dengan tujuan meningkatkan penjualan, terutama di saat-saat penjualan tengah mengalami penurunan. Penting juga untuk mensosialisasikan program potongan harga di bisnis kuliner agar banyak yang melihat, mengetahui dan tertarik untuk membeli.

Ada beberapa alasan spesifik mengapa potongan harga perlu dilakukan, bahkan oleh bisnis kuliner baik dalam skala besar maupun kecil sekalipun.

#### **1. Meningkatkan Kunjungan**

Ini berlaku bagi bisnis kuliner online maupun offline. Berikan jangka waktu yang terbatas agar pelanggan merasa perlu memanfaatkan program potongan harga ini dengan segera. Meningkatkan kunjungan bukan hanya berguna untuk membuat laris produk dengan potongan harga saja, namun juga kesempatan untuk pelanggan melihat produk kuliner pun jadi lebih besar. Sebesar kemungkinan pelanggan tertarik untuk membelinya.

#### **2. Meningkatkan Volume Penjualan**

Sekali mendayung dua tiga pulau terlampaui, dengan adanya program potongan harga, kemungkinan pelanggan juga membeli produk kuliner selain produk dengan potongan harga juga lebih tinggi. Dengan demikian, maka penjualan secara keseluruhan pun akan mengalami peningkatan dibanding tanpa program potongan harga. Jadi, selalu ingat untuk tidak hanya terfokus pada produk kuliner yang didiskon, namun perhatikan juga produk kuliner yang lain yang tidak diskon.

#### **3. Memenuhi Target Laba**

Banyak faktor yang membuat penjualan menjadi lesu, sementara target keuntungan tetaplah harus dipenuhi. Program potongan harga dapat menjadi jalan keluarnya. Pastikan sudah melakukan perhitungan yang matang agar program potongan harga benar-benar bisa mendatangkan revenue, bukan hanya meningkatkan volume belanja.

#### **4. Memperkuat Ikatan dengan Pelanggan**

Ucapan terima kasih kepada pelanggan setia tidak melulu harus berupa hadiah. Pebisnis juga bisa memberikannya lewat program potongan harga. Jika semakin banyak pelanggan yang betah berbelanja terus menerus di tempat bisnis kuliner, bukan tidak mungkin pelanggan akan mempromosikan tempat bisnis kuliner dan produk kuliner dengan sukarela.

#### **5. Menghabiskan Stok Produk Kuliner**

Ketika produk kuliner tidak tahan lama masih tersedia atau belum habis, apa yang harus dilakukan? Jual dengan harga diskon. Tempatkan atau tawarkan produk kuliner yang didiskon untuk membuat pelanggan bisa mengetahui dan melihat informasi potongan harga produk kuliner tersebut. Ingat untuk mengatur besaran potongan harga dengan cermat agar tidak mengganggu keuntungan.

### **Pilih Jenis Potongan Harga yang Paling Tepat**

Ada banyak jenis potongan harga yang belakangan ini sedang naik daun, merangkumnya agar bisa dipilih sesuai tipe usaha, budget, dan konsumen yang cocok dengan usaha kuliner.

#### **1. Diskon Pesanan Pertama**

Diskon pesanan pertama adalah cara yang sering digunakan pebisnis online belakangan ini. Singkatnya, pebisnis menawarkan diskon baru kepada pelanggan baru untuk pembelian pertama mereka dari tempat bisnis kuliner. Agar pelanggan tidak pergi setelah melakukan pembelian pertama, pebisnis perlu kombinasikan dengan kualitas yang terjaga konsistensinya serta layanan pelanggan terbaik. Jika berhasil menjaga itu semua, dijamin bisnis kuliner yang ada akan bisa memenangkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

#### **2. Diskon BOGO (Buy One Get One)**

Journal of Marketing menemukan sesuatu yang pelanggan lebih suka daripada potongan harga, yaitu barang gratis. Cukup dengan menggunakan kata gratis dalam promosi, pebisnis dapat mendorong lebih banyak pembeli untuk membeli. Meski "beli satu, dapatkan satu gratis" secara angka sama dengan diskon 50% untuk dua item — tetapi yang pertama terdengar jauh lebih menggiurkan bagi pelanggan. Alasan utama pembeli karena pembeli membenci jika harus menghitung. Pembeli tidak ingin menghitung berapa harga setelah ada diskon 20% atau berapa banyak pesanan mereka jika ingin menggunakan kupon diskon dengan nilai tertentu. Dengan diskon BOGO, tidak ada matematika! Yang ada: Gratis!

### **3. Diskon Ongkir**

Menurut studi Business Insider, biaya pengiriman yang tinggi adalah penyebab nomor satu transaksi online gagal diselesaikan. Itulah sebabnya menawarkan diskon pengiriman gratis dapat membantu memenangkan pelanggan baru. Agar tidak rugi, pebisnis bisa menetapkan diskon atau gratis ongkir dengan menentukan ambang batas nilai pesanan minimum.

### **4. Diskon Bundel**

Diskon bundel adalah salah satu cara pebisnis dapat membuat pelanggan baru untuk mencoba beberapa produk kuliner sekaligus. Diskon ini juga berguna untuk menolong produk kuliner yang kurang populer. Bukan karena produk itu jelek, tapi orang-orang mungkin belum “ngeh” dengan value-nya. Dengan harga spesial membeli bundel, pelanggan akan merasa tidak terlalu rugi banyak dengan mencoba beberapa produk kuliner sekaligus.

### **5. Diskon dengan Periode**

Dengan memberikan program potongan harga pada waktu yang ditentukan, misalnya “Dapatkan diskon 50% all item di setiap pembelian mulai pukul 12.00 – 18.00”, atau mungkin program “Friday Sale”, pebisnis bisa menumbuhkan rasa khawatir dalam diri pelanggan jika tidak segera membeli produk di tempat bisnis kuliner tersebut. Tapi pastikan diskonnya signifikan, atau gunakan produk kuliner terlaris.

### **6. Diskon Barter Posting**

Memberikan discount 20% bagi pelanggan yang mengupload foto produk kuliner yang sudah dibeli sebelumnya ke dalam social media (Facebook, Instagram, Twitter, dll) disertai dengan kata-kata yang dapat menarik pelanggan lain untuk membeli produk tersebut adalah jenis promosi yang banyak diberlakukan belakangan ini. Pembeli nantinya juga harus mention account social media tempat menjual produk kuliner tersebut. Cara ini ampuh untuk mengembangkan brand awareness di kalangan pelanggan dan calon pelanggan.

### **7. Diskon Ulang Tahun**

Memberikan diskon pada pelanggan yang sedang berulang tahun dapat memberikan kesan akrab dan personal antara brand kuliner dengan pelanggan. Pelanggan hanya perlu menunjukkan kartu tanda pengenal mereka (KTP). Promo seperti ini biasanya diterapkan di banyak tempat bisnis kuliner, klinik kecantikan, dan tempat-tempat lainnya. Bisa juga diterapkan untuk pelanggan yang berulang tahun di bulan yang sama dengan tempat bisnis kuliner, atau dengan hari besar nasional.

## **9. Diskon Cashback**

Pemberian cashback sebetulnya sama dengan diskon potongan harga, hanya saja yang membedakan adalah, diskon diberikan berupa potongan dalam bentuk persentase atau potongan harga, sedangkan cashback dapat berupa rupiah. Gunakan cara ini untuk pembelian jumlah besar agar pelanggan termotivasi untuk memperbesar basket size mereka.

## **10. Diskon Member**

Jika biasanya diskon model ini menggunakan kartu keanggotaan, pebisnis juga bisa melakukannya dengan cara “membawa 5 struk diskon 50% pemesanan ke-6”. Program seperti ini merupakan strategi promosi dari brand untuk mempertahankan pelanggannya. Pebisnis pun bisa mencobanya untuk menjaga loyalitas pelanggan.

## **11. Diskon spesial libur nasional**

Pergunakan antusiasme yang biasa ada di sekitar hari libur nasional seperti Hari Natal, Hari Raya Idul Fitri, Tahun Baru Imlek, dan Lebaran untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain memang cocok dengan semangat perayaan yang biasa ada pada hari libur nasional, akan ada lebih banyak orang yang memesan makanan juga pada saat-saat ini.

## **12. Diskon terbatas**

Batasan-batasan yang pebisnis berikan, baik itu untuk waktu atau jumlah pelanggan, akan memberikan kesan urgensi pada pelanggan. Sebagai contoh, pebisnis bisa memberikan diskon yang terbatas pada jam makan siang atau 100 pembeli pertama.

## **13. Voucher atau kupon**

Coba berikan pelanggan yang melakukan pembelian lebih dari nominal tertentu kupon atau voucher. Voucher bisa berupa potongan harga atau mungkin pemberian produk gratis. Dengan membuat ketentuan bahwa voucher dan kupon hanya dapat digunakan untuk pembelian selanjutnya, pebisnis dapat mendorong pelanggan untuk memesan kembali dari Restoran Anda.

## **14. Diskon media sosial**

Mekanisme diskon yang satu ini sederhana. Pelanggan mengunggah sesuatu mengenai tempat bisnis kuliner ke media sosial beserta caption yang menarik dan sebagai imbalannya, pebisnis memberikannya diskon. Jika pebisnis menjalankan strategi diskon ini, pastikan pelanggan tidak lupa *tag* atau *mention tempat bisnis kuliner* dalam unggahannya.

## **Kesalahan untuk Dihindari dalam Menetapkan Program Potongan Harga**

Hati-hati, jangan sampai penjualan produk kuliner tergantung pada diskon! Banyak pebisnis kuliner yang tidak bisa menjual tanpa adanya program potongan harga. Mengapa demikian? Untuk menjawabnya, hindari empat kesalahan diskon yang paling umum:

### **1. Mendiskon tanpa tujuan yang jelas.**

Tetapkan tujuan konkret, jika pebisnis sudah bisa menetapkan ini, pebisnis akan lebih tegas menyetop program diskon mana kala tujuan sudah dicapai. Jangan terlena dengan penjualan yang membludak saat diskon. Justru penjualan saat tidak diskonlah yang harus jadi perhatian utama.

### **2. Lupa mempertimbangkan keuntungan.**

Penjualan yang lebih sering belum tentu sama dengan margin yang lebih banyak, terutama kalau penjualan itu bertumpu pada promo atau diskon. Memang ada biaya yang dihabiskan untuk promosi. Tapi semuanya harus melalui perhitungan agar pebisnis tidak tekor, tapi tetap menguntungkan

### **3. Mendiskon terlalu sering.**

Jangan sampai pelanggan berfikir, nanti saja belinya, pasti ngasih diskon kok. Tunggu aja. Kalau pelanggan sudah meremehkan program diskon yang pebisnis buat, artinya pebisnis sudah kelewat sering memberi diskon.

### **4. Gagal mengubah pelanggan baru menjadi pelanggan setia.**

Ada diskon untuk menarik pelanggan baru, ada diskon dengan tujuan meningkatkan loyalty. Selang-selingi program diskon di tempat kuliner agar pelanggan lama tidak merasa diabaikan.

**M**enangani pelanggan yang sedang marah memang tidak mudah susah. Perlu ketenangan diri dan persiapan mental yang hebat agar tidak terpancing emosi dalam menangani keluhan dari pelanggan yang seperti demikian. Logikanya, kalau pelanggan sedang emosi dan pelayan juga ikutan emosi, lalu siapa yang akan menyelesaikan permasalahan tersebut? Para pebisnis, pengusaha dan pelayanan pelanggan perlu memahami bahwa para pelanggan memiliki suara yang ‘besar’ pada era digital sekarang ini. Pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan pelanggan dari produk kuliner yang dipilih, bisa saja menuliskan keluhannya di media sosial, dan dibaca oleh banyak pengikut media sosial lainnya.

Media sosial hanyalah salah satu cara untuk melampiaskan frustrasi, tetapi pelanggan yang lebih agresif akan membawa keluhan ke situs-situs lain seperti, Google. Misalnya, pelanggan memberikan rating yang rendah pada aplikasi khusus online atau memberikan rating yang rendah pada tempat bisnis kuliner yang tidak menjamu pelanggan dengan makanan yang enak. Tentunya, tindakan-tindakan tersebut akan memiliki pengaruh yang sangat besar pada tingkat penjualan produk kuliner dan layanannya. Untuk mengatasi hal yang tidak diinginkan, para pebisnis dan pengusaha perlu mengembangkan strategi pelayanan dalam menangani keluhan para pelanggan, terutama pelanggan yang sedang marah besar terhadap produk kuliner dipasarkan.

Strategi pelayanan ini akan berbeda dengan strategi manajemen krisis, yang hanya berfokus pada masalah yang signifikan dan dapat mengancam eksistensi perusahaan. Sedangkan, permasalahan lainnya yang dinilai tidak terlalu penting dan berbahaya, hanya akan ditinggalkan begitu saja. Berikut ini adalah 10 strategi pelayanan dalam menghadapi pelanggan yang marah :

### **1. Memahami Besarnya Masalah yang Dihadapi Pelanggan.**

Strategi pelayanan pertama yang perlu dilakukan yaitu, benar-benar memahami bahwa masalah atau keluhan yang disampaikan oleh pelanggan adalah suatu hal yang sangat besar atau sangat penting, dan hanya pebisnis yang dapat menyelesaikan permasalahan itu, bukan orang lain apalagi perusahaan lain (kompetitor). Ketika pelanggan menyampaikan masalahnya dengan nada yang sangat marah, berusaha untuk menstabilkan emosi dan pikiran. Dengan begitu, akan memiliki pikiran yang jernih dalam mengidentifikasi solusi apa yang tepat untuk permasalahan yang pelanggan. Sampaikan permintaan maaf kepada pelanggan dan respon keluhannya dengan nada dan kalimat yang tepat bahwa benar-benar memahami permasalahan pelanggan dan akan segera di selesaikan.

## 2. **Memahami Apa yang Diinginkan oleh Pelanggan.**

Para pelanggan yang datang atau menghubungi dalam kondisi marah, pastinya memiliki alasan yang kuat atas kemarahannya. Tidak hanya itu, kemarahan pelanggan juga memiliki sebuah pengharapan, untuk itu tugas pebisnis untuk mengetahui apa yang diharapkan dari pelanggan yang marah tersebut. Apakah pelanggan ingin untuk mengganti rugi dengan memberikan pengembalian uang atau pertukaran barang? Apakah pelanggan hanya menginginkan permintaan maaf dari pebisnis? Atau, ada pengharapan lain yang pelanggan miliki dari keluhan yang disampaikan? Dengan kata lain, pahami motif yang dimiliki para pelanggan yang marah.

## 3. **Memahami Dampak dari Kemarahan Pelanggan.**

Dalam hal ini, perlu memahami setiap kemarahan yang disampaikan oleh para pelanggan dengan berpikir dampak apa yang akan di dapatkan dari kemarahan tersebut? Apabila pebisnis menemukan suatu keluhan yang berdampak lebih besar dan berbahaya, maka jangan ragu untuk memprioritaskan permasalahan ini untuk segera diselesaikan. Bukan berarti masalah yang lain tidak penting, namun sebagai pelayanan pelanggan pasti bisa memahami masalah apa yang paling rumit dan berdampak paling signifikan untuk usaha atau bisnis kuliner

## 4. **Jangan Menunda Penyelesaian Masalah.**

Menunda masalah untuk diselesaikan? Big no! jangan sampai hal ini diimplementasikan di dalam bisnis. Era digital sangat memudahkan semua orang untuk menyebarluaskan informasi yang menyenangkan bahkan yang tidak menyenangkan sekalipun di media sosial. Pastinya pebisnis kuliner tidak ingin apabila keluhan dari kemarahan pelanggan menjadi viral di media sosial. Kebayang betapa hal tersebut sangat berbahaya untuk bisnis kuliner? Ketika menerima keluhan dari pelanggan yang marah-marah, pastikan untuk langsung meresponnya melalui email otomatis sebagai notifikasi bahwa keluhan pelanggan akan diselesaikan oleh tim layanan pelanggan secepatnya. Sehingga, pelanggan tahu bahwa akan segera mengambil tindakan dalam membantunya.

## 5. **Optimalkan Penanganan Keluhan**

Tidak semua pelanggan datang untuk membeli, sebagian datang untuk menyampaikan keluhan. Menangani keluhan pelanggan juga penting dari sebuah pelayanan yang

**baik.** Pelanggan yang menyampaikan keluhan menunjukkan rasa perhatian dan kekhawatiran soal produk atau pelayanan, yang berarti mereka adalah aset penting yang harus dijaga. Langkah – langkah yang benar menangani keluhan pelanggan.

a. **Dengarkan dengan serius**

Inti dari pelayanan pelanggan adalah mendengarkan, bukan berbicara. Simak keluhan pelanggan dengan duduk bersama, lalu catat poin-poinnya.

b. **Akui kesalahan**

Walaupun belum pasti di mana pokok masalahnya, minta maaf kepada pelanggan yang atas kendala yang dihadapinya. Akui kesalahan dan berjanji melakukan perbaikan di masa depan. Jangan pernah menyalahkan pelanggan **secara langsung**, untuk kasus apapun.

c. **Tetap tenang**

Bersikap ramahlah selalu saat menangani pelanggan yang mengeluh, tetap tenang walaupun pelanggan menjadi emosional.

d. **Kontak mata dan bahasa tubuh**

Jaga kontak mata agar pelanggan merasa diperhatikan. Juga jaga bahasa tubuh selalu terbuka dan mau menerima, jangan terburu-buru hingga pelanggan merasa terdesak.

e. **Tunjukkan empati**

Tunjukkan bahwa kegelisahan pelanggan diterima dengan baik.

f. **Selesaikan masalah dengan cepat dan tanpa drama!**

**6. Menenangkan Pelanggan yang Marah, Lalu Selesaikan Permasalahan Pelanggan**

Dalam kebanyakan kasus yang terjadi, seringkali pelanggan marah karena ingin keluhan pelanggan diakui oleh pebisnis. Ingat, pelanggan adalah raja. Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan untuk pelanggan. Ketika merespon keluhan dari kemarahan pelanggan, cobalah untuk menenangkan pelanggan dengan kalimat-kalimat yang menenangkan. Yakinkan pelanggan bahwa “Tim layanan pelanggan akan selalu hadir untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan”. Sampaikan kalimat positif dengan rasa empati dan simpati.

**7. Bersikap Hati-Hati dan Teliti atas Setiap Kemarahan yang Disampaikan.**

Beberapa kemarahan dari keluhan pelanggan disampaikan untuk mencari ‘masalah’ dengan pebisnis. Maksudnya, keluhan yang pelanggan sampaikan bukan berarti selalu mencari solusi

terbaik. Bisa saja itu adalah ‘keluhan buatan’ dari kompetitor yang ingin menyaingi bisnis kuliner yang dijalankan. Itulah mengapa perlu bersikap hati-hati dan teliti atas setiap kemarahan yang disampaikan oleh pelanggan. Dan, jangan merespon dengan nada yang sama-sama menyerang, karena itu hanya akan menyulut api di balik keluhan yang mereka sampaikan.

#### **8. Meminta Kerjasama yang Baik dengan Pelanggan.**

Meskipun memang sulit atau hampir tidak mungkin untuk meminta kerjasama yang baik dengan para pelanggan yang sedang marah, namun tetap harus bisa mencobanya. Jika memungkinkan, bisa mencoba melibatkan pelanggan dengan mengajak mereka berperan aktif untuk menyelesaikan permasalahan tersebut bersama-sama. Misalnya, menanyakan beberapa pertanyaan penting yang perlu dikonfirmasi oleh pelanggan, atau mengajak pelanggan untuk membuka situs web dan menyelesaikan permasalahan melalui panduan yang diberikan.

#### **9. Cobalah untuk Meminta Ulasan yang Positif.**

Apabila sudah selesai dalam menyelesaikan permasalahan dan keluhan pelanggan, cobalah untuk meminta ulasan positif dari pelanggan atas upaya membantu permasalahan pelanggan. Jangan lupa untuk tetap menawarkan bantuan kepada pelanggan agar tidak sungkan menghubungi kita, jika di lain waktu mereka mengalami permasalahan lainnya.

#### **10. Kumpulkan *Feedback***

Penting untuk tahu bagaimana tanggapan pelanggan setelah mencicipi makanan dan minuman yang telah disajikan. Untuk meningkatkan pelayanan bisnis kuliner harus senantiasa memahami apa yang disukai dan tidak disukai para pelanggannya. Dengan demikian, produk dan pelayanan terus berkembang dan pelanggan merasa senantiasa diutamakan.

Mengumpulkan umpan balik (*feedback*) dari pelanggan bisa dilakukan dengan beberapa cara:

- a. Bertanya langsung,
- b. Kartu feedback atau rating,
- c. Hotline telepon dan email,
- d. Media sosial.

Dari 10 strategi pelayanan tersebut, sekarang tidak perlu merasa takut atau malas lagi dalam menghadapi pelanggan yang marah. Atasi kemarahan dan keluhan pelanggan dengan 10 strategi pelayanan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Yuyun. 2008. *Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Arifin, Agus. (2010). *Perpustakaan Kafe Dan Warkop: Sebuah Inovasi Perpustakaan Masa Kini : Pemustaka*. Didapat dari:<http://www.pemustaka.com/perpustakaan-kafe-dan-warkop-sebuahinovasi-perpusatakaan-masa-kini.html>
- Ayodya, Wulan. 2007. *Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ayodya, Wulan. 2008. *Mengenal Usaha Warung Makan*. Jakarta: Esensi.
- Frinces, Z. Heflin. 2004. *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*. Yogyakarta: Darussalam.
- Kotler, Philip and Keller, 2016, *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation & Control*, 15 thEdition, New York, Prentice Hall International Inc
- Marsum, W.A. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Saidi, W. 2007. *Kiat Sukses Mengelola dan Mengembangkan Bisnis Restoran*. MH Publishing.

**LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PENDAMPINGAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
DENGAN JUDUL :  
“DIGITAL MARKETING OMAH WISATA  
DI JUNREJO KOTA BATU**

**Pelaksana :**

**Ketua :**

**Dra. Andry Herawati, MM : 0724126601**

**Anggota :**

- 1. Dr. Dra. Fedianty Augustinah, MM : 0011026701**
- 2. Dr. Drs. Sarwani, MM : 0718056001**
- 3. Dr. Drs. Priyanto, MM : 0024016001**
- 4. Widyawati, S.Sos, M.Si : 0706026301**

**UNIVERSITAS DR. SOETOMO  
SURABAYA  
Juli, 2023**

<b>Lembar Pengesahan dan Identitas</b>		<b>Tanggal Pengajuan: 26 Juli 2023</b>	
<b>Judul</b>			
Melakukan Pendampingan Pengabdian Masyarakat Dengan Judul : " Digital Marketing Omah Wisata Di Junrejo Kota Batu "			
<b>Informasi ketua tim pengusul</b>			
Nama ketua tim pengusul	Dra. Andry Herawati, MM		
Bidang ilmu	Ilmu Sosial		
NIDN	0724126601		
Jabatan Fungsional	Lektor		
Program Studi	Ilmu Administrasi Niaga		
Nomor HP/Telp.	081332327068		
Alamat surel (e-mail)	<a href="mailto:andry.herawati@unitomo.ac.id">andry.herawati@unitomo.ac.id</a>		
<b>Informasi anggota pengusul</b>			
Nama anggota 1	Dr. Dra. Fedianty Augustinah, MM		
Bidang ilmu	Ilmu Sosial		
Asal perguruan tinggi	Universitas Dr. Soetomo		
Nama anggota 2	Dr. Drs. Sarwani, MM		
Bidang ilmu	Ilmu Sosial		
Asal perguruan tinggi	Universitas Dr. Soetomo		
Nama anggota 3	Dr. Drs. Priyanto, MM		
Bidang ilmu	Ilmu Sosial		
Asal perguruan tinggi	Universitas Dr. Soetomo		
Nama anggota 4	Widyawati, S.Sos, M.Si		
Bidang ilmu	Ilmu Sosial		
Asal perguruan tinggi	Universitas Dr. Soetomo		
<b>Mahasiswa yang terlibat</b>			
Nama mahasiswa 1 / NIM	Ridho Alfahresy / 202011410028		
Nama mahasiswa 2 / NIM	Niswaton Chasanah / 202011010003		
<b>Institusi Mitra</b>			
Nama mitra	Katadarwis Omah Wisata		
Alamat mitra	Desa Junrejo Kecamatan Junrejo Kota Batu		
Penanggung jawab	Dibsuwanto, S.Pd		
<b>Lama kegiatan keseluruhan</b>	1 hari		
<b>Biaya Keseluruhan</b>	Rp. 3.000.000,-		

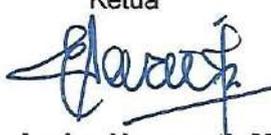
Surabaya, 26 Juli 2023

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Administrasi



**Dr. Drs. Priyanto, MM**  
NIDN: 0707086801

Ketua



**Dra. Andry Herawati, MM**  
NIDN: 0724126601

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat



**Dr. Drs. Sapto Pramono, M.Si**  
NIDN: 0701076201

### Ringkasan Skema Pengabdian kepada Masyarakat

A.1. Judul	Melakukan Pendampingan Pengabdian Masyarakat Dengan Judul : " Digital Marketing Omah Wisaaal Di Junrejo Kota Batu "
A.2 Nama Program	Pengabdian Masyarakat Swadana
A.3. Tema Bidang Fokus	Pariwisata
A.4. Bidang Fokus Tematik Khusus	Pengembangan Pariwisata
A.5 Bidang Fokus RIRN	-
A.6. Mitra Sasaran	Mitra Non Produktif Ekonomi:
A.7. Dana Unitomo usulan	-
A.8. Dana mitra/pihak lain (jika ada)	Fakultas Ilmu Administrasi
A.9. Dana mitra/pihak lain <i>in-kind</i> (jika ada)	-
A.10. Jumlah dosen yang terlibat	6
A.11. Jumlah mahasiswa yang terlibat	9

### B. Pendahuluan

Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang memiliki keunikan, keindahan alam, dan nilai yang berupa kenekaragaman kekayaan alam, budaya serta hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Pengembangan Pariwisata menggunakan pendekatan kerjasama antar para pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, usaha pariwisata, lembaga swadaya masyarakat serta perguruan tinggi dan lembaga penelitian pada semua tahap. Untuk mengembangkan Pariwisata berbasis masyarakat, terutama pada tahap awal, pendampingan masyarakat dibutuhkan agar masyarakat terlibat dalam seluruh proses pengembangan mulai dari tahap perencanaan. Masyarakat merupakan pemain kunci dalam proses perencanaan dan pelaksanaan.

Salah satu prinsip kepariwisataan yang terkandung dalam undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan ialah adanya pemberdayaan masyarakat setempat ataupun lokal. Hal ini tertuang pada pasal 5 yang berbunyi: Menjunjung tinggi hak asasi

manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal dan memberdayakan masyarakat setempat.

Selain itu, di dalam undang-undang tersebut disebutkan pembangunan kepariwisataan mengandung asas yakni: "Asas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan, dan kesatuan. Semua hal tersebut diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperlihatkan keanekaragaman, keunikan, dan ke-khasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk wisata."

Jika dilihat dari sudut pandang prinsip dan asas yang terkandung dalam undang-undang kepariwisataan di atas, selain potensi alam, untuk itu, menjadi penting bagi pemerintah maupun pemerintah daerah agar lebih fokus dalam mengembangkan pariwisata di pedesaan. Hal ini disebabkan karena desa merupakan tempat budaya, potensialam terpelihara dengan keasliannya.

Dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata, pemerintah dan masyarakat memiliki perannya masing-masing. Pemerintah berperan dalam menghasilkan kebijakan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat, sedangkan masyarakat terlibat dalam pengelolaan potensi pariwisata yang ada di sekitarnya.

Pariwisata memang sangat berpotensi bagi lingkungannya terutama perekonomian masyarakat sekitar kawasan wisata. Dalam pembangunan wisata juga memerlukan Sumber Daya Manusia yang professional sehingga wisata tersebut dapat berkembang dan menjadi wisata yang dikenal oleh kalangan luar daerah. Pembangunan wisata perlu strategi yang efektif dan efisien, dengan strategi yang efektif dan efisien maka dapat dipastikan wisata tersebut dapat meningkatkan kualitas yang baik untuk wisata dan pastinya untuk lingkungan daerah dan juga masyarakat sekitar.

Pemerintah Kota Batu berusaha terus memberikan dorongan kepada masyarakat dan pihak ketiga untuk mengembangkan destinasi pariwisata, sehingga diharapkan muncul banyak investor baru yang akan menyelenggarakan kegiatan pariwisata dari mulai pengelolaan destinasi pariwisata, pengelolaan tempat penginapan/hotel, pengelolaan angkutan, usaha rumah makan dan usaha wisata lain yang dapat berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat sekitar objek wisata. Pemerintah daerah juga berkomitmen memberikan layanan pariwisata yang murah dan bersahabat bagi masyarakat.

Salah satu desa di Kota Batu adalah Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Desa Junrejo menjadi salah satu desa yang memiliki potensi wisata menarik. Desa ini memiliki tiga dusun didalam, yaitu dusun rejos, jeding dan junwatu. Ketiga dusun ini saling berkaitan satu sama lain namun setiap dusun memiliki potensi wisata yang berbeda-beda.

Dengan hadirnya usaha atau pekerjaan baru, dari segi ekonomi juga merubah lingkungannya dan menjadikan identitas warga setempat. Desa Junrejo Kota Batu merupakan salah satu dusun yang warganya bekerja sebagai petani dan sebagian beralih menjadi pekerja home industri peralatan rumah tangga kerajinan cobek dan kayu, dan ini menjadikan Desa Junrejo Kecamatan Junrejo Kota Batu sebagai salah satu tujuan destinasi wisata.

Wisata yang dikembangkan adalah pariwisata yang diberi nama omah wisata.

Omah Wisata merupakan desa wisata kolaboratif, berbasis pelestarian lingkungan, mitigasi bencana, dan keterlibatan masyarakat. Hal ini didukung oleh katadarwis, yaitu kelompok tani sadar wisata, merupakan sekelompok masyarakat desa Junrejo, yang sebagian besar bermata pencaharian petani.

Dalam derap perkembangan pariwisata di Kota Batu dengan semua manfaat maupun dampaknya selama ini, memutuskan untuk menawarkan sebuah sajian wisata yang berbeda, berangkat dari potensi alam, sosial dan budaya di sekitar mereka.

Omah Wisata menyajikan eksotisme lokalitas masyarakat agraris yang ramah berkepemurahan sebagai identitas karakter original mereka, dan menjaganya agar tetap hidup dan tumbuh berkelanjutan di masa mendatang dengan mengimplementasikan inovasi inovasi keilmuan terbaru dalam rangkaian program aktifitas dan fasilitas di desa wisata ini.

Lokasi omah wisata di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo Kota Batu lokasinya sangat strategis dan mudah dijangkau para wisatawan, yaitu terletak di pinggir jalan kabupaten dan banyak dilalui kendaraan yang mau ke Kota Batu. Disamping itu juga terdapat Kantor DPRD Kota Batu dan Kantor Polresata Kota Batu yang berada di samping omah wisata Junrejo.

Hal ini merupakan lokasi yang sangat menguntungkan dari segi banyaknya orang yang lalu lalang baik untuk keperluan masyarakat sendiri dalam hal mengurus sesuatu ke kepolisian atau juga kunjungan masyarakat ke gedung DPRD Kota batu yang lewat jalan menuju omah wisata Junrejo.

Masyarakat sekitar atau para wisatawan bisa menikmati omah wisata dengan melakukan petik buah jeruk, menikmati keindahan gunung Arjuno, Gunung Panderman, Gunung Kawi yang indah, menikmati matahari tenggelam di sela-sela pegunungan yang bisa memberi nuasa keasrian alam wisata omah wisata tersebut.

Omah Wisata Junrejo Kota Batu memberikan truly Batu, yaitu wisata dengan keaslian Kota Batu yang tidak hanya bisa dilihat, tetapi bisa dirasakan budayanya seperti budaya masyarakat dan kampung wisata yang ada yang dikelola dengan bersama masyarakat, disamping itu masyarakat juga bisa menikmati kesenian yang ada dan adanya wisata relegi dengan adanya kampung solidaritas beragama.

Pengembangan omah wisata Junrejo yang berbasis masyarakat dan kearifan lokal menerapkan suguah dayoh atau menghormati wisatawan sebagai tamu, menyajikan sosial budaya yang arif yang dikelola dengan masyarakat dalam menghormati wisatawan sebagai dayoh dalam istilah jawa atau tamu.

Tamu yang dating bisa menginap di rumah penduduk tanpa diminta untuk membayar dan diberi layanan fasilitas untuk berkunjung di wisata yang ada di kota batu lainnya, seperti di wisata Jatim Park, Batu Night Spectacular, wisata petik bunga dan lain lain tempat wisata. Masyarakat membatu tamu mengantar kemana para wisatawan akan berkunjung selanjutnya dan ini masyarakat Junrejo sendiri sebagai relawan wisata.

Relawan wisata Junrejo Kota Batu memberi pelayanan ke para wisatawan tanpa bayaran atau gratis, dan kalau berkunjung ke tempat wisata kalau diantar oleh relawan wisata Junrejo, para wisatawan dapat diskon kalau berkunjung ke tempat tempat wisata disekitar Junrejo seperti wisata Tlekung, Wisata jatim Park dan tujuan wisata lainnya.

Dengan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dan kearifan lokal wisata Junrejo dapat memberi kenyamanan dan fasilitas lainnya yang bisa dirasakan oleh para wisatawan, bisa melihat keseharian bidang pertanian, berkunjung ke tujuan home industri dimana wisatawan bisa melihat home industri yang menghasilkan peralatan rumah tangga terbuat dari kayu dan batu yang ada di Desa Junrejo Kota Batu.

Untuk pertama kalinya kalau wisatawan berkunjung ke omah wisata Junrejo, maka para wisatawan bisa dikatakan sebagai Tamu Dolan, dimana wisatawan masih dikatakan sebagai tamu yang mulai bermain atau dolan. Dolan atau bermain di tempat wisata yang disajikan oleh masyarakat, bermain dengan masyarakat Junrejo di segala bidang.

Sedangkan kalau wisatawan datang yang kedua kalinya maka para wisatawan bisa dikatakan sebagai Tamu Sambang, tamu sambang artinya para wisatawan yang datang kedua kalinya berarti nyambangi atau berkunjung lagi ke tempat wisata omah wisata yang asri sejuk dan fasilitas yang berbasis masyarakat dan kearifan lokal. Para wisatawan sambang atau berkunjung lagi karena sangat tertarik, merasakan keasrian, kenyamanan dan keramah-tamahan masyarakat serta menikmati produk yang dihasilkan masyarakat. Demikian kalau wisatawan berkunjung terus bisa dikatakan wisatawan sebagai tamu yang sambang, nyambangi obyek wisata di Junrejo.

Wisatawan sebagai tamu, oleh masyarakat Junrejo sangat dihormati dan di suguhi atau diberi layanan yang terhormat. Artinya sungguh itu kalau ada tamu paling tidak masyarakat sudah memberi suguhan atau pelayanan yang baik dan menyenangkan bagi para wisatawan, suguhan tidak hanya menginap atau bermalam di rumah penduduk, tetapi juga banyak disuguhi fasilitas wisata seperti homs stay, parkir yang aman, pusat pusat informasi wisata yang ada di Kota Batu dan sebagainya.

Kita sebagai masyarakat yang beradab dan menjunjung tinggi adat budaya sangat tanggap kalau menerima tamu, disini masyarakat bisa dikatakan gupuh, atau tergerak untuk bertindak menghormati tamu yang datang. Gupuhnya masyarakat bisa melayani kira kira apa yang perlu disajikan kepada tamu yang datang, keramahan dalam melayani tamu, memberikan informasi apa yang diperlukan oleh wisatawan, jaringan wisata apa yang akan dituju selanjutnya oleh wisatawan dan pelayanan lainnya.

Untuk itu kalau ada tamu yang datang, maka masyarakat harus memberi suguh, atau sesuatu yang bisa memberi suguhan yang menyenangkan kepada wisatawan. Suguhan tersebut bisa berupa sajian alam yaitu keindahan alam pegunungan, sajian budaya seperti jaranan tari topeng seribu wajah dan sajian kuliner seperti makanan khas yang bisa menyenangkan para wisatawan.

Suguhan suguhan yang bisa dilakkan oleh masyarakat Junrejo kepada para wisatawan adalah suguhan wisata petik jeruk dan sayur, wisata kebun bunga, wisata edukasi tentang pertanian, edukasi tentang tanaman jeruk, edukasi tentang pengolahan limbah buah, wisata bentang alam pegunungan arjuna dan pegunungan putri tidur, wisata cara pengolahan awal tanam padi. Suguhan budaya masyarakat Junrejo kepada wisatawan yaitu tari topeng seribu wajah, kesenian jaranan, dan budaya lokal lainnya.

Suguhan wisata lainnya yaitu omah wisata junrejo bekerja sama dengan wisata yang ada di sekitar Junrejo seperti Jatim Park, Batu Night Spectacular, Wisata petik Apel,

Wisata Arum jeram dan wisata lainnya, masyarakat Junrejo sebagai relawan wisata bisa memberi layanan kalau akan berkunjung ke tempat wisata lainnya sebagai guide untuk member kemudahan dan kenyamanan kunjungan wisatawan sebagai wisatawan tamu dayoh dan wisatawan tamu sambang.

Omah wisata dalam aspek penataan ruang, tujuan utamanya adalah untuk memunculkan kembali rajutan keseimbangan antara kawasan hunian, kawasan pertanian, serta kawasan aliran sungai, dengan menghadirkan kawasan aktifitas bersama sebagai perekatnya, dan kemudian mengkoneksikannya dengan jalur sirkulasi primer dan memperkuat jalur sirkulasi sekunder.

Kawasan hunian dengan akses jalan poros yang sangat strategis, secara natural menjadi wajah depan dan area penyambutan awal bagi tamu omah wisata. Selain difungsikan sebagai sarana akomodasi berupa homestay dengan konsep live-in, kawasan ini juga menjadi area beraktifitas bagi program village trip, learnscape, social inovasion labs dan e-commerce omah wisata.

Omah wisata di Junrejo Kota dikelola oleh katadarwis, dimana katadarwis sendiri merupakan lembaga yang menaungi kelompok masyarakat pelaku wisata seperti petik jeruk, edukasi sari buah fermentasi, edukasi jamu herbal, edukasi peternakan kambing, mengkoordinir kampung wisata usaha mikro kecil menengah wisata Rejoso.

Kampung wisata Rejoso terdapat banyak pengrajin, seperti pengrajin tas anyaman plastik, pengrajin peralatan dapur baik batu dan kayu, perajin makanan ringan seperti keripik apel, keripik kentang, keripik tempe, seni pahat bata ringan.

## C. Permasalahan dan Solusi

### C.1. Permasalahan Prioritas

Keberadaan potensi di Desa Junrejo yang mampu menjadi peluang tersebut diatas, dimana hal ini rupanya masih memiliki banyak tantangan dalam pengembangannya. Tantangan tersebut berasal baik dari struktural maupun kultural.

Salah satu tantangan yang berasal dari kultural misalnya terkait dengan bargaining position para pelaku industri yang lemah. Daya saing sektor ini hanya menghasilkan income yang lebih sedikit dibandingkan income pada sektor lainnya.

Tantangan pariwisata dalam pengembangan produk industri pariwisata terutama pengrajin bata ringan di Desa Junrejo adalah sebagai berikut :

1. Kurang dukungan pemasaran Wisata edukasi pengrajin bata ringan yang tergabung dalam katadarwis .
2. Sarana dan parasaran wisata menuju omah wisata yang belum memadai
3. Belum adanya pengelolaan pengrajin bata ringan yang memadai sehingga wisatawan hanya sekedar datang membeli produk kerajinan lalu pulang.
4. Keterbatasan bahan baku untuk kerajinan.
5. Terbatasnya penjualan hasil produksi bata ringan
6. Kurangnya pengembangan inovasi produk bata ringan
7. Pemasaran produk melalui digital marketing yang kurang

## C.2 Solusi

Pariwisata merupakan sektor unggulan yang terus dikembangkan dan dijadikan gagasan utama sebagai arah pembangunan di Kota Batu. Hal tersebut dapat diketahui dari visi Kota Batu dan julukan "KWB" (Kota Wisata Batu). Sebagai sebuah sektor unggulan, pariwisata telah menjadi sektor yang turut berkontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi yang ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat sesuai dengan tujuan kepariwisataan di Kota Batu.

Pengembangan Desa Wisata dilatar belakangi oleh beberapa tujuan. Tujuan pertama ialah kebutuhan akan konsep destinasi wisata yang berbeda antara desa satu dengan desa lainnya, yakni setiap desaharus memiliki produk unggulan, dan tujuan kedua melalui produk unggulan dari tiap Desa tersebut dapat dijadikan sebagai usaha peningkatan perekonomian untuk kesejahteraan masyarakat.

Desa Wisata Junrejo merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Junrejo dan memiliki potensi yang berbeda, bentuk atraksi wisata yang disesuaikan dengan potensi Desa Junrejo ialah Desa Wisata berbasis masyarakat dan kearifan lokal. Berbasis masyarakat dan kearifan lokal diartikan sebagai pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas warga masyarakat dan budaya yang berkembang secara arif dan bijaksana yang berlaku di masyarakat.

Pengembangan wisata desa Omah Wisata yang didukung berbagai faktor seperti alam pegunungan, pertanian, hime industri kerajinan peralatan rumah tangga berupa cobek dan kerajinan kayu yang kemudian menjadi sebuah daya tarik wisata bagi Desa Junrejo. Daya tarik wisata ialah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Omah Wisata merupakan desa wisata kolaboratif, berbasis pelestarian lingkungan, mitigasi bencana, dan keterlibatan masyarakat. Hal ini didukung oleh katadarwis, yaitu kelompok tani sadar wisata, merupakan sekelompok masyarakat desa Junrejo, yang sebagian besar bermata pencaharian petani.

Omah Wisata menyajikan eksotisme lokalitas masyarakat agraris yang ramah berkepemurahan sebagai identitas karakter original mereka, dan menjaganya agar tetap hidup dan tumbuh berkelanjutan di masa mendatang dengan mengimplementasikan inovasi inovasi keilmuan terbaru dalam rangkaian program aktifitas dan fasilitas di desa wisata ini.

Masyarakat sekitar atau para wisatawan bisa menikmati omah wisata dengan melakukan petik buah jeruk, menikmati keindahan gunung Arjuno, Gunung Panderman, Gunung Kawi yang indah, menikmati matahari tenggelam di sela-sela pegunungan yang bisa memberi nuansa keasrian alam wisata omah wisata tersebut.

Selain itu juga produk produk yang dihasilkan oleh masyarakat berupa peralatan dapur yang terbuat dari kayu dan batu bisa dipasarkan di omah wisata.

Kegiatan pendampingan pengabdian masyarakat dalam Pengembangan pariwisata omah wisata di Junrejo Kota Batu yaitu di pengrajin batu ringan atau hebel. Paket Edukasi Wisata pengrajin bata ringan di Dusun Rejoso Desa Junrejo Kecamatan Junrejo Kota Batu dapat dijual secara digital marketing, sehingga hal ini akan menambah penghasilan pengrajin yang ada di omah wisata junrejo Kota Batu.

Dalam pendampingan di pengrajin batu ringan ini meliputi bidang produksi dan pemasaran

#### 1. Bidang Produksi

Teknis proses pembuatan karya seni pahatan dari bata ringan yang merupakan ukuran tiga dimensi ini melalui proses yaitu :

- a. Perencanaan yaitu merencanakan objek yang akan dibuat dan pembuatan sketsa.
- b. Pelaksanaan berupa pengerjaan olah komposisi tiga dimensi, yaitu dapat mengergaji bata ringan dengan menggunakan gergaji besi yang memiliki dua mata pisau gergaji, selain digergaji juga dapat dibor yang selanjutnya dibentuk sesuai dengan objek yang direncanakan sejak awal pengerjaan.
- c. Tahap ketiga berupa finishing objek, dilakukan dengan cara mengamplas permukaan bata ringan dengan menggunakan amplas kasar dan selanjutnya diampelas yang halus, setelah selesai dilakukan sesi kritik dan evaluasi hasil secara keseluruhan.

#### 2. Bidang Pemasaran

Teknik pemasaran online memang terkesan lebih mudah dibandingkan secara konvensional. Namun, ada beberapa strategi yang tetap harus diikuti dengan belajar digital marketing agar pemasaran berjalan optimal sesuai target.

Pada dasarnya semua orang bisa belajar digital marketing dengan mudah asalkan memiliki tekad kuat dalam mempelajarinya, di era digital menuntut para pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan teknik pemasaran baru. Agar usaha UMKM Anda tidak kalah dari para kompetitor,

Digital marketing juga bisa dimanfaatkan oleh UMKM untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan profit, langkah langkah yang harus dilakukan adalah :

1. Membuat Akun Google My Business
2. Promosikan Lewat Media Sosial yang efektif untuk meningkatkan penjualan.
3. Kerjasama dengan KOL atau Influencer (Endorsement)
4. Membangun Website
5. Email Marketing

Berikut ini beberapa manfaat yang bisa Anda peroleh jika menerapkan strategi digital marketing.

1. Memudahkan Interaksi dengan Pelanggan

Salah satu manfaat utama yang diperoleh pada pemasaran ini adalah Anda dapat terhubung dengan pelanggan kapan saja dan di mana saja secara online. Tinggalkan cara konvensional seperti berkeliling menemui pelanggan.

Melalui platform internet seperti media sosial, Anda bisa melakukan interaksi dengan pelanggan secara real time. Ini juga menguntungkan pelanggan karena mereka tidak harus datang ke lokasi usaha mikro kecil menengah Anda.

2. Menekan Biaya Promosi

Keuntungan lain digital marketing untuk pemula yaitu pelaku UMKM bisa menekan biaya promosi. Dulu promosi dilakukan dengan mencetak brosur, spanduk, pamflet, dan lainnya. Kini Anda bisa meminimalisir biaya promosi dengan memanfaatkan platform online.

3. Menjangkau Lebih Banyak Konsumen

Keuntungan lain dari strategi pemasaran ini yaitu usaha mikro kecil menengah dapat menjangkau konsumen secara luas. Bukan hanya satu daerah tertentu saja, melainkan dapat menjangkau seluruh Indonesia bahkan pasar internasional.

#### D. Metode

Kegiatan pelaksanaan pendampingan pengabdian masyarakat ini dilakukan di desa Junrejo, kecamatan Junrejo Kota Batu dengan tema " Digital Marketing Pariwisata Omah Wisata Di Junrejo Kota Batu ". Adapun kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini hanya pendampingan pengrajin bata ringan yang diukir menjadi asesor untuk mendukung mendukung pariwisata di omah wisata Junrejo Kota Batu,

Tahapan kegiatan dengan metode pendampingan di bidang produksi dan pemasaran pengrajin bata ringan yaitu :

1. Tahapan pendampingan yang dapat memahami sosial budaya, kondisi, situasional
2. Tahapan negosiasi peran dan tujuan, yang secara teknis, menetapkan langkah-langkah yang dilakukan sesuai dengan tujuan akhir.
3. Tahapan perencanaan kegiatan yaitu kordinasi kegiatan antara pihak pendamping dan masyarakat pengrajin.
4. Tahapan pengumpulan dan analisis data
5. Tahapan Aksi berdasarkan temuan.

#### E. Hasil Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Manfaat digital marketing telah dirasakan oleh banyak pelaku bisnis, baik itu skala kecil hingga digital marketing di perusahaan\_raksasa sekalipun. Ini merupakan terobosan baru dalam teknik pemasaran di era digital dan internet yang sangat penting.

Usaha mikro kecil menengah termasuk salah satu unit bisnis yang mendapat keuntungan besar berkat adanya teknik pemasaran secara online. Oleh karena itu, penggunaan digital marketing perlu dimaksimalkan oleh semua pelaku UMKM.

Era modern menghadirkan cara-cara baru dalam berbisnis, salah satunya yaitu melalui platform internet atau online. Berikut ini adalah identitas pengrajin pahatan bata ringan di Junrejo Kota Batu

1. Nama Pemilik Usaha : Tomi Adi
2. Pemasaran Sosial Media: @smot\_project (Instagram), Mosstone Garden (Youtube), Mostonegarden (TikTok)
3. Lokasi/alamat destinasi :Kampung UMKM, Desa Junrejo Dusun Rejoso Kecamatan Junrejo Kota Batu Jawa Timut
4. Proses Pembuatan pahatan bata ringan yang dilakukan adalah pemilik setiap hari membuat satu produk ukiran yang berbeda
5. Tujuan dari pembuatan produk Kerajinan dari bata ringan adalah pajangan disudut-sudut tertentu, atau bisa digunakan sebagai pot.
6. Keuntungan bagi masyarakat sekitar: Mendapat kursus gratis apabila ingin belajar bagaimana cara mengukir bata ringan.
7. Sejarah/asal mula terbentuknya kerajinan : Sejak tahun 2010, awal mula beliau mulai membuat kerajinan batu ringan sebagai sampingan. Pekerjaan utamanya yaitu seorang guru yang mengajar seni budaya. Setelah berbagai pertimbangan beliau memutuskan untuk fokus pada kerajinan bata ringan pada tahun 2014.
8. Cara menjaga eksistensi UKM: Membuat suatu target setiap harinya untuk menghasilkan satu ukiran yang berbeda, dimana kerajinan dibuat dengan detail, harus memiliki mental pengusaha dan Pendirian.
9. Cara Pembuatan Kerajinan :
  - Diukir
  - Diwarnai pada bagian tertentu. Proses pembuatan kurang lebih 20 menit.
10. Pengelolaan limbah : Digunakan untuk tanah urug.
11. Pemasaran Harga Produk : Range harga 50 ribu - 150 ribu untuk setiap produk dengan catatan tergantung seberapa sulit ukirannya. Sampai saat ini ukiran yang paling mahal mencapai 9 juta rupiah.

Itulah temuan yang pendamping peroleh di pengrajin bata ringan sehingga harus lebih banyak mempelajari proses pembuatan dan cara cara pemasaran secara digital sesuai dengan solusi dalam pendampingan pengabdian masyarakat ini.

## G. Peran Mitra

Peran mitra usaha kecil menengah pengrajin bata ringan di pariwisata omah wisata Junrejo Kota Batu adalah sangat membantu dalam paket wisata yang ada di Omah Wisata. Dimana omah Wisata Junrejo Kota Batu merupakan sebuah usaha wisata alami, wisata desa yang didalamnya ada sebuah lembaga yang bernama Katadarwis.

Katadarwis sendiri terdiri dari beberapa jenis wisata yang ada di desa Junrejo Kota Batu seperti pengrajin pahatan bata ringan, edukasi seni pahatan, wisata petik jeruk, wisata petik sayuran organik, wisata susur sungai, wisata pemandian pertirtaan Ken Arok, wisata edukasi kambing kuda dan lembu, wisata jamu herbal, wisata kesenian kuda lumping, dan wisata kampung wisata usaha kecil menengah atau dikenal dengan Kampung UKM Rejoso yang berada di Desa Junrejo Kota Batu.

Kampung Wisata UMKM Rejoso sendiri terdiri banyak industri kecil yang menghasilkan berbagai barang kerajinan baik terbuat dari plastic, terbuat dari kayu dan terbuat dari bata ringan dan makanan ringan yang melalui proses penggorengan dan oven untuk menghilangkan kadar airnya.

Hasil kerajinan tersebut antara lain : Tas Plastik, peralatan dapur yang terbuat dari kayu, cobek yang terbuat dari batu, ukiran yang terbuat dari bata ringan, camilan keripik apel, keripik, tempe, keripik nangka, keripik kentang .

## H. Kendala Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Hambatan yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata omah wisata adalah :

1. Sarana dan prasarana yang berupa jalan ke lokasi omah wisata masih belum halus, atau masih berupa jalan makadam, sehingga menyulitkan untuk memasuki kawasan omah wisata
2. Fasilitas tempat untuk etalase di lokasi omah wisata belum ada, sehingga kalau ada wisatawan yang berkunjung ke lokasi harus mengunjungi ke rumah rumah atau tempat tempat dimana para pengrajin atau para usaha kecil menengah menghasilkan produk untuk oleh oleh atau cinderamata.
3. Kurangnya dukungan permodalan dan pemasaran oleh pemerintah setempat dalam mengembangkan hasil kerajinan para pengrajin usaha mikro kecil menengah tersebut.
4. Pembuatan hasil produksi berdasarkan pesanan dan tidak diproduksi secara massal, sehingga bisa mengurangi omzet penjualan.
5. Ijin usaha para pengrajin masih bersifat usaha dagang, dan belum memiliki ijin lengkap seperti siup, ijin edar, standard nasional Indonesia, merk dagang.
6. Pengembangan produk hasil kerajinan yang masih sederhana dan kurangnya pembinaan dari dinas perindustrian pemerintah setempat.
7. Pemasaran produk yang terbatas

## I. Jadwal Pelaksanaan dan Rangkuman Anggaran

**JADWAL PELAKSANAAN**

No.	Nama Kegiatan	Bulan Juni 2023							
		19	20	21	22	23	24	25	26
1	Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah	-	-		-	-	-	-	-
2	Pembuatan poster usaha pengrajin UMKM Junrejo								

**RANGKUMAN RAB**

No.	Jenis Pembelanjaan	Jumlah Dana		
		Dana Dikti	Dana Perguruan Tinggi	Swadana
1	Honor (maksimal 15%)	-	-	450.000
2	Teknologi dan inovasi (minimal 30%)	-	-	900.000
3	Biaya pelatihan (25%)	-	-	750.000
4	Perjalanan (maksimal 15%)	-	-	450.000
5	Lain-lain (maksimal 15%)	-	-	450.000
	<b>Total</b>			<b>3.000.000</b>

**J. Luaran dan Target Capaian**

No.	Luaran	Target Capaian	Indikator Kinerja Utama (IKU) Terkait	Target Capaian IKU
1	Pengetahuan seni pahatan bata ringan	Pengetahuan tentang seni pahatan bata ringan	Pengrajin memanfaatkan pengetahuan yang disampaikan oleh dosen pendamping dalam pembuatan ukiran atau pahatan yang terbuat dari bata ringan warna putih	Tercapai
2	Pembuatan Poster Bata ringan	Brosur, dan media cetak lainnya	Membuat brosur tentang paket wisata dan edukasi wisata pahatan bata ringan	Tercapai
3	Digital Marketing	Pemasaran online, market place, web	Memfaatkan teknologi digital marketing dalam pemasaran wisata edukasi pahatan bata ringan	Tercapai

G. Tim Pelaksana				
No.	Nama	Institusi	Posisi dalam tim	Uraian tugas
1	Dibsuwanto, S.Pd	Katadarwis Omah Wisata	Ketua Katadarwis Junrejo	Membantu pelaksanaan pengabdian di Kampung wisata Rejoso Desa junrejo Kota Batu
2	Tomi Adi	Koordinator	Pemilik atau pengrajin pahatan bata merah	Sebagai salah satu anggota katadarwis yang ada di omah wisata Junrejo Kota batu

#### H. Daftar Pustaka

- Aprilia Theresia, Krisnha S. Andini, dkk, Pembangunan Berbasis Masyarakat, Bandung: Alfabeta, 2015
- Hermanto Suaib, Suku Moi: Nilai-Nilai Kearifan Local dan Modal Social dalam Pemberdayaan Masyarakat, (An Image, 2017)
- Handy, Alexander dan Yudithia. 2018. Implementasi Kolaborasi Model Pentahelix dalam rangka mengembangkan potensi Pariwisata di Jawa timur serta meningkatkan perekonomian domestik. Jurnal Manajemen Bisnis (Mebis). Vol 3 No 1. Hal 31-38
- Maulana, A. (2019). Pemetaan Prospek Pasar Wisatawan Nusantara di Indonesia. Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia, 13(1), 1-15. Retrieved from <http://ejournal.kemenpar.go.id/index.php/jki/article/view/58>
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (1989). Metode Penelitian Kualitatif, Rosdakarya, Bandung.
- Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 tahun 2021 tentang Petunjuk Teknis Penggunaan Dana Alokasi Khusus NonFisik Dana Pelayanan
- Peraturan Presiden Republik Indonesia no 70 Tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata
- Peraturan Menteri Kebudayaan Dan Pariwisata Nomor 26 Tahun 2010 tentang Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Pariwisata Melalui Desa Wisata.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia no 70 Tahun 2019 tentang Badan

## Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016  
Tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata

Peraturan Menteri Kebudayaan Dan Pariwisata Nomor 26 Tahun 2010 tentang  
Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri  
Pariwisata Melalui Desa Wisata

Ratna Trisuma Dewi, Tesis: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Collaborative  
Governance dalam Pengembangan Industri Kecil (Studi Kasus Tentang  
Kerajinan Reyog dan Pertunjukan Reyog di Kabupaten Ponorogo),  
Universitas Sebelas Maret Surakarta, hal 78-85. 34

Spillane, J. J. (1987). Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Propeknya, Kanisius,  
Yogyakarta.

### I. Gambaran Ipteks

Bata ringan yang berwarna putih atau disebut bata hebel untuk tembok atau bangunan rumah gedung, dapat dijadikan ukiran atau asesori yang dapat dijual dengan harga yang tinggi, hal ini tergantung tingkat kesulitan dan pahatan yang memerlukan teknik dan cara tersendiri.

Pahatan yang terbuat dari bata ringan bisa berupa seperti tempat sisir, asbak, vas bunga, tempat surat dan majalah, tempat sabun, patung, dan tempat pensil dan lain lainnya, baik yang masih asli berwarna putih atau sudah dip roses menggunakan cat atau pernis.

Pengrajin dalam membuat produk memerlukan peralatan yang sederhana, seperti gergaji, palu, tатаh, bor, kertas, cat, pernis dan kuas. Sebelum membuat produk perlu di buat sket dulu sesuai ukuran atau skala tertentu yang nantinya akan diukir sesuai bentuk barang yang akan dibuat, sehingga memerlukan perencanaan dan imajinasi yang tinggi untuk dapat mewujudkan produk ukiran sesuai dengan yang akan dibuat. Berikut adalah gambar gambar tentang edukasi bata ringan.





**MSG**  
**MOSSTONEGARDEN**

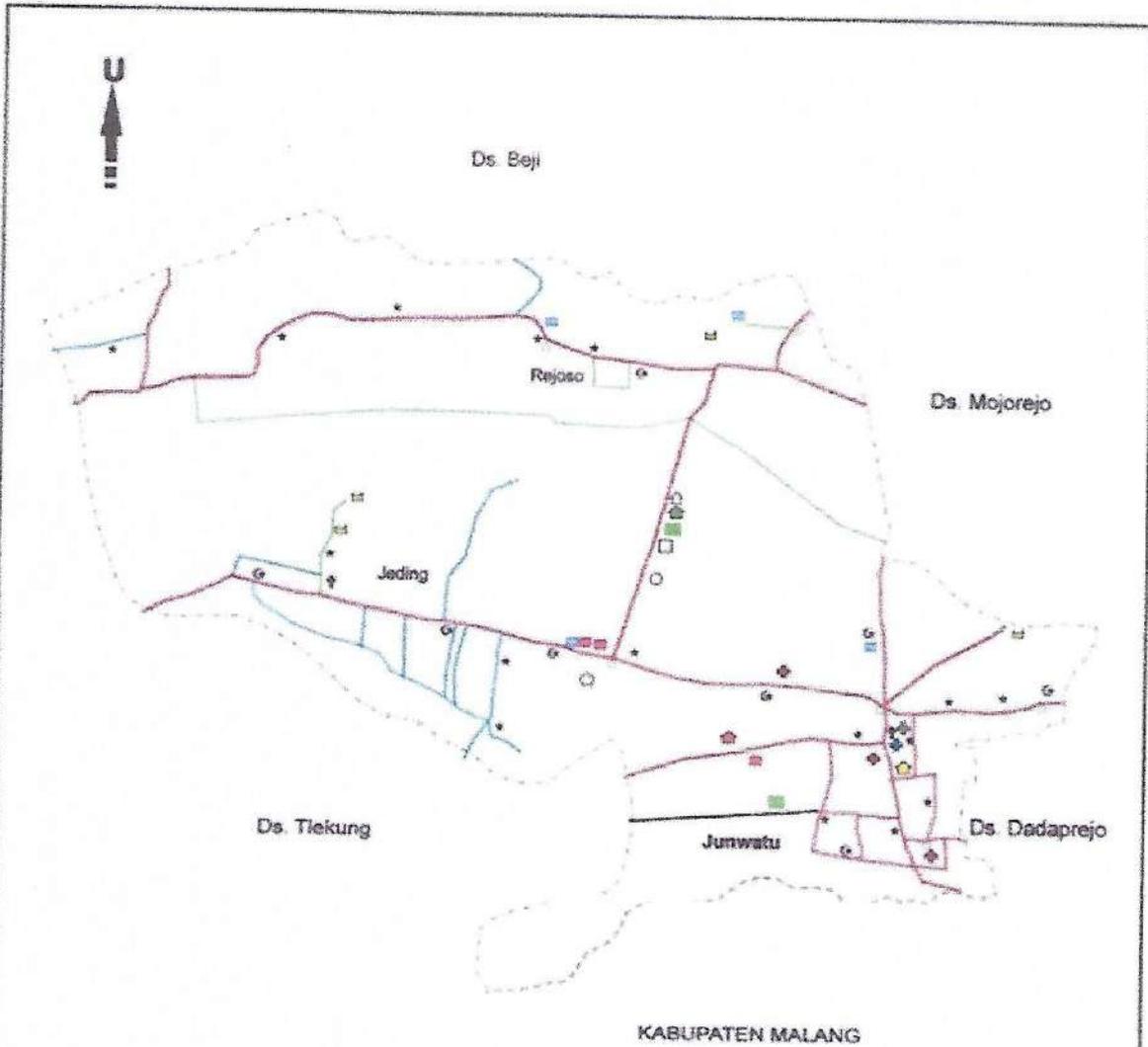
    

WhatsApp: +603-29112345 | Facebook: MOSSTONEGARDEN | Instagram: @mosstonegarden | Twitter: @mosstonegarden



## PETA LOKASI

### PETA DESA JUNREJO KECAMATAN JUNREJO KOTA BATU JAWA TIMUR



<b>JUDUL PETA : FASILITAS</b>		<b>LEGENDA :</b>		
<b>PETA NOMOR :</b>				
<b>SUMBER : SURVEY LAPANGAN</b>				
<b>SKALA</b>	<b>1 : 150</b>			
<b>PEMERINTAH KOTA BATU</b> <b>DESA JUNREJO</b> <b>KECAMATAN</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">+</span> RUMAH SAKIT</li> <li><span style="color: blue;">+</span> POLINDES</li> <li><span style="color: blue;">+</span> PUSKESMAS</li> <li><span style="color: red;">■</span> POSYANDU</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> KANTOR DESA</li> <li><span style="color: blue;">■</span> KANTOR POLISI</li> <li><span style="color: blue;">■</span> KANTOR PEMERINTAH</li> <li><span style="color: red;">★</span> POS KAMLING</li> <li><span style="color: blue;">■</span> LAPANGAN</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> MAKAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: green;">■</span> SMU</li> <li><span style="color: green;">■</span> SLTP</li> <li><span style="color: red;">■</span> SD</li> <li><span style="color: blue;">■</span> TK</li> <li><span style="color: green;">⊙</span> MASJID</li> <li><span style="color: blue;">★</span> LANGGAR</li> <li><span style="color: blue;">⊙</span> GEREJA</li> <li><span style="color: blue;">○</span> PURE</li> <li><span style="color: white;">○</span> VIHARA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: black;">—</span> ASPAL</li> <li><span style="color: blue;">—</span> RABATAN</li> <li><span style="color: grey;">—</span> MAKADAM</li> <li><span style="color: black;">—</span> TANAH</li> <li><span style="color: black;">- - -</span> BATAS KOTA</li> <li><span style="color: black;">- - -</span> BATAS KECAMATAN</li> <li><span style="color: black;">- - -</span> BATAS DESA</li> </ul>

### PETA LOKASI SATELIT

### PETA DESA JUNREJO KECAMATAN JUNREJO KOTA BATU JAWA TIMUR



**LAPORAN AKHIR  
PKM UNGGULAN DIPA  
UNITOMO TAHUN 2022**



**PKM PENGUATAN UKM KOPI AL JAIDI BERBASIS GREEN ECONOMY  
DI KECAMATAN NGLEGOK KABUPATEN BLITAR**

Ketua	:	Dra. Andry Herawati, MM	0724126601
Anggota	:	Dr. Drs Sarwani, MM	0710056201
	:	Dra. Sri Kamariyah, M.Si	0710096201
	:	Liling Listyawati. S.Sos, MM	0711107101
	:	Drs. Didik Sugeng Widiarto, M.I.Kom	0723036305

Dibiayai oleh

Universitas Dr. Soetomo sesuai dengan Surat Keputusan Rektor Universitas Dr. Soetomo  
Nomor: OU.1299A/B.2.05/VII/2022, tentang Penerima Hibah DIPA Pengabdian Masyarakat  
Universitas Dr Soetomo Tahun Anggaran 2022, Tanggal 28 Juli 2022

**UNIVERSITAS DR SOETOMO  
NOPEMBER 2022**

### HALAMAN PENGESAHAN

Judul : PKM Penguatan UKM Kopi Al Jaidi Berbasis Green Economy  
Di Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar

Ketua Pelaksana

a. Nama Lengkap : Dra Andry Herawati, MM  
b. NIDN : 0724126601  
c. Jabatan : Lektor  
Fungsional

d. Program Studi : Adminitrasi Bisnis  
e. No Hp : 081332327968  
f. Alamat Surel (e-mail) : Andry.herawati@unitomo.ac.id

Anggota (1)

a. Nama Lengkap : Dr. Drs. Sarwani, MM  
b. NIDN : 0710056201  
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo

Anggota (2)

a. Nama Lengkap : Dra. Sri Kamariyah, M.Si.  
b. NIDN : 0710056201  
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo

Anggota (4)

a. Nama Lengkap : Liling Listyawati. S.Sos, MM  
b. NIDN : 0711107101  
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo

Anggota (5)

a. Nama Lengkap : Drs. Didik Sugeng Widiarto, M. I. Kom  
b. NIDN : 0723036305  
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr. Soetomo

Mahasiswa yang terlibat : 1. Desya Oktarina /201941010008  
2. Heny Lutfiany / 201911010003

Institusi Mitra

Nama Mitra : UKM Kopi Al Jaidi  
Alamat Mitra : Dusun Salam Kedawung RT.01/ RW 01, Salam Kedawung  
Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar

Penanggungjawab : Bapak Hasan Aljaidi  
Lama Kegiatan : 4 (empat) Bulan  
Keseluruhan  
Biaya Keseluruhan : Rp 10.000.000

Surabaya. Nopember 2022

Mengetahui,

Dekan



Dr. Hendro Wardhono, M.Si  
NPP: 19681009 199303 1 001

Dra Andry Herawati, MM  
NPP: 90.01.1.056

Mengetahui,

Kepala Lembaga Pengabdian,



Dr. Supto Pramono, M.Si  
NPP: 88.01.1.037

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
RINGKASAN.....	viii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	7
BAB 2. SOLUSI DAN TARGET LUARAN.....	9
2.1 Solusi Masalah yang Disepakati untuk Diselesaikan.....	9
2.2 Luaran dan Target Capaian.....	9
BAB 3. METODE PELAKSANAAN .....	12
3.1 Metode Pelaksanaan.....	12
3.2 Gambaran Iptek.....	15
BAB 4. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	16
4.1 Hasil Yang Dicapai.....	16
4.2 Luaran Yang Dicapai.....	32
BAB 5. PENUTUP.....	34
5.1 Kesimpulan.....	34
5.2 Saran.....	34

## DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN -LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	:	Bapak dan ibu Hasa Al Jaidi sebagai Mitra.....	1
Gambar 1.2	:	Bahan Baku Utama dan Bahan Baku Tambahan Kopi Al Jaidi ..	3
Gambar 1.3	:	Mesin Roasting dan Biji Kopi.....	3
Gambar 1.4	:	Tim Dosen dan Mahasiswa Mengamati Biji Kopi Dalam Mesin Roasting .....	3
Gambar 1.5	:	Bahan Rempah-Rempah Yang Akan Masuk Ke Mesin Roasting	4
Gambar 1.6	:	Biji Kopi dan Rempah Dikeluarkan dari Mesin Roasting.....	4
Gambar 1.7	:	Pendinginan Biji Kopi dan Rempah Setelah dan Mesin Roasting	4
Gambar 1.8	:	Mesing Penggiling Biji Kopi Setelah Dari Mesin Roasting.....	5
Gambar 1.9	:	Mesin Sealer Untuk Pengemasan Kopi.....	5
Gambar 1.10	:	Varian Produk Kopi Al Jaidi.....	6
Gambar 1.11	:	Kunjungan Awal dan Berdiskusi dengan Mitra.....	6
Gambar 3.1	:	Tahapan Metode Pelaksanaan.....	12
Gambar 3.2	:	Gambaran Iptek Yang Akan Diterapkan.....	15
Gambar 4.1	:	Mesin <i>Roasting</i> dan <i>Blower</i> di Ruang Proses Produksi Kopi Al Jaidi .....	17
Gambar 4.2	:	Mitra Belum Menggunakan APD Saat Proses Produksi.....	18
Gambar 4.3	:	Limbah Kulit Ari Kopi.....	18
Gambar 4.4	:	Edukasi Konsep <i>Green Economy</i> .....	19
Gambar 4.5	:	Pelatihan Pemasaran <i>Online</i> .....	21
Gambar 4.6	:	Pelatihan dan Pendampingan Akun Media Sosial dan Konten.....	21
Gambar 4.7	:	Logo Produk Kopi Al Jaidi.....	22
Gambar 4.8	:	Akun Facebook Kopi Al Jaidi Blitar.....	22
Gambar 4.9	:	Akun Instagram Kopi Al Jaidi Blitar.....	22
Gambar 4.10	:	Akun Youtube Kopi Al Jaidi Blitar.....	23
Gambar 4.11	:	Penyerahan Logo Produk & Akun Media Sosial Kepada Mitra...	23
Gambar 4.12	:	Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan & Laporan Keuangan	24
Gambar 4.13	:	Contoh Form Pencatatan Transaksi Keuangan dan Laporan Keuangan .....	24
Gambar 4.14	:	Alat Pelindung Diri Yang Digunakan Mitra Saat Proses Produksi	25
Gambar 4.15	:	Penampilan Mitra Sebelum dan Sesudah Menggunakan APD....	25
Gambar 4.16	:	Postingan Produk Kopi Al Jaidi di <i>Facebook</i> .....	28

Gambar 4.17	:	Postingan Produk Kopi Al Jaidi di Instagram.....	28
Gambar 4.18	:	Video Konten Edukasi Proses Produksi Kopi Al Jaidi di Instagram.....	29

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	:	Daftar Dokumen Legalitas UKM Kopi Al Jaidi.....	2
Tabel 2.1	:	Permasalahan dan Solusi Yang Disepakati.....	9
Tabel 2.2	:	Target Capaian Luaran Wajib.....	10
Tabel 2.3	:	Target Capaian Luaran Tambahan.....	10
Tabel 2.4	:	Riset dan Pengabdian Masyarakat Yang Pernah Dilakukan Oleh Tim .....	11
Tabel 3.1	:	Prioritas Permasalahan Mitra, Solusi, Target Capaian, dan Komposisi Tim.....	15
Tabel 4.1	:	Varian Kemasan Produk Kopi Al Jaidi.....	26
Tabel 4.2	:	Hasil Pelaksanaan Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat.....	30

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul
- Lampiran 2 : Laporan Penggunaan Anggaran Pengabdian Kepada Masyarakat
- Lampiran 3 : Peta Lokasi Mitra Sasaran
- Lampiran 4 : Materi Edukasi Konsep Green Economy
- Lampiran 5 : Materi Pelatihan Strategi Pemasaran Online
- Lampiran 6 : Materi Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan & Penyusunan Laporan Keuangan
- Lampiran 7 : Hasil Plagiasi
- Lampiran 8 : Artikel Ilmiah
- Lampiran 9 : Poster
- Lampiran 10 : Dokumentasi PKM Penguatan UKM Kopi Al Jaidi Berbasis *Green Economy* Di Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar

## RINGKASAN

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini tergolong mitra bidang produktif ekonomi yaitu Bapak Hasan, beliau adalah pengolah kopi rempah yang memberi *brand* produknya “Kopi Al Jaidi”. Permasalahan yang telah disepakati untuk diselesaikan ada 3 (tiga) yaitu: 1) Mitra belum menerapkan konsep-konsep *Green Economy* dilingkungan usahanya; 2) Kurangnya wawasan dan pengetahuan mitra dalam pemasaran *online* untuk meningkatkan penjualan produk kopinya; 3) Kurangnya pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan. Dalam memberikan solusi atas permasalahan tersebut ditawarkan melakukan edukasi tentang konsep *Green Economy*, memberikan pelatihan tentang pemasaran *online*, dan memberikan pelatihan dan pendampingan tentang pencatatan transaksi keuangan & penyusunan laporan keuangan. Adapun metode yang akan diterapkan untuk tujuan kegiatan ini meliputi: tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Hasil yang dicapai adalah masalah bidang produksi terkait hasil observasi didapatkan mesin roasting mempunyai cerobong asap yang masih terbuka dan itu hanya dibantu dengan blower saja, sehingga mengganggu sirkulasi udara diruang proses produksi, mitra belum menggunakan APD saat melakukan proses produksi, ditemukan limbah kulit ari kopi hasil dari mesin roasting yang dibiarkan menumpuk, masalah bidang pemasaran terkait dengan konsep *Green Economy* adalah kurang berkualitas bahan kemasan produk kopi Al Jaidi dari sudut keamanan pangan. Masalah ini ditawarkan solusi dengan memberikan edukasi tentang konsep *Green Economy*. Hasilnya menunjukkan bahwa mitra sudah membuat rancangan untuk merekayasa mesin *roasting* dengan cerobong asap yang lebih ramah lingkungan, mitra sudah memiliki alat perlindungan diri yang dipakai saat melakukan proses produksi kopi, mitra sudah memanfaatkan limbah kulit ari kopi menjadi produk yang bermanfaat yaitu pupuk kompos, kemasan produk kopi Al Jaidi sudah menggunakan *Aluminium Foil*, dan *Paper Foil* yang sudah memenuhi syarat keamanan pangan. Masalah bidang pemasaran terkait dengan kurangnya pengetahuan dan wawasan tentang pemasaran *online*, untuk hal ini ditawarkan pelatihan terkait dengan pemasaran *online*. Hasilnya ada logo produk, akun media sosial mitra yaitu akun *facebook*, akun *IG*, akun *Youtube*, dan video konten proses produksi yang diupload di *Youtube*. Masalah bidang keuangan terkait dengan belum ada pencatatan terpisah antara keuangan usaha dengan rumah tangga, untuk hal ini ditawarkan pelatihan dan pendampingan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan. Hasilnya mitra sudah mempunyai pencatatan transaksi dan laporan keuangan. Hasil Program Kemitraan Masyarakat sudah terdokumentasi dalam bentuk laporan akhir dan juga dibuat poster. Adapun luaran wajib dari Program Kemitraan Masyarakat adalah dalam bentuk Jurnal yang akan di publikasikan.

**Kata Kunci : Penguatan, *Green Economy*, UKM**

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini tergolong mitra bidang produktif ekonomi yaitu Bapak Hasan, beliau adalah pengolah kopi rempah yang memberi *brand* produknya “Kopi Al Jaidi” seperti terlihat pada gambar 1.1. Sebelum memulai usaha kopi rempah, berbagai usaha pernah ditekuni bapak Hasan, mulai jualan parfum, penggemukan sapi, dan mekanik moge di Surabaya, tapi semua hasil usaha terjual untuk membiayai hidup. Saat ini mitra mantap memilih usaha kopi, namun bukan sembarang kopi. Bapak Hasan berdarah campuran Indonesia -Yaman ini memilih usaha kopi rempah khas Timur Tengah. Kini bapak Hasan lebih dikenal sebagai seorang pengusaha kopi rempah. Mitra tidak hanya menggunakan bahan-bahan khas Nusantara, tetapi juga menambahkan beberapa bahan khas Timur Tengah kedalam racikan kopinya.



Gambar 1.1 Bapak dan Ibu Hasan Al Jaidi sebagai Mitra

Awal mulanya mitra sering mengikuti Majelis di akhir tahun 2017. Mitra dan istrinya sering membawa kopi racikannya sendiri, untuk dibagikan kepada kolega majelis yang hadir. Tanpa disangka banyak kolega di majelis yang tertarik dengan kopi racikannya, bahkan bapak Hasan sering mendapatkan pesanan kopi rempah dalam jumlah besar. Hal ini memotivasi bapak Hasan untuk menjadikan kopi rempah sebagai usaha, dengan menambahkan beberapa bahan khusus dari Timur Tengah, sehingga aroma dan rasanya sangat khas. Bapak Hasan mendapatkan resep kopi itu dari kakeknya yang merupakan orang asli Yaman. Uniknya, resep ini turun temurun diajarkan di silsilah keluarga bapak Hasan. Kakek dari mitra dari wilayah Hadramaut, Yaman. Resep kopi diberikan kepada bapak Hasan itu sudah turun temurun. Jadi

memang kopi ini sangat khas, dan diklaim sebagai kopi yang menyehatkan tubuh, karena terdapat rempah yang digabungkan pada biji kopi terbaik asal lereng gunung Kelud.

Usaha mitra kopi Al Jaidi tersebut berada di Jalan Mastrim, Dusun Salam, Kelurahan Kedawung, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur, dan mitra sudah memiliki legalitas usaha dan produk seperti yang terlihat di tabel 1.1

**Tabel 1.1 Daftar Dokumen Legalitas UKM Kopi Al Jaidi**

No	Dokumen Legaslitasi Usaha
1	Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) PB-UMKU: 201121000399500000001
2	Sertifikat Halal -Majelis Ulama Indonesia Jawa Timur No: 07120068141119
3	Sertifikat Merek "Al Jaidi" IDM 000793464
4	Perizinan Berusaha Berbasis Resiko NIB : 2011210003995

Sumber : UKM Kopi Al Jaidi

Produk kopi Al Jaidi merupakan spesialis kopi rempah ala Timur Tengah yang berbahan dasar kopi robusta dan arabika serta rempah-rempah ramuan herbal dari Timur Tengah. Namun rahasianya ada pada campuran rempah yang membuat seduhan tetap enak, kaya rasa dan baik untuk kesehatan tubuh. Ternyata kopi bisa jadi suplemen untuk kesehatan. Selain citra rasa khas, kopi Al Jaidi juga menyimpan khasiat Kesehatan seperti dapat menyembuhkan asam lambung, meringankan reumatik, menjaga dan meningkatkan stamina.

Proses Produksi kopi mitra diawal dilakukan secara manual, namun sekarang sudah menggunakan mesin roasting dan mesin penggiling yang dirangkai sendiri oleh mitra sekitar tahun 2018. Adapun alat produksi yang diperlukan dalam proses produksi kopi Al Jaidi meliputi : mesin Roasting, mesin giling, sealer untuk pengemasan kopi. Bahan Baku kopi Al Jaidi meliputi: biji kopi sebagai bahan utama, bahan tambahan seperti : jahe, kayu manis, pala dan ketumbar, dan bahan unik lainnya seperti : kapulaga, biji kurma, kelabet, cengkeh pada gambar 1.2 Pembelian bahan baku kopi berasal dari petani sekitar Blitar, dengan mempertimbangkan tingkat kekeringan, dan sekarang pembelian bahan kopi dari pengepul yang berasal dari daerah Blitar.



Gambar 1.2 Bahan Baku utama dan Bahan Baku Tambahan Kopi Al Jaidi

Adapun tahapan-tahapan proses produksi adalah sebagai berikut :

1. Tahap produksi diawali dengan melakukan pemanasan mesin roasting selama 10 sampai 20 menit, seperti tampak pada gambar 1.3



Gambar 1.3 Mesin Roasting dan Biji Kopi

2. Memasukan kopi kedalam mesin roasting yang telah panas sesuai kebutuhan (biasanya 10 kg per produksi) selama 30 menit. Seperti tampak pada gambar 1.4



Gambar 1.4 Tim Dosen dan Mahasiswa Mengamati Biji Kopi Dalam Mesin Roasting

3. Memasukkan rempah secara bertahap, ukuran rempah besar dimasukkan di awal, dan rempah yang berukuran kecil diakhir ( $\pm 1$  jam setelah biji kopi dimasukkan dalam mesin roasting), jadi total proses di mesin roasting  $\pm 1,5$  jam dari biji kopi dimasukkan, gambar rempah yang meliputi: jahe, kayu manis, kapulaga, cengkeh, ketumbar dan pala, seperti tampak pada gambar 1.5



Gambar 1.5 Bahan Rempah-Rempah yang akan Masuk ke Mesin Rosting

4. Selanjutnya biji kopi dan rempah dikeluarkan dari mesin roasting dan didinginkan selama 8 jam (setelah 8 jam dimasukkan diplastik, dan didiamkan maksimal 2 hari), seperti tampak pada gambar 1.6 dan 1.7



Gambar 1.6 Biji Kopi dan Rempah Dikeluarkan dari Mesin Rosting



Gambar 1.7 Pendinginan Biji Kopi dan Rempah Setelah dari Mesin Rosting

5. Proses selanjutnya biji kopi masuk ke mesin penggiling seperti pada gambar 1.8, setelah itu didiamkan selama 1 jam dan dibungkus plastik ditutup dan kemudian dikemas. Bubuk kopi yang sudah dikemas, bisa expired minimal 2 tahun (masih bisa dikonsumsi sebenarnya sampai 3 tahun).



Gambar 1.8 Mesin Penggiling Biji Kopi Setelah dari Mesin Rosting

6. Bahan kemasan kopi Al Jaidi meliputi: Aluminium Foil, Paper Foil. Desain kemasan dilakukan sendiri oleh bapak Hasan dan dibantu oleh percetakan, dan menggunakan mesin sealer seperti tampak pada gambar 1.9



Gambar 1.9 Mesin Sealer untuk Pengemasan Kopi

Pemasaran kopi Al Jaidi sangat luar biasa meski hanya menggunakan metode sederhana dalam pemasaran produk, kopi racikan khas ini rupanya mampu menembus pasar nasional,

bahkan internasional. Hal ini berkat banyaknya jejaring bapak Hasan selaku mitra diberbagai wilayah. Bapak Hasan punya banyak teman se Indonesia. Mulai dari Jakarta, Surabaya, Semarang, Tarakan, Balikpapan, NTB, hingga Makasar. Bahkan kopi Al Jaidi dengan campuran rempah khas Arab dan Turki ini juga dipasarkan sampai ke mancanegara terutama ke negara-negara Timur Tengah, Brunei Darussalam, Saudi Arabia, dan Australia.

Varian Produk, seiring berjalannya waktu bapak Hasan mulai berani menambah varian kopi rempah miliknya. Kini tak kurang ada tujuh varian yang diproduksi. Diantaranya, kopi khas arab, kopi turki, kopi coklat, kopi arabika, kopi robusta, kopi hijau, hingga kopi jantan hitam seperti tampak pada gambar 1.10



Gambar 1.10 Varian Produk Kopi Al Jaidi

Dari hasil kunjungan lapangan awal dan berdiskusi dengan Bapak Hasan sebagai pemilik UKM Kopi Al Jaidi yang dijadikan mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat ini seperti pada gambar 1.11. berikut ini:



Gambar 1.11 Kunjungan Awal dan Berdiskusi dengan Mitra

Dari kunjungan tersebut didapatkan informasi bahwa dalam pelaksanaan usahanya mitra masih terlihat bahwa kelangsungan usaha belum begitu memperhatikan aspek-aspek penting yang berwawasan lingkungan atau *Green Economy*. Hal ini dikarenakan pemahaman akan

*Green Economy* masih sangat jauh dari kegiatan usaha mitra sehari-hari, sehingga perilaku mitra belum mencerminkan perilaku yang berwawasan ramah lingkungan. Hal ini terbukti dari beberapa hal hasil observasi yang dilakukan oleh tim PKM dalam bidang produksi maupun dibidang pemasaran kopi Al Jaidi dapat diketahui bahwa:

- a. Ditemukan adanya mesin *roasting* yang digunakan masih mempunyai cerobong asap yang masih terbuka, sehingga mengganggu sirkulasi udara diruang proses produksi
- b. Hasil pengamatan menunjukkan belum adanya tindakan dalam keamanan pangan, hal ini terlihat tenaga kerja dalam proses produksi belum dilengkapi dengan alat pelindung diri (APD) yang wajib digunakan saat melakukan proses produksi
- c. Masalah limbah kulit ari kopi hasil dari mesin *roasting* belum dimanfaatkan dan dibiarkan menumpuk
- d. Kurang berkualitاسnya kemasan produk kopi Al jaidi dilihat dari sudut keamanan pangan.
- e. Belum ada komitmen mitra dalam penerapan konsep *Green Economy* pada usaha kopinya.

Informasi lain yang didapat dari hasil kunjungan awal tim PKM dan melakukan wawancara mendalam dengan mitra yaitu:

- a. Adanya dampak pandemi *Covid 19* mitra mengalami penurunan omzet penjualan dalam kisaran 15%-20%, sehingga dalam mempertahankan usahanya pasca pandemi *Covid 19* diperlukan penguatan dalam pemasaran *online*, karena selama ini hanya berfokus pada jejaring pertemanan. Bukan berarti belum menyentuh pemasaran *online*, tetapi belum dilakukan secara maksimal. Hambatan yang dihadapi oleh mitra terkait pemasaran *online* adalah kurang mampu dalam pembuatan konten, *upload*, dan *update* konten, selain itu masalah waktu, belum punya tenaga kerja yang trampil dalam IT, jaringan internet juga menjadi kendala dalam pemasaran *onlinenya*. Oleh karena itu mitra membutuhkan penguatan terkait dalam pemasaran *online* untuk meningkatkan omzet penjualan.
- b. Dalam pengelolaan keuangan usaha, mitra juga belum melakukan pemisahan pencatatan antara keuangan usaha dan rumah tangga, sehingga mitra membutuhkan penguatan dalam bidang keuangan terkait dengan pencatatan transaksi keuangan sampai pelaporan keuangan.

## **1.2 Permasalahan Mitra**

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan ditemukan bahwa bapak Hasan AlJaidi sebagai mitra belum memahami konsep *Green Economy* dalam kegiatan usahanya, sehingga perilaku mitra belum mencerminkan perilaku yang berwawasan ramah lingkungan, sehingga dibutuhkan penguatan dibidang produksi dan bidang pemasaran yang berbasis *Green*

*Economy*. Selain itu mitra juga masih perlu penguatan dalam bidang pemasaran *digital* dan bidang keuangan untuk pembukuan transaksi keuangan serta penyusunan laporan keuangan. Adanya penguatan dalam 3 (tiga) bidang tersebut diharapkan mitra akan lebih mampu dalam mengelola usahanya secara profesional, sehingga dapat menjadi wirausaha yang semakin sukses pasca pandemi Covid 19.

Hasil diskusi Tim PKM dengan mitra, maka disepakati ada 3 (tiga) permasalahan yang akan diselesaikan dalam Program Kemitraan Masyarakat ini yaitu:

1. Mitra belum menerapkan konsep-konsep *Green Economy* dilingkungan usahanya
2. Kurangnya wawasan dan pengetahuan mitra dalam pemasaran *online* untuk meningkatkan penjualan produk kopinya
3. Kurangnya pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan

Selanjutnya tim PKM yang merupakan kolaborasi dosen antar prodi dan mahasiswa melakukan diskusi untuk menentukan solusi atas permasalahan yang telah disepakati dengan mitra. Masalah akan diselesaikan melalui Program Kemitraan Masyarakat yang didanai dari Hibah PKM Unggulan DIPA Universitas Dr Soetomo tahun 2022, dan kontribusi dari UKM Kopi Al Jaidi sebagai mitra.

## BAB 2. SOLUSI DAN TARGET LUARAN

### 2.1 Solusi Masalah yang Disepakati untuk Diselesaikan

Memperhatikan analisis situasi dan penetapan prioritas masalah yang akan diselesaikan dalam Program Kemitraan Masyarakat ini, maka pemberian solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra dibagi menjadi 3 (tiga) hal yaitu :

1. Memberikan edukasi tentang konsep *Green Economy*, untuk meningkatkan motivasi dan pengetahuan mitra, agar mitra termotivasi untuk berperilaku berwawasan ramah lingkungan dalam menjalankan usahanya.
2. Memberikan pelatihan pemasaran *online* untuk meningkatkan wawasan & pengetahuan mitra dalam bidang pemasaran secara *online* yang sangat mendesak untuk dilakukannya pasca pandemi Covid 19.
3. Memberikan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam pencatatan transaksi keuangan, serta penyusunan laporan keuangan, sehingga terjadi pemisahan pencatatan keuangan usaha dan keuangan dalam rumah tangga.

Adapun permasalahan dan solusi masalah yang disepakati dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini :

**Tabel 2.1 Permasalahan dan Solusi yang Disepakati**

No	Permasalahan	Solusi Yang Disepakati
1	Mitra belum menerapkan konsep-konsep <i>Green Economy</i> dilingkungan usahanya	Memberikan edukasi tentang konsep <i>Green Economy</i>

2	Kurangnya wawasan dan pengetahuan mitra dalam pemasaran online untuk meningkatkan penjualan produk kopinya	Memberikan pelatihan tentang pemasaran <i>online</i>
3	Kurangnya pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan & penyusunan laporan keuangan	Memberikan pelatihan dan pendampingan tentang pencatatan transaksi keuangan & penyusunan laporan keuangan

## 2.2 Luaran dan Target Capaian

Target capaian luaran pada Program Kemitraan Masyarakat dapat disajikan dalam tabel 2.2

**Tabel 2.2 Target Capaian Luaran Wajib**

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Keterangan
1.	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/Prosiding jurnal Nasional <sup>1)</sup>	accepted/published	Belum Tercapai (proses) Jurnal Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang.
2.	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya <sup>3)</sup> )	Tidak ada	
3.	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen) <sup>4)</sup>	Penerapan IPTEK Pemasaran <i>online</i>	Tercapai
4.	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan) <sup>2)</sup>	Tidak ada	
Luaran Tambahan (Lampiran I)			

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

Target capaian luaran tambahan pada Program Kemitraan Masyarakat dapat disajikan dalam tabel 2.3 :

**Tabel 2.3 Target Capaian Luaran Tambahan**

No.	Solusi Yang Ditawarkan	Perubahan	Indikator Capaian
-----	------------------------	-----------	-------------------

<b>Bidang Produksi</b>			
1.	Memberikan Edukasi tentang konsep <i>Green Economy</i>	Ada peningkatan pengetahuan mitra tentang penerapan konsep <i>Green Economy</i>	Memahami secara aktif dan menerapkan konsep <i>Green Economy</i> dalam lingkungan usahanya
<b>Bidang Pemasaran</b>			
2.	Memberikan pelatihan tentang pemasaran <i>online</i>	Peningkatan wawasan & pengetahuan mitra tentang pemasaran <i>online</i>	Memahami secara aktif pemasaran <i>online</i> untuk diimplementasikan dalam memasarkan produknya
<b>Bidang Keuangan</b>			
3.	Memberikan pelatihan dan pendampingan tentang pencatatan transaksi keuangan & penyusunan laporan keuangan	Peningkatan ketrampilan mitra tentang pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan	Trampil dalam mencatat transaksi keuangan usahanya dan menyusun laporan keuangan

Adapun riset dan pengabdian masyarakat yang pernah dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat ini di antaranya:

**Tabel 2.4 Riset dan Pengabdian Masyarakat Yang Pernah Dilakukan Oleh Tim**

No	Nama Tim	Riset dan Pengabdian Masyarakat
1	Andry Herawati	1. Membangun Keberlanjutan Bisnis Kuliner Pasca Pandemi Covid 19 : Refleksi Kegiatan PPM di Diestnasi Wana Wisata Padusan Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto (Abdimas. 2021) 2. Sosialisasi Motivasi Pebisnis sebagai Kunci Sukses Berbisnis di Era Post Normal Bagi UMKM Pertakina di Kabupaten Blitar (Abdimas. 2022)
2.	Sarwani	Sosialisasi Pemasaran Online dan Motivasi Pelaku Usaha Mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari (Abdimas. 2022)
3	Liling Lisytawati	Sosialisasi Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Pertakina di Kabupaten Blitar (Abdimas, 2021)
4	Sri Kamariyah	1. Trik Pemasaran Bisnis Kuliner Yang Meledakan Omet di Diestnasi Wana Wisata Padusan Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto (Abdimas, 2020) 2. Laporan Dipa : ‘ Peningkatan Unit Usaha BUMDes sambi Madu Desa Sambibulu Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo ‘ (Abdimas, 2021)
5	Didik Sugeng Widiarto	Pemanfaatan Instagram oleh akun @jelalajahblitar dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah (Riset, 2020)

## BAB 3. METODE PELAKSANAAN

### 3.1 Tahapan Pelaksanaan

Berdasarkan uraian sebelumnya, serta hasil diskusi dengan mitra, maka tahapan atau langkah-langkah yang ditempuh guna melaksanakan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra meliputi :



Gambar 3.1 Tahapan Metode Pelaksanaan

#### Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi :

- a. Pada tahap persiapan pertama ini diawali dengan kegiatan analisis kebutuhan (*needs survey*). Analisis kebutuhan dilaksanakan untuk menggali informasi dan merumuskan permasalahan yang dihadapi mitra, sehingga dapat dicari solusi pemecahan. Hasil kegiatan analisis kebutuhan ini menunjukkan bahwa :
  - Mitra belum menerapkan konsep-konsep *Green Economy* dilingkungan usahanya
  - Kurangnya wawasan dan pengetahuan mitra dalam pemasaran *online* untuk meningkatkan penjualan produk kopinya
  - Kurangnya pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan & penyusunan laporan keuangan
- b. Pada tahap persiapan kedua dilakukan persiapan yang terkait dengan penentuan peserta dan waktu kegiatan edukasi, pelatihan dan pendampingan dengan meminta pertimbangan mitra..
- c. Pada tahap persiapan ketiga ini dilakukan penyusunan materi yang akan disampaikan. Adapun materi-materi yang akan di berikan dalam edukasi konsep *Green Economy*, pelatihan tentang pemasaran *online*, dan pelatihan & pendampingan tentang pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan meliputi sebagai berikut:

1. Materi tentang konsep *Green Economy* sebagai konsep usaha yang berwawasan lingkungan
2. Materi tentang strategi pemasaran *online* untuk meningkatkan penjualan produk
3. Materi tentang pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan UKM

### **Tahap Pelaksanaan**

Setelah semua tahap-tahap persiapan, maka akan segera dilaksanakan edukasi, pelatihan, serta pendampingan kepada mitra. Dalam pelaksanaan PKM ini akan berkolaborasi dengan mahasiswa dari Prodi Administrasi Bisnis dengan kompetensi dibidang pemasaran,

Langkah-langkah pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan mitra. Hal ini diharapkan dapat memotivasi mitra untuk mengembangkan usaha secara lebih professional. Dalam mencapai hasil yang diharapkan dari tema PKM ini, maka metode yang diterapkan adalah sebagai berikut :

#### a. Edukasi Konsep *Green Economy*

Metode ini merupakan mekanisme untuk mentransfer pengetahuan kepada mitra. Kegiatan edukasi yang dilakukan terkait dengan konsep *Green Economy* bagi mitra, yang bertujuan agar mitra termotivasi untuk perilaku berwawasan ramah lingkungan dalam menjalankan usahanya serta bersedia menerapkan aspek-aspek ramah lingkungan dalam usaha mitra. Edukasi ini dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab.

#### b. Pelatihan Pemasaran *online*

Metode ini merupakan mekanisme yang bertujuan mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan mitra yang berguna untuk pengembangan kinerja bisnis dan pencapaian tujuan. Dalam mekanisme ini akan diberikan pelatihan pengelolaan pemasaran *online* khususnya terkait dengan pembuatan akun media sosial, pembuatan konten (pesan yang akan disampaikan). Harapannya setelah pelatihan ini dapat menimbulkan trik-trik cerdas dan ide-ide segar dalam mengelola pemasaran *online* yang baik. Pelatihan ini dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab seputar masalah pemasaran *online* yang dihadapi mitra.

#### c. Pelatihan dan pendampingan tentang pencatatan transaksi keuangan & penyusunan laporan keuangan.

Selain bidang pemasaran, pengelolaan bidang keuangan juga akan menentukan kesuksesan usaha, maka pelatihan dan pendampingan yang ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan yang terfokus di bidang keuangan yaitu pencatatan transaksi keuangan yang dilakukan mitra, dan penyusunan laporan keuangan yang sangat penting bagi mitra,

agar mitra dapat memisahkan antara keuangan usaha dengan keuangan untuk kebutuhan rumah tangga. Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan dengan cara ceramah, tanya jawab serta mempraktikkan pencatatan transaksi hingga penyusunan laporan keuangan.

Dalam merealisasikan kegiatan tersebut Bapak Hasan Al Jaidi sebagai mitra dalam kegiatan PKM ini menyambut baik rencana program kegiatan edukasi konsep *Green Economy*, pelatihan pemasaran *online*, serta pelatihan & pendampingan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan usaha. Kontribusi dari mitra terkait dengan kegiatan yang akan dilakukan yaitu penyiapan tempat kegiatan yang akan dilakukan, mempersiapkan tenaga kerja yang akan ikut program kegiatan sesuai bidangnya, termasuk menyiapkan alat-alat dan bahan yang dibutuhkan, dan mempersiapkan konsumsi bagi peserta kegiatan

### **Tahap Evaluasi**

Dalam pengukuran peningkatan pengetahuan, pemahaman, dan ketrampilan mitra, proses internalisasi dan adopsi perlu dilakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk melihat efektivitas pelaksanaan program kegiatan, baik kegiatan edukasi konsep *Green Economy*, pelatihan pemasaran *online*, dan pelatihan & pendampingan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan usaha. Dari hasil evaluasi yang telah dilakukan, akan dianalisis oleh tim PKM untuk mengetahui keefektifan program kegiatan, sehingga jika hasil evaluasi diperlukan adanya perbaikan, maka akan dilakukan perencanaan perbaikan dengan melakukan pembinaan berkelanjutan pada mitra dengan menerapkan metode konsultasi, metode ini diharapkan dapat membantu mencari solusi bagi permasalahan yang dihadapi mitra dan membantu mitra memformulasikan strategi usahanya.

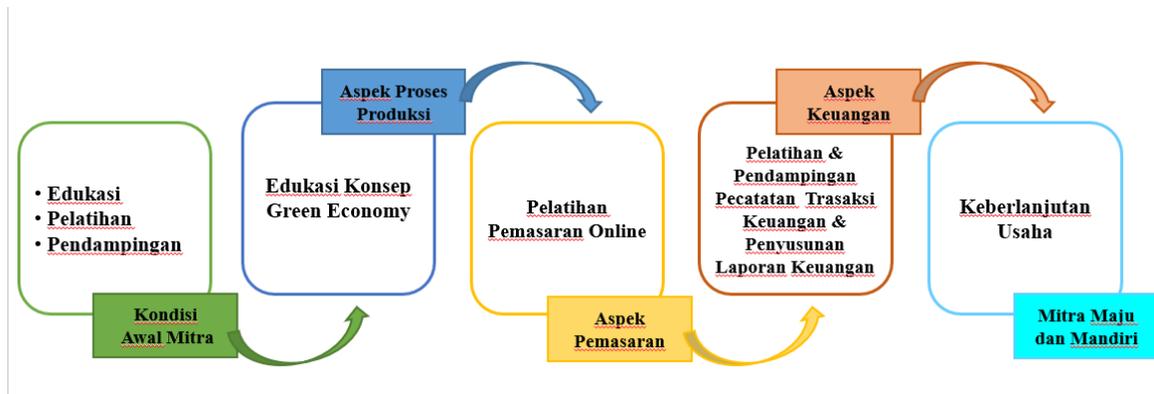
Adapun rancangan kegiatan PKM bagi mitra terkait dengan permasalahan, solusi, target capaian dan kompetensi tim dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Prioritas Permasalahan Mitra, Solusi, Target Capaian, dan Kompetensi Tim

No.	Permasalahan	Solusi	Indikator Capaian	Kompetensi Tim
1	<b>Bidang Produksi:</b> Mitra belum menerapkan konsep-konsep <i>Green Economy</i> dilingkungan usahanya	Memberikan edukasi konsep <i>Green Economy</i>	Memahami secara aktif dan menerapkan konsep <i>Green Economy</i> dalam lingkungan usahanya	Bidang Produksi & Sumberdaya Manusia
2	<b>Bidang Pemasaran :</b> Kurang nya wawasan dan pengetahuan mitra dalam pemasaran <i>online</i> untuk meningkatkan penjualan produk kopinya	Memberikan pelatihan untuk meningkatkan wawasan & ketrampilan mitra dalam mengelola pemasaran <i>online</i>	Memahami secara aktif pemasaran <i>online</i> untuk diimplementasikan memasarkan produknya	Bidang Pemasaran & Komunikasi
3	<b>Bidang Keuangan :</b> Memberikan pelatihan dan pendampingan tentang pencatatan transaksi keuangan & penyusunan laporan keuangan	• Memberikan pelatihan dan pendampingan tentang pencatatan transaksi keuangan & penyusunan laporan keuangan	Trampil dalam mencatat transaksi keuangan usahanya dan menyusun laporan keuangan	Bidang Keuangan

### 3.2 Gambaran IPTEK

Gambaran iptek yang akan di implementasikan di mitra sasaran dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3.2 Gambaran Iptek yang akan diterapkan

## BAB 4 . HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

### 4.1 Hasil yang di capai

Program Kemitraan Masyarakat tentang Penguatan UKM Kopi Al Jaidi Berbasis *Green Economy* di Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar ini telah dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai September 2022

Adapun hasil kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yang telah dilakukan dan luaran yang dicapai dapat diuraikan adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan survey dan kunjungan awal ke mitra UKM Kopi Al Jaidi yang telah dilakukan, dari hasil survey dapat diidentifikasi masalah yang sedang dihadapi mitra adalah terkait dengan bidang produksi, bidang pemasaran, dan bidang keuangan. Adapun permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra dapat dirumuskan sebagai berikut :
  - a. Mitra belum menerapkan konsep-konsep *Green Economy* dilingkungan usahanya
  - b. Kurangnya wawasan dan pengetahuan mitra dalam pemasaran *online* untuk meningkatkan penjualan produk kopi
  - c. Kurangnya pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan

Ketiga permasalahan tersebut telah diatasi dengan dana hibah DIPA Unggulan Program Kemitraan Masyarakat Universitas Dr. Soetomo, dengan program yang telah disepakati dengan Mitra sesuai jadwal kegiatan.

2. Hasil pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat untuk menyelesaikan masalah mitra dapat diuraikan sebagai berikut :
  - a. Masalah Mitra belum menerapkan konsep-konsep *Green Economy* di lingkungan usahanya, solusi yang ditawarkan dengan memberikan edukasi konsep *Green Economy*.**

*Green Economy* merupakan gagasan ekonomi untuk tujuan meningkatkan kesejahteraan dan kesetaraan sosial masyarakat sekaligus mengurangi kerusakan lingkungan dengan salah satu langkah strategi yang dilakukan adalah mendorong para pelaku usaha untuk berkomitmen dan berperilaku ramah lingkungan. (Lako, 2018).

Tantangan dalam penerapan konsep *Green Economy*, banyak berasal dari para pelaku usaha sendiri. Berbagai tantangan terkait dengan adopsi konsep dan pemahaman akan praktek usaha yang berwawasan lingkungan, dimana salah satu tantangannya berasal dari para pemilik UKM mengenai pemahaman dan kemauannya untuk mengimplementasikan konsep ini (Zulfikar & Mayvita, 2019). Dalam penelitiannya tentang kewirausahaan bisnis hijau di daerah metropolitan di Romania adalah bahwa tingkat kepedulian para pelaku usaha (wirausahawan) hanya sebatas kewajiban saja. Oleh karenanya pelaksanaan edukasi sesuai dengan kondisi UKM sangat diperlukan dalam rangka menumbuhkan kesadaran mitra untuk melakukan aktifitas usaha yang ramah lingkungan (Borza & Talmaciu, 2014).

Hal tersebut sesuai dengan kondisi mitra yang masih terlihat bahwa kelangsungan usaha belum begitu memperhatikan aspek-aspek penting usaha yang berwawasan ramah lingkungan atau *Green Economy*, dikarenakan pemahaman akan *Green Economy* masih sangat jauh dari kegiatan usaha mitra sehari-hari, sehingga perilaku mitra belum mencerminkan perilaku yang berwawasan ramah lingkungan. Dari hasil observasi terhadap proses produksi kopi Al Jaidi didapatkan bahwa:

- 1) Mesin roasting yang digunakan dalam proses produksi mempunyai cerobong asap yang masih terbuka dan itu hanya dibantu dengan blower saja seperti pada gambar 4.1, sehingga mengganggu sirkulasi udara diruang proses produksi.



Gambar 4.1 Mesin *Roasting* dan *Blower* di Ruang Proses Produksi Kopi Al Jaidi

- 2) Hasil pengamatan menunjukkan belum adanya tindakan dalam keamanan pangan, hal ini terlihat tenaga kerja dalam proses produksi belum dilengkapi dengan alat pelindung diri (APD) yang wajib digunakan saat melakukan proses produksi, seperti terlihat pada gambar 4.2. menunjukkan mitra dalam proses produksi kopi Al Jaidi tidak dilengkapi dengan alat pelindung diri minimal yang harus mitra gunakan saat melakukan proses produksi kopinya antara lain: Topi (Hats/cap), Baju APD, Masker, dan sarung tangan.



Gambar 4.2 Mitra Belum Menggunakan APD Saat Proses Produksi Kopi

- 3) Masalah limbah kulit ari kopi hasil dari mesin roasting belum dimanfaatkan dan dibiarkan menumpuk, selain itu juga ditemukan limbah kulit ari kopi hasil dari mesin roasting yang dibiarkan menumpuk seperti terlihat pada gambar 4.3 berikut ini :



Gambar 4.3 Limbah Kulit Ari Kopi

Limbah kopi dari hasil mesin roasting masih belum dimanfaatkan oleh mitra, dimana limbah tersebut sebenarnya bisa dijadikan produk yang lebih bernilai sehingga punya nilai jual.

- 4) Dari hasil observasi terhadap bidang pemasaran kopi Al Jaidi didapatkan bahwa: kurang berkualitasnya bahan kemasan produk kopi Al Jaidi dilihat dari sudut keamanan pangan.

Kemasan bubuk kopi perlu dipilih dengan tepat agar produk kopi bisa terjaga dengan baik. Selain itu kemasan bubuk kopi perlu ditentukan dengan tepat agar tampilannya juga sesuai dengan brand dari produk kopi itu sendiri. Pada dasarnya kemasan bubuk kopi jenisnya beragam dan bisa dipilih sesuai dengan kebutuhan. Kemasan bubuk kopi sebagai alat yang digunakan untuk menjaga produk agar steril, pemilihan kemasan sangat menentukan kualitas produk kopi yang dihasilkan.

Pada hari Jumat, 19 Agustus 2022 melalui Program Kemitraan Masyarakat ini telah dilaksanakan edukasi tentang konsep *Green Economy* untuk mitra yang disampaikan oleh tim bidang produksi dan sumber daya manusia seperti terlihat di gambar 4.4 Edukasi ini merupakan wujud transfer *knowledge* yang diharapkan dapat meningkatkan motivasi mitra untuk menerapkan konsep *Green Economy* dalam

usahanya.



Gambar 4.4 Edukasi Konsep *Green Economy*

Mitra telah di edukasi untuk memahami konsep *Green Economy* dan penerapannya dilingkungan usaha. Sebagai mentor tim PKM bidang produksi dan sumberdaya manusia telah memberikan edukasi tentang penerapan lingkungan usaha yang ramah lingkungan.

Adapun hasil yang telah dicapai dari edukasi tersebut adalah:

- 1) Mitra akan melakukan rekayasa ulang mesin roasting, karena cerobong asap mesin tidak ramah lingkungan, dan akan melakukan maintenance mesin roasting secara berkala.
- 2) Mitra memahami pentingnya Alat Pelindung Diri saat melakukan proses produksi, dan berkomitmen untuk menggunakan APD saat melakukan proses produksi. Hal ini dikarenakan Alat Pelindung Diri merupakan seperangkat alat keselamatan yang digunakan oleh pekerja untuk melindungi seluruh atau sebagian tubuhnya dari kemungkinan adanya pemaparan potensi bahaya lingkungan kerja terhadap kecelakaan dan penyakit akibat kerja.
- 3) Mitra mengetahui akan kemanfaatan limbah kulit ari kopi yang dihasilkan dari proses produksi kopi. Mitra dapat memanfaatkan limbah kulit ari kopi untuk dijadikan produk yang bermanfaat seperti: teh cascara dan menjadi pupuk kompos, sehingga

limbah kulit ari kopi yang tadinya tidak bermanfaat bisa dijadikan produk yang bernilai.

- 4) Mitra mengetahui pentingnya pemilihan bahan kemasan kopi dan berkomitmen untuk mengevaluasi bahan kemasan produk kopinya dan akan menggantinya dengan bahan kemasan yang memenuhi syarat keamanan pangan. Hal ini dikarenakan pemilihan kemasan bubuk kopi yang tepat, akan dapat menjaga kualitas produk kopi bisa dengan baik. Selain itu kemasan bubuk kopi perlu ditentukan dengan tepat agar tampilannya juga sesuai dengan brand dari produk kopi itu sendiri. Pada dasarnya kemasan bubuk kopi jenisnya beragam dan bisa dipilih sesuai dengan kebutuhan. Kemasan bubuk kopi sebagai alat yang digunakan untuk menjaga produk agar steril, pemilihan kemasan sangat menentukan kualitas produk kopi yang dihasilkan.

**b. Masalah kurangnya wawasan dan pengetahuan mitra dalam pemasaran online untuk meningkatkan penjualan produk kopi, solusi yang ditawarkan memberikan pelatihan pemasaran *online***

Pemasaran *online* atau sering disebut dengan *online marketing* merupakan segala usaha (bisnis) yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk melalui atau menggunakan media online yaitu internet. Media *online* dalam aktivitas pemasaran dapat menggunakan beberapa media sosial yang saat ini sangat diminati konsumen. Media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan rekan-rekan dengan menambahkan mereka ke jaringan teman-teman, yang memfasilitasi komunikasi, khususnya diantara kelompok sebaya. Pemasaran media sosial memberikan kesempatan kepada konsumen maupun pemasar untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman di manapun mereka berada (Konzinets et al., 2010)

Berdasarkan hal tersebut, pemasaran *online* menjadi hal yang sangat mendesak untuk dilakukan setelah masa pandemi covid'19 agar dapat mendongkrak penjualan kopi Al Jaidi. Pada hari Sabtu, 20 Agustus 2022 melalui Program Kemitraan Masyarakat ini, telah dilaksanakan kegiatan pelatihan pemasaran *online* bagi mitra oleh Tim Pemasaran dan Komunikasi seperti terlihat pada gambar 4.5 Pelatihan ini wujud transfer *knowledge* yang menghasilkan peningkatan wawasan dan pengetahuan mitra tentang pemasaran *online*. Selain itu sebagai hasil dari proses transfer *skill* juga telah meningkatkan ketrampilan mitra dalam mengelola akun media sosial untuk mendongkrak penjualan. Mitra telah di latih tentang cara membuat akun dan menggugah konten dimedia sosial dan bagaimana membuat konten dalam bentuk foto dan video yang kreatif dan menarik

perhatian. Sebagai mentor tim bidang pemasaran dan komunikasi dan dibantu tim mahasiswa, telah memberikan trik-trik sukses menerapkan pemasaran *online* dan terlibat secara langsung membantu mencari solusi atas masalah pemasaran *online* yang dihadapi mitra .



Gambar 4.5 Pelatihan Pemasaran *Online*

Penerapan Pemasaran *online* dan meningkatkan interaksi di media sosial. Mitra yang sebelum pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini belum memiliki akun media sosial, untuk itu dilakukan pendampingan dalam pembuatan akun media sosial seperti yang terlihat pada gambar 4.6



Gambar 4.6 Pelatihan Pembuatan Akun Media Sosial dan Konten

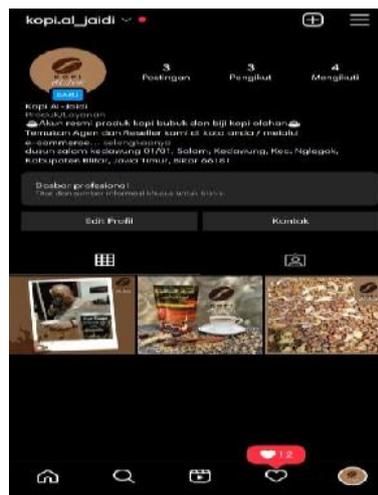
Hasilnya mitra telah mempunyai logo produk, akun Facebook : Kopi Al-Jaidi, akun Instagram : kopi.Al\_Jaidi, dan akun *Youtube* : Kopi Al Jaidi Blitar seperti yang terlihat pada gambar 4.7, 4.8, 4.9, dan 4.10.



Gambar 4.7 Logo Produk Kopi Al Jaidi



Gambar 4.8 Akun Facebook Kopi Al Jaidi Blitar



Gambar 4.9 Akun Instagram Kopi Al Jaidi Blitar



Gambar 4.10 Akun *Youtube* Kopi Al Jaidi Blitar

Pada akhir pelatihan pemasaran *online* kepada Mitra telah dilakukan penyerahan desain logo kopi Al Jaidi dan akun media sosial yang terdiri : email, username dan password masing- masing akun media sosial seperti terlihat pada gambar 4.11



Gambar 4.11 Penyerahan Logo Produk & Akun Media Sosial Kepada Mitra

**c. Masalah kurangnya pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan, solusi yang ditawarkan memberikan pelatihan dan pendampingan**

Dalam pengelolaan keuangan usaha, mitra belum melakukan pemisahan pencatatan antara keuangan usaha dan rumah tangga, sehingga mitra membutuhkan penguatan dalam bidang keuangan terkait dengan pencatatan transaksi keuangan sampai pelaporan keuangan. Pada hari Minggu, 21 Agustus 2022 melalui Program Kemitraan Masyarakat ini, telah dilaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan bagi mitra oleh Tim bidang keuangan seperti terlihat pada gambar 4.12 dan contoh form pelatihan pencatatan transaksi keuangan seperti terlihat pada gambar 4.13



Gambar 4.12 Pelatihan pencatatan transaksi keuangan & Laporan Keuangan

KETERANGAN		KETERANGAN		KETERANGAN	
No	Uraian	No	Uraian	No	Uraian
1	Saldo Awal	1	Saldo Awal	1	Saldo Awal
2	Saldo Akhir	2	Saldo Akhir	2	Saldo Akhir
3	Saldo Awal	3	Saldo Akhir	3	Saldo Awal
4	Saldo Akhir	4	Saldo Awal	4	Saldo Akhir
5	Saldo Awal	5	Saldo Akhir	5	Saldo Awal
6	Saldo Akhir	6	Saldo Awal	6	Saldo Akhir

NERACA		LAPORAN LABA RUGI	
PER 30 JUNI 2005		UNTUK BULAN YANG BERAKHIR PADA 30 JUNI 2005	
	Kewajiban dan Modal Pemilik	Pendapatan	
47650000	Kewajiban	Pendapatan Jasa	2000000
350000	Hutang Dagang	Beban Operasi	
	Modal Pemilik	Beban Gaji	750000
	Modal Dewi KS	Beban Sewa	1000000
		Beban Operasi	1750000
50150000	Total Kewajiban dan Modal Pemilik	Laba Bersih	250000

Gambar : 4.13 Contoh Form Pencatatan Transaksi Keuangan dan Laporan Keuangan

Proses pendampingan penerapan pencatatan transaksi keuangan telah menunjukkan hasil berupa mitra mulai memahami antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga harus dipisahkan. Mitra berusaha untuk mampu memahami cara pencatatan transaksi yang terjadi setiap harinya, serta penyusunan laporan keuangan usaha. Mitra menyadari pentingnya adanya pemisahan pengolahan keuangan antara usaha dan rumah tangga.

3. Adapun tahap evaluasi pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat dilakukan pada hari Minggu, 11 September 2022 dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Evaluasi terhadap hasil edukasi konsep *Green Economy* yang telah dilakukan kepada mitra didapatkan hasil bahwa:

- 1) Mitra telah mempunyai rancangan untuk merekayasa mesin roasting dengan cerobong asap yang lebih ramah lingkungan, dan rekayasa mesin roasting akan dikerjakan sendiri oleh mitra. Hal ini sebagai bentuk komitmen mitra dalam penerapan konsep ramah lingkungan di dalam proses produksi kopinya.
- 2) Mitra sudah memiliki Alat Perlindungan Diri yang dipakai saat melakukan proses produksi kopi sebagai bentuk komitmen mitra dalam menjalankan keamanan pangan seperti yang terlihat pada gambar 4.14 dan Gambar 4.15



Gambar : 4.14 Alat Pelindung Diri Yang Digunakan Mitra Saat Proses Produksi



Gambar : 4.15 Penampilan Mitra Sebelum dan Sesudah Menggunakan APD

- 3) Mitra sudah memanfaatkan limbah kulit ari kopi menjadi pupuk kompos, sebagai bentuk komitmen atas pengolahan limbah kulit ari kopi yang dihasilkan oleh mesin roastingnya menjadi produk yang bermanfaat.

4) Mitra telah melakukan evaluasi terhadap kemasan produk kopi yang digunakan saat ini sebagai bentuk komitmen mitra terhadap kemasan produk kopi yang memenuhi syarat keamanan pangan. Hasil evaluasi kemasan produk kopi Al Jaidi sudah menggunakan *Aluminium Foil*, dan *Paper Foil*. Adapun kelebihan kemasan aluminium foil dan paper foil adalah sebagai berikut:

1. Memiliki daya simpan tinggi
2. Kuat dan tidak mudah sobek
3. Tahan terhadap proses pemanasan sterilisasi
4. Resisten terhadap penetrasi lemak, minyak atau komponen makanan lainnya
5. Tahan terhadap sinar UV

Varian kemasan produk kopi Al Jaidi dapat diuraikan dalam tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Varian Kemasan Produk Kopi Al Jaidi**

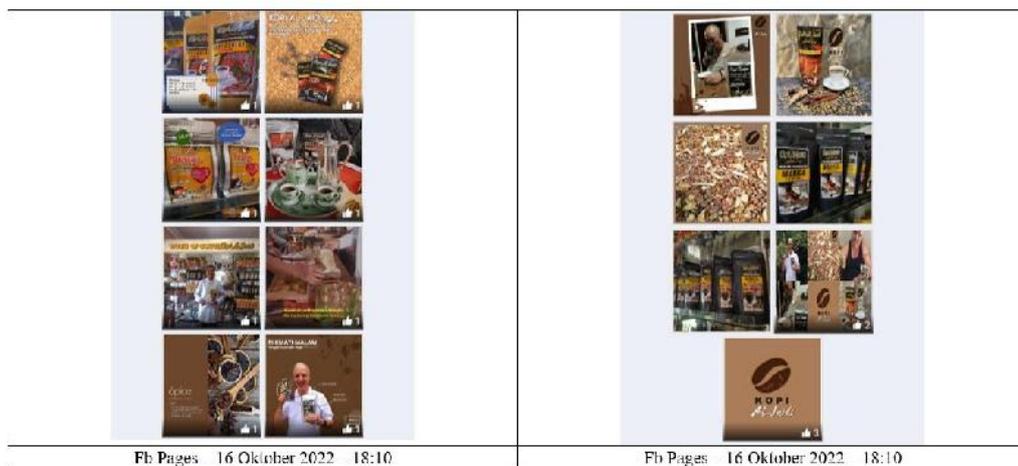
No.	Varian Produk	Deskripsi Produk	Foto Produk
1	<b>Kopi Rempah Arab</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karya Anak bangsa yang menyajikan perpaduan dan taste kopi yang kenikmatannya menjadi kebanggaan kopi Indonesia.</li> <li>• Perpaduan yang menghasilkan kua litas dan keberkahan bagi penik mat kopi.</li> <li>• Komposisi: Kopi Robusta, Jahe, Kapulaga, Kayu Manis, Cengkeh, Ketumbar, dan Pala</li> <li>• Berat Netto : 100 gram</li> <li>• Rp 54.150</li> <li>• Kemasan Produk Aluminium Foil</li> </ul>	
2	<b>Kopi Turki</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kopi ini kekayaan kuliner nusantara yang resepnya di adopsi dari leluhur agar bisa dinikmati seluruh lapisan masyarakat Indonesia dan bersama-sama sehat dan bahagia.</li> <li>• Spesial dari lereng Gunung Kelud Blitar dipadu dengan rempah-rempah yang ber kualitas.</li> <li>• Komposisi: Kopi arabika (arabica coffee), Kapulaga (cardamom) dan rempah-rempah lain yang berkualitas campuran dari kopi arabica dan berbagai rempah</li> <li>• Berat Netto : 250 gram</li> <li>• Rp 87.000</li> <li>• Kemasan Produk Aluminium Foil</li> </ul>	
3	<b>Kopi Robusta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kopi Robusta Original asli Blitar yang tumbuh di lereng Gunung Kelud diatas ketinggian 1000 Mdpl.</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kopi Murni tanpa bahan tambahan yang lain.</li> <li>• Komposisi : 100% Kopi Robusta Asli dan Murni.</li> <li>• Berat Netto : 130 gram</li> <li>• Rp 25.000</li> <li>• Kemasan Produk: <i>Paper Foil</i></li> </ul>	
4	<b>Kopi Arabica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kopi Al Jaidi Arabica Original adalah kopi arabika hasil dari perkebunan tanaman kopi dari lereng Gunung Kelud Blitar yang mempunyai cita rasa khas dan unik. Spesial dari lereng Gunung Kelud Blitar, Jawa Timur.</li> <li>• Komposisi: Kopi arabika (arabica coffee) murni 100%.</li> <li>• Berat Netto : 250 gram</li> <li>• Rp 50.000</li> <li>• Kemasan Produk: <i>Paper Foil</i></li> </ul>	
5	<b>Kopi Coklat Rempah</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kopi Coklat Rempah terbuat dari kopi rempah dan coklat asli Blitar dan tanpa campuran bahan lain.</li> <li>• Komposisi : Kopi murni rempah 25% + Coklat murni Blitar 75%</li> <li>• Manfaat : Kopi dan coklat murni, manfaat kopi dan coklat pada umumnya.</li> <li>• Berat Netto : 100 gram</li> <li>• Harga : Rp 114.000</li> <li>• Kemasan Produk: <i>Paper Foil</i></li> </ul>	
6	<b>Kopi Bahagia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kopi bahagia merupakan perpaduan antara kopi lanang dan rempah-rempah.</li> <li>• Kopi ini campuran kopi robusta dan kopi lanang (Arab, Madura, Jawa) dengan khasiatnya untuk meningkatkan stamina</li> <li>• Komposisi : Kopi Arabica Murni, Habatulsauda, Jinten, Biji Kurma, Cabe Jamu, Kapulaga Hijau dll.</li> <li>• Manfaat : melancarkan peredaran darah, menambah imunitas, meng atasi diabet, vitalitas pria, dll.</li> <li>• Berat Netto : 100 gram</li> <li>• Harga : Rp 60.000</li> <li>• Kemasan Produk Aluminium Foil</li> </ul>	
7	<b>Wedang Jawara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wedang Jawara Jahe Bubuk menyajikan perpaduan kopi dan taste jahe. Perpaduan yang menghasilkan kua litas dan keberkahan bagi penikmat jahe.</li> <li>• Komposisi: Jahe, Kayu Secang, Kayu Manis, Cengkeh, Sereh, Kapulaga, Gula Pasir</li> <li>• Berat Netto : 250 gram</li> <li>• Harga : Rp 90.000</li> <li>• Kemasan Produk: <i>Paper Foil</i></li> </ul>	

Sumber : UKM Kopi Al Jaidi Kabupaten Blitar

- b. Evaluasi terhadap pelatihan pemasaran *online* yang telah dilakukan kepada mitra didapatkan hasil bahwa mitra telah memelihara akun media sosialnya dengan rutin mengunggah konten tentang produk Kopi Al Jaidi yang antara lain berisi tentang macam-macam produk yang ditawarkan, harga produk, cara pemesanan dan pembayaran, waktu pemesanan, fasilitas pesan antar /delivery order, dan informasi lainnya. Selanjutnya untuk melihat respon dari *viewer* maupun pengikut di media sosial telah dilakukan posting produk di akun *Facebook* sebanyak 10 kali seperti terlihat pada gambar 4.16

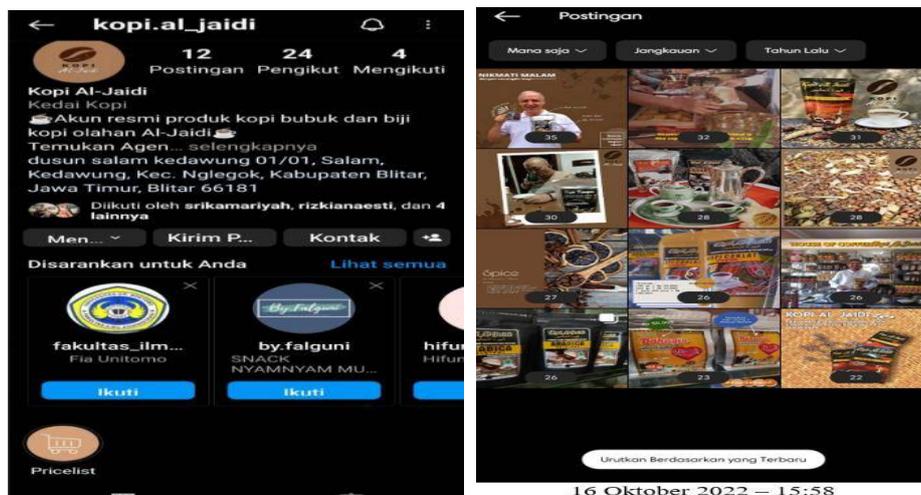
Facebook & Facebook Page-Konten



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100086109474735>

Gambar 4.16 Postingan Produk Kopi Al Jaidi di Facebook

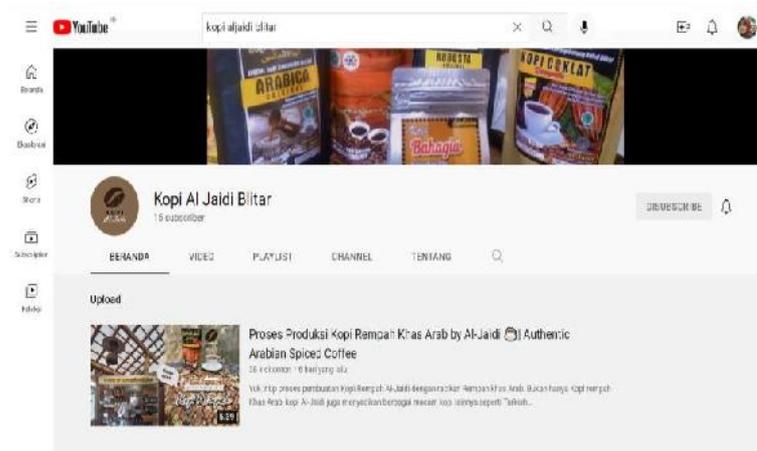
Postingan produk kopi Al Jaidi di akun Instagram sebanyak 12 postingan seperti terlihat pada gambar 4.17



[https://instagram.com/kopi.al\\_jaidi?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/kopi.al_jaidi?igshid=YmMyMTA2M2Y=)

#### Gambar 4.17 Postingan Produk Kopi Al Jaidi di Instragram

Mengupload konten edukasi tentang proses produksi kopi Al Jaidi dalam bentuk video ke *Youtube* seperti terlihat pada gambar 4.18



<https://www.youtube.com/channel/UCNGZxsE14hpJxiKYsU7rWdA>

Gambar 4.18 Video Konten Edukasi Proses Produksi Produk Kopi Al Jaidi di Instragram

Berdasarkan capaian yang terekam tampak bahwa setelah diunggah secara rutin konten di media sosial Kopi Al Jaidi, perkembangan jumlah pengikut di media sosial menjadi lebih banyak dibanding sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa ada kehidupan media sosial yang terlihat dari unggahan konten yang rutin, mendapat perhatian dari para viewer dan menarik minat untuk mengikuti media sosial Kopi Al Jaidi

- c. Evaluasi terhadap pelatihan dan pendampingan bidang keuangan yang telah dilakukan kepada mitra didapatkan hasil bahwa hasil evaluasi kegiatan ini mitra sudah mampu melakukan pencatatan transaksi keuangan untuk setiap harinya, dan mampu menyusun laporan keuangan usaha untuk setiap bulannya.

Hasil kegiatan Program Kemitraan Masyarakat tersebut selanjutnya akan disajikan dalam bentuk tabel 4.2

**Tabel 4.2 Hasil Pelaksanaan Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat**

No.	Jadwal Pelaksanaan Kegiatan	Pelaksanaan Kegiatan	Pelaksanaan	Luaran
1	5 sd 7 Agustus 2022	<p>Survey &amp; kunjungan pendahuluan ke Mitra</p> <p>Adapun kegiatan yang dilakukan sbb :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Komunikasi awal tentang rencana kegiatan antara Tim Pelaksana dengan Mitra Usaha</li> <li>b. Identifikasi Masalah yang dihadapi Mitra tentang awal berdirinya usaha, proses produksi, pemasaran prouk, &amp; Omset Penjualan.</li> <li>c. Menentukan jadwal pelaksanaan kegiatan</li> </ol>	Tim PKM & Mitra	Jadwal Kegiatan PPM
2	10 sd 12 Agustus 2022	<p>Persiapan penyusunan materi untuk disampaikan pada kegiatan PKM di mitra yaitu meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Penyusunan materi untuk memberikan edukasi terkait dengan Green Economy</li> <li>b. Penyusunan materi untuk pelatihan pemasaran online</li> <li>c. Penyusunan materi untuk pelatihan dan pendampingan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan</li> </ol>	Tim PKM	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Materi konsep <i>Green Economy</i> sebagai konsep usaha yang berwawasan lingkungan</li> <li>b. Materi strategi pemasaran <i>online</i> untuk meningkatkan penjualan produk</li> <li>c. Materi tentang pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan UKM</li> </ol>
2	19 Agustus 2022	Pelaksanaan Edukasi tentang konsep <i>Green Economy</i> dan penerapannya dalam usaha	Tim PKM bidang produksi dan sumber daya manusia	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Meningkatnya motivasi mitra untuk merekayasa ulang mesin roasting yang ramah lingkungan</li> <li>b. Meningkatnya kesadaran</li> </ol>

				<p>Mitra untuk menggunakan ADP saat melakukan proses produksi kopi</p> <p>c. Meningkatnya kemampuan mitra untuk memanfaatkan limbah kulit ari kopi untuk dijadikan produk yang bermanfaat</p> <p>d. Meningkatnya kesadaran mitra untuk menggunakan bahan kemasan produk yang memenuhi syarat keamanan pangan</p>
3	20 Agustus 2022	Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran <i>Online</i>	Tim PKM Bidang Pemasaran & Komunikasi	<p>a. Desain Logo Produk Kopi Al Jaidi</p> <p>b. Akun Facebook : Facebook : Kopi Al-Jaidi</p> <p>c. Akun Instagram : kopi.al_jaidi</p> <p>d. Akun <i>Youtube</i> : Kopi Al Jaidi Blitar</p>
4	21 Agustus 2022	Pelatihan dan Pendampingan pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan	Tim PKM Bidang Keuangan	<p>a. Ada pencatatan transaksi keuangan</p> <p>b. Ada laporan keuangan usaha</p>
5	11 September 2022	Evaluasi terhadap pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat yang telah dilakukan di UKM Kopi Al Jaidi	Tim PKM	<p>a. Ada rancangan untuk merekayasa mesin roasting dengan cerobong asap yang lebih ramah lingkungan</p> <p>b. Sudah memiliki alat perlindungan diri yang dipakai saat</p>

				<p>melakukan proses produksi kopi</p> <p>c. Sudah memanfaatkan limbah kulit ari kopi menjadi produk yang bermanfaat yaitu pupuk kompos</p> <p>d. Kemasan produk kopi Al Jaidi sudah menggunakan Aluminium Foil, dan Paper Foil yang sudah memenuhi keamanan pangan</p> <p>e. Ada posting produk di media sosial</p> <p>f. Ada upload Video konten edukasi tentang proses produksi kopi Al Jaidi di <i>Youtube</i></p>
6	19 September sd 30 September 2022	Penulisan Laporan Akhir hasil pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat	Tim PPM	Laporan Akhir
7	4 Oktober sd 7 Oktober 2022	Penulisan hasil pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat dalam bentuk jurnal untuk dipublikasikan	Tim PPM	Jurnal untuk dipublikasikan

#### 4.2 Luaran Yang Dicapai

Hasil Luaran yang telah dicapai melalui pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Luaran wajib yang dicapai pada Program Kemitraan Masyarakat adalah Publikasi ilmiah di jurnal. Jadi hasil Program Kemitraan Masyarakat yang telah dilakukan ini akan dipublikasikan dalam bentuk jurnal yaitu di jurnal *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*.
2. Luaran tambahan yang dicapai pada Program Kemitraan Masyarakat adalah:
  - a. Mitra sudah membuat rancangan untuk merekayasa mesin *roasting* dengan cerobong asap yang lebih ramah lingkungan
  - b. Sudah memiliki alat perlindungan diri yang dipakai saat melakukan proses produksi kopi

- c. Sudah memanfaatkan limbah kulit ari kopi menjadi produk yang bermanfaat yaitu pupuk kompos
- d. Kemasan produk kopi Al Jaidi sudah menggunakan *Aluminium Foil*, dan *Paper Foil* yang sudah memenuhi syarat keamanan pangan.
- e. Ada desain logo kopi Al Jaidi yang dapat meningkatkan citra produk kopi Al Jaidi menjadi semakin baik, sehingga semakin banyaknya pelanggan yang mengenal produk kopi Al Jaidi
- f. Ada akun media sosial yang meliputi : akun *Facebook*, akun *IG*, dan akun *Yotube*, dan ada pembuatan konten edukasi tentang proses produksi mitra dalam bentuk video yang diupload di *Yotube*.
- g. Ada pencatatan transaksi keuangan & laporan keuangan usaha

## **BAB 5. PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Program Kemitraan Masyarakat bertema “PKM Penguatan UKM Kopi Al Jaidi Berbasis *Green Economy* Di Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar” telah dapat dijalankan dengan baik Kerjasama antar tim PKM yang baik dan peran serta aktif dari mitra dalam kegiatan PKM ini, maka semua permasalahan yang telah disepakati bersama mitra dapat terselesaikan.

Program Kemitraan Masyarakat telah sampai pada tahapan dilaksanakannya kegiatan edukasi konsep *Green Economy* dan penerapannya dalam usaha, kegiatan pelatihan pemasaran online, dan pelatihan & pendampingan pencatatan transaksi keuangan.

Luaran dari Program Kemitraan Masyarakat adalah ada rencana rekayasa mesin roasting yang ramah lingkungan, ada pemanfaatan limbah kulit ari kopi menjadi pupuk kompos, desain logo produk kopi Al Jaidi, ada akun media sosial yaitu akun Facebook, akun IG dan akun *Youtube*, dan ada posting produk kopi Al Jaidi di media sosial, ada *upload* Video konten edukasi tentang proses produksi kopi Al Jaidi di *Youtube*, dan ada Ada pencatatan transaksi keuangan & laporan keuangan usaha mitra

Selanjutnya telah dilakukan tahap evaluasi untuk melihat tingkat keberhasilan Program Kemitraan Masyarakat ini, dan telah dibuat laporan akhir hingga penulisan jurnal yang direncanakan akan dipublikasikan.

### **5.2 Saran**

Hasil Program Kemitraan Masyarakat ini diharapkan dapat dijalankan dengan baik oleh Mitra, agar usaha kopi Al Jaidi dapat berkembang dimasa yang akan datang, sehingga

diharapkan dapat menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar untuk terlibat dalam memasarkan produk kopi Al Jaidi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Astutiningsih, S. E., & Sari, C. M. (2017). Empowerment Of Agroindustry Groups in An Effort To Accelerate East Java;s Economic Growth. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.20473/jiet.v2i1.5500>
- Borza, M., & Talmaciu, M. (2014). Incidence of Green Business on Developing the Entrepreneurial Environment from Metropolitan Area of Iași. *Procedia Economics and Finance*, 15.
- Greenberg, J. and Baron, R. (2010) *Behavior in Organization*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kozinets, Robert V., et al. "Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities." *Journal of marketing* 74.2 (2010): 71-89.
- Lako, A. (2018). *Greean Economy : Menghijaukan Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*. Erlangga.
- Ningrum, M., Latifah, A. I. and Pawaka, A. F. (2020) 'Motivasi Wirausaha Wanita: Studi Literatur Sistematis', *The 11th University Reasearch Colloquium*, pp. 105–110. Available at: <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/1077>.
- Zulfikar, R., & Mayvita, P. A. (2019). Does Green Economy Video Really Work? The Effectiveness of Using Video Content Marketing in Forming MSMEs Perception and Behavior to Implement Green Economy. *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 16(c1), 34–45.

**LAMPIRAN 1**  
**BIODATA**  
**KETUA DAN ANGGOTA TIM PENGUSUL**

## Ketua Tim Peneliti

### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dra Andry Herawati,MM
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	3578066412660004
5	NIDN	0724126601
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Surabaya, 24 Desember 1966
7	E-mail	Andry,herawati@unitomo.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	081332327068
9	Alamat Kantor	Jalan Semolowaru No 84 Surabaya
10	Nomor Telepon/Faks	031 5944743
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 115 orang; S-2 = ... orang; S-3 = ... orang
12. Mata Kuliah yg Diampu		1 Manajemen Pemasaran
		2 Pemasaran Jasa
		3 Pemasaran Strategik
		4, Riset Pemasaran

### B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Univ, Dr Soetomo	Univ, Gadjah Mada	
Bidang Ilmu	Adm Niaga	Keuangan dan Perbankan	
Tahun Masuk-Lulus	1989	1990	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Peranan Grosir yang	Strategi Pemasaran	

	Efektif dalam Usaha Mencapai Target Penjualan Produk SGM 400 Gram dan SNM 400 Gram pada PT Tugu Gading Kumala Surabaya	Kertas Studi Kasus pada PT Kertas Leces (Pesero)	
Nama Pembimbing/Promotor	Drs Ec Soekirno	Drs John Suprihanto, MIM	

### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2016	Identifikasi Faktor-Faktor Penentu Keputusan Nasabah Muslim dan Non Muslim Dalam Memilih Jasa Bank Syariah Di Kota Surabaya	DIPA UNITOMO	3.500.000
2	2016	Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Perilaku Konsumen	Mandiri	2000.000
3	2017	Analisis Perbandingan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Surabaya	Mandiri	2000.000
5	2017	Analisis Persaingan antara pasar Modern dengan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Bauran Pemasaran	Mandiri	2000.000
6	2018	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat Pada Debitur Bank Rakyat Indonesia Di Kota Surabaya	Mandiri	3.000.000
7	2019	Analisis Perbandingan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Dengan Bank Umum Konvensional Di Surabaya	Mandiri	3.000.000
8	2020	Analisis Sikap Konsumen dan Kinerja Atribut Produk Mobile Banking : Studi Kasus Nasabah BNI di Kota Surabaya	Mandiri	3.500.000
9	2021	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menempatkan	Mandiri	3.500.000

		Deposito Pada Bank Central Asia (BCA) KCP Pucang Anom Surabaya		
10	2021	The Effect Of Associated Mediation, Loyalty, Brand Image And The Qulity Accepted to The Equity Of The Brand	Mandiri	3.500.000

#### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2016	Pembinaan Kepada PKL di Wilayah Kecamatan Sukolilo dengan Tema “Hygiene Sanitasi Pengolahan Makanan dan Cara Menyajikan Olahan Makanan yang Menarik” di Kec. Sukolilo Kota Surabaya	Kecamatan Sukolilo	750.000
2	2016	Pelatihan Peluang Bisnis Minuman Kesehatan dari Temulawak Bagi Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) Di Kecamatan Gubeng Surabaya	Kecamatan Gubeng	500.000
3	2017	Pemberdayaan Pengusaha Minuman Sinom Dalam Pengembangan Usaha Melalui Pengemasan dan Pelabelan Produk	DIPA UNTOMO	3.000/000
4	2017	Pelatihan Ketrampilan Pembuatan Kue Gabin Isi Sayur Renyah dan Sehat Sebagai Peluang Usaha Bagi Wanita Rawan Sosial Ekonomi di Kecamatan Gubeng Surabaya	Kecamatan Gubeng	500.000
5	2018	Pelatihan Membuat Tahu Bakso untuk Usaha Pemula Bagi Keluarga Kurang Mampu dan Lansia Di Kecamatan Gubeng Surabaya	Kecamatan Gubeng	500.000
6.	2019	Pengabdian Masyarakat dengan judul “PPM-NP TK Insan Cendekia Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur	DIPA UNTOMO	2.500.000
7	2020	Etika Dan Komunikasi Pemasaran Bagi Calon Pelaku Usaha Pada Destinasi Wana Wisata Padusan Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto	Unitomo	500.000
8	2021	Sosialisasi Pemasaran Online dan Motivasi Pelaku Usaha Mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya.	Mandiri	750.000
9	2021	Sosialisasi Peran Puskesmas Dalam Penanggulangan Bencana Alam di Kota Batu	Unitomo	500.000

#### E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
-----	----------------------	-------------	------------------------

1	Identifikasi Faktor-Faktor Penentu Keputusan Nasabah Muslim dan Non Muslim Dalam Memilih Jasa Bank Syariah Di Kota Surabaya	Dalam Jurnal Ilmu Administrasi STIA LAN Bandung	Vol 14, No 2 2017
2	Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur Studi Pada SMA Muhamadiyah 9 Surabaya	Dalam Jurnal Administrasi Bisnis & Inovasi, FIA Unitomo Surabaya,	Vol 2 No 2 2018
3	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat Pada Debitur Bank Rakyat Indonesia Di Kota Surabaya	Jurnal Sketsa Bisnis , Prodi Adm Bisnis Univ. Yudharta Pasuruan	Vol 7. No 1 2020
4	Analisis Perbandingan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Dengan Bank Umum Konvensional Di Surabaya	Jurnal Hasil Penelitian LPPM Univ. 17 Agustus 1945 Surabaya,	Vol 4 N0 1 2019
5	Pengaruh Human Capital Dan Insentif Terhadap Kinerja Pegawai Di Rumah Sakit Umum Daerah dr. Slamet Kabupaten Garut	Dalam Jurnal Administrasi Bisnis & Inovasi, FIA Unitomo Surabaya,	Vol 4 No 1 2020
6	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menempatkan Deposito Pada Bank Central Asia (BCA) KCP Pucang Anom Surabaya	Jurnal Administrasi Bisnis Vol 6 No 1 (2021) Business UHO	Vol 6 No 1 2021
7	The Effect Of Associated Mediation, Loyalty, Brand Image And The Quality Accepted to The Equity Of The Brand	Dalam Jurnal Sinergi, Magister Management FEB Unitomo Surabaya,	Vol 11 No 21 2021
8	Analisis Sikap Konsumen dan Kinerja Atribut Produk Mobile Banking : Studi Kasus Nasabah BNI di Kota Surabaya	Dalam Jurnal Administrasi Bisnis & Inovasi, FIA Unitomo Surabaya,	Vol 5 No 1 2022

#### F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun

No	Nama Temu ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Acceration of Scientific Knowledge Development In The Era Of Asean Economic Community	Development of Traditional Market Based On Consumer Behavior In Surabaya	2016 Universitas Dr Soetomo
2	Seminar Nasional Ilmu Administrasi dengan tema : Inovasi Birokrasi Dalam Pembangunan Nasional	Pengaruh Human Capital Dan Insentif Terhadap Kinerja Pegawai Di Rumah Sakit Umum Daerah dr. Slamet Kabupaten Garut	2019 Universitas Dr Soetomo

3	International Conference dengan tema : Asian Conference on Humanities, Industry, and Technology for Society	Effect Of Organizational Commitment and Work Motivation on Job Satisfaction and Individual Performance	2019 Universitas Dr Soetomo
---	---	--	--------------------------------

#### G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Book Chapter Abdimas Ekonmomi dan Ilmu Administrasi – Membangun Keberlanjutan Bisnis Kuliner Pasca Pandemi Covid 19 : Refleksi Kegiatan PPM di Diestnasi Wana Wisata Padusan Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto Oleh Andry Herawati dan Liling Lisyawati	2021	198	Unitomo Press
2	Book Chapter Abdimas Ekonomi, Ilmu Administrasi, Ilmu komunikasi, dan Hukum - Sosialisasi Pemasaran Online dan Motivasi Pelaku Usaha Mikro DiSentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya oleh Sarwani, Andry Herawati, dan Liling Lisyawati)	2022	266	Unitomo Press
3	Book Chapter Abdimas Ekonomi, Ilmu Administrasi, Ilmu komunikasi, dan Hukum - Sosialisasi Peran Puskesmas Dalam Penanggulangan Bencana Alam di Kota Batu oleh Damajanti Sri Lestari, Andry Herawati, Liling Listyawati, Nihayatus Sholichah, Sri Kamariyah	2022	266	Unitomo Press
4	Book Chapter Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital) – Segmentasi, Target Pasar dan pemosisian Pasar (STP) oleh Andry Herawati	2022	256	CV Media Sains Indonesia
5	Book Chapter Manajemen Pemasaran (Perspektif Perilaku Konsumen) – Pemasaran Digital dan Pemasaran Tradisional oleh Andry Herawati	2022	324	CV Media Sains Indonesia

## Anggota Tim Peneliti

### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Drs Sarwani, MM
2	Jenis Kelamin	Laki Laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	3578081005620002
5	NIDN	0710056201
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Muara Teweh, 10 Mei 1962
7	E-mail	sarwani@unitomo.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	081332327068
9	Alamat Kantor	Jalan Semolowaru No 84 Surabaya
10	Nomor Telepon/Faks	031 5944743
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 168 orang; S-2 = 62... orang; S-3 = ... orang
12. Mata Kuliah yg Diampu		1 Manajemen Pelayanan
		2 Manajemen Produksi & Operasi
		3 Akuntansi Manajemen
		4.Seminar Isu-isu SDM

## B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Univ. Dr Soetomo	Univ. Gadjah Mada	STIESIA Surabaya
Bidang Ilmu	Adm Niaga	Manajemen	Ilmu Manajemen
Tahun Masuk-Lulus	1982-1986	1988-1990	2014-2019
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Sistem Pengendalian intern atas biaya untuk meningkatkan Pendapatan Pada Hotel Simpang Surabaya	Strategi Portofolio Pada Produk Asuransi Jiwa Seraya Jakarta	Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di RSUD DR. Soetomo Graha Amerta Surabaya
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Luqman Hakim	Dr. Mulyadi, M.Sc	Prof. Dr. Djoko Mursinto, Drs;Ec;M.Ec.

## C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2016	Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Perilaku Konsumen	Mandiri	2000.000
2	2017	Analisis Perbandingan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Surabaya	Mandiri	2000.000
3	2017	Analisis Persaingan antara pasar Modern dengan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Bauran Pemasaran	Mandiri	2000.000
5	2018	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat Pada Debitur Bank Rakyat Indonesia Di Kota Surabaya	Mandiri	3.000.000
6	2019	Analisis Perbandingan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Dengan Bank Umum Konvensional Di Surabaya	Mandiri	3.000.000

7	2020	Analisis Sikap Konsumen dan Kinerja Atribut Produk Mobile Banking : Studi Kasus Nasabah BNI di Kota Surabaya	Mandiri	3.500.000
8	2021	The Effect Of Associated Mediation, Loyalty, Brand Image And The Qulity Accepted to The Equity Of The Brand	Mandiri	3.500.000

#### D. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	The Effect Of Work Discipline And Work Environment On The Performance Of Employees	International Journal of Sinergi	2016
2	Analysis of Influence Faktors on Share Price Performance Companies in Indonesia Stock Exchange Period 2015-2014	International Journal of Economic Research	2017
3	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat Pada Debitur Bank Rakyat Indonesia Di Kota Surabaya	Jurnal Sketsa Bisnis , Prodi Adm Bisnis Univ. Yudharta Pasuruan	Vol 7. No 1 2020
4	Analisis Perbandingan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Dengan Bank Umum Konvensional Di Surabaya	Jurnal Hasil Penelitian LPPM Univ. 17 Agustus 1945 Surabaya,	Vol 4 N0 1 2019
7	The Effect Of Associated Mediation, Loyalty, Brand Image And The Qulity Accepted to The Equity Of The Brand	Dalam Jurnal Sinergi, Magister Management FEB Unitomo Surabaya,	Vol 11 No 21 2021
8	Analisis Sikap Konsumen dan Kinerja Atribut Produk Mobile Banking : Studi Kasus Nasabah BNI di Kota Surabaya	Dalam Jurnal Administrasi Bisnis & Inovasi, FIA Unitomo Surabaya,	Vol 5 No 1 2022

#### E. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun

No	Nama Temu ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Acceration of Scientific Knowledge Development In The Era Of Asean Economic Community	Development of Traditional Market Based On Consumer Behavior In Surabaya	2016 dan Universitas Dr Soetomo

#### F. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

---

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Book Chapter Abdimas Ekonomi, Ilmu Administrasi, Ilmu komunikasi, dan Hukum - Sosialisasi Pemasaran Online dan Motivasi Pelaku Usaha Mikro DiSentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya oleh Sarwani, Andry Herawati, dan Liling Listyawati)	2022	266	Unitomo Press

### A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	Liling Listyawati, S.Sos, MM
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Lektor
4.	<del>NIP/NIK/Identitas lainnya</del>	3578045110710002
5.	NIDN	0711107101
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Pacitan, 11 Oktober 1971
7.	E-mail	liling.listyawati@unitomo.ac.id
8.	Nomor Telepon/HP	081330444108
9.	Alamat Kantor	Jalan Semolowaru No 84 Surabaya
10.	Nomor Telepon/Faks	031 5944743
11.	Lulusan yang Telah Dihilangkan	S-1 = 120 orang; S-2 = ... orang; S-3 = ... orang
13. Mata Kuliah yg Diampu		1 Perilaku Konsumen
		2 Komunikasi Pemasaran Terpadu
		3 Sistem Informasi dan Manajemen
		4, Manajemen Risiko
		5. Perbankan dan Bisnis Syariah
		6. Akuntansi I
		7. Akuntansi II

### B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Univ. Dr Soetomo	Univ. Dr Soetomo	
Bidang Ilmu	Adm Niaga	Manajemen	
Tahun Masuk-Lulus	1991-1995	2008-2010	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Peranan Pengendalian Persediaan Bahan Baku Guna Memperlancar Proses Produksi Pada CV. Alam	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menyewa Apartemen Puncak Marina Surabaya	
Nama Pembimbing/Promotor	Prof. Dr. Eddy Yunus, ST, MM	Dr. Sri Handini, MM	

### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2016	Identifikasi Faktor-Faktor Penentu Keputusan Nasabah Muslim dan Non Muslim Dalam Memilih Jasa Bank Syariah Di Kota Surabaya	DIPA UNITOMO	3.500.000
2	2017	Analisis Perbandingan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Surabaya	Mandiri	2.000.000
3	2018	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat Pada Debitur Bank Rakyat Indonesia Di Kota Surabaya	Mandiri	3.000.000
4	2019	Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Tabungan Negara ( Persero) TBK Kantor Cabang Bangkalan	Mandiri	3.000.000
5	2019	Analisis Perbandingan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Dengan Bank Umum Konvensional Di Surabaya	Mandiri	3.000.000
6	2020	Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Tertanggung Pada PT. Asuransi Multi Artha Guna Tbk Surabaya	Mandiri	3.000.000
7	2021	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menempatkan Deposito Pada Bank Central Asia (BCA) KCP Pucang Anom Surabaya	Mandiri	3.500.000
8	2022	Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E- Wallet	Mandiri	3.500.000

### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2016	Pelatihan Peluang Bisnis Minuman Kesehatan dari Temulawak Bagi Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) Di Kecamatan Gubeng Surabaya	Kecamatan Gubeng	500.000
2	2017	Pemberdayaan Pengusaha Minuman Sinom Dalam Pengembangan Usaha Melalui	DIPA UNTOMO	3.000/000

		Pengemasan dan Pelabelan Produk		
3	2017	Pelatihan Ketrampilan Pembuatan Kue Gabin Isi Sayur Renyah dan Sehat Sebagai Peluang Usaha Bagi Wanita Rawan Sosial Ekonomi di Kecamatan Gubeng Surabaya	Kecamatan Gubeng	500.000
4	2018	Pelatihan Membuat Nugget Ayam untuk Usaha Pemula Bagi Keluarga Kurang Mampu dan Lansia Di Kecamatan Gubeng Surabaya	Kecamatan Gubeng	500.000
5	2019	Pengabdian Masyarakat dengan judul “PPM-NP TK Insan Cendekia Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur	DIPA UNTOMO	2.500.000
7	2020	Tim Seleksi Perangkat Desa Di Desa Sumbangtimun Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro	Unitomo	500.000
8	2021	Sosialisasi Pemasaran Online dan Motivasi Pelaku Usaha Mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya.	Mandiri	750.000
9	2021	Sosialisasi Peran Puskesmas Dalam Penanggulangan Bencana Alam di Kota Batu	Unitomo	500.000

#### E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	Identifikasi Faktor-Faktor Penentu Keputusan Nasabah Muslim dan Non Muslim Dalam Memilih Jasa Bank Syariah Di Kota Surabaya	Dalam Jurnal Ilmu Administrasi STIA LAN Bandung	Vol 14, No 2 2017
2	Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Tabungan Negara ( Persero) TBK Kantor Cabang Bangkalan	Dalam Jurnal Administrasi Bisnis & Inovasi, FIA Unitomo Surabaya,	Vol 3 No 1 2019
3	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat Pada Debitur Bank Rakyat Indonesia Di Kota Surabaya	Jurnal Sketsa Bisnis , Prodi Adm Bisnis Univ. Yudharta Pasuruan	Vol 7. No 1 2020
4	Analisis Perbandingan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Dengan Bank Umum Konvensional Di Surabaya	Jurnal Hasil Penelitian LPPM Univ. 17 Agustus 1945 Surabaya,	Vol 4 N0 1 2019
5	Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Tertanggung Pada PT. Asuransi Multi Artha Guna Tbk Surabaya	Dalam Jurnal Administrasi Bisnis & Inovasi, FIA Unitomo	Vol 4 No 2 2020

		Surabaya,	
6	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menempatkan Deposito Pada Bank Central Asia (BCA) KCP Pucang Anom Surabaya	Jurnal Administrasi Bisnis Vol 6 No 1 (2021) Businiess UHO	Vol 6 No 1 2021
7	The Effect Of Associated Mediation, Loyalty, Brand Image And The Qulity Accepted to The Equity Of The Brand	Dalam Jurnal Sinergi, Magister Management FEB Unitomo Surabaya,	Vol 11 No 21 2021
8	Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E- Wallet	Dalam Jurnal Administrasi Bisnis & Inovasi, FIA Unitomo Surabaya,	Vol 5 No 2 2022

#### F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun

No	Nama Temu ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
	-	-	-

#### G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Book Chapter Abdimas Ekonmomi dan Ilmu Administrasi – Membangun Keberlanjutan Bisnis Kuliner Pasca Pandemi Covid 19 : Refleksi Kegiatan PPM di Diestinasasi Wana Wisata Padusan Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto Oleh Andry Herawati dan Liling Lisyawati	2021	198	Unitomo Press
2	Book Chapter Abdimas Ekonomi, Ilmu Administrasi, Ilmu komunikasi, dan Hukum - Sosialisasi Pemasaran Online dan Motivasi Pelaku Usaha Mikro DiSentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya oleh Sarwani, Andry Herawati, dan Liling Lisyawati)	2022	266	Unitomo Press
3	Book Chapter Abdimas Ekonomi, Ilmu Administrasi, Ilmu komunikasi, dan Hukum - Sosialisasi Peran Puskesmas Dalam Penanggulangan Bencana Alam di Kota Batu oleh Damajanti Sri Lestari, Andry Herawati, Liling Listyawati, Nihayatus Sholichah, Sri Kamariyah	2022	266	Unitomo Press

### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dra. Sri Kamariyah, M.Si.
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor / III c
4	NPP	88.01.1.038
5	NIDN	0710096201
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Sumenep, 10 September 1962
7	Email	srikamariyah@gmail.com
8	Nomor Telp/ Faks/ HP	08121782336
9	Alamat Kantor	Jl. Semolowaru 84 Surabaya
10	Nomor Telp/ Faks	031-5944743
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S1 = 1.500 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengantar Ilmu Administrasi Negara</li> <li>2. Manajemen Aparatur Negara</li> <li>3. Sistem Administrasi Negara RI</li> <li>4. Teori Governance</li> </ol>

### B. Riwayat Pendidikan

No	Riwayat Pendidikan	S1	S2	S3
1	Nama Perguruan Tinggi	Universitas Negeri Jember	Universitas Airlangga	
2	Bidang Ilmu	Adm. Negara	PSDM	
3	Tahun Masuk – Lulus	1981 – 1987	2002 – 2005	
4	Judul Skripsi/ Thesis/ Disertasi	Pengaruh Komunikasi terhadap Partisipasi Masyarakat di Desa Pajagalan Kecamatan Kota Sumenep – Kabupaten Sumenep	Pengaruh Kepercayaan Karyawan Terhadap Organisasi ( <i>Organizational Trust</i> ) dan Konflik Organisasi ( <i>Organizational Conflict</i> ) terhadap Komitmen Karyawan di Universitas Dr. Soetomo	

5	Nama Pembimbing/ Promotor	Dr. Kabul Santosa, MS.	Prof. Dr. Fendi Surjadi,	
---	---------------------------	---------------------------	-----------------------------	--

### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
5.	2016	Evaluasi Terhadap Pelayanan Rapor <i>Online</i> di SMP 12 Surabaya	UNITOMO	Rp.3
6.	2017	Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) akan Pelayanan rapor <i>Online</i> di SMA 19 Surabaya	UNITOMO	Rp.3
7.	2018	Evaluasi Pelaksanaan E. Rapor Pasca Pengelolaan Oleh Pemerintah Provinsi (Studi Kasus di SMA Negeri 19 dan SMA Negeri 20 Surabaya)	UNITOMO	Rp.5

### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir.

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp.)
1.	2016	Memberi Pelatihan Wira Usaha bagi Penyandang masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) Berupa Bola – bola Coklat di Kecamatan Gubeng – Kota Surabaya.	Kecamatan Gubeng	Rp 1
2.	2017	Sebagai Anggota Tim dalam kajian Akademik Analisis Investasi di BUMD Kabupaten Sumenep tahun Anggaran 2017	Pemda Sumenep	Rp.5
3.	2017	Sebagai Anggota Tim Dalam Pelatihan dengan Tema “ <i>Microsoft Excel</i> ” dalam Meningkatkan Kinerja Perangkat Desa Bakalan Pule – Kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan.	Fakultas	Rp 3
4.	2018	Melakukan Pelatihan secara Terstruktur dengan Tema “Aplikasi Excel dalam Penggajian Pegawai” di Desa Bakalan		Rp.3

		Pule Kecamatan Tikung kabupaten Lamongan	Fakultas	
5.	2021	Laporan Dipa : ‘ Peningkatan Unit Usaha BUMDes sambi Madu Desa Sambibulu Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo ‘	Universitas	Rp 9

#### E. Publikasi Artikel Ilmiah dan Jurnal Dalam 5 Tahun

No	Judul Artikel Ilmiah	Volume	Nama Jurnal
		Nomor/ Tahun	
1.	<b>Pelatihan Pengenalan Sains Sederhana Bagi Guru TK Islam Insan Cendekia Surabaya</b>	<b>Volume 1 No.2 Sept. TH. 2019</b>	<b>Loyalitas Sosial Journal of Community Servies in Humanities and Social Sciences</b>
2.	Pola Kerjasama Pemerintah Kabupaten Banyuwangi Dengan PT Pelindo dalam Penelolan Wisata Green Watu DodolBanyuwangi	Vol.5 No.2 Juni TH.2020	Tourism Scientific Journal
3.	Pengaruh Human Capital dan Insentif Terhadap Kinerja Pegawai di Rumah Sakit Umum Daerah dr.Slamet Kabupaten Garut	Vol.4 No.1 TH.2020	Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi (JIABI)

#### F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Laporan Hasil Penelitian DIPA universitas Dr. Soetomo	Survei Kepuasan masyarakat (SKM) akan Pelayanan Rapor <i>Online</i> di SMP 12 Surabaya	2016, Universitas Dr. Soetomo
2.	Laporan Hasil Penelitian DIPA universitas Dr. Soetomo	Survei Kepuasan masyarakat (SKM) akan Pelayanan	2017, Universitas Dr. Soetomo

		Rapor <i>Online</i> di SMP 19 Surabaya	
3.	Laporan Hasil Penelitian DIPA universitas Dr. Soetomo	Evaluasi Pelaksanaan E. Rapor Pasca Pengelolaan Oleh Pemerintah Provinsi (Studi Kasus di SMA Negeri 19 dan SMA Negeri 20 Surabaya)	2018, Universitas Dr. Soetomo

#### G. Karya Buku Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
	-			

#### H. Perolehan Hki Dalam 5–10 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
	-			

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

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	TempatPenerapan	ResponMasyarakat

#### J. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusilainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1.	Pegawai Dengan Masa Pengabdian 30 Tahun Di Universitas Dr. Soetomo	Unitomo	2019

### A. Identitas Diri

Nama Lengkap (dengan gelar)	Drs. Didik Sugeng Widiarto, M.I.Kom
Jenis Kelamin	Laki-laki
Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
NIP/NIK/Identitas lainnya	15.01.1.470
NIDN	0723036305
Tempat dan Tanggal Lahir	Lumajang, 23 Maret 1968
E-mail	<a href="mailto:Didikwidiarto49@gmail.com">Didikwidiarto49@gmail.com</a>
Nomor Telepon/HP	081357070368
Alamat Kantor	Jalan Semolowaru 84 Surabaya
Alamat Rumah	Jl. Manggis 35a Ds. Wage Taman Sidoarjo

### B. Riwayat Pendidikan

	<b>S-1</b>	<b>S-2</b>	<b>S3</b>
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Muhammadiyah Malang	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	Universitas Merdeka Malang
Bidang Ilmu	Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Ilmu Komunikasi	Ilmu Sosial
Tahun Masuk-Lulus	1987 – 1992	2011-2013	Studi Lanjut - 2019

Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Pengaruh Kepemimpinan Camat terhadap partisipasi masyarakat dalam pembangunan di Kecamatan Sukobanah Kabupaten Sampang	Persepsi masyarakat Kampung Wisata Kungkuk desa Punten Batu tentang program siaran pariwisata budaya di Batu TV sebagai media informasi dan promosi	
Nama Pembimbing/Promoto	Drs. Luhur Karsanto, M.Si	Dr. Otto Bambang, M.Si.	

### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Juml (Juta Rp.)
1	2016	Komunikasi Vertikal Di Cv. Kios Cetak Utama Durabaya	Mandiri (jurnal)	Rp 3.000.000
2	2017	Pengaruh Peran Orang Tua terhadap Keputusan Mahasiswa Baru dalam Memilih Program Studi di Perguruan Tinggi	Dipa Unitomo ((jurnal))	Rp. 5.000.000
3	2017	Malapraktek dalam tindak tutur kesehatan : Kajian Perspektif komunikasi antara dokter dengan pasien	Mandiri (jurnal)	Rp.3.000.000
4	2020	Pemanfaatan Instagram oleh akun @jelalajahblitar Dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah	Mandiri (jurnal)	Rp.3.000.000
5	2022	Kuasa Politik Ilmu Komunikasi di Indonesia	Mandiri (Jurnal)	Rp.3.000.000

### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1.	2015	Instruktur Pelatihan Kepegawaian tentang tugas pokok dan fungsi tenaga administrasi di STKIP Dr. Nugroho Magetan	STKIP Dr. Nugroho Magetan	Rp. 2.500.000,-
2.	2016	Pelatihan "Media sebagai sarana informasi" kepada siswa SMK Negeri Tuter Pasuruan	Unitomo Surabaya	Rp. 1.000.000,-
3	2017	Pemanfaatan limbah plastik pada kelompok ibu-ibu PKK RW 07 Kelurahan Gebang Sidoarjo.	DIPA Unitomo	Rp. 3.000.000
4	2020	Fotografi advertising untuk UMKM Desa Wisata Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto	Fikom Unutomo	Rp. 5.000.000
5	2022	Pemasaran dalam memajukan UMKM binaan dalam menghadapi persaingan pasar di desa Dayu kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar	Fikom Unutomo	Rp. 5.000.000

#### E. Pendidikan Non Formal/Pelatihan

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara	Waktu
1.	Peserta Pelatihan Asesor Kompetensi	Lembaga Sertifikasi Profesi Universitas Dr. Soetomo Surabaya	09 s.d 13 Februari 2016
2.	Peserta Pelatihan Peningkatan Keterampilan Dasar Teknik Instruksional (Pekerti) Angkatan XXXVII	Kopertis VII Jawa Timur	Juni 2016
3.	Peserta pelatihan sistem penjaminan mutu internal (SPMI) di Perguruan Tinggi	Universitas Brawijaya Malang	5-6 April 2016
4	Peserta ujian dan Lulus sertifikasi Auditor Internal Mutu Perguruan Tinggi	Universitas Brawijaya Malang	7-8 April 2016
5	Peserta Seminar Economic Outlook semester I tahun 2016	JW Mariot Surabaya	25 Pebruri 2016
6	Peserta seminar "Strategi Menuju Perguruan tinggi Unggul	Universitas Dr. Soetomo	27 Nopember 2017
7	Peserta Seminar Nasional " Mencegah Borang Plagiat	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	18 September 2020
8	In house training manajemen umum dana pensiun	Midtown Hotel Surabaya	10-11 Oktober 2018

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara	Waktu
9	Peserta Pelatihan Plagiariesm Cheker X	Unitomo Surabaya	22 Pebruari 2019
10	Peserta program pendampingan Audit Mutu Internal menuju Unitomo Unggul	Unitomo Surabaya	30 September 2019

## **LAMPIRAN 2**

### **LAPORAN PENGGUNAAN ANGGARAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

## LAPORAN PENGGUNAAN ANGGARAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

### a. Rincian Umum

NO	JENIS PENGELUARAN	RINCIAN ANGGARAN (Rp)
1	Bahan Habis Pakai	1.200.000
2	Perjalanan	7.000.000
3	Luaran Penelitian	1.800.000
<b>Jumlah</b>		<b>10.000.000</b>

### b. Bahan Habis Pakai

Nama Bahan	Komponen	Vol.	Satuan	Biaya satuan	Total Biaya (Rp)
Kertas	ATK	2	rim	56.000	112.000
Refil Tinta	ATK	4	buah	112.000	448.000
Flashdisk	ATK	1	buah	130.000	130.000
Foto copy Kuisisioner & Laporan Akhir	ATK	1.550	lembar	200	310.000
Jilid Laporan Akhir	ATK	8	buah	2500	200.000
<b>Jumlah</b>					<b>1.200.000</b>

### c. Perjalanan

Tujuan	Uraian Kegiatan	Vol.	Satuan	Biaya satuan	Total Biaya (Rp)
UMK Kopi Al Jaidi Blitar	Survey Awal	1	hari	1.000.000	1.000.000

UMK Kopi Al Jaidi Blitar	Pelaksanaan Kegiatan PKM	3	hari	5.000.000	5.000.000
UMK Kopi Al Jaidi Blitar	Evaluasi Kegiatan PKM	1	hari	1.000.000	1.000.000
				<b>Jumlah</b>	<b>7.000.000</b>

d. Luaran Penelitian

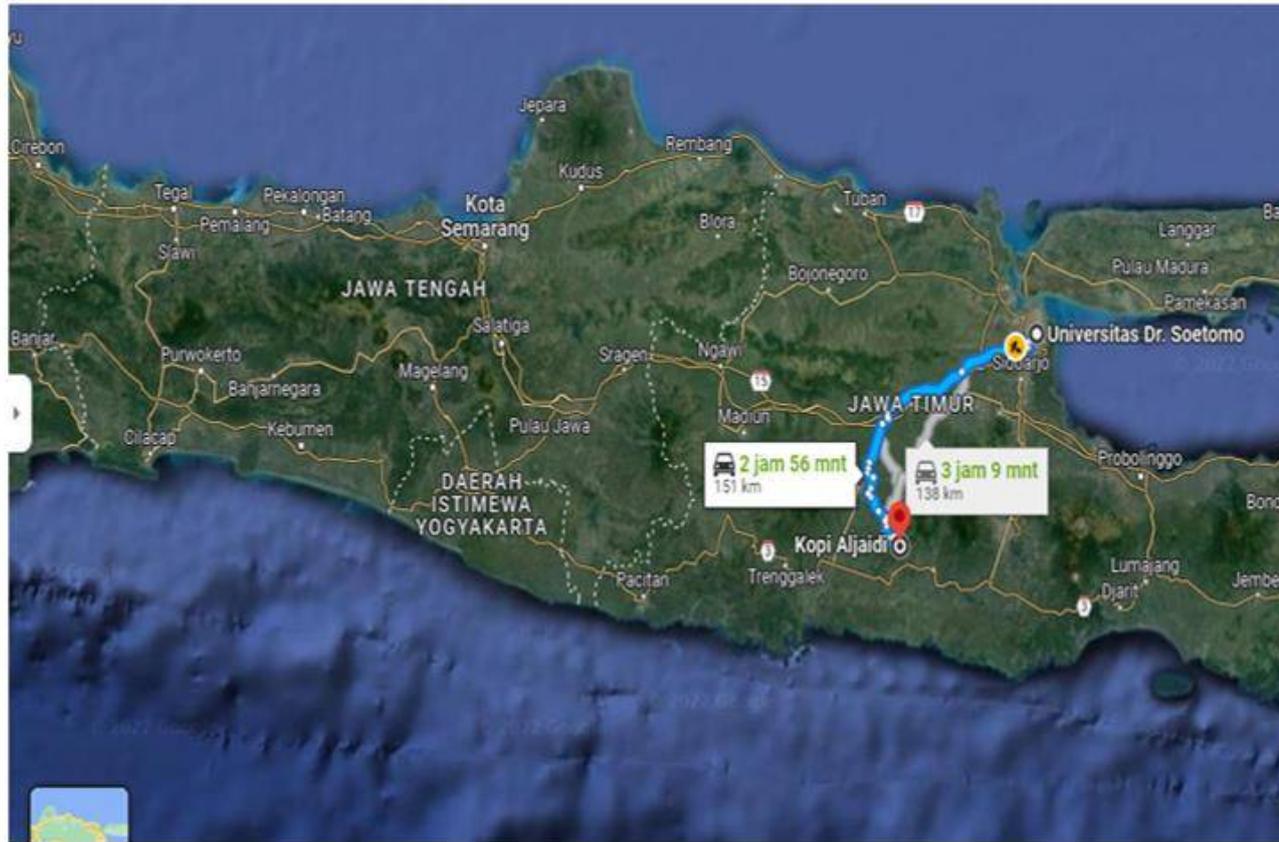
Jenis Luaran	Vol.	Satuan	Biaya satuan	Total Biaya (Rp)	
Jurnal Nasional Terakreditasi	1	Artikel	1.500.000	1.500.000	
Poster	1	Artikel	300.000	300.000	
				<b>Jumlah</b>	<b>1.800.000</b>

## LAMPIRAN 3

### PETA LOKASI MITRA SASARAN



# PETA LOKASI MITRA SASARAN



Accessibility: Investiaate

**LAPORAN AKHIR  
PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT  
2020**



**SOSIALISASI SECARA ONLINE TENTANG CARA  
MENGURUS PIRT (PANGAN, INDUSTRI, RUMAH  
TANGGA) DAN SERTIFIKAT HALAL INDUSTRI  
RUMAHAN DI TOKO ONLINE RIZSTORE KITCHEN**

**Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun**

**Oleh :**

**Nama 1. Dra.Andry Herawati, MM**

**NIDN: 0724126601**

**Nama 2. Liling Listyawati, S.Sos, MM**

**NIDN: 0711107101**

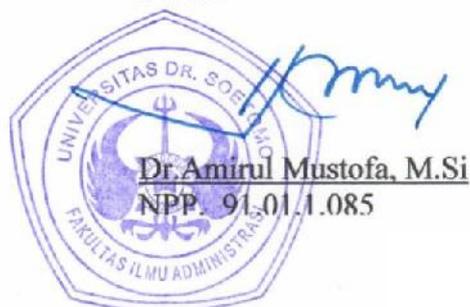
**UNIVERSITAS Dr. SOETOMO SURABAYA**

**JULI 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Cara Mengurus PIRT (Pangan, Industri, Rumah Tangga) dan Sertifikat Halal Industri Rumahan
2. Kode>Nama Rumpun :
3. Ketua Pelaksana
  - a. Nama Lengkap : Dra. Andry Herawati, MM
  - b. NIDN : 0724126601
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor
  - d. Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
  - e. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo
  - f. No HP/Surrel : 081332327068
  - g. Alamat surel/email : andryherawati@yahoo.co.id
4. Anggota
  - a. Nama : Liling Listyawati, S.Sos, MM
  - b. NIDN : 0711107101
  - c. Jabatan Fungsional : Assisten Ahli
  - d. Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
  - e. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo
5. Lama Kegiatan : Februari - April 2020
6. Biaya Keseluruhan : -

Mengetahui,  
Dekan



Surabaya, April 2020  
Ketua Pengaduan Pada  
Masyarakat,

Dra. Andry Herawati, MM  
NPP. 90.01.1.056

## RINGKASAN

Rizstore.Kitchen merupakan usaha rumah tangga yang berbentuk toko online yang menjual produk makanan pasta, makaroni, garlic bread, dan cookies. Toko online ini berdiri ditengah pandemi Covid 19 tepatnya 29 Mei 2020, toko tersebut beroperasi dengan bantuan sosial media berupa *Instagram* dan *Whatsapp*. Dari hasil kunjungan lapangan awal dan berdiskusi dengan pemilik toko online Rizstore.Kitchen yang dijadikan mitra dalam Program Pemberdayaan Masyarakat ini. Didapatkan informasi bahwa pemilik toko online Rizstore.Kitchen menginginkan adanya aspek legalitas untuk produk yang dihasilkannya, seiring dengan tumbuhnya usaha ini dan semakin variatifnya produk dan mendapat penilaian yang baik dari konsumennya, selain itu juga menginginkan jangkauan pasar yang lebih luas, sehingga dibutuhkan pengemasan yang baik, aman, dan bermutu, agar kualitas produk tetap terjaga untuk menjangkau pasar diluar kota Sidoarjo. Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, maka disepakati ada 3 (tiga) permasalahan yang akan diselesaikan yaitu : 1) Kurangnya pengetahuan mitra dalam cara pengurusan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), hal ini untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan, 2) Kurang pengetahuan mitra dalam mengurus sertifikat halal, hal ini untuk meningkatkan keamanan produk yang dihasilkan oleh mitra yang punya potensi cukup besar untuk dikembangkan, 3) Mitra belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas, karena mahalnya biaya pengiriman dan packaging produk khususnya konsumen yang ada di luar kota Sidoarjo . Adapun metode pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan mitra dapat dibagi menjadi 2 (dua) tahap yaitu 1) Memberikan sosialisasi tentang Cara Pengurusan PIRT dengan mudah, dan 2) Memberikan sosialisasi tentang cara pengurusan sertifikat halal dan cara melakukan pengemasan produk makanan yang aman agar dapat menjaga kualitas produknya. Adapun hasil kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yang telah dilakukan dan luaran yang dicapai adalah 1) Adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra dalam cara pengurusan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), 2) Adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra dalam cara pengurusan sertifikat halal industri ruumahan, 3) Adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman cara pengemasan produk makanan yang baik, aman dan tetap dapat menjaga kualitas produk, 4)

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah Nya yang telah diberikan kepada Tim Program Kemitraan Masyarakat dengan judul Sosialisasi Secara Online tentang Cara Mengurus PIRT (Pangan, Industri, Rumah Tangga) dan Sertifikat Halal Industri Rumahan Di Toko Online Rizstore Kitchen, dengan harapan dapat membantu mitra untuk meningkatkan

Omzet penjualannya dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Penyusunan laporan Program Kemitraan Masyarakat ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya bantuan dari semua pihak, baik instansi maupun perorangan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Fadjar Kurnia Hartati, MP. selaku Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat
2. Bapak Dr. Amirul Mustofa, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
3. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ilmu Administrasi – Jurusan Ilmu Administrasi Niaga yang selalu memberi semangat kepada penulis
4. Ibu Asti Rizkiana Pramitha selaku Pemilik toko online Rizstore.Kitchen yang menjadi Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat
5. Para Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi – jurusan Ilmu Administrasi Niaga yang selalu setia membantu dalam pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat

Tim Program Kemitraan Masyarakat Toko Online Rizstore.Kitchen menyadari bahwa laporan akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun di kesempatan yang akan datang. Akhirnya kami berharap semoga sumbangan pemikiran dalam Program Kemitraan Masyarakat akan dapat bermanfaat Terima kasih.

Surabaya, Juli 2020

Tim Program Kemitraan Masyarakat  
Toko Online Rizstore.Kitchen

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
RINGKASAN .....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1. Pendahuluan .....	1
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Masalah Mitra .....	5
BAB 2. Solusi Permasalahan .....	7
2.1 Solusi Masalah yang Disepakati untuk Diselesaikan .....	7
2.2 Luaran dan Target Capaian.....	7
BAB 3. Metode Pelaksanaan .....	9
3.1 Tahapan Pelaksanaan .....	9
3.2 Kontribusi Setiap Anggota dan Kepekarannya.....	10
BAB 4. Hasil dan Luaran yang Dicapai .....	13
4.1 Hasil .....	13
4.2 Luaran Yang Dicapai.....	19
BAB 5. Kesimpulan dan Saran .....	20
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

		<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Daftar Produk Rizstore.Kitchen.....	2
Tabel 2.2	Solusi Yang Ditawarkan untuk Mengatasi Masalah.....	7
Tabel 2.3	Rencana Target Capaian Luaran.....	8
Tabel 3.4	Rancangan Kegiatan Sosialisasi & Evaluasi .....	10
Tabel 3.5	Kontribusi Tim Pelaksana dan Kepakaran.....	11
Tabel 4.6	Hasil Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat –Toko Online Rizstore.Kitchen	17

## DAFTAR GAMBAR

		<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Akun Instagram Rizstore.Kitchen .....	1
Gambar 1.2	Daftar Produk Rizstore.Kitchen.....	3
Gambar 1.3	Testimoni Pelanggan Rizstore.Kitchen.....	4
Gambar 1.4	Testimoni Pelanggan Rizstore.Kitchen.....	4
Gambar 4.5	Kunjungan Survey Awal & Diskusi dengan Mitra Secara Online.....	13
Gambar 4.6	Sosialisasi Secara Online Pengurusan PIRT & Sertifikat Halal Industri Rumahan 18 Mei 2020.....	15
Gambar 4.7	Mahasiswa yang Berkontribusi Dalam Sosialisasi Secara Online Pengurusan PIRT & Sertifikat Halal Industri Rumahan 18 Mei 2020.....	15
Gambar 4.8	Sosialisasi Secara Online tentang Pengemasan Produk Makanan & Evaluasi 19 Mei 2020.....	16
Gambar 4.9	Mahasiswa yang Berkontribusi Dalam Sosialisasi Secara Online tentang Pengemasan Produk Makanan & Evaluasi 19 Mei 2020.....	17

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesiapan Kerjasama Mitra Untuk Program Kemitraan Masyarakat
- Lampiran 2 Jadwal Program Kemitraan Masyarakat
- Lampiran 3 Materi Sosialisasi Pengurusan PIRT (Peningkatan Industri Rumah Tangga)
- Lampiran 4 Materi Sosialisasi Pengurusan Sertifikat Halal Industri Rumah Tangga
- Lampiran 5 Materi Sosialisasi Cara Pengemasan Produk Makanan
- Lampiran 6 Gambaran Iptek yang akan Diaplikasikan Mitra
- Lampiran 7 Peta Lokasi Mitra
- Lampiran 8 Daftar Hadir Sosialisasi Cara Pengurusan PIRT & Sertifikat Halal Industri Rumah Tangga, 18 Mei 2020
- Lampiran 9 Daftar Hadir Sosialisasi Cara Pengemasan Produk Makanan Yang Baik, Aman & Bermutu dan Evaluasi 19 Mei 2020
- Lampiran 10 Permohonan Narasumber
- Lampiran 11 Surat Keterangan dari Mitra

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Pandemi virus Corona atau dikenal sebagai Covid -19 tidak sekedar bencana kesehatan tetapi juga menimbulkan gelisahan para pelaku usaha khususnya usaha makanan, karena adanya anjuran sosial distancing demi menghindari penularan virus Corona yang lebih luas sedikit banyak turut andil menurunkan aktivitas jual beli ditengah masyarakat. Hal ini membuat para pelaku usaha makanan yang lebih memilih untuk tetap beroperasi, mengubah cara berjualan yang tadinya hanya secara offline mengubah menjadi online. Mitra dalam Program Pemberdayaan Masyarakat ini tergolong mitra produktif yaitu Rizstore.Kitchen.

Rizstore.Kitchen merupakan usaha rumah tangga yang berbentuk toko online yang menjual produk makanan pasta, makaroni, garlic bread, dan cookies. Toko online ini berdiri ditengah pandemi Covid 19 tepatnya 29 Mei 2020, toko tersebut beroperasi dengan bantuan sosial media berupa *Instagram* dan *Whatsapp*. Menurut pemilik toko online ini, kenapa *Instagram* yang dipilih karena alasan pertama, Gratis, hal ini merupakan alasan terpenting ditengah pandemi Covid 19 dengan diperolehnya benefit extra tanpa harus mengeluarkan biaya apapun. Alasan kedua, Mudah & Cepat, artinya promosi produk dapat dilakukan menjadi lebih mudah dengan jangkauan yang luas. Berikut ini adalah akun *Instagram* yang dimiliki oleh Rizstore.Kitchen seperti tampak pada gambar 1.1



**Gambar 1.1**

#### **Akun Instagram Rizstore.Kitchen**

Daftar produk yang diproduksi oleh Rizstore.Kitchen tampak seperti dalam tabel 1.1 sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Daftar Produk Rizstore.Kitchen**

No.	Jenis Produk	Harga	Keterangan
1	Mac n Cheese	Small Size (13x6x2 cm) Rp 8,500/pcs Large Size (16x10x3cm) Rp 30.000 /pcs Family pack (5 pcs small size) Rp 40.000	
2	Baked Pasta Bolognese	Small Size (13x6x2 cm) Rp 8,500/pcs Large Size (16x10x3cm) Rp 30.000 /pcs Family pack (5 pcs small size) Rp 40.000	
3	Macaroni Schotel	Small Size (13x6x2 cm) Rp 8,500/pcs Large Size (16x10x3cm) Rp 30.000 /pcs Family pack (5 pcs small size) Rp 40.000	
4	Korean Garlic Bread	Rp 12.000/pcs	

Keuntungan yang diungkapkan oleh pemilik Rizstore Kichthen yang memilih terjun di peluang usaha produk-produk sejenis pasta tersebut, yang merupakan kuliner yang banyak dicari dan diburu oleh masyarakat dengan kisaran harga yang murah serta mudah untuk dijangkau semua orang, dengan rasa yang disukai banyak orang dan rasa nikmat, enak, dan lezat menjadikan usaha untuk produk ini sangat cocok sebagai usaha makanan yang menjanjikan laba yang menggiurkan.

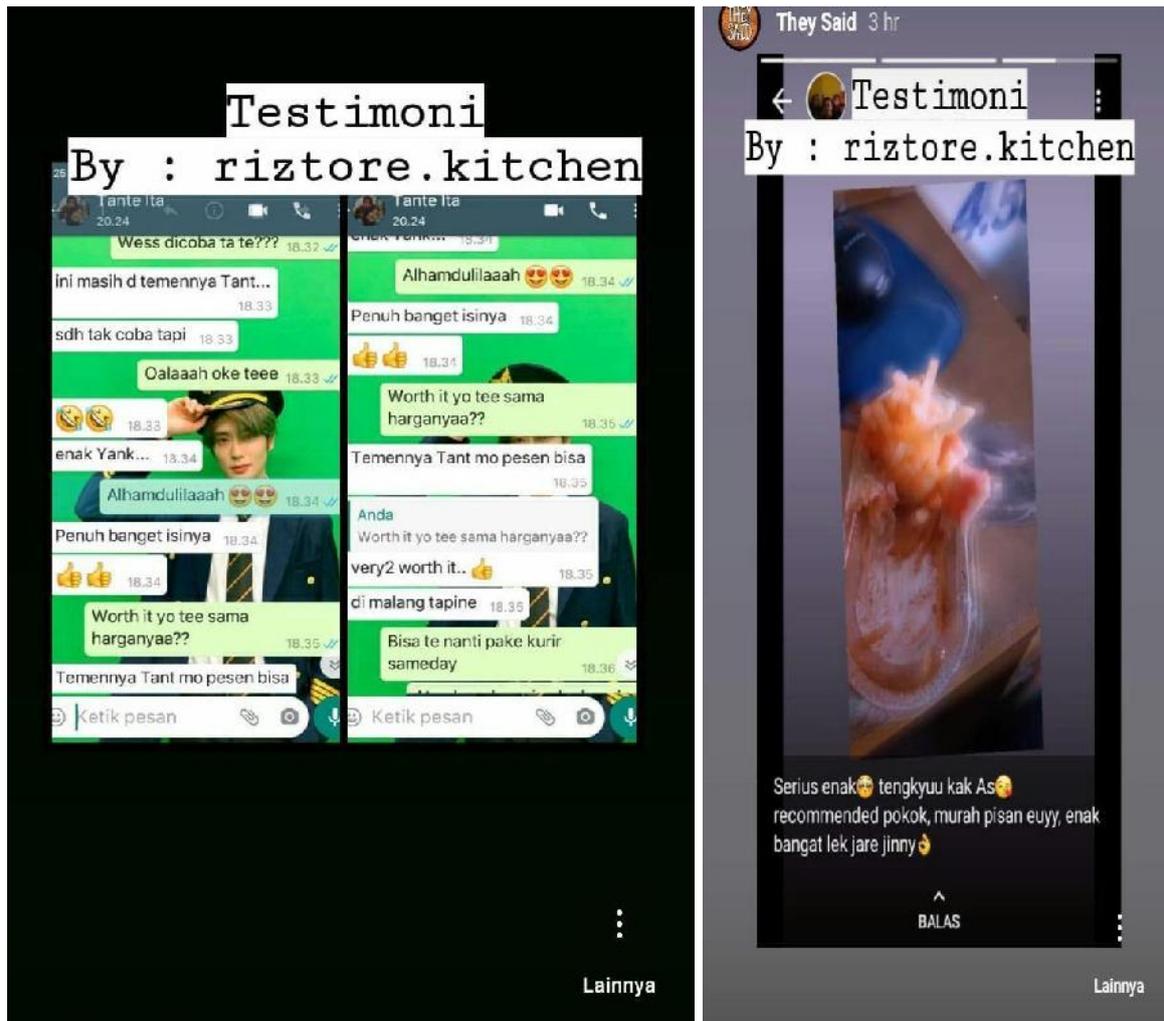
Prospek saat menjalankan usaha produk pasta dapat dikatakan begitu cemerlang. Usaha produk pasta yang menjadi kuliner dengan rasa yang menyatu dengan lidah masyarakat Indonesia memang berprospek cukup bagus, apabila dijalankan. Dengan

sentuhan kreatifitas dan inovasi membuat olahan produk pasta semakin menguntungkan juga akan disukai banyak orang. Meski bisnis ini masih terbilang baru namun antusias masyarakat akan usaha makanan ini sangat besar. Hal ini dilihat saat berjualan produk pasta banyak sekali konsumen yang memesan, sehingga prospek usaha ini sangat bagus dan cukup cemerlang. Pilihan usaha produk pasta ini tentu dapat diambil sebagai salah satu bisnis yang berprospek yang bagus.

Dari hasil kunjungan lapangan awal dan berdiskusi dengan pemilik toko online Rizstore.Kitchen yang dijadikan mitra dalam Program Pemberdayaan Masyarakat ini. Didapatkan informasi bahwa pemilik toko online Rizstore.Kitchen menginginkan adanya aspek legalitas untuk produk yang dihasilkannya, seiring dengan tumbuhnya usaha ini dan semakin variatifnya produk dan mendapat penilaian yang baik dari konsumennya, seperti tampak dalam hasil testimoni konsumen berikut ini :



**Gambar 1.3**  
**Testimoni Pelanggan Rizstore.Kitchen**



**Gambar 1.4**  
**Testimoni Pelanggan Rizstore.Kitchen**

Dari hasil testimoni yang baik dari konsumen, dan semakin banyak konsumen yang melakukan order setiap harinya, Rizstore.Kitchen yang menjadi mitra menginginkan adanya aspek legalitas untuk produk yang dijualnya agar dapat memberikan keamanan, kenyamanan, dan menumbuhkan kepercayaan konsumen akan kehalalan produknya. Untuk itu mitra ingin mengetahui cara mengurus PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan Sertifikat Halal Industri Rumahan.

PIRT merupakan izin produksi pangan berskala industri rumah tangga yang telah memenuhi persyaratan dan standard keamanan pangan tertentu. PIRT ini juga berfungsi sebagai izin edar dari suatu produk pangan. Produk pangan yang telah memiliki PIRT dapat secara legal diedarkan, dan dipasarkan kepada konsumen maupun masyarakat luas. Dengan memiliki izin PIRT, industri Rumah Tangga dapat memasarkan produk pangannya dengan

jalur distribusi yang lebih luas termasuk ditoko toko modern. Oleh karena itu, izin PIRT ini sangat penting untuk dimiliki oleh industri Rumah Tangga guna memperluas jaringan pemasaran sekaligus menarik kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk pangan yang diproduksi sehingga konsumen tidak ragu untuk membeli produk pangan tersebut .

Dalam menjalankan usaha produk pasta ini, pemilik Rizstore.Kitchen juga mempunyai kekurangan, diantara kekurangannya adalah produk pasta tidak dapat bertahan lama, bila dalam beberapa jam saja produk tidak segera dikonsumsi, maka produk akan mudah basi dan juga busuk. Makanan yang tidak dapat bertahan lama memang membuat olahan produk pasta harus dikemas dengan baik jika akan dikirim dengan jarak yang lumayan jauh, sehingga resiko dalam kerusakan produk pasta dapat diminimalisir dengan melakukan kemasan (packaging) produk dengan baik, namun mitra terkendala biaya pengemasan dan biaya pengiriman yang mahal untuk menjangkau pasar yang lebih luas

Berdasarkan uraian tersebut, menarik kiranya untuk melakukan sosialisasi cara mengurus PIRT dan sertifikat halal kepada mitra yang baru menjalankan usaha produk pastanya, serta cara packaging yang baik untuk konsumen yang berada diluar kota, dengan harapan usaha mitra semakin berkembang dan dapat meningkatkan omzet penjualan. Selain itu, usaha ini diharapkan dapat menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar untuk terlibat dalam produksi produk Rizstore.Kitchen.

## **1.2 Masalah Mitra**

Mengacu kepada uraian analisis situasi, teridentifikasi permasalahan prioritas yang dihadapi mitra, yaitu :

1. Kurangnya pengetahuan mitra dalam cara pengurusan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), hal ini untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan
2. Kurang pengetahuan mitra dalam mengurus sertifikat halal, hal ini untuk meningkatkan keamanan produk yang dihasilkan oleh mitra yang punya potensi cukup besar untuk dikembangkan
3. Mitra belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas, karena mahal biaya pengiriman dan packaging produk khususnya konsumen yang ada di luar kota Sidorjo

Dengan mempertimbangkan permasalahan tersebut, maka disepakati bahwa yang

akan diatasi pada program pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Memberikan pengetahuan tentang cara pengurusan PIRT
2. Memberikan pengetahuan tentang cara pengurusan sertifikat halal
3. Memberikan pengetahuan tentang kemasan produk makanan yang aman agar dapat menjaga kualitas produknya

## **BAB 2. SOLUSI PERMASALAHAN**

## 2.1 Solusi Masalah yang Disepakati untuk Diselesaikan

Memperhatikan analisis situasi dan penetapan prioritas masalah yang akan diselesaikan selama Program Pemberdayaan Masyarakat, maka pemberian solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra dibagi menjadi dua hal yaitu :

1. Dalam memberikan solusi atas permasalahan tentang kurangnya pengetahuan mitra dalam cara pengurusan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), dan sertifikat halal untuk meningkatkan keamanan produk yang dihasilkan oleh mitra yang punya potensi cukup besar untuk dikembangkan. Solusi yang ditawarkan dengan memberikan sosialisasi untuk menambah pengetahuan tentang cara pengurusan PIRT dan sertifikat halal.
2. Dalam memberikan solusi atas permasalahan tentang mitra belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas, karena mahalnya biaya pengiriman dan packaging produk khususnya konsumen yang ada di luar kota Surabaya. Solusi yang ditawarkan dengan memberi sosialisasi untuk menambah pengetahuan tentang pengemasan produk makanan yang aman dapat menjaga kualitas produknya

## 2.2 Luaran dan Target Capaian

Luaran dari setiap solusi yang ditawarkan dapat disajikan pada tabel 2.2 dan rencana target capaian luaran pada program pemberdayaan masyarakat dapat disajikan dalam tabel 2.3 sebagai berikut :

**Tabel 2.2**  
**Solusi Yang Ditawarkan untuk Mengatasi Masalah**

No	Solusi Yang Ditawarkan	Luaran
1.	Sosialisasi kepada Mitra (pemilik usaha dan staf) serta kolega mitra tentang cara pengurusan PIRT dan sertifikat halal	Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman mitra dan peserta yang lain dalam cara pengurusan PIRT dan sertifikat halal
2,	Sosialisasi kepada Mitra (pemilik usaha dan staf) serta kolega mitra tentang kemasan produk makanan yang baik	Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman mitra dan peserta yang lain dalam pengemasan produk makanan yang aman dan dapat menjaga kualitas produk

**Tabel 2.3**  
**Rencana Target Capaian Luaran**

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Publikasi ilmiah di jurnal/Prosiding <sup>1)</sup>	Ada berupa draft Jurnal
2.	Pemakalah dalam pertemuan ilmiah <sup>2)</sup>	Tidak ada
3.	Hak Atas Kekayaan Intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu) <sup>3)</sup>	Tidak ada
4.	Teknologi Tepat Guna <sup>4)</sup>	Tidak ada
5.	Karya Seni/Rekayasa Sosial, Jasa, Sistem, Produk/Barang <sup>5)</sup>	Tidak ada
6.	Buku Ajar (ISBN)	Tidak ada
7.	Publikasi pada media masa (cetak/elektronik)	Tidak ada

<sup>1)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, *submitted*, *reviewed*, atau *accepted/published*

<sup>2)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, terdaftar, atau sudah dilaksanakan

<sup>3)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, atau terdaftar/*granted*

<sup>4)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, produk, atau penerapan

<sup>5)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, produk, atau penerapan

<sup>6)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, proses *editing*/sudah terbit

### BAB 3. METODE PELAKSANAAN

### 3.1 Tahapan Pelaksanaan

Sebagaimana diuraikan dalam perumusan masalah, bahwa kondisi mitra menginginkan adanya peningkatan pengetahuan mitra tentang cara pengurusan PIRT dan sertifikat halal, dan cara pengemasan produk makanan yang aman untuk menjaga kualitas produk

Berkenaan dengan itu untuk memecahkan masalah mitra, diusulkan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat dengan Rizstore.Kitchen sebagai mitra. Program yang akan dilaksanakan ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan, dengan memberikan sosialisasi tentang cara pengurusan PIRT dan sertifikat halal, serta cara pengemasan produk makanan yang aman untuk menjaga kualitas produk. Oleh karena itu metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, dan diskusi.

Adapun tahapan atau langkah-langkah yang ditempuh guna melaksanakan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra meliputi :

#### 1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, merupakan tahapan persiapan sebelum Program Kemitraan Masyarakat dilaksanakan, yaitu :

Tahap persiapan meliputi :

- a. Pada tahap persiapan pertama ini dilakukan analisis kebutuhan (*needs survey*) permasalahan yang dihadapi mitra dan merumuskan masalah sehingga dapat dicari solusi pemecahan. Hasil kegiatan analisis kebutuhan ini menunjukkan bahwa :
  - Kurangnya pengetahuan mitra dalam cara pengurusan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), hal ini untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan
  - Kurang pengetahuan mitra dalam mengurus sertifikat halal, hal ini untuk meningkatkan keamanan produk yang dihasilkan oleh mitra yang punya potensi cukup besar untuk dikembangkan
  - Mitra belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas, karena mahal biaya pengiriman dan packaging produk khususnya konsumen yang ada di luar kota Surabaya
- b. Pada tahap persiapan kedua ini dilakukan persiapan materi untuk melakukan sosialisasi. Materi-materi yang akan di berikan dalam sosialisasi meliputi : cara mengurus PIRT, cara mengurus sertifikat halal, dan cara melakukan pengemasan

produk makanan yang baik, dan dapat menjaga kualitas produk makanan yang akan dikirim,

- c. Pada tahap persiapan ke tiga persiapan media yang akan digunakan untuk melakukan sosialisasi secara online yaitu dengan aplikasi Zoom

## 2. Tahap Pelaksanaan

Setelah semua tahap-tahap persiapan dilaksanakan, maka akan segera dilaksanakan sosialisasi secara online, hal dikarenakan masih dalam suasana pandemi covid 19. Rencana sosialisasi secara online akan dilaksanakan pada tanggal 18 & 19 Mei 2020. Peserta sosialisasi adalah para pemilik toko Rizstore.Kitchen beserta staf, dan ditambah pelaku usaha toko online dibidang makanan yang merupakan kolega dari pemilik toko Rizstore.Kitchen. Pelaksanaan sosialisasi secara online akan dilakukan melalui aplikasi zoom, dengan kode dan password akan di share sebelum pelaksanaan sosialisasi

**Tabel 3.4**  
**Rancangan Kegiatan Sosialisasi & Evaluasi**

<b>Pertemuan</b>	<b>Topik</b>	<b>Alokasi Waktu</b>
1	Sosialisasi cara pengurusan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)	180 menit
	Sosialisasi cara pengurusan Sertifikat Halal Industri Rumahan	180 menit
2	Sosialisasi cara pengemasan produk makanan yang aman dan kualitas produk terjaga	180 menit
	Evaluasi dengan melakukan diskusi dan tanya jawab tentang materi sosialisasi yang telah disampaikan	180 menit

### 3.2 Kotribusi Setiap Anggota dan Kepakarannya

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yang telah ditetapkan ini memerlukan beberapa jenis kepakaran atau keahlian. Jenis keahlian yang dibutuhkan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku usaha toko online yaitu: bidang Manajemen Pemasaran, sehingga untuk keberhasilan program kegiatan yang akan dilaksanakan, maka tim PKM ini dibantu beberapa dosen dengan bidang keahlian yang dibutuhkan dalam bidang Manajemen

Pemasaran. Tim pelaksana kegiatan ini terdiri dari 2 (dua) dosen dengan kualifikasi multi disiplin, dan 2 (dua) mahasiswa.

Dibawah ini tabel yang menguraikan tentang nama tim pengusul Program Kemitraan Masyarakat, kepakaran, dan kontribusi masing-masing dalam kegiatan Program Kemitraan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada tabel 3.5

**Tabel 3.5**  
**Kontribusi Tim Pelaksana dan Kepakaran**

No.	Nama	Kepakaran	Kontribusi dalam PPM
1.	Dra. Andry Herawati, MM	Manajemen Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persiapan survai awal</li> <li>• Penyusunan jadwal kegiatan</li> <li>• Penyusunan materi Sosialisasi</li> <li>• Identifikasi peralatan yang dibutuhkan dalam Sosialisasi</li> <li>• Pelaksanaan Sosialisasi secara online kepada peserta</li> <li>• Pelaksanaan Evaluasi dengan berdiskusi dan tanya jawab tentang materi yang telah disampaikan dalam sosialisasi</li> </ul>
2.	Liling Lisyawati, S.sos, MM	Manajemen Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlibat dalam Persiapan survai awal</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan jadwal kegiatan</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan materi Sosialisasi</li> <li>• Terlibat dalam pelaksanaan sosialisasi secara online</li> <li>• Terlibat dalam pelaksanaan Evaluasi hasil sosialisasi</li> </ul>
4	Ziza Nur Rohma (Mahasiswa)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlibat dalam Persiapan survai awal</li> <li>• Terlibat dalam Pelaksanaan Sosialisasi secara online</li> <li>• Terlibat dalam pelaksanaan Evaluasi hasil sosialisasi</li> </ul>

Liling Lisyawati

4	Iza Maulida Fauziah (Mahasiswa)		<ul style="list-style-type: none"><li>• Terlibat dalam Persiapan survai awal</li><li>• Terlibat dalam Pelaksanaan Sosialisasi secara online</li><li>• Terlibat dalam pelaksanaan Evaluasi hasil sosialisasi</li></ul>	
---	------------------------------------	--	---	--

## BAB 4 . HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

### 4.1 Hasil

Program Kemitraan Masyarakat tentang sosialisasi secara online cara pengurusan PIRT dan sertifikat halal industri rumahan, ini telah dilaksanakan pada tanggal 18 dan 19 Mei 2020. Adapun hasil kegiatan kemitraan masyarakat yang telah dilakukan dan luaran yang dicapai dapat diuraikan adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan survey dan diskusi pendahuluan secara online dengan Mitra, yang telah dilakukan pada hari Senin 11 Mei 2020, dari hasil survey dapat diidentifikasi masalah yang sedang dihadapi mitra adalah terkait dengan aspek legalitas dari produk makanan yang dihasilkan mitra. Adapun permasalahan prioritas yang dihadapi oleh Mitra dapat dirumuskan sebagai berikut :
  - a. Kurangnya pengetahuan mitra dalam cara pengurusan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), hal ini untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan
  - b. Kurang pengetahuan mitra dalam mengurus sertifikat halal, hal ini untuk meningkatkan keamanan produk yang dihasilkan oleh mitra yang punya potensi cukup besar untuk dikembangkan
  - c. Mitra belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas, karena mahalnya biaya pengiriman dan packaging produk khususnya konsumen yang ada di luar kota Surabaya

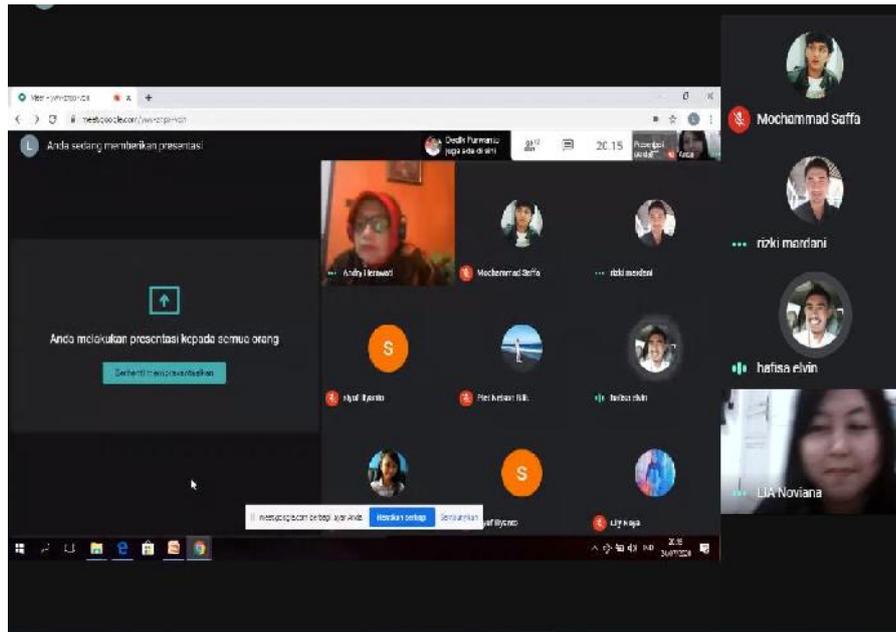


**Gambar 4.5**  
**Kunjungan Survey Awal & Diskusi dengan Mitra Secara Online**

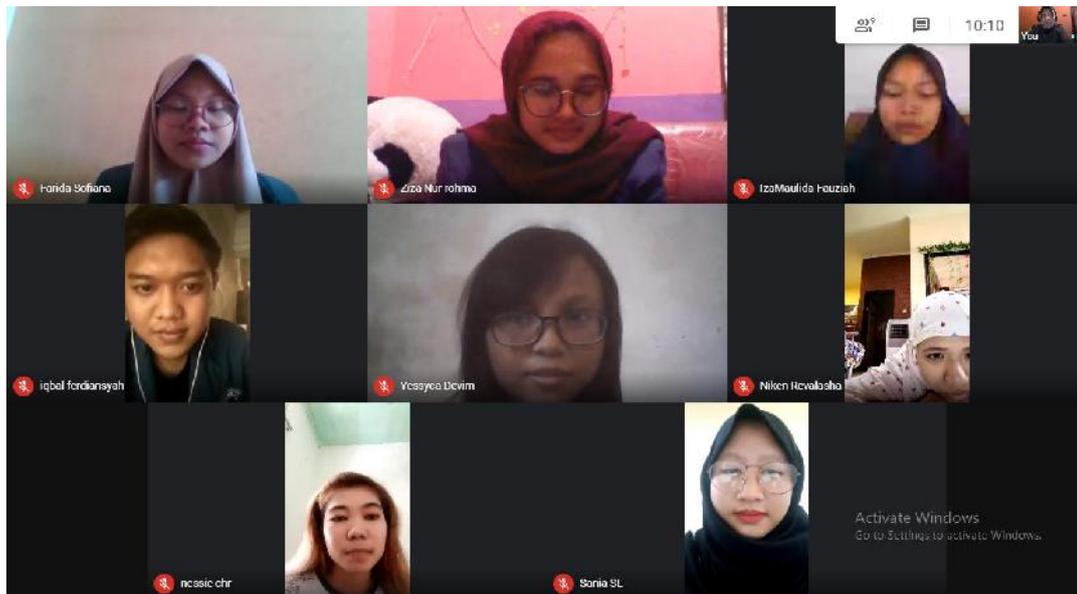
2. Ketiga permasalahan tersebut telah diatasi dengan dana dari TIM PKM dan kontribusi mitra yaitu toko online Rizstore.Kitchen, dengan program yang telah disepakati dengan Mitra sesuai jadwal kegiatan pada **lampiran 2**.

Adapun hasil pelaksanaan Program kemitraan Masyarakat untuk menyelesaikan masalah mitra dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Masalah kurangnya pengetahuan mitra dalam cara pengurusan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), diatasi dengan memberikan sosialisasi cara pengurusan PIRT, hal ini penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.
  - Pada tahap persiapan telah dilakukan penyusunan materi pembelajaran yang terkait dengan materi sosialisasi cara mengurus PIRT dengan kegiatan (pengumpulan bahan materi dilakukan selama 3,5 jam, penyusunan materi dilakukan selama 6,5 jam), adapun hasil materi yang disusun dapat dilihat pada **lampiran 3**
  - Pada hari Senin, 18 Mei 2020 telah dilakukan sosialisasi secara online tentang cara pengurusan PIRT dengan topik “Cara Pengurusan PIRT dengan mudah”, serta dilakukan selama 3 jam dengan metode ceramah, diskusi dan Tanya jawab.
- b. Masalah kurangnya pengetahuan mitra dalam mengurus sertifikat halal, diatasi dengan memberikan sosialisasi cara pengurusan sertifikat halal industri rumahan, hal ini penting dilakukan untuk meningkatkan keamanan produk yang dihasilkan oleh mitra yang punya potensi cukup besar untuk dikembangkan,
  - Pada tahap persiapan telah dilakukan penyusunan materi pembelajaran yang terkait dengan materi sosialisasi cara mengurus sertifikat halal industri rumahan dengan kegiatan (pengumpulan bahan materi dilakukan selama 3,5 jam, penyusunan materi dilakukan selama 6,5 jam), hasil materi yang disusun dapat dilihat pada **lampiran 4**
  - Pada hari Senin, 18 Mei 2020 telah dilakukan sosialisasi secara online tentang cara pengurusan sertifikat halal industri rumahan dengan topik Cara Pengurusan Sertifikat Halal Industri Rumahan, yang dilakukan selama 3 jam dengan metode ceramah, diskusi dan Tanya jawab.



**Gambar 4.6**  
**Sosialisasi Secara Online Pengurusan PIRT & Sertifikat Halal Industri Rumahan**  
**18 Mei 2020**



**Gambar 4.7**  
**Mahasiswa yang Berkontribusi Dalam**  
**Sosialisasi Secara Online Pengurusan PIRT & Sertifikat Halal Industri Rumahan**  
**18 Mei 2020**





**Gambar 4.8**  
**Mahasiswa yang Berkontribusi Dalam**  
**Sosialisasi Secara Online tentang Pengemasan Produk Makanan & Evaluasi**  
**19 Mei 2020**

Hasil kegiatan Program Kemitraan masyarakat tersebut selanjutnya akan disajikan dalam bentuk tabel 4.6 :

**Tabel 4.6**  
**Hasil Pelaksanaan**  
**Program Kemitraan Masyarakat –Toko Online Rizstore.Kitchen**

No.	Pelaksanaan Kegiatan	Pelaksanaan	Luaran	(% )	
				Target	Capaian
1	<p>Survey dan kunjungan pendahuluan ke Mitra kepemilik toko online Rizstore. Kitchen, Senin 11 Mei 2020 :</p> <p>Adapun kegiatan yang dilakukan sbb :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Komunikasi awal tentang rencana kegiatan antara Tim Pelaksana PKM dengan Mitra</li> <li>b. Identifikasi Masalah yang dihadapi Mitra tentang aspek legalitas dari produk makanan yang dihasilkan mitra</li> <li>c. Menentukan jadwal pelaksanaan kegiatan</li> </ol>	Tim PKM dan Mitra	Jadwal Kegiatan PKM (lampiran 2)	10	10



## **4.2 Luaran Yang Dicapai**

Hasil Luaran yang telah dicapai melalui pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra dan peserta sosialisasi (kolega mitra) dalam cara pengurusan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)
2. Adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra dan peserta sosialisasi (kolega mitra) dalam cara pengurusan sertifikat halal industri ruumahan
3. Adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman cara pengemasan produk makanan yang baik, aman dan tetap dapat menjaga kualitas produk
4. Luaran lainnya yang ingin dicapai pada Program Kemitraan Masyarakat adalah Publikasi ilmiah di jurnal, hasil program pengabdian masyarakat ini akan dipublikasikan dalam bentuk jurnal.

## **BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN**

Program Kemitraan Masyarakat dengan mitra toko online Rizstore.Kitchen telah dapat dijalankan dengan baik dan tanpa halangan yang berarti. Dengan kerjasama tim PKM yang baik dan peran serta aktif dari mitra dalam kegiatan ini maka semuanya telah berjalan sesuai yang diharapkan dan harapannya dapat memberikan manfaat bagi toko online Rizstore.Kitchen sebagai mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mitra dalam pengurusan PIRT dan sertifikat hala industri rumahan, serta cara pengemasan produk makanan yang baik, aman dan menjaga kualitas produk makanan sampai ditangan konsumen

Program Kemitraan Masyarakat yang di lakukan ini telah sampai pada tahapan dilaksanakannya kegiatan sosialisasi tentang cara pengurusan PIRT dan sertifikat halal industri rumahan. Selanjutnya telah dilakukan evaluasi untuk melihat tingkat keberhasilan Program Kemitraan Masyarakat dengan melakukan diskusi dan tanya jawab dengan peserta.

Pada akhir kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini tim melakukan evaluasi atas semua materi yang telah disampaikan dalam sosialisasi, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat pengetahuan dan pemahaman mitra tentang cara pengurusan PIRT dan sertifikat halal industri rumahan, serta cara pengemasan produk makanan untuk memperluas pasar. Selanjutnya dibuat laporan akhir hingga penulisan jurnal yang direncanakan akan dipublikasikan.

Hasil Program Kemitraan Masyarakat ini diharapkan mitra segera mengurus PIRT, sehingga toko online Rizstore.Kitchen mempunyai keunggulan bersaing dimasa yang akan datang, dan dapat meningkatkan omzet penjualan dan memperluas jangkauan pasar yang dilayani.

**DAFTAR PUSTAKA**

Kotler, Philip and Keller, 2016, Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation & Control, 15 th Edition, New York, Prentice Hall International Inc

Simamora, Bilson. 2007. Panduan Riset dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia

Julianti,E. dan Nurminah, M. 2006. Teknologi Pengemasan. Departemen Teknologi Pertanian, Fakultas pertanian, Universitas sumatera utara.  
<http://ecourse.usu.ac.id/content/teknologi/teknologi/textbook.pdf>

Sutedi, Adrian. 2011. Hukum Perizinan Dalam Pelayanan Publik. Sinar Garfika. Jakarta

Wibawa, Fahmi. 2007. Panduan Peraktis Perizinan Usaha Terpadu. PT Grasindo. Jakarta

**LAMPIRAN 1 : Surat Pernyataan Kesiediaan Kerjasama Mitra untuk Program  
Kemitraan Masyarakat**

**SURAT PERNYATAAN**

Yang Bertanda Tangan Dibawa Ini :

Nama : Asti Rizkiana Pramitha, S.TP  
Jabatan : Pemilik Toko Online Rizstore. Kitchen  
Alamat : Perum Griya Wage Asri D66 Taman Sidoarjo

Menyatakan bersedia bekerjasama dengan pengusul Program Kemitraan Masyarakat fberikut ini :

Nama : Dra Andry Herawati, MM  
Alamat : Banyu Urip Lor IV /1 Surabaya  
Pekerjaan : Dosen FIA Unitomo  
Alamat Kantor : FIA Unitomo Jl Semolowaru No 84 Surabaya  
Judul PKM : Sosialisasi Secara Online Tentang Cara Mengurus PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) Dan Sertifikat Halal Industri Rumahan Di Toko Online Rizstore.Kitchen

Kerjasama yang dimaksud adalah memberikan dukungan sepenuhnya dan sanggup berkontribusi sebesar Rp 250.000,- demi terselenggarakannya. Program Kemitraan Masyarakat yang bertujuan Memberikan Sosialisasi secara online tentang “Cara Mengurus PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), Sertifikat Halal Industri Rumahan Di Toko Online Rizstore.Kitchen, dan Cara Pengemasan Produk Makanan yang Baik, Aman dan Bermutu.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat guna dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 15 Mei 2020



Asti Rizkiana Pramitha, S.TP

No. \_\_\_\_\_

Telah terima dari

Toko Online Ristore Krtchen

Uang sejumlah

Dua Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah.

Untuk pembayaran

Kontribusi Kegiatan PKM ttg Sosialisasi  
Cara pengurusan P-irt dan sertifikat  
Halal

Surabaya, 15 Mei 2020.

Rp.

250.000,-



Dra Andry H., MM

**LAMPIRAN 2**  
**JADWAL PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT**

**JADWAL**  
**PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT**  
**TOKO ONLINE RIZSTORE.KITCHEN**

<b>No.</b>	<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>
1	9 Mei 2020	Kegiatan Program Kemitraan masyarakat diawali dengan pertemuan tim pelaksana yang bertujuan untuk membicarakan: 1. Koordinasi tim pelaksanaan kegiatan 2. Perancangan kegiatan (penyusunan jadwal) 3. Pembagian tugas
2	10 & 11 Mei 2020	Persiapan dan Pelaksanaan Survey dan kunjungan pendahuluan ke Mitra
3	13 & 14 Mei 2020	Persiapan penyusunan materi sosialisasi
4	18 Mei 2020	Pelaksanaan sosialisasi secara online dengan topik “Cara Pengurusan PIRT dengan mudah”
5	19 Mei 2020	Pelaksanaan sosialisasi secara online dengan topik “Cara Pengurusan Sertifikat Halal Industri Rumahan”
		Pelaksanaan sosialisasi secara online dengan topik “Cara Pengemasan produk makanan yang baik dan berkualitas”
		Pelaksanaan Evaluasi dengan melakukan diskusi dan tanya jawab terkait dengan materi yang telah disampaikan dalam sosialisasi.
6	Juni 2020	Penulisan Laporan Akhir kegiatan Program Kemitraan Masyarakat
7	Juli 2020	Penulisan Draft Jurnal Hasil Program Kemitraan Masyarakat untuk dipublikasikan

**LAMPIRAN 3**  
**MATERI SOSIALISASI**

**MATERI SOSIALISASI**  
**PENGURUSAN PIRT**  
**(PANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA)**



**CARA PENGURUSAN PIRT DENGAN MUDAH**

Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

**TIM PENGUSUL:**

Nama 1. Dra.Andry Herawati, MM

NIDN: 0724126601

Nama 2. Liling Listyawati, S.Sos, MM

NIDN : 0710096201

**UNIVERSITAS Dr. SOETOMO SURABAYA**

**JUNI 2020**

## CARA PENGURUSAN PIRT DENGAN MUDAH

### Apa itu PIRT ?

Produk makanan mendapatkan pengawasan tersendiri dalam hal pemasaran dari pihak berwenang dalam pemerintahan, tidak dapat secara sembarangan dijual kepada konsumen tanpa adanya izin yang menyatakan bahwa makanan tersebut aman untuk dikonsumsi masyarakat. Begitupun di mata pembeli, untuk produk ini tentunya mereka akan lebih selektif memilih mana makanan yang layak untuk dibeli.

Sebagai pedoman konsumen salah satunya adanya sertifikasi produk makanan oleh Dinas Kesehatan. Dari berbagai sertifikat yang dikeluarkan, khusus untuk produk makanan hasil usaha berskala kecil menengah ada yang disebut dengan perizinan *Pangan Industri Rumah Tangga* atau disingkat menjadi PIRT. Dengan memiliki sertifikat PIRT, makanan yang dipasarkan telah melewati berbagai tahap uji hingga benar-benar aman untuk dikonsumsi. Bagi pelaku usaha tentunya hal ini akan menjadi poin tersendiri karena produknya tidak akan lagi diragukan oleh pembeli.

Bagi pelaku usaha yang masih sedikit bingung akan banyaknya sertifikasi pada produk makanan, kami coba akan berikan sedikit penjelasan mengenai pengertian PIRT serta produk-produk makan apa saja yang masuk kedalam klasifikasi menggunakan izin ini.

**P-IRT** adalah izin untuk industri makanan dan minuman berskala rumahan, umumnya PIRT disertakan dalam sebuah label di kemasan produk berupa deretan nomor yang terdaftar didinas kesehatan setempat. Jika untuk produk pangan berskala besar baik itu buatan lokal atau impor sertifikasi tersebut digantikan oleh label MD atau ML.

Tidak semua produk pangan dapat disertifikasi dengan P-IRT, diantaranya yang tidak termasuk kedalam klasifikasi izin ini adalah produk susu dan semua olahannya, daging dan olahannya, air minum dalam kemasan, makanan bayi, dan lain sebagainya.

Selain itu izin PIRT juga di bagi menjadi dua bagian, pertama untuk pangan dengan masa kadaluarsa diatas tujuh hari, sertifikasi PIRT memiliki masa berlaku 5 tahun. Kedua pangan dengan masa kadaluarsa dibawah tujuh hari, sertifikasi PIRT memiliki masa berlaku 3 tahun. Keduanya dapat diperpanjang kembali setelahnya.

### Cara Pengajuan Izin PIRT

Usaha rumahan banyak peminatnya, maka sangat perlu mengurus ijin edar sebagai jaminan bahwa usaha makanan atau minuman rumahan yang kita jual memenuhi standar keamanan makanan. Karena usaha ini dimulai dari rumah maka yang perlu dilakukan adalah mendaftarkan **PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)** ke Dinas Kesehatan di masing masing wilayah (kabupaten atau propinsi) setempat dimana usaha kita didirikan. Adapun untuk cara pengajuan PIRT kita wajib mempersiapkan beberapa dokumen diantaranya.

1. Fotokopi KTP
2. Foto diri - Pas foto 3×4 sebanyak 2 lembar
3. Surat Keterangan Domisili Usaha dari kantor Camat
4. Surat keterangan Puskesmas atau Dokter
5. Denah lokasi dan denah bangunan
6. Mengisi formulir pendaftaran di Dinas Kesehatan

Selanjutnya akan diberikan penyuluhan keamanan pangan dari dinas kesehatan yang biasanya dilakukan secara bersamaan dengan para pengaju PIRT lainnya. Penyuluhan tersebut jadwalnya pelaksanaannya dapat berbeda-beda, tergantung banyaknya peserta yang mendaftar, umumnya akan segera dilaksanakan jika peserta telah lebih dari 15 orang atau bergantung kebijakan dinas kesehatan masing-masing wilayah. Materi penyuluhan yang diberikan meliputi bagaimana cara untuk memilih bahan, cara produksi yang benar, hingga cara mengatasi gangguan kontaminasi pada pangan.

Setelah materi penyuluhan selesai disampaikan seluruhnya, setiap peserta lalu akan mulai di survey secara langsung ke lokasi usaha termasuk didalamnya uji laboratorium makanan yang didaftarkan. Langkah ini dilakukan guna memastikan tempat produksi benar-benar layak digunakan. Diantara yang akan disorot saat petugas melakukan pengecekan ke lapangan adalah kebersihan didalam dan lingkungan sekitar, fisik bangunan seperti ketersediaan ventilasi udara, ketersediaan air, hingga pengecekan kesehatan para karyawan.

Terahir, tinggal menunggu hasilnya. Jika segala macam persyaratan dan ketentuan dari dinas kesehatan terpenuhi biasanya izin PIRT dapat dikantongi dalam jangka waktu sekitar dua minggu dari pengajuan.

## **8 Manfaat dan Keunggulan Produk Pangan Memiliki Izin PIRT**

Setiap produk pangan dari usaha rumahan memang sudah seharusnya mendapat sertifikat PIRT dari dinas kesehatan. Ada banyak manfaat dan keunggulan yang didapat jika produk pangan memiliki izin PIRT. Maka dari itu, sudah saatnya para pelaku usaha rumahan sadar terhadap pentingnya mendaftarkan produk pangan untuk mendapatkan izin PIRT supaya produk makanan atau minuman industri rumah tangga dapat bersaing dengan produk pabrikan.

Persaingan produk makanan dan minuman kini sudah semakin ketat dengan bermunculannya berbagai jenis produk pangan modern yang sudah memiliki kelengkapan hasil uji laboratorium untuk keamanannya. Jika dibiarkan secara terus-menerus, maka produk-produk pangan usaha rumahan akan tergeser posisinya sehingga akan menyebabkan kerugian untuk pengusaha industri rumahan.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk meyakinkan konsumen terhadap produk pangan yang diproduksi usaha rumahan adalah dengan mendaftarkannya ke perizinan PIRT untuk mendapatkan sertifikat layak konsumsi. Meski diolah dalam skala kecil, produk pangan usaha rumahan yang mengantongi izin PIRT sudah terjamin keamanannya karena telah melalui beberapa tahap uji dan seleksi. Proses ini dilakukan secara ketat oleh dinas terkait sehingga produk yang lolos benar-benar layak konsumsi.

### **Manfaat dan Keunggulan Produk Pangan Yang Memiliki Izin PIRT**

Selama ini, banyak pelaku usaha dengan skala kecil dan menengah yang kurang mengetahui manfaat dan keunggulan produk pangan yang memiliki izin PIRT. Akibatnya kesadaran mereka untuk mendaftar juga sangat rendah. Padahal, jika mereka mampu mendapat sertifikat PIRT untuk setiap produk pangan yang dihasilkan, akan ada banyak keuntungan yang didapat. Berikut ini adalah 8 manfaat dan keunggulan produk pangan yang memiliki izin PIRT.

#### **1. Produk Sudah Layak Beredar**

Dengan memiliki izin PIRT untuk produk pangan yang diproduksi, bisa dipastikan bahwa produk tersebut sudah siap dan layak untuk beredar dipasaran. Tidak ada larangan yang menyatakan produk tersebut tidak boleh beredar karena sudah sah terdaftar di dinas

kesehatan. Manfaat dan keunggulan ini bisa digunakan untuk bersaing dengan produk sejenis.

## **2. Produk Bebas Dipasarkan Secara Luas**

Selain sudah layak beredar, pelaku UKM yang sudah memiliki sertifikat PIRT bisa memasarkan produk secara luas. Asalkan masih dalam lingkup daerah lokal, pengusaha bisa memasarkan produk makanan atau minuman olahannya keseluruh daerah yang ada di Indonesia. Ketika sebuah produk sudah bisa menjangkau pasar secara luas, maka akan banyak dikenal dan diketahui oleh banyak orang sehingga peluang untuk terjual juga semakin tinggi.

## **3. Keamanan dan Mutu Produk Terjamin**

Dalam proses pendaftaran, produk pangan industri rumah tangga akan diuji dan diseleksi secara ketat oleh pihak dari dinas kesehatan. Selain produk, pemilik usaha juga dilakukan tes pengetahuan terhadap bahan pangan serta diberikan edukasi melalui bimbingan. Setelah lolos tahap ini, baru kemudian izin PIRT bisa dikeluarkan. Mengingat prosedur yang dilalui cukup ketat, sehingga bisa dipastikan bahwa keamanan dan mutu produk yang beredar sudah terjamin.

## **4. Kepercayaan Pembeli Meningkat**

Saat ini, para konsumen sudah cerdas dan selektif dalam memilih produk. Mereka sudah bisa membedakan mana produk yang aman dan yang tidak dengan melihat informasi kemasan. Ketika tercantum izin PIRT pada kemasan produk pangan yang sudah beredar dipasaran, para konsumen akan lebih percaya. Mereka tidak akan ragu lagi untuk membeli produk tersebut kemudian mengkonsumsinya.

## **5. Profesionalitas Produk Terangkat**

Salah satu bukti profesionalitas untuk sebuah usaha adalah adanya perizinan yang didapat sesuai dengan bidang yang ditekuni. Untuk produk usaha makanan dan minuman, izin PIRT yang diperoleh dari dinas kesehatan akan membuat produk yang diproduksi dan diedarkan lebih profesional. Memiliki izin PIRT dapat memberikan manfaat dan keunggulan produk pangan yang profesional.

## **6. Meningkatkan Nilai Jual Produk**

Manfaat dan keunggulan produk pangan yang memiliki izin PIRT salah satu diantaranya adalah dapat meningkatkan nilai jual produk dimata konsumen. Produk pangan yang sudah memiliki izin PIRT memang lebih mendapatkan tempat dihati para pembeli dibandingkan dengan produk pangan yang belum tersertifikasi. Ini akan berpengaruh baik terhadap penjualan yang jumlahnya bisa lebih meningkat.

## **7. Mendongkrak Harga Produk**

Produk-produk pangan yang sudah lolos sertifikasi PIRT berarti sudah memiliki kelayakan dan keamanan untuk dikonsumsi karena sudah melewati berbagai pengujian yang dilakukan dinas kesehatan. Produk yang layak dan aman harganya bisa lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang belum mengantongi izin. Dengan harga yang lebih tinggi, akan membuat keuntungan yang didapat pemilik usaha menjadi lebih banyak. Ini akan berpengaruh baik terhadap kondisi finansial usaha.

## **8. Produk Bisa Masuk Ritel Besar**

Manfaat dan keunggulan dari produk pangan dengan memiliki izin PIRT yang paling dirasakan oleh pemilik usaha adalah bisa menembus pasar yang lebih berkelas yaitu masuk ritel-ritel besar dan ternama seperti swalayan, minimarket, supermarket, bahkan mall. Kesempatan semacam ini dapat berpengaruh baik terhadap kondisi usaha karena produk yang dijual akan terkenal dan berpotensi diincar oleh banyak orang. Hal ini menyebabkan produk laku keras dan banyak dikonsumsi.

**LAMPIRAN 5**  
**MATERI SOSIALISASI**

**MATERI SOSIALISASI**  
**CARA PENGEMASAN PRODUK MAKANAN**



**CARA PENGEMASAN PRODUK MAKANAN YANG  
BAIK DAN BERKUALITAS**

Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

**TIM PENGUSUL:**

Nama 1. Dra.Andry Herawati, MM

NIDN: 0724126601

Nama 3. Liling Listyawati, S.Sos, MM

NIDN : 0711107101

**UNIVERSITAS Dr. SOETOMO SURABAYA**

**JUNI 2020**

## **CARA PENGEMASAN PRODUK MAKANAN YANG BAIK DAN BERKUALITAS**

Teknologi pengemasan terus berkembang dari waktu ke waktu dari mulai proses pengemasan yang sederhana atau tradisional hingga pengemasan yang sifatnya modern. Saat ini, pengemasan merupakan salah satu faktor penting dalam persaingan dunia usaha. Hampir semua orang membutuhkan kemasan dalam setiap produknya. Selain sebagai alat pelindung dari kerusakan, kemasan juga berfungsi sebagai nilai estetika yang menjadikan alasan mengapa orang memilih atau membeli produk tersebut. Cara-cara pengemasan dan labeling yang baik dan menarik tentu sangat diperlukan dalam mendukung suatu produk makanan. Sayangnya belum semua pelaku usaha dapat menerapkannya.

Sampai saat ini kemasan produk masih merupakan masalah bagi para pelaku usaha produk rumahan. Permasalahan tentang kemasan produk dan labelnya kadang-kadang menjadi kendala bagi perkembangan atau kemajuan suatu usaha. Banyak persoalan yang muncul ketika suatu usaha ingin memiliki suatu kemasan produk yang baik, berkualitas dan memenuhi standar nasional yang ada. Persoalan-persoalan yang sering dihadapi seperti bahan pengemas, desain bentuk kemasan, desain label, sampai pada persoalan yang paling utama yaitu biaya pembuatan kemasan itu sendiri.

Pengemasan makanan dengan baik akan membawa keuntungan bagi pelaku usaha. Kebanyakan beberapa pengusaha di luar sana berpikir bahwa kualitas sebuah produk dan cara pemasaran jauh lebih diutamakan untuk meningkatkan penjualan, dibandingkan fokus pada *pengemasan* produk makanan. Padahal beberapa unsur yang mempengaruhi penjualan produk seperti kualitas produk, pelayanan, pemasaran, dan pengemasan juga saling mendukung satu sama lain. Jadi, belum tentu juga jika produk dengan kualitas yang bagus maka akan banyak peminatnya, kecuali bila konsumen tersebut benar-benar membutuhkannya. Pengemasan suatu produk inilah yang mungkin perlu dipikirkan sebagai bagian dari strategi pemasaran

Bagi para pelaku usaha dengan segala keterbatasan modal usaha sebaiknya permasalahan tentang kemasan bisa ditangani dengan kreativitasnya. Kemasan yang baik dan menarik tidak selalu identik dengan harga kemasan yang mahal. Dengan bahan pengemas yang biasa-biasa saja, asalkan dirancang sedemikian rupa baik bentuk maupun desain labelnya pastilah akan tercipta sebuah kemasan yang tidak kalah bersaing dengan kemasan-kemasan modern.

Pengemasan dan labeling dalam rangka memasarkan produk makanan sangat penting untuk dilakukan. Pengemasan selain berfungsi sebagai alat melindungi produk, juga meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Sajian makanan ringan yang dikemas dalam wadah yang bersih, bagus, tahan air tentu akan meningkatkan penjualan. Selain hal terpenting dari kegiatan pengemasan ini adalah labeling. Labeling berfungsi sebagai identitas suatu produk agar konsumen dapat memilih produk secara benar dan tepat.

### **Pengertian Pengemasan**

Kemasan atau packaging menjadi salah satu unsur penting dalam suatu produk. Menurut Kotler & Keller (2009: 27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan disebut juga pembungkusan, pewadahan atau pengepakan.

Pengemasan memegang peranan penting dalam pengawetan dan mempertahankan mutu suatu produk makanan. Makanan yang diberi wadah atau pembungkus akan tercegah dari kerusakan, pencemaran (debu) serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran).

Disamping itu pengemasan berfungsi untuk menempatkan suatu hasil pengolahan atau produk industri agar mempunyai bentuk-bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi. Dari segi promosi wadah atau pembungkusan berfungsi sebagai perangsang atau daya tarik bagi konsumen. Karena itu bentuk, warna, ukuran, kekuatan dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam perencanaannya.

Pada industri modern berbagai kemasan dan proses pengemasan telah beragam. Kemasan dengan variasi atmosfer, kemasan aseptik, kemasan transportasi dengan suhu rendah dan lain-lain telah memperluas horizon dan cakrawala pengemasan hasil pertanian. Saat ini perkembangan pengemasan bergerak sangat cepat seiring dengan perkembangan industri-industri yang memanfaatkan dan menggunakannya.

## **Tujuan Dan Fungsi**

Fungsi Kemasan secara mendasar adalah untuk mewartakan dan melindungi produk dari kerusakan-kerusakan. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2007) fungsi kemasan yaitu 1) fungsi protektif dan 2) fungsi promosi. Fungsi Protektif dimaksudkan sebagai upaya untuk menghindari berbagai kemungkinan kerusakan produk, baik karena iklim, prasarana transportasi, distribusi, dan lainnya. Sehingga dengan protektif ini para konsumen tidak perlu menanggung resiko barang rusak. Fungsi kedua yaitu promosi.

Kemasan yang baik secara warna, ukuran, dan penampilan akan memiliki daya tarik tersendiri bagi pembeli untuk membeli produk tersebut. Selain kedua fungsi di atas, fungsi lain dari kemasan adalah: 1) memudahkan distribusi produk, sehingga tidak tercecer, 2) sebagai identitas produk yang membandingkan produk satu dengan yang lainnya, 3) menambah daya tarik calon pembeli.

Menurut Julianti dan Nurminah (2006), Kemasan dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa hal atau beberapa cara yaitu sebagai berikut :

1. Klasifikasi kemasan berdasarkan frekwensi pemakaian:
  - a. Kemasan sekali pakai (disposable), yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai, seperti kemasan produk instant, permen, dan lain-lain
  - b. Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (multitrip) dan biasanya dikembalikan ke produsen, contoh : botol minuman, botol kecap, botol sirup.
  - c. Kemasan atau wadah yang tidak dibuang atau dikembalikan oleh konsumen (semi disposable), tapi digunakan untuk kepentingan lain oleh konsumen, misalnya botol untuk tempat air minum dirumah, kaleng susu untuk tempat gula, kaleng biskuit untuk tempat kerupuk, wadah jam untuk merica dan lain-lain.
2. Klasifikasi kemasan berdasarkan struktur sistem kemas (kontak produk dengan kemasan) :

Kemasan primer, yaitu kemasan yang langsung bersentuhan dengan produk yang dibungkusnya,

  - a. Kemasan sekunder, yang tidak bersentuhan langsung dengan produknya akan tetapi membungkus produk yang telah dikemas dengan kemasan primer,
  - b. Kemasan tersier dan kuartener yaitu kemasan untuk mengemas setelah kemasan primer atau sekunder.
3. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat kekakuan bahan kemasan :
  - a. Kemasan fleksibel yaitu bahan kemasan yang mudah dilenturkan tanpa adanya retak atau patah. Misalnya plastik, kertas dan foil,
  - b. Kemasan kaku yaitu bahan kemas yang bersifat keras, kaku, tidak tahan lenturan, patah bila dibengkokkan relatif lebih tebal dari kemasan fleksibel. Misalnya kayu, gelas dan logam,
  - c. Kemasan semi kaku/semi fleksibel yaitu bahan kemas yang memiliki sifat-sifat antara kemasan fleksibel dan kemasan kaku. Misalnya botol plastik (susu, kecap, saus), dan wadah bahan yang berbentuk pasta.

4. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat perlindungan terhadap lingkungan :
  - a. Kemasan hermetis (tahan uap dan gas) yaitu kemasan yang secara sempurna tidak dapat dilalui oleh gas, udara atau uap air sehingga selama masih hermetis wadah ini tidak dapat dilalui oleh bakteri, kapang, ragi dan debu. Misalnya kaleng, botol gelas yang ditutup secara hermetic,
  - b. Kemasan tahan cahaya yaitu wadah yang tidak bersifat transparan, misalnya kemasan logam, kertas dan foil. Kemasan ini cocok untuk bahan pangan yang mengandung lemak dan vitamin yang tinggi, serta makanan hasil fermentasi,
  - c. Kemasan tahan suhu tinggi, yaitu kemasan untuk bahan yang memerlukan proses pemanasan, pasteurisasi dan sterilisasi. Umumnya terbuat dari logam dan gelas.
4. Klasifikasi kemasan berdasarkan tingkat kesiapan pakai (perakitan):
  - a. Wadah siap pakai yaitu bahan kemasan yang siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna. Contoh : botol, wadah kaleng dan sebagainya.
  - b. Wadah siap dirakit / wadah lipatan yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum diisi. Misalnya kaleng dalam bentuk lembaran (flat) dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari kertas, foil atau plastik.

### **Jenis-Jenis Bahan Pengemasan**

Pemilihan bahan dalam pengemasan disesuaikan dengan jenis produk yang akan dihasilkan. Apakah produk tersebut termasuk olahan basah, kering, atau lainnya. Pengemasan yang baik tentu akan meningkatkan estetika produk, sehingga konsumen tertarik untuk membelinya. Selain itu juga dapat menjaga kualitas suatu produk dari udara luar yang menyebabkan produk cepat basi, kotor, dan mlempem.

Ragam kemasan makanan tradisional yang sering dijumpai seperti kemasan dengan menggunakan daun pisang, kelobot jagung (pelepah daun jagung), daun kelapa/enu (aren), daun jambu air dan daun jati. Sedangkan secara modern, jenis bahan kemasan dapat berupa: kertas, aluminium foil, film, dan plastik.

Desain kemasan agar menarik harus dirancang dan dibuat sebaik mungkin, dalam merancang atau merencanakan pembuatan suatu kemasan sebaiknya kita memperhatikan hal-hal seperti berikut ini:

1. Kesesuaian antara produk dengan bahan pengemasnya. maksudnya adalah dalam menentukan bahan pengemas harus mempertimbangkan produk yang di miliki. jika produk berbentuk cairan seperti jus atau sirup, bisa memilih bahan pengemas seperti botol atau gelas plastik. jika produk berupa makanan kering seperti keripik, kerupuk, atau yang lainnya bisa menggunakan plastik transparan dan lain sebagainya. plastik dapat digunakan sebagai kemasan primer sekaligus dengan labelnya, juga bisa dimasukkan kedalam kemasan lain seperti dus kertas sebagai kemasan sekunder.
2. Ukuran kemasan dan ketebalan bahan kemasan. ukuran kemasan berkaitan dengan banyak sedikitnya isi yang diinginkan, sedangkan ketebalan berkaitan dengan keawetan dari produk yang ada didalamnya. jika produknya sangat ringan seperti kerupuk sebaiknya kemasan di buat dalam ukuran relatif besar.
3. Bentuk kemasan. agar kemasan menarik bentuk pengemas bisa dirancang dalam bentuk yang unik tergantung dari kreativitas perancangannya. misalnya kemasan dus kertas bisa di buat seperti tabung, kubus, balok, trapesium atau bentuk-bentuk lainnya.

### **Labeling Produk Makanan**

Label merupakan identitas dari suatu produk. Dengan adanya label, konsumen akan mampu membedakan antara produk satu dengan produk lainnya. Labeling adalah upaya memberi label

berupa informasi singkat mengenai produk tersebut. Beberapa informasi yang perlu dicantumkan dalam label meliputi :

- a. nama produk,
- b. pembuat produk,
- c. alamat pembuat produk,
- d. bahan yang digunakan untuk membuat produk,
- e. komposisi gizi,
- f. masa kadaluarsa,
- g. izin depkes atau instansi terkait.

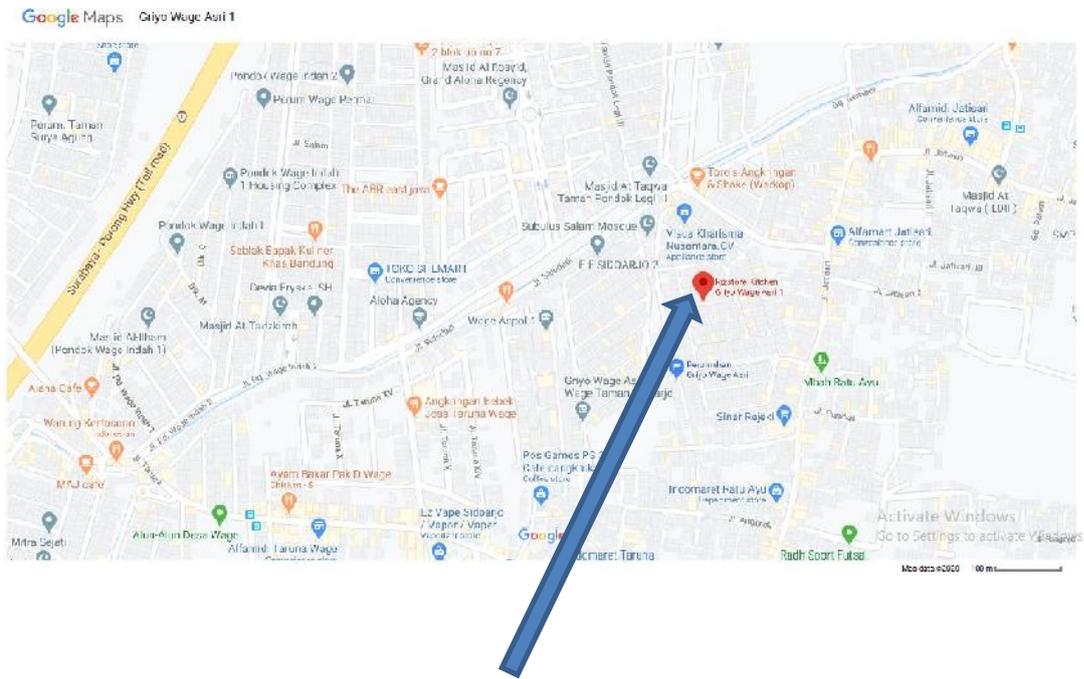
Pembuatan Label sangat dianjurkan dalam suatu produk. Selain meningkatkan minat konsumen untuk membeli suatu produk tersebut, juga menghindari terjadinya kesalahan dalam pembelian. Mengingat banyak sekali produk yang sama yang dijual. Misalnya saja bakpia pathok. Hampir semua orang membuat bakpia, tentu ini akan membuat konsumen kebingungan dalam memilih varian bakpia yang akan dibeli. Maka, dengan melihat label yang ada, Mungkin dapat membantu konsumen mencari bakpia sesuai harapan. Labeling produk makanan sangat bervariasi. Dari mulai yang sederhana sampai pada yang rumit. Misalnya saja labeling hanya berupa kertas label yang diprint/cetak kemudian ditempelkan dalam plastik kemasan. Atau label yang disablon diplastik atau kertas/kardus yang akan dijadikan kemasan.

**IAMPIRAN 6**  
**GAMBARAN IPTEK YANG AKAN DITERAPKAN MITRA**



# LAMPIRAN 7

## PETA LOKASI MITRA



**LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PELATIHAN MICROSOFT EXCEL DASAR DALAM  
MENINGKATKAN KINERJA APARAT KELURAHAN DAN  
KECAMATAN KOTA BANGKALAN**

**TIM PELAKSANA**

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| <b>1. LILING LISTYAWATI, S.Sos, MM</b> | <b>NPP : 96.01.1.205 - Ketua</b>   |
| <b>2. Dra. ANDRY HERAWATI, MM</b>      | <b>NPP : 90.01.1.056 - Anggota</b> |

**UNIVERSITAS Dr. SOETOMO SURABAYA**

**Januari 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

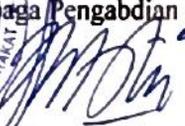
1. Judul : Pelatihan Microsoft Excel Dasar Dalam Meningkatkan Kinerja Aparat Kelurahan Dan Kecamatan Kota Bangkalan.
2. Kode>Nama Rumpun :
3. Nama Mitra : Kecamatan Kota Bangkalan
4. Ketua Pelaksana
  - a. Nama Lengkap : Liling Listyawati, S.Sos, MM
  - b. NIDN : 0711107101
  - c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
  - d. Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
  - e. No HP/Surel : 081330444108
  - f. Alamat surel/email : liling.listyawati@unitomo.ac.id
5. Anggota Pengusul (1)
  - a. Nama : Dra. Andry Herawati, MM
  - b. NIDN : 0724126601
  - c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr. Soetomo
6. Mahasiswa yang Terlibat : 1. Ziza Nur Rohma / 2017010017
7. Institusi Mitra :
  - a. Nama Mitra : Kecamatan Kota Bangkalan
  - b. Alamat Mitra : Jalan RA. Kartini No. 02 Bangkalan Jawa Timur
  - c. Penanggung Jawab : Cicik Fidiah, SE,MM (Camat Bangkalan)
8. Lama Kegiatan : 1 Bulan (September s/d Oktober 2019)
9. Biaya Keseluruhan : Rp. 3.000.000,-
  - Sumber Mandiri : Rp. 2.500.000,-
  - Sumber Mitra : Rp. 500.000,-

Mengetahui,  
Dekan

  
Dr. Drs. Aminul Mustofa, M.Si  
NPP. 95.01.1.085

Surabaya, 6 Januari 2020  
Ketua Pengabdian Pada Masyarakat,

  
Liling Listyawati, S.Sos, MM  
NPP. 96.01.1.205

  
Menyetujui,  
Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat

  
Dr. Fadjar Kurnia Hartati, MP  
NPP. 95.01.1.198

## RINGKASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan Microsoft Excel dalam meningkatkan kinerja aparat Kelurahan dan Kecamatan Kota Bangkalan telah dilaksanakan pada tanggal 10 September 2019 - 10 Oktober 2019 jam 09.00 sampai jam 12.00 WIB bertempat di Pendopo Kecamatan Kota Bangkalan. Kegiatan ini dilakukan dengan sistim praktikum dimana setiap peserta menggunakan satu komputer (laptop) dan satu buku materi. Pelatihan dipimpin dan dipandu oleh seorang instruktur. Instruktur dalam melakukan tugas menggunakan laptop yang terhubung dengan LCD Proyektor. Selanjutnya untuk membantu peserta pelatihan disediakan tiga petugas pendamping (asisten). Sedangkan satu petugas lagi bertugas sebagai administrator dan pelaporan kegiatan. Jumlah peserta pelatihan sebanyak 12 orang yang merupakan Perangkat Kelurahan dan Kecamatan Kota Bangkalan. Dalam kegiatan pelatihan ini, hasil yang dicapai sesuai dengan hasil yang diharapkan. Hal ini terlihat bahwa respon peserta (dalam hal ini aparat Kelurahan dan Kecamatan) sangat baik. Peserta sangat menaruh minat yang besar terhadap Microsoft Excel. Hal ini dikarenakan Microsoft Excel adalah program yang baru, dimana pada umumnya mereka banyak yang belum mengetahui manfaatnya. Peserta sangat senang karena mereka memperoleh pengetahuan dan ketrampilan Microsoft Excel yang memang selama ini belum pernah mereka peroleh. Mereka menyatakan bahwa Microsoft Excel sangat penting bagi kegiatan administrasi dan pelayanan masyarakat desa/kelurahan. Peserta mendapat pengetahuan dan ketrampilan yang dapat menghilangkan kebiasaan yang selama ini dilakukan. Kebiasaan tersebut adalah menggunakan kalkulator untuk melakukan operasi matematik ketika mereka sedang mengetik di depan komputer. Suasana pelatihan santai tapi serius sehingga materi dengan mudah dapat dipahami, dan sangat aplikatif karena sesuai dengan kebutuhan dalam tugas mereka sehari-hari selaku perangkat kelurahan dan kecamatan. Luaran yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan ini berupa dokument kegiatan dan laporan kegiatan yang dapat menjadi bahan untuk diolah kembali sesuai dengan format jurnal pengabdian masyarakat. Dengan demikian, luaran kegiatan ini dapat berupa artikel yang dipublikasikan pada repository perguruan tinggi Universitas Dr. Soetomo Surabaya.

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah Nya yang telah diberikan kepada Tim Program Pengabdian Masyarakat dengan judul “Pelatihan Microsoft Excel Dasar Dalam Meningkatkan Kinerja Aparat Kelurahan Dan Kecamatan Kota Bangkalan”, dengan harapan dapat membantu mitra untuk meningkatkan kinerja perangkat kelurahan dan kecamatan Kota Bangkalan. Penyusunan laporan Program Pengabdian Masyarakat ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya bantuan dari semua pihak, baik instansi maupun perorangan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Fadjar Kurnia Hartati, MP. selaku Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat
2. Bapak Dr. Drs. Amirul Mustofa, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
3. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ilmu Administrasi – Prodi Ilmu Administrasi Niaga dan Prodi Ilmu administrasi Negara yang selalu memberi semangat kepada penulis
4. Ibu Cicik Fidiah, SE, MM. selaku Camat Bangkalan yang menjadi Mitra dalam Program Pengabdian Masyarakat ini.
5. Para Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi – jurusan Ilmu Administrasi Niaga yang selalu setia membantu dalam pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat

Tim Program Pengabdian Masyarakat Pelatihan Microsoft Excell perangkat kelurahan dan kecamatan Kota Bangkalan menyadari bahwa laporan akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun di kesempatan yang akan datang. Akhirnya kami berharap semoga sumbangan pemikiran dalam Program Pengabdian Masyarakat ini akan dapat bermanfaat. Terima kasih.

Surabaya, 6 Januari 2020

Tim Program Pengabdian Masyarakat  
Pelatihan Excell Kecamatan  
Kota Bangkalan

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
RINGKASAN .....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB 1. Pendahuluan .....	1
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra .....	13
BAB 2. Solusi Permasalahan .....	15
2.1 Solusi Masalah yang Disepakati untuk Diselesaikan .....	15
2.2 Luaran dan Target Capaian.....	16
BAB 3. Metode Pelaksanaan .....	18
BAB 4. Hasil dan Luaran yang Dicapai .....	15
4.1. Hasil Yang Dicapai .....	20
4.2. Luaran Yang Dihasilkan .....	21
BAB 5. Simpulan dan Saran .....	23
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN LAMPIRAN	

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesediaan Kerjasama Mitra Untuk Program Pengabdian Masyarakat
- Lampiran 2 Surat Tugas Dekan
- Lampiran 3 Materi Pelatihan Microsoft Excell
- Lampiran 4 Peta Lokasi
- Lampiran 5 Daftar Hadir Pelatihan Microsof Excell
- Lampiran 6 Foto - foto kegiatan Pelatihan
- Lampiran 7 Surat Keterangan Melakukan Pengabdian

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Analisis Situasi

#### 1.1.1. Letak Geografis

Kabupaten Bangkalan berada pada bagian sebelah barat Pulau Madura, terletak pada koordinat 112040'6 – 113008'04 Bujur Timur serta 6051'39 – 7011'39 Lintang Selatan. Kabupaten Bangkalan memiliki luas 1.260,14 Km<sup>2</sup> terbagi menjadi 18 Kecamatan, 273 desa dan 8 kelurahan. Untuk memudahkan pemahaman penjelasan di atas, berikut ini tabel penjelasan luas masing-masing kecamatan tersebut. Sedangkan batas administrasi wilayah Kabupaten Bangkalan adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Laut Jawa  
 Sebelah Timur : Kabupaten Sampang  
 Sebelah Selatan : Selat Madura  
 Sebelah Barat : Selat Madura

Tabel 1.1  
 Luas Wilayah dan Persentase terhadap Luas Kecamatan di  
 Kecamatan Bangkalan

Kelurahan/Desa	Luas 1(km <sup>2</sup> )	Persentase terhadap Luas Kecamatan
Ujung Piring	1,33	1,98
Sembilangan	0,77	1,15
Kramat	3,34	4,98
Mertajasah	1,56	2,32
Mlajah	1,05	1,56
Kemayoran	6,02	8,97
Pangeranan	7,07	10,54
Demangan	4,36	6,50
Keraton	5,29	7,88
Pejagan	5,90	8,79
Bancaran	3,46	5,16
Sabiyan	1,60	2,38
Gebang	4,57	6,81
Bangkalan	67,10	100,00

Sumber: BPS Kabupaten Bangkalan

Dilihat dari topografi, kabupaten Bangkalan berada pada ketinggian 2-100 m di atas permukaan laut. Wilayah yang terletak di pesisir pantai, antara lain, kecamatan Sepulu, Bangkalan, Socah, Kamal, Modung, Kwanyar, Arosbaya, Klampis, Tanjung Bumi, Labang dan kecamatan Burneh mempunyai ketinggian 2-10 m di atas permukaan laut. Sedangkan wilayah yang terletak pada bagian tengah mempunyai ketinggian antara 19-100 m di atas permukaan air laut. Lokasi tertinggi terletak di kecamatan Geger dengan ketinggian 100m diatas permukaan laut.

### PETA WILAYAH KECAMATAN BANGKALAN



## **1.1.2. Sosial Ekonomi**

### **1. Jumlah penduduk**

Jumlah penduduk wilayah kabupaten Bangkalan mengalami penambahan dari tahun ke tahun, hal ini dapat dilihat dari penambahan penduduk dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2008. Pada tahun 2005 jumlah penduduk di kabupaten Bangkalan sebanyak 902.342 jiwa, pada tahun 2006 sebanyak 921.141 jiwa, pada tahun 2007 sebanyak 940.331 jiwa dan pada tahun 2008 meningkat menjadi 956.996 jiwa. Jumlah penduduk terbanyak terdapat di kecamatan Galis, yaitu sebanyak 74.068 jiwa dan paling sedikit di kecamatan Tragah, yaitu sebesar 27.500 jiwa.

### **2. Kepadatan Penduduk**

Kepadatan penduduk adalah perbandingan antara jumlah penduduk dan luas wilayah. Kepadatan kotor adalah perbandingan antara jumlah penduduk dengan wilayah keseluruhan. Jumlah penduduk pada tahun 2008 sebesar 956.996 jiwa dengan luas wilayah 126.014 Ha. Sehingga pada tahun 2008 kepadatan kotor di wilayah perencanaan sebesar 8 jiwa/Ha. Kepadatan tertinggi adalah kecamatan Bangkalan sebesar 20 jiwa/Ha dan terendah adalah Kecamatan Geger dan Kokopp sebesar 5 jiwa/Ha. Berikut ini tabel penjelasan tersebut.

Tabel 2.1.1  
Jumlah Penduduk menurut Desa/Kelurahan dan Jenis  
Kelamin di Kecamatan Bangkalan, 2018

Desa/Kelurahan	Jenis Kelamin		Jumlah	Jumlah KK
	Laki - Laki	Perempuan		
Ujung Piring	909	879	1.788	518
Sembilangan	588	627	1.215	340
Kramat	1.437	1.496	2.933	779
Mertajasah	789	802	1.591	463
Mlajah	5.025	5.185	10.210	2.776
Kemayoran	3.418	3.586	7.004	1.966
Pangeranan	5.255	5.399	10.654	3.093
Demangan	3.698	3.781	7.479	2.189
Keraton	4.423	4.712	9.135	2.666
Pejagan	9.321	9.386	18.707	5.364
Bancaran	5.706	5.682	11.388	3.200
Sabiyan	141	1.443	1.584	792
Gebang	1.583	1.536	3.119	851
Bangkalan	42.293	44.514	86.807	24.997

Sumber: [dukcapil.kemendagri.go.id](http://dukcapil.kemendagri.go.id)

Catatan: Data dihasilkan Juni 2019

### 3. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat yang berperan meningkatkan mutu kualitas hidup. Semakin tinggi tingkat pendidikan suatu masyarakat, akan semakin baik kualitas sumber dayanya. Pendidikan adalah upaya sadar seorang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan serta memperkuat wawasan.<sup>204</sup> Pada dasarnya, pendidikan yang diupayakan bukan hanya tanggung jawab pemerintah tetapi juga masyarakat dan keluarga. Dalam perencanaan program pendidikan, diperlukan informasi atau data sebagai keterangan penunjang, antara lain data mengenai jumlah penduduk menurut kelompok usia sekolah, jumlah sarana pendidikan, dan rasio-murid sekolah.

Data jumlah penduduk menurut kelompok usia sekolah diperlukan untuk perkiraan kebutuhan sarana pendidikan, seperti guru, gedung sekolah, kelas, dan kebutuhan lain untuk menunjang proses pendidikan. Kelompok usia yang dipilih untuk kebutuhan analisa biasanya adalah 7-12 tahun untuk SD (walaupun seiring dengan perkembangan jaman banyak anak 5-6 tahun yang sudah masuk SD), umur 13-15 tahun untuk SLTP, umur 16-18 tahun untuk SLTA dan lebih dari 18 tahun untuk perguruan tinggi.

### **1.1.3. Jenis-jenis pelayanan di Kecamatan Bangkalan**

Pelayanan di Kantor Kecamatan Bangkalan dilaksanakan setiap hari kerja Senin s/d Kamis dimulai pada pukul 7.30 s/d 16.30 WIB dan Jum'at dimulai pada pukul 7.30 s/d 11.00 WIB. Adapun jenis-jenis pelayanan sebagai berikut :

#### **1. Kartu Tanda Penduduk-el (KTP-el)**

KTP-el adalah kartu identitas resmi penduduk sebagai bukti diri yang diterbitkan oleh Dinas yang berlaku di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy Kartu Keluarga (KK) 1 lbr;
3. Mengisi blanko KTP;
4. Melampirkan KTP asli bila perpanjangan;
5. Bagi pemula wajib melakukan perekaman dengan melampirkan fotocopy akta kelahiran, ijasah terakhir (1 lbr)

#### **2. Kartu Keluarga**

Kartu Keluarga adalah kartu identitas keluarga yang memuat data tentang nama, susunan dan hubungan dalam keluarga, serta identitas anggota keluarga.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Mengisi blanko KK;
3. Fotocopy akta nikah (2 lbr);
4. Fotocopy akta kelahiran dan ijazah dari masing-masing anggota keluarga (1 lbr);
5. Membawa Kartu Keluarga yang asli

### **3. Surat Keterangan Pindah Masuk dan Keluar**

Pelayanan Surat Pindah adalah salah satu bentuk pelayanan publik yang diselenggarakan Pemerintah dimana penduduk dapat mengajukan permohonan pindah baik dari dalam kota maupun keluar kota, antar Kelurahan atau Kecamatan dengan memenuhi persyaratan yang ditentukan.

Persyaratan / kelengkapan pindah masuk:

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Melampirkan surat pindah dari tempat asal;
3. Fotocopy KTP dan KK ;
4. Bila sudah menikah melampirkan akta nikah, Ijazah terakhir dan akta kelahiran masing-masing anggota keluarga (1 lbr);
5. Mengisi blanko KK dan KTP
6. KK asli

Persyaratan / kelengkapan pindah keluar:

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Pas foto kepala keluarga uk 4 x 6 (1 lbr);
3. KTP asli dan fotokopi
4. KK asli dan fotokopi

#### **4. Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK)**

Pelayanan SKCK adalah salah satu bentuk pelayanan publik untuk mengajukan permohonan melamar pekerjaan baik Instansi Negeri maupun swasta, juga untuk perpanjangan kontrak kerja dengan memenuhi persyaratan – persyaratan yang telah ditentukan.

Persyaratan / kelengkapan:

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KTP dan KK (1 lbr);
3. Fotocopy Ijasah terakhir (1 lbr);

#### **5. Surat Keterangan Bersih Diri (SKBD)**

Pelayanan SKBD adalah salah satu bentuk pelayanan publik yang diselenggarakan pemerintah dimana masyarakat dapat menggunakannya untuk persyaratan nikah maupun persyaratan melamar pekerjaan di instansi negeri atau swasta.

Persyaratan / kelengkapan:

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KTP orang tua (1 lbr);
3. Fotocopy KTP dan KK (1 lbr);

#### **6. Surat Keterangan Tidak Mampu (SKTM)**

Pelayanan SKTM adalah salah satu bentuk pelayanan publik dimana masyarakat yang kurang atau tidak mampu dapat mengajukan permohonan keringanan biaya berobat, biaya operasi sakit atau biaya – biaya keringanan sekolah dengan memenuhi persyaratan yang berlaku.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KK dan KTP (1 lbr);

3. Fotokopi ijazah terakhir
4. Membawa Surat Rekomendasi dari Rumah sakit atau dari sekolah jika tidak ada dalam buku Data Sasaran Penanggulangan Kemiskinan Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan

### **7. Surat Keterangan Ijin Penutupan Jalan**

Pelayanan Ijin Penutupan Jalan adalah salah satu bentuk pelayanan publik dimana masyarakat mengajukan permohonan menutup jalan untuk keperluan pernikahan atau yang lainnya dengan memenuhi persyaratan yang berlaku.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KK dan KTP (1 lbr).

### **8. Surat Keterangan Ijin Keramaian**

Pelayanan Ijin Keramaian adalah salah satu bentuk pelayanan publik dimana masyarakat mengajukan permohonan keramaian untuk keperluan pernikahan atau yang lainnya dengan memenuhi persyaratan yang berlaku.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KK dan KTP (1 lbr)

### **9. Surat Keterangan Ahli Waris**

Surat Keterangan Ahli Waris adalah keterangan yang diberikan oleh pemohon untuk minta persetujuan keluarga atas tanah, bangunan atau aset lainnya yang ada di wilayah Kecamatan Bangkalan sesuai aturan yang berlaku.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KK dan KTP dari masing-masing ahli waris (1 lbr);
3. Tanda tangan dari masing-masing ahli waris;
4. Fotocopy pipil tanah, surat waris, akta hibah, akta jual beli atau sertifikat (1 lbr);
5. Surat Keterangan Kematian jika ada ahli waris yang meninggal dunia

### **10. Surat Keterangan Kepemilikan**

Surat Keterangan Kepemilikan adalah keterangan yang diminta oleh pemohon sebagai bukti kepemilikan atas barang, aset atau surat – surat penting lainnya di wilayah Kecamatan Bangkalan yang dapat digunakan sebagai jaminan kredit sesuai aturan yang berlaku.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KK dan KTP (1 lbr);
3. Menunjukkan BPKB asli;
4. Fotocopy STNK atau sertifikat;
5. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

### **11. Surat Keterangan Beda Identitas**

Surat Keterangan Beda Identitas adalah persetujuan Lurah yang diberikan kepada perorangan atau pribadi yang digunakan untuk keperluan tertentu sesuai persyaratan yang telah ditentukan.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KK dan KTP (1 lbr);
3. Fotocopy berkas yang beda identitas;
4. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

## **12. Surat Keterangan Domisili**

Surat Keterangan Domisili adalah surat keterangan yang menjelaskan tempat tinggal suatu warga luar kota yang berdomisili di wilayah Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan karena urusan pekerjaan yang digunakan untuk keperluan tertentu sesuai persyaratan yang telah ditentukan.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KK dan KTP (1 lbr);
3. Surat jalan dari Kelurahan asal;
4. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

## **13. Surat Keterangan Domisili Usaha**

Surat Keterangan Domisili Usaha adalah surat keterangan yang diberikan berdasarkan permintaan warga atau bukan warga Kecamatan Bangkalan untuk kelancaran dalam pinjam meminjam atau kredit sesuai persyaratan yang ditentukan.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KK dan KTP (1 lbr);
3. Fotocopy STNK atau sertifikat;
4. Fotocopy SIUP;
5. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

## **14. Surat Rekomendasi Ijin Mendirikan Bangunan (IMB)**

Pelayanan Surat Rekomendasi Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) adalah salah satu bentuk pelayanan publik yang diselenggarakan Pemerintah dimana penduduk dapat mendapat surat keterangan sebagai bukti yang dapat digunakan untuk keperluan Ijin Mendirikan Bangunan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KK dan KTP (1 lbr);
3. Fotocopy sertifikat (1 lbr);
4. Fotocopy SPPT PBB (1 lbr);
5. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

### **15. Surat Keterangan Kematian**

Pelayanan Surat Keterangan Kematian adalah salah satu bentuk pelayanan publik yang diselenggarakan Pemerintah dimana penduduk mendapatkan surat sebagai bukti keterangan telah meninggal dunia yang nantinya dapat digunakan untuk mengurus asuransi atau tunjangan lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KTP yang meninggal (1 lbr);
3. Fotocopy KK (1 lbr);
4. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

### **16. Surat Rekomendasi Akta Kelahiran**

Pelayanan Surat Rekomendasi Akta Kelahiran adalah salah satu bentuk pelayanan publik yang diselenggarakan Pemerintah dimana penduduk mendapatkan surat sebagai bukti keterangan telah melahirkan anak yang nantinya dapat digunakan untuk mengurus Akte Kelahiran.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. KTP dan KK asli orang tua;
3. Surat Nikah asli orang tua;
4. Surat Keterangan Lahir dari Bidan atau Dokter;
5. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

### **17. Surat Keterangan Belum Menikah**

Pelayanan Surat Keterangan Belum Menikah adalah salah satu bentuk pelayanan publik yang diselenggarakan pemerintah dimana masyarakat dapat menggunakannya untuk persyaratan nikah, persyaratan melamar pekerjaan atau keperluan lain di Instansi Negeri atau Swasta.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KTP dan KK (1 lbr);
3. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

### **18. Surat Rekomendasi Akta Perkawinan**

Pelayanan Surat Rekomendasi Akta Perkawinan adalah salah satu bentuk pelayanan publik dimana masyarakat mengajukan permohonan menikah sesuai persyaratan yang berlaku.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. KTP dan KK asli;
3. Akta kelahiran / ijasah asli
4. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

### **19. Surat Rekomendasi Ijin Usaha**

Pelayanan Surat Rekomendasi Ijin Usaha adalah salah satu bentuk pelayanan publik yang diselenggarakan Pemerintah dimana penduduk dapat mengajukan permohonan ijin usaha di wilayah Kecamatan Bangkalan dengan memenuhi persyaratan yang ditentukan.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;

2. Fotocopy KTP dan KK (1 lbr);
3. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir.

## **20. Surat Keterangan Kehilangan**

Pelayanan Surat Keterangan Kehilangan adalah salah satu bentuk pelayanan publik yang diselenggarakan Pemerintah dimana penduduk dapat melaporkan kehilangan barang atau aset pribadi yang nantinya akan dibuatkan surat keterangan sebagai bukti yang dapat digunakan untuk keperluan tertentu sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Persyaratan / kelengkapan :

1. Pengantar dari RT / RW;
2. Fotocopy KTP dan KK (1 lbr);
3. Fotocopy STNK atau BPKB;
4. Laporan Polres atau Polsek setempat;
5. Bukti pelunasan PBB tahun terakhir

### **1.2. Permasalahan Mitra**

- a. Kemampuan aparat Kecamatan Bangkalan dalam mengoperasikan program Microsoft Excel masih perlu ditingkatkan. Kalaupun mereka merasa mampu ternyata kemampuan tersebut masih sangat mendasar.
- b. Pemanfaatan program Microsoft Excel dalam kegiatan pelayanan dan administrasi pemerintahan Kecamatan Bangkalan relatif banyak dan dalam frekuensi yang juga relatif sering.
- c. Upaya untuk mengatasi kelemahan dalam mengoperasikan Microsoft Excel dilakukan dengan cara melibatkan beberapa siswa SLTA di wilayah Kecamatan Bangkalan untuk membantu menyelesaikan tugas administratif dan pelayanan kepada masyarakat. Bahkan jika dalam kondisi tergesa-gesa dan langkah penyelesaian dengan Microsoft Excel sangat rumit maka aparat Kecamatan Bangkalan menyerahkan kepada biro jasa. Tentunya tindakan tersebut kurang tepat mengingat banyak file penting yang mungkin hanya kalangan tertentu saja yang boleh mengetahui bisa jadi

dapat “bocor” diketahui oleh banyak orang dan berpotensi menimbulkan konflik sosial.

- d. Kegiatan administrasi desa dan pelayanan Kecamatan Bangkalan yang menggunakan aplikasi Microsoft Excel pada umumnya berupa lembar kerja yang didalamnya berisi banyak tabel dan grafik beserta formula matematik untuk melakukan pengolahan. Untuk mengatasi kesulitan dalam menyelesaikan perhitungan matematik atas data yang ada maka seringkali mereka menggunakan kalkulator. Sesuatu yang aneh menggunakan kalkulator didepan laptop / PC karena hal itu berarti membuang energi. Disamping itu, grafik seringkali dibuat secara manual, di kertas terpisah kemudian dijadikan satu dengan ditempel pada hasil print out.
- e. Dengan kemampuan yang rendah dalam Microsoft Excel maka pelayanan kepada masyarakat mejadi kurang lancar, kegiatan administrasi desa khususnya inventarisasi belum sepenuhnya berbasis data (file) tetapi lebih banyak berwujud berkas-berkas kertas sehingga rawan terhadap kerusakan dan membutuhkan sarana dan prasarana inventarisasi yang besar dan/ luas dan mahal.

## **BAB. 2 SOLUSI PERMASALAHAN**

Melalui kegiatan pelatihan Microsoft Excel bagi aparat kelurahan dan Kecamatan Bangkalan di kabupaten Bangkalan ini maka target dan luaran yang ingin dicapai dapat diperinci sebagai berikut :

### **2.1. Solusi Masalah yang Disepakati untuk Diselesaikan**

Solusi diharapkan dari kegiatan ini adalah :

1. Aparat kelurahan dan Kecamatan Bangkalan mengetahui, mengerti, serta memahami tentang pentingnya, manfaat, serta penerapan Microsoft Excel dalam kegiatan pelayanan dan administrasi desa/kelurahan dan pemerintahan pada umumnya. Selain itu, aparat kelurahan dan kecamatan Bangkalan juga mampu mengoperasikan Microsoft Excel dalam kegiatan pelayanan dan administrasi desa/ kelurahan.
2. Kemampuan aparat kelurahan dan Kecamatan Bangkalan di Kabupaten Bangkalan dalam hal penguasaan Microsoft Excel untuk kegiatan administrasi dan pelayanan desa/kelurahan mengalami peningkatan. Ini berarti bagi aparat yang sebelumnya tidak mampu mengoperasikan Microsoft Excel menjadi mampu mengoperasikan, sedangkan bagi aparat yang sudah memiliki kemampuan dasar dalam hal Microsoft Excel menjadi semakin lebih meningkat kemampuannya.
3. Pelayanan dan kegiatan administrasi kelurahan dan Kecamatan Bangkalan berjalan lebih lancar dan lebih baik daripada sebelumnya. Hal disebabkan peningkatan kemampuan Microsoft Excel akan meningkatkan kompetensi dan rasa percaya diri untuk mampu menyelesaikan tuntutan pelayanan khususnya yang berbasis pengolahan data (berupa tabel, grafik, perhitungan matematik, dan operasi data lainnya) dengan lebih cepat, tepat, cermat, dan tampilan yang lebih rapi.

4. Sistem penyimpanan (inventarisasi) surat-surat dinas yang selama ini lebih banyak dilakukan dengan sistem berkas yang menggunakan dokumen keeper yang didalamnya berisi kertas-kertas arsip maka diharapkan dengan pelatihan ini maka sistem inventarisasi berkas sedikit demi sedikit berkurang digantikan dengan sistem file.
5. Hilangnya kebiasaan yang tidak compatible (selayaknya) dengan era komputerisasi misalnya masih menggunakan perangkat corat-coret kertas untuk menghitung pada saat bersamaan sedang menggunakan komputer, atau menggunakan mesin hitung ketika sedang menggunakan komputer, membuat tabel terpisah lalu menempelkan pada hasil print out komputer, dan sebagainya. Kegiatan ini diharapkan dapat menghilangkan kebiasaan yang tidak compatible tersebut, dan kemudian semua operasi data berbasis komputer.

## **2.2. Luaran Dan Target Capaian**

Luaran dan target capaian yang diharapkan dari kegiatan pelatihan Microsoft Excel bagi aparat kelurahan dan Kecamatan Bangkalan untuk meningkatkan kinerja pelayanan dan administrasi desa, dapat dirinci sebagai berikut :

1. Dokument yang dapat membuktikan adanya eksistensi, proses dan kinerja kegiatan. Dokument tersebut terdiri dari Surat Permohonan Kecamatan Bangkalan kepada Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Surat Tugas Dekan FIA, Daftar Hadir Peserta, Materi Pelatihan, Surat Keterangan telah melaksanakan kegiatan dari Kepala Kecamatan Bangkalan serta dokumentasi foto. Luaran dokumen ini nantinya dapat menjadi salah satu unsur kinerja pengabdian masyarakat program studi Ilmu Administrasi yang berkontribusi bagi akreditasi program studi.
2. Laporan kegiatan dengan format sebagaimana ketentuan pemerintah yang diminta oleh Lembaga Pengabdian Universitas Dr. Soetomo. Laporan kegiatan ini secara formal berisi tentang resume, analisis situasi, permasalahan, target dan sasaran, metode pelaksanaan, kelayakan perguruan tinggi, hasil dan luaran yang dicapai, kesimpulan

dan saran. Luaran berupa laporan ke Lembaga Pengabdian Universitas Dr. Soetomo menjadi dokumen penting yang nantinya berguna sebagai salah satu unsur kinerja Lembaga Pengabdian Universitas Dr. Soetomo yang berkontribusi bagi akreditasi perguruan tinggi.

3. Luaran yang diharapkan berupa dokument kegiatan dan laporan kegiatan sebagaimana dijelaskan diatas dapat menjadi bahan untuk diolah kembali sesuai dengan format jurnal pengabdian masyarakat. Dengan demikian, luaran kegiatan ini dapat berupa artikel yang dimuat di Jurnal Pengabdian Masyarakat bidang pelayanan dan administrasi, atau dipublikasikan pada media masaa online atau repository perguruan tinggi, atau publikasi melalui blok pribadi.

### **BAB. 3. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pelatihan Microsoft Excel bagi aparat Kelurahan dan Kecamatan Bangkalan untuk meningkatkan kinerja pelayanan dan administrasi desa dilaksanakan melalui tahap-tahap dan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Komunikasi informal dari FIA melalui wakil dosen program studi Ilmu administrasi negara kepala Kecamatan Bangkalan bahwa tim dosen FIA akan mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat bagi aparat pemerintah Kecamatan Bangkalan. Melalui komunikasi informal dicapai kesepakatan bahwa Kecamatan Bangkalan bisa menerima rencana pengabdian tersebut. Disepakati juga hari, tanggal, dan waktu pelaksanaan serta prosedur dan tehnik pelaksanaan.
2. Tim komunikasi informal prodi Administrasi Negara dan Niaga serta FIA selanjutnya melapor kepada Dekan FIA tentang kesepakatan informal yang diperoleh.
3. Kecamatan Bangkalan mengirim surat permohonan supaya dilaksanakan kegiatan pelatihan Microsoft Excel bagi aparat kelurahan dan kecamatan dalam rangka meningkatkan pelayanan masyarakat dan kegiatan administrasi desa/kelurahan.
4. Berdasarkan surat permohonan tersebut diatas selanjutnya Dekan FIA memberi balasan surat yang berisi tentang kesedian dan tim yang nantinya akan melaksanakan tugas pengabdian yang dimaksud.
5. Dekan selanjutnya menerbitkan surat tugas kepada dosen selaku anggota Tim Pelaksana Pengabdian yang dimaksud.
6. Tim pelaksana pengabdian masyarakat FIA datang dan melakukan pengabdian di Kecamatan Bangkalan sebagaimana surat tugas Dekan FIA untuk memberi pelatihan Microsoft Excel kepada aparat Kecamatan Bangkalan.
7. Adapaun tehnik pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan Microsoft Excel

- a. Tim menyediakan sarana berupa laptop dan buku materi kepada seluruh peserta serta LCD Proyektor. Tempat disiapkan oleh Kecamatan Bangkalan. Tempat kegiatan di Kantor Pendopo Kecamatan Bangkalan.
  - b. Anggota Tim Pelaksana FIA yang bertugas sebagai instruktur sebanyak 1 orang dan 3 orang lainnya anggota tim menjadi pendamping peserta, dan 1 anggota tim bertugas sebagai administrator kegiatan dan pelaporan.
  - c. Setiap peserta menggunakan 1 laptop dan setiap peserta memperoleh 1 materi pelatihan. Kegiatan pelatihan dipandu instruktur melalui laptop yang ditayangkan dengan LCD Proyektor. Pendamping membantu peserta apabila peserta mengalami kesulitan, dan/ mengalami keterlambatan kecepatan dibandingkan dengan instruktur. Adapun materi pelatihan adalah aplikasi Excel atau pelatihan Microsoft excell Dasar guna meningkatkan kinerja aparat kelurahan dan kecamatan dalam kegiatan pelayanan administrasi desa/kelurahan.
  - d. Ketika kegiatan sedang berlangsung maka 1 anggota tim yang bertugas sebagai administrator meminta tanda tangan daftar hadir dan menggali data/informasi yang dibutuhkan untuk pelaporan kegiatan.
8. Setelah selesai kegiatan pelatihan selanjutnya kepala Kecamatan Bangkalan memberi surat keterangan kepada Tim Pelaksana bahwa Tim Pelaksanan telah benar-benar melaksanakan pengabdian masyarakat di Kecamatan Bangkalan dalam bentuk Pelatihan Microsoft Excel.
  9. Akhirnya tim pelaksana membuat laporan dengan berkoordinasi dengan Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Dr. Soetomo.

## **BAB IV. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI**

### **4.1. Hasil yang dicapai**

Hasil yang dicapai dari kegiatan pelatihan Microsoft Excel bagi aparat Kelurahan dan Kecamatan Bangkalan untuk meningkatkan kinerja pelayanan masyarakat dan administrasi desa diuraikan berdasarkan respon nyata pada saat proses sedang berlangsung dan beberapa saat setelah kegiatan selesai. Adapun hasil yang telah tercapai melalui kegiatan ini sebagai berikut :

1. Respon peserta sangat baik. Hal ini terbukti dari antusiasme peserta dalam merespon materi dan proses pembelajaran dengan kesungguhan dalam memperhatikan, proses dialog dua arah secara spontan, dan pertanyaan-pertanyaan yang cukup kritis.
2. Peserta sangat menaruh minat yang besar terhadap Microsoft Excel. Hal ini dikarenakan Microsoft Excel adalah program yang baru dimana pada umumnya mereka banyak yang belum mengetahuinya. Bagi peserta yang sudah mengetahui sedikit, mereka juga tetap menaruh perhatian karena mereka merasakan bisa mengalami kemajuan dan memperoleh tehnik pemahanan yang sistimatis.
3. Peserta sangat senang karena mereka memperoleh pengetahuan dan ketrampilan Microsoft Excel yang memang selama ini belum pernah mereka peroleh. Mereka menyatakan bahwa Microsoft Excel sangat penting bagi kegiatan administrasi dan pelayanan masyarakat desa. Kegiatan yang bisa mereka kerjakan dengan Microsoft Excel adalah pembuatan laporan keuangan, penyusunan program, surat menyurat pemerintahan desa yang didalamnya berisi tabel, grafik, dan perhitungan operasi matematik.
4. Peserta mendapat pengetahuan dan ketrampilan yang dapat menghilangkan kebiasaan yang selama ini dilakukan. Kebiasaan tersebut adalah menggunakan kalkulator untuk melakukan operasi matematik ketika mereka sedang mengetik di depan komputer. Kini kebiasaan tersebut bisa dihilangkan karena

Microsoft Excel melakukan proses perhitungan matematik dan statistik yang sangat mudah dan tidak perlu lagi menggunakan kalkulator.

5. Suasana pelatihan santai tapi serius sehingga materi dengan mudah dapat dipahami, dan sangat aplikatif karena sesuai dengan kebutuhan dalam tugas mereka sehari-hari selaku aparat desa. Pelatihan yang berlangsung di kantor Kecamatan Bangkalan dimana peserta berada di tempat kerjanya masing-masing membuat pelatihan terkesan tidak formal dan kegiatan pelayanan masyarakat tetap berjalan.

#### **4.2. Luaran yang dihasilkan.**

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan Microsoft Excel bagi aparat Kecamatan Bangkalan untuk meningkatkan kinerja pelayanan dan administrasi desa, dapat dirinci sebagai berikut :

1. Dokument yang dapat membuktikan adanya eksistensi, proses dan kinerja kegiatan. Dokument tersebut terdiri dari Surat Permohonan Kecamatan Bangkalan kepada Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Surat Tugas Dekan FIA, Daftar Hadir Peserta, Materi Pelatihan, Surat Keterangan telah melaksanakan kegiatan dari Kepala Kecamatan Bangkalan serta dokumentasi foto. Luaran dokument ini nantinya dapat menjadi salah satu unsur kinerja pengabdian masyarakat program studi Ilmu Administrasi Niaga yang berkontribusi bagi akreditasi program studi administrasi Niaga.
2. Laporan kegiatan dengan format sebagaimana ketentuan pemerintah yang diminta oleh Lembaga Penelitian Universitas Dr. Soetomo. Laporan kegiatan ini secara formal berisi tentang resume, analisis situasi, permasalahan, target dan sasaran, metode pelaksanaan, kelayakan perguruan tinggi, hasil dan luaran yang dicapai, kesimpulan dan saran. Luaran berupa laporan ke Lembaga Pengabdian Universitas Dr. Soetomo menjadi dokumen penting yang nantinya berguna sebagai salah satu unsur kinerja Lembaga Pengabdian Universitas Dr. Soetomo yang berkontribusi bagi akreditasi perguruan tinggi.

3. Luaran yang dihasilkan berupa dokument kegiatan dan laporan kegiatan sebagaimana dijelaskan diatas dapat menjadi bahan untuk diolah kembali sesuai dengan format jurnal pengabdian masyarakat. Dengan demikian, luaran kegiatan ini dapat berupa artikel yang dimuat di Jurnal Pengabdian Masyarakat bidang pelayanan dan administrasi, atau dipublikasikan pada media masaa online atau repository perguruan tinggi, atau publikasi melalui blok pribadi.

## **BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pelatihan Microsoft Excel kepada aparat Kelurahan dan Kecamatan Bangkalan DI Kabupaten Bangkalan bertujuan untuk meningkatkan kinerja pelayanan kepada masyarakat, yang diselenggarakan pada tanggal 10 Desember 2018 – 10 Januari 2019 yang terbagi dalam 6 kali pertemuan, pukul 11.00 – selesai bertempat di Balai Kecamatan Bangkalan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Hasil yang dicapai sesuai dengan hasil yang diharapkan. Hal ini terlihat bahwa respon peserta (dalam hal ini aparat desa) sangat baik. Peserta sangat menaruh minat yang besar terhadap Microsoft Excel. Hal ini dikarenakan Microsoft Excel adalah program yang baru dimana pada umumnya mereka banyak yang belum mengetahui manfaatnya. Peserta sangat senang karena mereka memperoleh pengetahuan dan ketrampilan Microsoft Excel yang memang selama ini belum pernah mereka peroleh. Mereka menyatakan bahwa Microsoft Excel sangat penting bagi kegiatan administrasi dan pelayanan masyarakat desa. Peserta mendapat pengetahuan dan ketrampilan yang dapat menghilangkan kebiasaan yang selama ini dilakukan. Kebiasaan tersebut adalah menggunakan kalkulator untuk melakukan operasi matematik ketika mereka sedang mengetik di depan komputer. Suasana pelatihan santai tapi serius sehingga materi dengan mudah dapat dipahami, dan sangat aplikatif karena sesuai dengan kebutuhan dalam tugas mereka sehari-hari selaku aparat desa

Adapun saran yang penulis ajukan untuk peningkatan kinerja aparat Kelurahan dan Kecamatan Kota Bangkalan adalah sebagai berikut :

- a. Perlu dilakukan pelatihan kembali sebagai kelanjutan dari pelatihan ini supaya peserta benar-benar menguasai Microsoft Excel dengan lebih baik.
- b. Waktu pelatihan yang bersamaan dengan jam kerja dan di tempat kerja (Kantor Kecamatan Bangkalan) dapat mengurangi konsentrasi peserta dan tim karena terkadang pelatihan mengalami interupsi karena adanya masyarakat yang memerlukan pelayanan. Untuk itu, kedepan supaya kegiatan pelatihan dilakukan diluar jam kerja.

- c. Kantor Kecamatan Bangkalan memiliki tata ruang (layout) yang tidak sesuai dengan situasi kelas (untuk belajar mengajar). Oleh karena itu, kedepan kegiatan pelatihan sebaiknya dilakukan ditempat yang tata ruangnya sebagaimana kelas di sekolah / lembaga pendidikan.
- d. Mengingat Microsoft Excel sangat penting sebagai sarana meningkatkan pelayanan masyarakat dan administrasi pemerintahan Kecamatan Bangkalan maka kedepan pelatihan berikutnya tidak hanya melibatkan aparat desa namun juga dapat mengikutsertakan tokoh desa, anggota lembaga pedesaan yang ada, dan masyarakat Kecamatan Bangkalan pada umumnya yang berminat terhadap Microsoft Excel.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku Panduan Praktikum *Microsoft Excel* Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Dr. Soetomo

Undang - undang No. 6 tahun 2014 tentang Desa

# LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT



**PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI DIGITAL  
MARKETING DAN LEGALITAS USAHA  
DI DESA NGASIN KECAMATAN BALONGPANGGANG  
KABUPATEN GRESIK**

## **TIM ABDIMAS:**

Nama 1. Dr. Dra. Fedianty Augustinah, MM

NIDN: 0713086801

Nama 2. Sri Roekminiati, S.Sos, M.KP

NIDN :0713087001

Nama 3. Dra. Damajanti Sri L, MM

NIDN: 0721066901

Nama 4. Liling Listyawati, S.Sos, MM

NIDN: 0711107101

Nama 5. Dra. Andry Herawati, MM

NIDN : 0724126601

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Pengembangan Kewirausahaan Melalui Digital Marketing Dan Legalitas Usaha Di Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik
2. Nama Mitra : Desa Ngasin kecamatan Balongpanggan Gresik
3. Ketua Tim
  - a. Nama : Dr. Dra. Fedianty Augustinah, MM
  - b. NIDN : 0713086801
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor
  - d. Program Studi : Administrasi Bisnis
  - e. Alamat surel/email : fedianty.augustinah@unitomo.ac.id
4. Anggota (1)
  - a. Nama : Sri Rockminiati, S.Sos, M.KP
  - b. NIDN : 0713087001
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor
5. Anggota (2)
  - a. Nama : Dra. Damajanti Sri L, MM
  - b. NIDN : 0721066901
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor
6. Anggota (3)
  - a. Nama : Liling Listyawati, S.Sos, MM
  - b. NIDN : 0711107101
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor
7. Anggota (4)
  - a. Nama : Dra. Andry Herawati, MM
  - b. NIDN : 072412660
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor
8. Institusi Mitra
  - a. Nama Mitra : Desa Ngasin Kabupaten Balongpanggang
  - b. Alamat Mitra : Jalan Raya Desa Ngasin Kabupaten Balongpanggang
  - c. Kabupaten / Propinsi : Gresik / Jawa Timur
  - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 66,4 KM  
(Km)
9. Waktu Pelaksanaan : 1 bulan
10. Biaya Total : Rp. 5.000.000



Ketua Tim Abdimas

Dr. Dra. Fedianty Augustinah, MM  
NIDN : 0713086801



# BAB I. PENDAHULUAN

## 1. Analisis Situasi

Ngasin merupakan salah satu desa di kecamatan Balongpanggung, Kabupaten Gresik provinsi Jawa Timur, Indonesia. Gambaran Secara umum Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik Provinsi Jawa Timur pada tahun 2023 adalah sebagai berikut :

### a. Keadaan Geografis Desa

Desa Ngasin merupakan salah satu desa yang masuk di wilayah Kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik Provinsi Jawa Timur.

Batas Wilayah Desa :

1. Utara : Desa Gempoltukmloko Kcamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan
2. Timur : Desa Ganggang
3. Barat : Desa Pinggir
4. Selatan : Desa Klotok

Orbitasi (Jarak dari Pemerintah Desa) :

- Jarak ke Kantor Kecamatan Balongpanggung : 5,5 km
- Lama tempuh ke Kantor Kecamatan : 9 menit
- Jarak ke Kantor Kabupaten : 21,6 km
- Lama tempuh ke Kantor Kabupaten : 34 menit

Jumlah Penduduk :

Jumlah penduduk tahun 2023 berjumlah 2970 orang terdiri dari 1473 orang laki-laki dan 1497 orang perempuan dari jumlah 708 Kepala Keluarga.



Desa Ngasin terdiri dari 4 (empat) Dusun, dan data demografi berdasarkan populasi per wilayah RW sebagai berikut :

Tabel 1.1. Data Demografi Berdasar Populasi Per Wilayah

No	Wilayah / Ketua	KK	L + P	L	P
1	DUSUN PERENG	138	498	239	259
2	DUSUN NGASIN	344	1208	612	596
3	DUSUN TLOGOGEDE	226	766	380	386
4	DUSUN GENENGAN	151	487	242	256
<b>TOTAL</b>		<b>708</b>	<b>2970</b>	<b>1231</b>	<b>1241</b>

Sumber : Desa Ngasin

#### b. Keadaan Demografi Desa

Letak Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik merupakan dataran rendah dan termasuk dalam iklim tipe C (agak kering). Dengan kondisi tanah yang agak kering sehingga lahan pertanian hanya mengandalkan tadah hujan. Sebagian besar warga Desa Ngasin bermata pencaharian sebagai petani. Berdasarkan sebesar 27,98 % warga Desa Ngasin sebagai petani atau pekebun, sedangkan yang bermata pencaharian sebagai wirasaha sebesar 8,75 %. Data Demografi penduduk Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik berdasarkan pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 1.2. Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

NO	JENIS PEKERJAAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	BELUM/TIDAK BEKERJA	443	14,92%
2	WIRSAUSAHA	260	8,75%
3	PELAJAR/MAHASISWA	532	17,91%
4	PEGAWAI NEGERI SIPIL (PNS)	7	0,24%
5	PERDAGANGAN	1	0,03%



Gambar 1.2. Data Demografi berdasarkan pekerjaan

Pada bidang UMKM yang ada di Desa Ngasin ada beberapa mata pencaharian warga antara lain produksi telur asin, produksi anyaman tikar, produksi songkok kopyah dan peternak bebek. Berdasarkan pengamatan dilapangan, potensi UMKM yang ada di Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik masih perlu dikembangkan. Salah satunya adalah pembinaan dan pelatihan terkait dengan pengembangan potensi UMKM oleh dinas-dinas terkait. Dimana mata pencaharian penduduk yang petani dan berkenun sudah banyak yang beralih menjadi wirausaha terutama songkok / peci sehingga dibutuhkan sebuah pelatihan digital marketing untuk membantu pemasaran produk-produknya dan sosialisasi / pendampingan pembuatan legalitas usaha.

Data Demografi penduduk Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik berdasarkan pendidikan sebagai berikut :



Gambar 1.3. Jumlah Pendidikan



## **1.2. Permasalahan Mitra**

Berdasarkan analisis situasi, beberapa hal yang dianggap pengusul sebagai masalah prioritas yang harus ditangani dengan mempertimbangkan hal di atas, maka disepakati bahwa yang akan menjadi permasalahan pada program pengabdian adalah masalah cara pemasaran melalui media sosial yang pada umumnya belum dimiliki oleh para pengusaha di desa Ngasin dan pembuatan legalitas usaha seperti Nomor Induk Usaha ( NIB ) . Mengacu kepada butir analisis situasi, teridentifikasi masalah utama yang dihadapi mitra, yaitu (1) belum banyak mengenal sarana promosi melalui media sosial (2) belum pernah dilakukannya pembuatan akun Instagram dan Facebook dalam sarana mempromosikan produknya (3) belum banyak para pengusaha yang memiliki legalitas usaha.

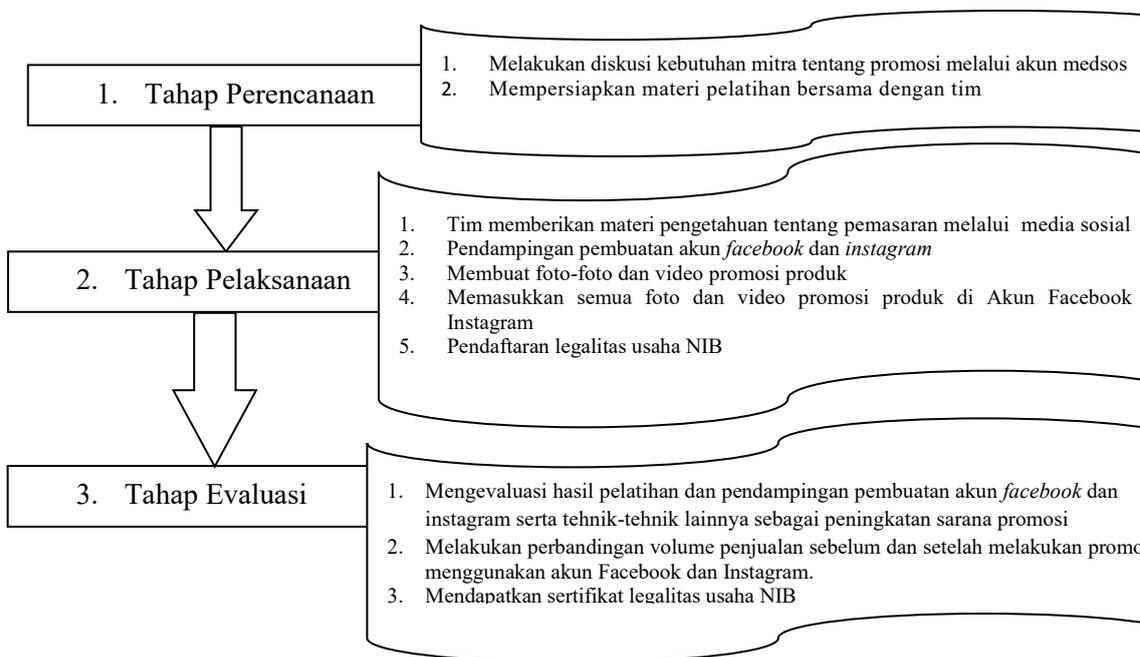
## BAB II. SOLUSI PERMASALAHAN

### 2.1. Solusi Masalah Yang Disepakati Untuk Diselesaikan

Berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat melalui Program Kemitraan Masyarakat memberikan beberapa solusi. Supriadi, C. (2016, October 21). Retrieved February 18, 2017, from <http://www.marketing.co.id/>: <http://www.marketing.co.id/menkop-puspayoga-ukm-harus-anfaatkaninternet/> bahwa solusi yang diberikan berupa pelatihan (pembinaan dan pendampingan) yang dilakukan dengan strategi kronologis atau bertahap. Pelatihan dilakukan dengan pemberian materi yang dilanjutkan tanya jawab dan praktik langsung serta pembahasan hasil praktik sebagai evaluasi. Memperhatikan analisis situasi dan penetapan prioritas masalah yang akan diselesaikan selama program pengabdian solusi masalah yang disepakati untuk diselesaikan dibagi menjadi :

1. Solusi yang ditawarkan adalah memberikan pengetahuan / membuka wawasan kepada pengusaha Desa Ngasin tentang begitu pentingnya penggunaan media sosial *facebook* dan *instagram* sebagai sarana promosi produk-produk pengusaha.
2. Pelaksanaan pelatihan pembuatan akun *facebook* dan *instagram* sebagai sarana promosi.
3. Membuat foto-foto dan video promosi produk mereka untuk mengisi Akun Facebook dan Instagram
4. Melakukan evaluasi dalam melakukan pengurusan legalitas usaha yaitu sebagai permulaan legalitas yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) yang bekerjasama dengan Dekoperindag Kabupaten Gresik.

Solusi masalah yang disepakati untuk diselesaikan dapat digambarkan dalam gambar 2.5 kema sebagai berikut



Gambar 2.5. Skema Penyelesaian Masalah

Dimana masing-masing tahapan akan dituangkan didalam bentuk pelatihan dan pendampingan pada masyarakat yang mempunyai usaha di Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik.

## 2.2. Luaran Dan Target Capaian

Target yang ingin dicapai pada program pengabdian masyarakat adalah meningkatkan pengembangan usaha pada masyarakat Desa Ngasin meliputi:

- (1) Pembuatan akun Instagram dan Facebook, pembuatan foto-foto dan video untuk promosi yang dimasukkan pada akun facebook dan Instagram untuk melakukan peningkatan sarana promosi
- (2) Pembuatan legalitas usaha dan mendapatkan sertifikat usaha NIB
- (3) Publikasi ilmiah di Jurnal abdimas

Luaran dari setiap solusi yang ditawarkan adalah disajikan pada tabel 2.3 sebagai berikut ini :

Tabel 2.3. Jenis Luaran dan Indikator Capaian

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Publikasi ilmiah di jurnal/Prosiding <sup>1)</sup>	Submitted : Jurnal Abdimas
2.	Pemakalah dalam pertemuan ilmiah <sup>2)</sup>	Tidak ada
3.	Hak Atas Kekayaan Intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu) <sup>3)</sup>	Tidak ada
4.	Teknologi Tepat Guna <sup>4)</sup>	Tidak ada
5.	Karya Seni/Rekayasa Sosial, Jasa, Sistem, Produk/Barang <sup>5)</sup>	Ada : - Akun Ig dan Fb - Foto-foto dan Video Promosi produk
6.	Buku Ajar (ISBN) <sup>6)</sup>	Tidak ada
7.	Publikasi pada media masa (cetak/elektronik)	Tidak ada

<sup>1)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, *submitted*, *reviewed*, atau *accepted/published*

<sup>2)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, terdaftar, atau sudah dilaksanakan

<sup>3)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, atau terdaftar/*granted*

<sup>4)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, produk, atau penerapan

<sup>5)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, produk, atau penerapan

<sup>6)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, proses *editing*/sudah terbit

## BAB III. METODE PELAKSANAAN

### 3.1. Tahapan Pelaksanaan

Berdasarkan uraian sebelumnya, serta hasil diskusi dengan mitra maka prioritas permasalahan yang harus diselesaikan bersama mitra adalah memperbaiki sarana promosi melalui penggunaan media sosial yaitu *facebook* dan *instagram* pada produk-produk usaha masyarakat di Desa Ngasin :

**Tahap 1, Perencanaan.** Langkah – langkah tersebut yaitu :

- a. Melakukan diskusi lebih mendalam tentang kebutuhan mitra dengan membuka wawasan pentingnya promosi melalui akun medsos yaitu *facebook* dan *instagram* (Nur Syam Media Sosial : Interaksi , Identitas dan Modal, Usaha. Penerbit Shefty Dyah Ayu 2017 )
- b. Mempersiapkan materi pelatihan bersama dengan tim pengabdian dari survey awal yang dilakukan kepada mitra.

**Tahap 2, Pelaksanaan.** Langkah-langkah yang digunakan yaitu :

- a. Dalam Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UMKM di Indonesia bahwa hendaknya tim memberikan materi pengetahuan tentang pemasaran melalui media sosial dengan menggunakan *HP Android / Wifi* kepada mitra melalui akun *facebook* dan *instagram* sebagai sarana promosi pada masyarakat yang melakukan usaha di Desa Ngasin .
- b. Pendampingan pembuatan akun *facebook* dan *instagram* kepada Mitra Usaha masyarakat Desa Ngasin.
- c. Membuat foto-foto dan video promosi produk secara bersama-sama antara pihak tim , pendamping desa Ngasin.
- d. Mendaftarkan masyarakat yang memiliki usaha di Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik.

**Tahap 3, Evaluasi.**

Pada tahap ini, langkah yang digunakan yaitu mengevaluasi hasil

v3.html ) , melalui pembenahan sarana promosi yang dalam hal ini belum dilakukan oleh masyarakat desa Ngasin selama ini yaitu penggunaan media sosial *facebook* dan *instagram* untuk meningkatkan penjualan produk. Dimana sejak telah melakukan promosi dengan menggunakan akun *facebook* dan *instagram* penjualan dan telah mendapatkan sertifikat Nomor Induk Berusaha ( NIB ).

### 3.2. Kontribusi Setiap Anggota Dan Kepakarannya

Jenis kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan seluruh persoalan atau kebutuhan mitra. Jenis kepakaran yang dibutuhkan untuk menyelesaikan kebutuhan mitra oleh tim pengusul yaitu tentang manajemen pemasaran, komunikasi pemasaran, manajemen usaha dan kewirausahaan. Sebutkan nama tim pengusul dan uraikan kepakaran dan tugas masing-masing dalam kegiatan :

Tabel 3.4. Tim Pengusul dan Kepakaran

No.	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian
1.	Dra. Fedianty Augustinah, MM	Ketua	Digital Marketing
2.	Dra. Damajanti Sri L, MM	Anggota	Manajemen Usaha
3.	Dra. Andry Herawati, MM	Anggota	Manajemen Pemasaran
4.	Liling Listyawati, S.Sos, MM	Anggota	Legalitas Usaha
5.	Sri Roekminiati, S.Sos, M.KP	Anggota	Legalitas Usaha

## BAB IV. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

### 4.1. Hasil

Penetapan prioritas masalah yang akan diselesaikan selama program pengabdian dan solusi masalah yang disepakati untuk diselesaikan dibagi menjadi tiga tahapan :

**Tahap 1, Perencanaan.** Adapun langkah – langkah tersebut yaitu :

- a. Tim pengabdian melakukan diskusi lebih mendalam tentang kebutuhan mitra dengan membuka wacana pentingnya promosi melalui akun medsos yaitu facebook dan instagram untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak untuk lebih dikenal dengan produk usaha desa Ngasin



Gambar 4.5. Survey Awal mengumpulkan masyarakat yang usaha

- b. Mempersiapkan materi pelatihan bersama dengan tim pengabdian dari survei awal yang dilakukan kepada mitra.

**Tahap 2, Pelaksanaan.** Pada tahap pelaksanaan ini langkah-langkah yang digunakan yaitu :



Tim memberikan materi pengetahuan tentang pemasaran melalui media sosial dengan menggunakan handphone Android dimana pembelian handphone android kepada mitra melalui akun *facebook* dan *instagram* sebagai sarana promosi produk-produk usaha masyarakat yang memiliki usaha dan pendaftaran NIB

### Tahap 3, E v a l u a s i .

Pada tahap ini, langkah yang digunakan yaitu mengevaluasi hasil pelatihan dan pendampingan pembuatan akun *facebook* dan *instagram* dan tehnik-tehnik lainnya sebagai peningkatan sarana promosi, yang mana promosi merupakan salah satu unsur marketing mix, melalui pembenahan sarana promosi yang dalam hal ini belum dilakukan masyarakat yang mempunyai usaha di desa Ngasin selama ini yaitu penggunaan media sosial *facebook* dan *instagram* untuk meningkatkan penjualan produknya dan mengevaluasi tingkat keberhasilan dari pembuatan legalitas usaha dan mendapatkan sertifikat NIB.



Gambar 4.7. Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pelaku UMKM Desa Ngasin



1. Akun Media Sosial Facebook dan Instagram
2. Foto-foto dan video promosi produk masyarakat desa Ngasin Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik
3. Jurnal Abdimas

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Kesimpulan**

1. Dalam era jejaring sosial sekarang ini terjadi pergeseran dari pemasaran offline ke pemasaran online. Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik masyarakatnya berkebun dan petani tapi tanah yang kering menyebabkan mereka banyak yang berganti mata pencaharian yaitu membuat usaha songkok/peci, pembuatan telur asin dan masih banyak saha yang lainnya sehingga salah satu tema kegiatan strategis pengabdian masyarakat yang mengakomodasi cabang keilmuan di lingkungan Universitas Dr. Soetomo yaitu kewirausahaan menjadikan tim Fakultas Ilmu Administrasi melaksanakan pengabdian masyarakat di Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik ini.

2. Beberapa hal yang dianggap sebagai masalah prioritas oleh mitra Bumdes Madulang yang harus ditangani maka disepakati bahwa yang akan menjadi permasalahan pada program pengabdian adalah masalah cara membuat akun melalui media sosial yang baling disukai masyarakat dan sudah diketahui masyarakat yaitu Instagram serta pembuatan sertifikat Nomor Induk Berusaha (NIB).

3. Solusi yang diberikan berupa pelatihan (pembinaan dan pendampingan) yang dilakukan dengan strategi kronologis atau bertahap yang pertama yaitu memberikan pengetahuan / membuka wawasan kepada masyarakat desa Ngasin tentang begitu pentingnya penggunaan media sosial *facebook* dan *instagram* sebagai sarana promosi produknya dan yang kedua memberikan pelatihan pembuatan akun *facebook* dan *instagram*.

4. Pembuatan legalitas usaha yaitu NIB

### **5.2. Saran**

Saran yang dapat dipergunakan oleh beberapa pihak terkait untuk membantu dalam pengembangan usaha masyarakat Desa Ngasin Kecamatan Balongpanggang Kabupaten

dimana pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan pemasaran dan komunikasi pemasaran melalui media social sangat dibutuhkan.

2. Minimnya pengetahuan dan pendidikan formal secara tidak langsung mempengaruhi tingkat pengetahuan pengusaha untuk melakukan berbagai manajemen usaha termasuk pengurusan legalitas usaha. Namun, untuk mengatasi hal tersebut maka hendaknya pemerintah daerah dapat menjadi fasilitator untuk itu.

## DAFTAR PUSTAKA

Artikel non-personal. 5 Maret 2013. *Internet*. Wikipedia Bahasa Indonesia  
<http://id.wikipedia.org/wiki/Internet>. Diakses 6 Maret 2013

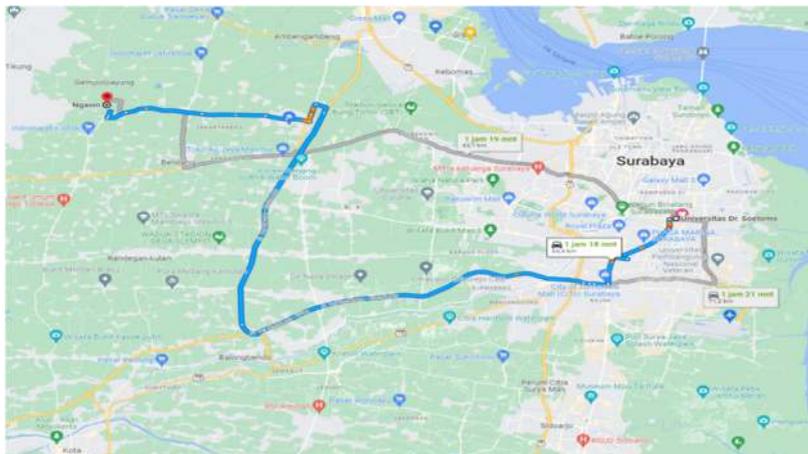
Artikel non-personal. 21 Februari 2013, *Pemasaran Internet*. Wikipedia Bahasa Indonesia. [http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran\\_Internet](http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_Internet). Diakses 6 Maret 2013

Artikel non-personal. 22 Februari 2013. *Facebook*. Wikipedia Bahasa Indonesia  
<http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>. Diakses 6 Maret 2013

Nu Syam, *Media Sosial : Interaksi , Identitas dan Modal, Usaha*. Penerbit Shefty Dya Ayusi, 2017

Usmara. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Amara Books

## eta Lokasi Wilayah Mitra



Jarak dari Universitas Dr. Soetomo, Jl. Semolowaru No.84 Menur Pumpungan, Kecamatan Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118 ke Desa Ngasin, Kecamatan Balongpanggan Kabupaten Gresik Jawa Timur adalah 66,4 km dan dapat ditempuh selama 1 jam 18 menit dengan menggunakan kendaraan roda 4.

**LAPORAN AKHIR  
PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT**



**SOSIALISASI MOTIVASI PEBISNIS SEBAGAI  
KUNCI SUKSES BERBISNIS DI ERA POST  
NORMAL BAGI UMKM PERTAKINA DI  
KABUPATEN BLITAR**

**TIM PELAKSANA**

- |                               |                    |
|-------------------------------|--------------------|
| 1. Dra. Andry Herawati, MM.   | NIDN : 0724126601  |
| 2. Dr. Sarwani, MM.           | NIDN : 0710056201  |
| 3. Dra. Sri Kamariyah, M.Si.  | NIDN : 0710096201  |
| 4. Drs. Basuki Nugroho, M.Si. | NIDN : 0002095702  |
| 5. Dra. Subardini, MM.        | NIDN : 0727086101  |
| 6. M. Reza Firmansyah         | NIM : 202011010009 |
| 7. Kristi Puji Utami          | NIM : 202021010008 |

**UNIVERSITAS DR SOETOMO SURABAYA  
TAHUN 2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul : Sosialisasi Motivasi Pebisnis Sebagai Kunci Sukses Berbisnis Di Era Post Normal Bagi UMKM Pertakina Di Kabupaten Blitar

**Ketua Pelaksana**

a. Nama Lengkap : Dra Andry Herawati,MM  
b. NIDN : 0724126601  
c. Jabatan Fungsional : Lektor  
d. Program Studi : Ilmu Adminitrasi Niaga  
e. No Hp : 081332327968  
f. Alamat Surel (e-mail) : andry.herawati@unitomo.ac.id

**Anggota (1)**

a. Nama Lengkap : Dr Drs Sarwani,MM  
b. NIDN : 0710056201  
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo

**Anggota (2)**

a. Nama Lengkap : Dra. Sri Kamariyah, M.Si.  
b. NIDN : 0710056201  
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo

**Anggota (4)**

a. Nama Lengkap : Drs. Basuki Nugroho, M.Si.  
b. NIDN : 19570902 198603 1 001  
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo

**Anggota (5)**

a. Nama Lengkap : Dra. Subardini, MM.  
b. NIDN : 0727086101  
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dr Soetomo

**Mahasiswa yang terlibat** : 1. M. Reza Firmansyah /202011010009  
2. Kristi Puji Utami /202021010008

**Institusi Mitra**

Nama Mitra : UMKM Pertakina Kabupaten Blitar  
Alamat Mitra : Desa Dayu, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar  
Penanggungjawab : Ibu Sulistya Ningsih  
Lama Kegiatan Keseluruhan : 1 (ssatu) Bulan  
Biaya Keseluruhan : Rp 4.000.000,-

Surabaya, 15 Juli 2022

Mengetahui,  
Bekas  

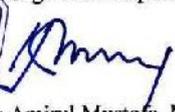

Prof. Dr Sedarmavanti, M.Pd  
NIDK 0712115201

Ketua  


Dra Andry Herawati,MM  
NPP 90.01.1.056



Mengetahui,  
Ketua Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat

  
Dr. Drs Amirul Mustofa, M.Si  
NPP: 91.01.1.085

## RINGKASAN

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini tergolong mitra ekonomi produktif yaitu pelaku usaha mikro, kecil menengah (UMKM) yang dikelola oleh Perkumpulan Purna TKI dan Keluarga (PERTAKINA). Permasalahan yang telah disepakati untuk diselesaikan ada dua yaitu: pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar menunjukkan penurunan motivasi berwirausaha pasca pandemi Covid 19, dan kurangnya pengetahuan dalam manajemen usaha yang baik, sehingga usaha yang dijalankan pertumbuhan dan perkembangannya cenderung stagnan bahkan menurun. Dalam memberikan solusi atas permasalahan tersebut diusulkan akan melakukan motivasi untuk meningkatkan semangat berwirausaha, melakukan pemberian pelatihan untuk meningkatkan wawasan & ketrampilan dalam manajemen usaha. Adapun tujuan jangka panjang yang ingin dicapai yaitu pelaku UMKM Pertakina Blitar yang hidup makmur dan sejahtera, dan target khusus yang ingin dicapai dari kegiatan PKM ini adalah adanya pelaku UMKM yang kreatif, inovatif, berjiwa wirausaha dan kepemimpinan. Adapun metode pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan mitra dapat dibagi menjadi 2 (dua) tahap yaitu: 1). Tahap pemberian motivasi kepada pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar, agar pelaku usaha tetap semangat dalam menjalankan usahanya, 2) Tahap pelatihan manajemen usaha **untuk** meningkatkan pengetahuan dan wawasan pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar dalam manajemen usaha baik di bidang produksi, pemasaran dan sumber daya manusia. Adapun hasil kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yang telah dilakukan dan luaran yang dicapai adalah 1) Peningkatan motivasi pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar dalam mempertahankan usahanya, 2) Peningkatan pengetahuan dan wawasan dalam manajemen usaha pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar, 3) luaran lain yang ingin dicapai adalah dalam bentuk Jurnal untuk dipublikasikan

Kata Kunci : Motivasi, UMKM, Pertakina

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah Nya yang telah diberikan kepada Tim Program Kemitraan Masyarakat dengan judul “Sosialisasi Motivasi Pebisnis Sebagai Kunci Sukses Berbisnis Di Era Post Normal Bagi UMKM Pertakina” di Kabupaten Blitar”, dengan harapan dapat membantu mitra untuk meningkatkan motivasi pelaku UMKM Pertakina dalam mempertahankan usahanya pasca pandemi Covid’19 dan meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam manajemen usaha. Penyusunan laporan Program Kemitraan Masyarakat ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya bantuan dari semua pihak, baik instansi maupun perorangan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Amirul Mustofa, M.Si selaku Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat
2. Prof. Dr. Hj. Sedarmayanti, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
3. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ilmu Administrasi – Jurusan Ilmu Administrasi Niaga yang selalu memberi semangat kepada penulis
4. Ibu Sulistyaningsih sebagai Ketua Pertakina Kabupaten Blitar yang menjadi Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat
5. Para Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi – Program Administrasi yang selalu setia membantu dalam pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat

Tim Program Kemitraan Masyarakat menyadari bahwa laporan akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun di kesempatan yang akan datang. Akhirnya kami berharap semoga sumbangan pemikiran dalam Program Kemitraan Masyarakat akan dapat bermanfaat Terima kasih.

Surabaya, Agustus 2022  
Tim Program Kemitraan Masyarakat  
Universitas DR Soetomo

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
RINGKASAN .....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1. Pendahuluan .....	9
1.1 Analisis Situasi.....	9
1.2 Masalah Mitra .....	12
BAB 2. Solusi Permasalahan .....	14
2.1 Solusi Masalah yang Disepakati untuk Diselesaikan .....	14
2.2 Luaran dan Target Capaian.....	14
BAB 3. Metode Pelaksanaan .....	
3.1 Tahapan Pelaksanaan .....	10
3.2 Kontribusi Setiap Anggota dan Kepekarannya.....	18
BAB 4. Hasil dan Luaran yang Dicapai .....	22
4.1 Hasil.....	22
4.2 Luaran Yang Dicapai.....	26
BAB 5. Kesimpulan dan Saran .....	27
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1:	Badan Pengurus PERTAKINA Kabupaten Blitar.....	10
Tabel 2.1:	Solusi Yang Ditawarkan untuk Mengatasi Masalah.....	14
Tabel 2.2:	Rencana Target Capaian Luran.....	14
Tabel 3.1:	Rancangan Kegiatan Pemtivasian dan Pelatihan bagi Pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar.....	18
Tabel 3.2:	Kontribusi Tim Pelaksana dan Kepakaran.....	19
Tabel 4.1	Hasil Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat .....	25

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1:	Kegiatan Pelatihan oleh PERTAKINA .....	11
Gambar 1.2:	Kunjungan Awal Ke Mitra Pertakina Kabupaten Blitar	11
Gambar 1.3:	Diskusi Tim PKM PERTAKINA Kabupaten Blitar ....	13
Gambar 4.1:	Pemberian Motivasi Pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar.....	23
Gambar 4.2:	Pelatihan Manajemen Usaha Pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar.....	23
Gambar 4.3:	Evaluasi Kegiatan dengan Interview Mendalam .....	24

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Jadwal Kegiatan PKM
- Lampiran 2 : Materi Pemberian Motivasi
- Lampiran 3 : Materi Pelatihan Manajemen Usaha
- Lampiran 4 : Surat Permohonan Narasumber dari Pertakina Kabupaten Blitar
- Lampiran 5 : Surat Pernyataan Mitra
- Lampiran 6 : Daftar Hadir Peserta Pemberian Motivasi
- Lampiran 7 : Daftar Hadir Peserta Pelatihan Manajemen Usaha
- Lampiran 8 : Dokumentasi Kegiatan

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Analisis Situasi**

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat ini tergolong mitra produktif yaitu pelaku usaha mikro, kecil menengah (UMKM) yang dikelola oleh Perkumpulan Purna TKI dan Keluarga (PERTAKINA). Adapun PERTAKINA adalah Organisasi Non Pemerintah yang Berbadan Hukum Perkumpulan, bergerak pada sektor Pemberdayaan Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Purna. Area kerja utama Pertakina adalah Kabupaten dan Kota Blitar secara khusus dan Jawa Timur secara umum khususnya diwilayah basis-basis Tenaga Kerja Indonesia.

Pertakina dirintis sejak tahun 2010 dan berkantor pusat di Kabupaten Blitar dan memiliki kantor lapangan di Dusun Sanan RT 03 RW 01 Desa Dayu Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar. Pertakina didirikan oleh para aktifis social, mantan buruh migran, akademisi dan peneliti. Didirikan atas kepedulian beberapa mantan tenaga kerja Indonesia yang sudah purna akan nasib para mantan TKI yang banyak bermasalah terhadap ketahanan ekonomi keluarga pasca mantan TKI tidak lagi bekerja di luar negeri, keterbatasan informasi, jaringan dan hal-hal teknis yang membuat terbatasnya juga pilihan bagi mantan TKI untuk memulai sebuah usaha sehingga takut untuk memulai usaha dan ketika sudah berusaha melakukan usaha tidak dapat berkembang karena keterbatasan-keterbatasan tersebut.

Pertakina yang didirikan dengan visi adalah Terbangunnya gerakan mantan Tenaga kerja indonesia yang kuat sebagai bagian dari gerakan sosial dan ekonomi untuk terwujudnya tatanan masyarakat yang demokratis, adil, berdaya saing secara ekonomi dan berpihak kepada kepentingan rakyat. Adapun nilai nilai yang ingin ditanamkan yaitu Agama, Demokrasi, Ekonomi Kerakyatan, Keadilan social, Kesetaraan gender, dan Solidaritas global. Prinsip yang dibangun yaitu Non violence, Non partisan, dan Mandiri secara ekonomi. Pertakina yang didirikan dengan misi utama untuk melakukan pendampingan terhadap para TKI yang menghadapi masalah, termasuk dalam misi tersebut adalah perbaikan kondisi ekonomi para TKI purna sehingga dapat mencegah keinginan untuk kembali bekerja di luar negeri.

Badan Pengurus Perkumpulan Purna TKI dan Keluarga (PERTAKINA) Kabupten Blitar dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

**Tabel 1.1**  
**Badan Pengurus**  
**PERTAKINA Kabupaten Blitar**

<b>Jabatan Pengurus</b>		<b>Nama Pengurus</b>
Ketua	:	Sulistiyaningsih
Sekretaris	:	Peni Dyah Wati
Bendahara	:	Sucipto
Pengawas	:	H. Nursalim SP

Sumber : Pertakina Kabupaten Blitar

Pertakina Kabupaten Blitar beranggotakan para Mantan buruh migran dari berbagai tujuan tidak terbatas usia dan keluarga Buruh Migran yang masih aktif bekerja di luar negeri. Sampai saat ini Pertakina beranggotakan 256 orang dan 68 diantaranya sudah memiliki usaha dan 82 sedang merintis usaha. Dalam perihal permodalan sebagian usaha anggota Pertakina memiliki modal secara mandiri menggunakan sisa hasil selama bekerja diluar negeri dan sebagian anttota juga menggunakan jasa perbankan untuk modal usahanya.

Adapun usaha-usaha yang sedang dikembangkan oleh anggota Pertakina sangat variatif dan kreatif dapat dibagi menjadi 4 bidang yaitu :

1. Bidang produk-produk olahan (camilan, jajanan atau kue dan penganan basah)
2. Bidang Pertanian dan Peternakan (berbagai tanaman kultur dan organik), peternakan ayam petelur maupun pedaging, kambing dan sapi)
3. Bidang Jasa (Rental alat-alat pesta, salon, rias pengantin, dan Event Organizer)
4. Bidang Kerajinan (Kendang, Tas berbagai bahan baku, batik, sandal dan sepatu kulit)

Ibu Sulistya Ningsih sebagai penggagas sekaligus berperan sebagai ketua Pertakina Kabupaten Blitar. Berdasarkan pengalaman beliau sebagai pekerja sosial dan aktivis pekerja PMI. Beliau adalah purna PMI di negara penempatan Hongkong selama 5 tahun karena kondisi ekonomi keluarga. Setelah kembali ke Indonesia menerima kenyataan pahit dalam keluarganya dan realisasinya sulit untuk memulai suatu usaha, dimana pengalaman ini tidak dirasakan oleh Ibu Sulistiyaningsih saja, namun juga masalah sebagian besar PMI. Ibu Sulis mendirikan sebuah komunitas para PMI dan Purna PMI yang dirintis sejak tahun 2010 dan berbadan hukum pada tahun 2016. Organisasi ini bermula dari satu kecamatan, dan berkat kepercayaan para purna PMI dan masyarakat kini bisa berskala nasional yang bernama PERTAKINA Indonesia atau Perkumpulan TKI, TKI Purna dan Keluarga.

Dalam memperbaiki kondisi ekonomi para TKI purna, Ibu Sulis berinisiatif mengadakan pelatihan-pelatihan berbasis produksi (Gambar 1.1), seperti membuat kue kering, aneka keripik, kerajinan tangan, dan sebagainya. Setelah pelatihan, para anggota

Pertakina pun mulai melakukan produksi dan memasarkan secara terbatas di daerah masing-masing. Pihak Pertakina tak tinggal diam dan berupaya membantu pemasaran produk anggotanya melalui wadah koperasi. Berbagai event expo dilakoni untuk memperkenalkan produk anggota, mulai dari wilayah lokal Blitar hingga lintas provinsi. Tantangan dan semangat pun timbul saat produk diterima pasar dan mendapat sambutan konsumen berupa order yang lebih banyak. Kebutuhan akan perbaikan kemasan dan pemanfaatan e-commerce pun kian mendesak untuk memperluas jangkauan pasar



**Gambar 1.1 Kegiatan Pelatihan oleh PERTAKINA**

Dari hasil kunjungan lapangan awal dan berdiskusi dengan ibu Sulistyaningsih yang berperan sebagai ketua Pertakina Kabupaten Blitar, yang dijadikan mitra dalam Program Pemberdayaan Masyarakat ini (Gambar 1.2), didapatkan informasi bahwa akibat pandemi Covid 19 para pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar rata-rata mengalami penurunan omzet penjualan dalam kisaran 30% sampai dengan 50%, sehingga mempengaruhi arus kas dan modal kerja yang semakin berkurang. Mitra menginginkan para pelaku UMKM yang tergabung di Pertakina Kabupaten Blitar tetap punya motivasi berwirausaha yang tinggi dalam mengelola usahanya pasca pandemi Covid 19, serta dapat menjadi pelaku usaha yang sukses.



**Gambar 1.2 Kunjungan Awal Ke Mitra Pertakina Kabupaten Blitar**

Dengan demikian untuk merealisasikan keinginan dari ibu Sulistyaningsih sebagai ketua Pertakina Kabupaten Blitar, maka dirancang Program Kemitraan Masyarakat ini dengan mengadakan pemberian motivasi kepada pelaku UMKM yang tergabung di Pertakina. Program pemotivasian ini merupakan salah satu upaya untuk mempertahankan daya tahan pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar, agar terus mampu memompa semangat motivasi berwirausaha melalui berbagai kegiatan yang terstruktur. Program pelatihan manajemen usaha ditujukan untuk meningkatkan wawasan dalam bidang pemasaran secara *online* yang sangat mendesak untuk dilakukannya pasca pandemi Covid 19, serta bidang produksi dan bidang sumberdaya manusia.

## **1.2 Masalah Mitra**

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan dan diskusi tim PKM (Gambar 1.3) dapat ditemukan bahwa mitra ini menginginkan pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina pasca pandemi Covid 19 tetap punya motivasi yang tinggi untuk berwirausaha, dan punya kemampuan mengelola usaha agar dapat menjadi wirausaha yang sukses. Hasil diskusi Tim PKM dengan mitra, maka disepakati ada 2 (dua) permasalahan yang akan diselesaikan dalam Program Kemitraan Masyarakat yaitu:

1. Pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar menunjukkan penurunan motivasi berwirausaha pasca pandemi Covid 19
2. Pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar kurangnya pengetahuan dalam manajemen usaha yang baik, sehingga usaha yang dijalankan pertumbuhan dan perkembangannya cenderung stagnan bahkan menurun.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam program ini ditawarkan solusi berupa pemberian motivasi wirausaha, pemberian pelatihan untuk meningkatkan wawasan & ketrampilan dalam manajemen usaha bagi pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar.



**Gambar 1.3 Diskusi Tim PKM PERTAKINA Kabupaten Blitar**

Diskusi dengan Mitra dalam menentukan permasalahan yang akan diselesaikan dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Pertakina Kabupaten Blitar. Kedua permasalahan yang telah disepakati dengan mitra akan diselesaikan melalui Program Kemitraan Masyarakat yang didanai dari Fakultas Ilmu Administrasi dan Kotribusi dari Pertakina Kabupaten Blitar sebagai mitra.

## **BAB 2. SOLUSI PERMASALAHAN**

### **2.1 Solusi Masalah yang Disepakati untuk Diselesaikan**

Memperhatikan analisis situasi dan penetapan prioritas masalah yang akan diselesaikan dalam Program Kemitraan Masyarakat, maka pemberian solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra dibagi menjadi dua hal yaitu :

1. Dalam memberikan solusi atas permasalahan tentang penurunan motivasi berwirausaha pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupten Blitar pasca pandemi Covid 19. Solusi yang ditawarkan dengan memberikan motivasi untuk meningkatkan semangat berwirausaha
2. Dalam memberikan solusi atas permasalahan tentang kurangnya pengetahuan pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar dalam manajemen usaha yang baik, sehingga dapat menjadi wirausaha yang sukses. Solusi yang ditawarkan dengan melakukan pemberian pelatihan untuk meningkatkan wawasan & ketrampilan dalam manajemen usaha yang baik, serta pendampingan manajemen usaha untuk meningkatkan pengetahuan tentang pembuatan merek, kemasan produk yang menarik, dan berpromosi yang unik

### **2.2 Luaran dan Target Capaian**

Luaran dari setiap solusi yang ditawarkan dapat disajikan pada tabel 2.1 dan rencana target capaian luaran pada program kemitraan masyarakat dapat disajikan dalam tabel 2.3 sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Solusi Yang Ditawarkan untuk Mengatasi Masalah**

<b>No</b>	<b>Solusi Yang Ditawarkan</b>	<b>Luaran</b>
1.	Memberikan motivasi untuk meningkatkan semangat berwirausaha	Meningkatnya motivasi berwirausaha pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina
2.	Memberikan pelatihan untuk meningkatkan wawasan & ketrampilan dalam manajemen usaha	Meningkatkannya wawasan & ketrampilan dalam mengelola usaha baik dibidang pemasaran, produksi maupun sumberdaya manusia

**Tabel 2.2**  
**Rencana Target Capaian Luaran**

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Publikasi ilmiah di jurnal/Prosiding <sup>1)</sup>	Ada berupa draft Jurnal
2.	Pemakalah dalam pertemuan ilmiah <sup>2)</sup>	Tidak ada
3.	Hak Atas Kekayaan Intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu) <sup>3)</sup>	Tidak ada
4.	Teknologi Tepat Guna <sup>4)</sup>	Tidak ada
5.	Karya Seni/Rekayasa Sosial, Jasa, Sistem, Produk/Barang <sup>5)</sup>	Tidak ada
6.	Buku Ajar (ISBN)	Tidak ada
7.	Publikasi pada media masa (cetak/elektronik)	Tidak ada

<sup>1)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, *submitted*, *reviewed*, atau *accepted/published*

<sup>2)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, terdaftar, atau sudah dilaksanakan

<sup>3)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, atau terdaftar/*granted*

<sup>4)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, produk, atau penerapan

<sup>5)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, produk, atau penerapan

<sup>6)</sup> Isi dengan belum/tidak ada, draf, proses *editing*/sudah terbit

## BAB 3. METODE PELAKSANAAN

### 3.1 Metode Pelaksanaan

Sebagaimana diuraikan dalam perumusan masalah, bahwa kondisi mitra menginginkan adanya peningkatan motivasi berwirausaha bagi pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina, serta peningkatan kemampuan dalam manajemen usaha yang baik sehingga dapat menjadi wirausaha yang sukses.

Berkenaan dengan itu untuk memecahkan masalah mitra, diusulkan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yang akan dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan motivasi berwirausaha, dan meningkatkan wawasan (pengetahuan) dan ketrampilan dalam manajemen usaha yang baik. Adapun tahapan atau langkah-langkah yang ditempuh guna melaksanakan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra meliputi :



**Gambar 3.1 Tahapan Metode Pelaksanaan**

#### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi :

- a. Pada tahap persiapan pertama ini diawali dengan kegiatan analisis kebutuhan (*needs survey*) yang dilakukan pada bulan Juni 2022. Analisis kebutuhan dilaksanakan untuk menggali informasi dan permasalahan yang dihadapi mitra dan merumuskan masalah, sehingga dapat dicari solusi pemecahan. Hasil kegiatan analisis kebutuhan ini menunjukkan bahwa :
  - Pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupten Blitar menunjukkan penurunan motivasi berwirausaha pasca pandemi Covid 19, hal ini terlihat dalam cara memasarkan produknya masih bersifat konvensional dan kurang gerak cepat dalam mengembangkan produknya
  - Pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupten Blitar kurangnya wawasan dan ketrampilan dalam manajemen usahanya, sehingga usaha yang dijalankan pertumbuhan dan perkembangannya cenderung stagnan bahkan menurun.

- Mitra menyambut baik rencana kegiatan pemotivasian, dan pelatihan bagi pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar
- b. Pada tahap persiapan kedua dilakukan persiapan yang terkait dengan peserta (para UMKM) yang akan mengikuti kegiatan, serta penentuan waktu kegiatan tersebut dengan meminta pertimbangan dari pelaku UMKM sebagai peserta dalam kegiatan pemotivasian dan pelatihan manajemen usaha
- c. Pada tahap persiapan ketiga ini dilakukan persiapan materi. Adapun materi-materi yang akan di berikan dalam pemotivasian berwirausaha dan pelatihan manajemen usaha meliputi :
  1. Materi tentang Motivasi Rahasia Pebisnis sebagai Kunci Sukses Berbisnis pada Era Pasca Pandemi Covid 19 ( Post Normal)
  2. Materi tentang Manajemen Usaha untuk Meraih Sukses dalam Berbisnis pada Era Setelah Pandemi Covid 19

## **2. Tahap Pelaksanaan**

Setelah semua tahap-tahap persiapan dilaksanakan, maka akan segera dilaksanakan pemotivasian, dan pelatihan manajemen usaha kepada pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar. Langkah-langkah pelaksanaan program untuk mencapai hasil yang diharapkan dari tema PKM ini yang diajukan adalah sebagai berikut :

### **a. Pemotivasian Berwirausaha**

Pemotivasian berwirausaha ini diprioritaskan bagi pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Blitar khususnya pelaku UMKM untuk produk makanan dan minuman. Pemotivasian ini dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab.

### **b. Pelatihan Manajemen Usaha**

Manajemen usaha yang baik sangat berperan sekali bagi kesuksesan suatu usaha bisnis, maka penting bagi seorang wirausaha untuk memahami manajemen usaha dengan baik dan disesuaikan dengan perkembangan jaman. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan (pengetahuan) serta ketrampilan pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar khususnya untuk pelaku UMKM yang menghasilkan produk makanan dan minuman. Harapannya setelah pelatihan ini dapat menimbulkan trik-trik cerdas dan ide-ide segar dalam manajemen usahanya dibidang makanan dan minumannya. Pelatihan ini dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab seputar dalam masalah manajemen usaha makanan dan minuman yang sedang dijalankan.

c. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk melihat efektivitas pelaksanaan program, baik pemotivasian berwirausaha dan pelatihan manajemen usaha.

Adapun rancangan kegiatan PKM bagi pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar dapat dilihat pada tabel 3.1

**Tabel 3.1**  
**Rancangan Kegiatan**  
**Pemotivasian dan Pelatihan bagi Pelaku UMKM**  
**Pertakina Kabupaten Blitar**

<b>Pertemuan</b>	<b>Topik</b>	<b>Alokasi Waktu</b>
<b>1</b>	Materi tentang Motivasi Rahasia Pebisnis sebagai Kunci Sukses Berbisnis pada Era Pasca Pandemi Covid 19 ( Post Normal)	180 menit
<b>3</b>	Materi tentang Manajemen Usaha untuk Meraih Sukses dalam Berbisnis pada Era Setelah Pandemi Covid 19 a. Ceramah b. Tanya Jawab	90 menit 90 menit
<b>4</b>	Evaluasi dilakukan untuk melihat efektivitas pelaksanaan program, baik pemotivasian berwirausaha, dan pelatihan manajemen usaha	180 menit

### 3.2 Kontribusi Setiap Anggota dan Kepakarannya

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yang telah ditetapkan ini memerlukan beberapa jenis kepakaran atau keahlian. Jenis keahlian yang dibutuhkan untuk meningkatkan motivasi berwirausaha, pengetahuan dan ketrampilan dalam manajemen usaha bagi pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina, sehingga untuk keberhasilan program kegiatan yang akan dilaksanakan, maka tim pelaksana kegiatan PKM ini melibatkan 5 (lima) dosen dengan kualifikasi multi disiplin dan 2 (dua) mahasiswa.

Dibawah ini tabel yang menguraikan tentang nama tim pengusul Program Pemberdayaan Masyarakat, kepakaran, dan kontribusi masing-masing dalam kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada tabel 3.2

**Tabel 3.2**  
**Kontribusi Tim Pelaksana dan Kepakaran**

No.	Nama	Kepakaran	Kontribusi dalam PPM
1	Dra. Andry Herawati, MM	Bidang Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persiapan survai awal</li> <li>• Penyusunan jadwal kegiatan</li> <li>• Penyusunan materi</li> <li>• Penyusunan kusioner umpan balik</li> <li>• Pelaksanaan pemotivasian berwirausaha</li> <li>• Pelaksanaan pelatihan pengelolaan usaha</li> <li>• Pelaksanaan pendampingan manajemen usaha</li> <li>• Evaluasi pelaksanaan kegiatan</li> </ul>
2	Dr Drs Sarwani,MM	Bidang Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlibat dalam Persiapan survai awal</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan jadwal kegiatan</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan materi</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan kusioner umpan balik</li> <li>• Terlibat dalam pelaksanaan Pelatihan Pengelolaan usaha</li> <li>• Terlibat dalam Pelaksanaan Pendampingan manajemen usaha</li> <li>• Terlibat dalam pelaksanaan Evaluasi kegiatan</li> </ul>
3	Dra Sri Kamriyah,M.Si	Bidang Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlibat dalam Persiapan survai awal</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan jadwal kegiatan</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan materi</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan kusioner umpan balik</li> <li>• Terlibat dalam Pelaksanaan pemotivasian berwirausaha</li> <li>• Terlibat dalam Pelaksanaan Pendampingan manajemen usaha</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlibat dalam pelaksanaan Evaluasi kegiatan</li> </ul>
4	Drs Basuki Nugroho, M.Si	Bidang Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlibat dalam Persiapan survai awal</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan jadwal kegiatan</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan materi</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan kusioner umpan balik</li> <li>• Terlibat dalam Pelaksanaan pemotivasian berwirausaha</li> <li>• Terlibat dalam Pelaksanaan Pendampingan manajemen usaha</li> <li>• Terlibat dalam pelaksanaan Evaluasi kegiatan</li> </ul>
5	Dra Subardini,MM	Bidang Manajemen Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlibat dalam Persiapan survai awal</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan jadwal kegiatan</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan materi</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan kusioner umpan balik</li> <li>• Terlibat dalam Pelaksanaan pemotivasian berwirausaha</li> <li>• Terlibat dalam Pelaksanaan Pendampingan manajemen usaha</li> <li>• Terlibat dalam pelaksanaan Evaluasi kegiatan</li> </ul>
4	MHS		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlibat dalam Persiapan survai awal</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan materi</li> <li>• Terlibat dalam Persiapan pelaksanaan kegiatan PPM</li> <li>• Pelaksanaan penyebaran peng umupulan kusioner</li> <li>• umpan balik</li> <li>• Terlibat dalam Pelaksanaan Evaluasi Kegiatan</li> </ul>
5	MHS		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlibat dalam Persiapan survai awal</li> <li>• Terlibat dalam Penyusunan materi</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"><li>• Terlibat dalam Persiapan pelaksanaan kegiatan PPM</li><li>• Pelaksanaan penyebaran pengumpulan kuesioner</li><li>• umpan balik</li><li>• Terlibat dalam Pelaksanaan Evaluasi Kegiatan</li></ul>
--	--	--	---

## **BAB 4 . HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI**

### **4.1 Hasil**

Program Kemitraan Masyarakat tentang Pemotivasian dan Manajemen Usaha Pasca Pandemi Covid 19 yang bermitra dengan Perkumpulan Purna Tenaga Kerja Indonesia dan Keluarga (Pertakina) di Dusun Sanan RT 03 RW 01 Desa Dayu Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur. Kegiatan ini telah dilaksanakan sejak bulan Juni 2022 sampai Agustus 2022

Adapun hasil kegiatan Program Kemitraan masyarakat yang telah dilakukan dan luaran yang dicapai dapat diuraikan adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan survey dan kunjungan pendahuluan ke Mitra Pertakina Kabupaten Blitar, yang telah dilakukan pada hari Sabtu, 11 Juni 2022, dari hasil survey dapat diidentifikasi masalah yang sedang dihadapi mitra adalah terkait dengan peningkatan motivasi berwirausaha, serta wawasan & ketrampilan baik dibidang pemasaran, produksi maupun sumberdaya manusia bagi pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar. Adapun permasalahan prioritas yang dihadapi oleh Mitra dapat dirumuskan sebagai berikut :
  1. Pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar menunjukkan penurunan motivasi berwirausaha pasca pandemi Covid 19
  2. Pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar kurangnya pengetahuan dalam manajemen usaha yang baik, sehingga usaha yang dijalankan pertumbuhan dan perkembangannya cenderung stagnan bahkan menurun.

Kedua permasalahan tersebut telah diatasi dengan dana dari Fakultas Ilmu Administrasi dan kontribusi dari mitra. Program yang telah disepakati dengan Mitra sesuai jadwal kegiatan pada **lampiran 1**.
2. Adapun hasil pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat untuk menyelesaikan masalah mitra dapat diuraikan sebagai berikut :
  - a. Pada tahap persiapan telah dilakukan penyusunan materi tentang Motivasi Rahasia Pebisnis sebagai Kunci Sukses Berbisnis pada Era Pasca Pandemi Covid 19 (Post Normal), hasil materi yang disusun dapat dilihat pada **lampiran 2**, sedangkan untuk materi tentang materi tentang Manajemen Usaha untuk Meraih Sukses dalam Berbisnis pada Era Setelah Pandemi Covid 19 dapat dilihat pada **lampiran 3**.

- b. Pelaksanaan pemberian motivasi** kepada pelaku usaha yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar, agar pelaku usaha tetap semangat dalam menjalankan usahanya. Pada hari Sabtu, 16 Juli 2022 telah dilakukan pemberian motivasi kepada pelaku usaha yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar dengan materi tentang Motivasi Rahasia Pebisnis sebagai Kunci Sukses Berbisnis pada Era Pasca Pandemi Covid 19 (Post Normal), metode yang digunakan yaitu ceramah, diskusi dan tanya jawab.



**Gambar 4.1 Pemberian Motivasi Pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar**

- c. Pelatihan Manajemen Usaha** Pada hari Sabtu, 23 Juli 2022 telah dilakukan pelatihan manajemen usaha kepada pelaku usaha yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar dengan materi tentang Manajemen Usaha untuk Meraih Sukses dalam Berbisnis pada Era Pasca Pandemi Covid 19, metode yang digunakan yaitu ceramah, diskusi dan tanya jawab.



**Gambar 4.2 Pelatihan Manajemen Usaha Pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar**

- d. Pelaksanaan Evaluasi kegiatan PKM pada hari Sabtu, 23 Juli 2022 telah dilakukan evaluasi kegiatan PKM yang telah dilaksanakan dengan tujuan untuk melihat efektivitas pelaksanaan program, baik pemotivasian berwirausaha, dan pelatihan manajemen usaha, metode yang digunakan yaitu interview mendalam kepada beberapa peserta yang telah mengikuti pemotivasian maupun pelatihan manajemen usaha.



**Gambar 4.3 Evaluasi Kegiatan dengan Interview Mendalam**

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta UMKM dapat termotivasi untuk bangkit kembali dengan semangat untuk melanjutkan usahanya, dan pelaku UMKM sudah dapat memahami dengan baik materi pelatihan manajemen usaha baik bidang produksi, dan pemasaran, terbukti pelaku usaha sangat antusias sekali dalam menjawab semua pertanyaan yang dilontarkan oleh ptim PKM terkait dengan setiap materi yang diberikan dalam pemotivasian dan pelatihan.

Hasil kegiatan Program Kemitraan masyarakat tersebut selanjutnya akan disajikan dalam bentuk tabel 4.1 :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat**

No.	Pelaksanaan Kegiatan	Pelaksanaan	Luaran	(% )	
				Target	Capaian
1	<p>Survey dan kunjungan pendahuluan ke Pertakina di Kecamatan Ngelogok Kabupaten Blitar, Sabtu 11 Juni 2022</p> <p>Adapun kegiatan yang dilakukan sbb :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Komunikasi awal tentang rencana kegiatan antara Tim PKM dengan Mitra</li> <li>b. Identifikasi Masalah yang dihadapi Mitra tentang semangat pelaku usahanya pasca pandemi</li> <li>c. Menentukan jadwal pelaksanaan kegiatan</li> </ol>	Tim PPM dan Mitra	Jadwal Kegiatan PPM (lampiran 1)	15	15
2	<p>Pelaksanaan Pemoivasian kepada pelaku UMKM Pertakina yang terdiri dari :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemoivasian kepada pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Sabtu, 2 Juli 2022</li> <li>2. Pelatihan Manajemen Usaha kepada pelaku UMKM Pertakina Kabupaten Blitar dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Sabtu. 16 Juli 2022</li> </ol>	Tim PPM dan Mitra	a.Motivasi Raha sia Pebisnis sebagai Kunci Sukses Berbis nis pada Era Pasca Pandemi Covid 19 (Post Normal) (Lampiran 2)	20	20
			b. Manajemen Usaha untuk Meraih Sukses dalam Berbis nis pada Era Pasca Pandemi Covid 1 (Lampiran 3)	20	20
3	Evaluasi kegiatan dengan melakukan interview mendalam kepada peserta yang telah mengikuti kegiatan PKM, Sabtu, 23 Juli 2022	Tim PPM dan Mitra	Meningkatnya motivasi pelaku UMKM untuk melanjutkan bisnis nya, meningkatkan pengetahuan dan wawasan pe laku usaha tentang manaje men usaha	20	20
6	Penulisan Laporan Akhir hasil pelaksanaan program pengabdian masyarakatan	Tim PPM	Laporan Akhir	15	15
7	Penulisan hasil pelaksanaan PKM dalam bentuk jurnal untuk dipublikasikan.	Tim PPM	Jurnal untuk dipublikasikan	10	10
			<b>Total Hasil Capaian</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## **4.2 Luaran Yang Dicapai**

Hasil Luaran yang telah dicapai melalui pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya peningkatan motivasi pelaku usaha yang tergabung dalam Pertakina Blitar untuk melanjutkan bisnis nya
2. Adanya peningkatan pengetahuan dan wawasan pelaku usaha tentang manajemen usaha
3. Luaran lainnya yang ingin dicapai pada Program Kemitraan Masyarakat adalah Publikasi ilmiah di jurnal, hasil kegiatan PKM ini akan dipublikasikan dalam bentuk jurnal.

## **BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN**

Program Kemitraan Masyarakat telah dapat dijalankan dengan baik dan tanpa halangan yang berarti. Dengan kerjasama tim PKM yang baik dan peran serta aktif dari mitra dalam kegiatan PKM ini maka semuanya telah berjalan sesuai yang diharapkan dan harapannya dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM yang tergabung dalam Pertakina Kabupaten Blitar sebagai mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat dalam meningkatkan motivasi dan pengetahuan & wawasan pelaku UMKM dalam manajemen usaha, sehingga dapat menjadi wirausaha yang sukses di waktu yang akan datang.

Program Kemitraan Masyarakat yang dilakukan ini telah sampai pada tahapan dilaksanakannya kegiatan motivasi dan pelatihan tentang Motivasi Rahasia Pebisnis sebagai Kunci Sukses Berbisnis pada Era Pasca Pandemi Covid 19 (Post Normal), pelatihan manajemen usaha dalam berbagai bidang produksi, pemasaran, maupun sumber daya manusia. Selanjutnya telah dilakukan evaluasi untuk melihat tingkat keberhasilan Program Kemitraan masyarakat dengan melakukan interview mendalam kepada peserta yang mengikuti kegiatan PKM.

Pada akhir kegiatan Program Kegiatan Masyarakat ini tim Menyusun laporan akhir hingga penulisan jurnal untuk yang direncanakan akan dipublikasikan. Hasil Pengabdian Masyarakat ini diharapkan dapat dijalankan dengan baik oleh Mitra, agar para UMKM Pertakina Kabupaten Blitar tetap semangat dalam mempertahankan usahanya dan mempunyai manajemen yang baik dalam pengelolaan usahanya, sehingga mampu bersaing di era setelah pandemi covid'19.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Greenberg, J. and Baron, R. (2010) *Behavior in Organization*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ningrum, M., Latifah, A. I. and Pawaka, A. F. (2020) 'Motivasi Wirausaha Wanita: Studi Literatur Sistematis', *The 11th University Research Colloquium*, pp. 105–110. Available at: <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/1077>.
- Rahmi, V. A. and Hidayati, R. A. (2019) 'Efektivitas Pelatihan Keterampilan Dalam Menumbuhkan Minat Wirausaha Wanita Melalui Motivasi Diri Berwirausaha', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i1.350>.

**LAMPIRAN 1**  
**JADWAL KEGIATAN PKM**

**Time Schedule**

**SOSIALISASI "MOTIVASI PEBISNIS SEBAGAI KUNCI SUKSES BERBISNIS di ERA  
POST NORMAL BAGI PELAKU UMKM PERTAKINA DI KABUPATEN BLITAR**

No	Jenis Kegiatan	Estimasi Waktu
1.	Perencanaan Awal	5 Jam
2.	Identifikasi awal dengan mitra	10 Jam
3.	Menyiapkan Materi dan Koordinasi Tim PPM untuk presentasi	15 Jam
4.	Pelaksanaan Kegiatan	5 Jam
5.	Evaluasi Pelaksanaan kegiatan	2 Jam
6.	Pelaporan hasil kegiatan pengabdian kepada Masyarakat	13 Jam
Total		50 Jam

**LAMPIRAN 2**  
**MATERI PEMBERIAN MOTIVASI**

**MATERI**  
**PEMBERIAN MOTIVASI**



**MOTIVASI RAHASIA PEBISNIS**  
**SEBAGAI KUNCI SUKSES BERBISNIS**  
**PADA ERA PASCA PANDEMI COVID 19**  
**(POST NOR MAL)**

NARASUMBER :

Nama 1. Dra.Andry Herawati, MM

NIDN: 0724126601

Nama 2. Dr. Drs Sarwani,MM

NIDN: 0710056201

Nama 3. Dra Sri Kamariyah, M.Si

NIDN: 0710096201

**UNIVERSITAS Dr. SOETOMO SURABAYA**  
**JULI 2022**



Dalam menjalankan bisnis, tentunya tidak bisa hanya tinggal diam tanpa melakukan apapun.

Agar selalu **SEMANGAT** dalam mencapai kesuksesan bisnis harus dipelihara, sehingga Pebisnis perlu punya **MOTIVASI** yang kuat dari dalam dirinya

Semakin kuat motivasi yang dimilikinya maka semakin terdorong juga keinginan untuk mencapai sukses dalam bisnisnya

Beberapa **MOTIVASI RAHASIA** yang harus dimiliki seorang pebisnis agar usahanya bisa sukses

## NIAT YANG KUAT

Niat menjadi landasan pertama untuk mampu menjalankan bisnis



Dalam Memulai usaha/bisnis perlu diawali dengan **NIAT YANG KUAT**, niat yang kuat akan menumbuhkan motivasi untuk diri pebisnis sehingga membuat pebisnis begitu bersemangat dalam mempersiapkan segala sesuatu untuk bisnisnya



## KERJA KERAS

Untuk mencapai bisnis yang sukses **TIDAK BISA DENGAN CARA INSTAN** tapi diperlukan **KERJA KERAS** dan berkorban segalanya mulai dari waktu, tenaga dan pikiran hingga uang, dengan kerja keras, kemampuan pebisnis akan terasah dan punya mental yang kuat dalam menghadapi tantangan dan masalah



## PANTANG MENYERAH

- ❖ Yang namanya menjalankan bisnis pasti ada naik turunnya, pasang surutnya hingga untung ruginya. Namun jangan jadikan hal tersebut sebuah halangan untuk bisa meraih kesuksesan.
- ❖ Jadikan **KEGAGALANMU** menjadi sebuah pembelajaran.
- ❖ Pastikan memiliki sikap yang **PANTANG MENYERAH** untuk terus bangkit dan memulai kembali.
- ❖ Untuk itu jauhkan dari pikiran akan kegagalan.



## OPTIMIS



Rintangan dan kegagalan yang dihadapi dalam menjalankan usaha akan terasa sangat berat dan sulit untuk dijalankan.

Namun jika bisa untuk selalu *Positive Thinking* salah satunya seperti menanamkan rasa optimistis dalam diri, tentunya bisa lebih baik untuk menghadapi segala persolan dalam bisnis yang akan di kembangkan.

## OPEN MINDED



- ❖ Dalam menjalankan bisnis pasti akan menemukan banyak perubahan dan juga kondisi yang akan dihadapi, seperti tren pasar hingga type yang seringkali berubah dengan pesatnya.
- ❖ Untuk menyikapi hal tersebut pastikan untuk selalu berpikiran terbuka dan siap menerima masukan (kritik/saran).
- ❖ Selagi baik untuk dijalankan, kenapa nggak di coba?

## PROFESIONAL

- ❖ Sikap profesional wajib dimiliki setiap orang
- ❖ Sikap yang profesional akan membantu agar tetap fokus pada rencana yang ingin dilakukan untuk memajukan bisnis.
- ❖ Sikap profesional bisa membuat lebih tegas, lugas dan cepat dalam menghadapi setiap persoalan yang datang.



## TEKUN DAN BERDOA



- ❖ Setiap yang dilakukan pasti selalu ada izin dari Allah SWT.
- ❖ Jika berbagai macam usaha sudah dilakukan untuk menjalankan sebuah bisnis, jangan lupa diiringi dengan ketekunan berdoa agar jalan untuk meraih kesuksesan dalam berbisnis bisa lebih mudah dilakukan.

THANK YOU



**LAMPIRAN 3**  
**MATERI PELATIHAN MANAJEMEN USAHA**

**MATERI**  
**PELATIHAN MANAJEMEN USAHA**



**MANAJEMEN USAHA UNTUK MERAHAIH**  
**SUKSES DALAM BERBISNIS PADA ERA**  
**PASCA PANDEMI COVID 19**

**NARASUMBER :**

**Nama 1. Drs. Basuki Nugroho, M.Si**

**NIDN: 0002095702**

**Nama 2. Dra SSubardini, MM**

**NIDN: 0727086101**

**UNIVERSITAS Dr. SOETOMO SURABAYA**  
**JULI 2022**



## BANGUN SISTEM BISNIS

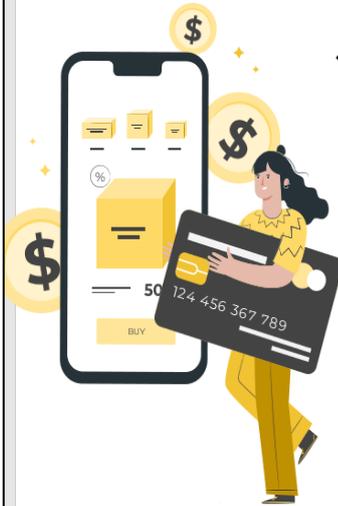
- ❖ Saat sudah berani untuk memulai bisnis, hal pertama yang harus difokuskan untuk dilakukan adalah SISTEM DARI BISNIS ITU SENDIRI.
- ❖ Bagaimana CARA MENGOLAH BISNIS menjadi sesuatu yang sangat penting, dengan memiliki sistem bisnis yang baik, perjalanan bisnis untuk meraih kesuksesan akan lebih mudah dan lancar.
- ❖ Meskipun bisnis yang dijalani hanya sekelas rumahan saja, namun juga perlu menguasai manajemen sebagai cara usaha sukses (meski sederhana)



Pastikan ketika memulai bisnis, pebisnis juga belajar manajemen terkait dengan :



## BIDANG KEUANGAN (FINANSIAL)



- ❖ Hitung kebutuhan modal dulu
  - Tidak akan memulai berbisnis jika MODAL yang dimiliki belum cukup. Hitung secara teliti mana saja kebutuhan yang paling penting agar bisnis bisa berjalan.
  - Hindari pembelian barang-barang yang dirasa belum perlu.
  - Dapat memanfaatkan apa yang ada di sekitar rumah untuk mulai belajar berbisnis seperti halaman, garasi, dapur, peralatan masak, dan lain sebagainya.

## BIDANG KEUANGAN (FINANSIAL)



- ❖ Lakukan pencatatan dengan tertib
  - Meski nilainya bisnis terbilang kecil dan jangan pernah mencampurkan keuangan milik pribadi dengan bisnis.
  - Pondasi utama untuk kelangsungan bisnis yang akan di jalani agar bisa sukses adalah masalah administrasi harus tertib
- ❖ Kesulitan mengelola keuangan usaha karena tak memiliki pengetahuan dasar keuangan bisnis
  - Sebagai solusinya, mencari pengetahuan bisnis sebanyak banyaknya, dapat belajar bisnis dengan mengikuti pelatihan dan kelas online secara gratis yang tersedia pada platform

## BIDANG PEMASARAN (MARKETING)

### Keunikan Produk

Ketika sudah memulai bisnis, agar produk yang ditawarkan dapat diterima baik oleh konsumen, maka produk harus memiliki sesuatu lebih unik dibanding produk sejenis.

Menghadapi persaingan yang ketat seperti saat ini, sehingga dalam bisnis, setiap produk yang dipasarkan harus bisa memikat dan menarik hati pelanggan.



## BIDANG PEMASARAN (MARKETING)

Bagaimana membuat PRODUK UNIK ?  
KREATIF DAN INOVASI

- ✓ **Kreatif** :  
ide ide kreatif/baru yang manfaat dan ada nilai kebaruannya.
- ✓ **Inovasi** :  
Ide-ide baru yang dapat menjadi solusi yang kongkrit ketika sudah menjadi sesuatu yang produk yang nyata

UNIK BISA DIBENTUK DARI FAKTOR APA SAJA ?

Produk itu sendiri seperti : model/bentuk, rasa, layanan. Label, kemasan dsb



## BIDANG PEMASARAN (MARKETING)

Produk yang Unik, akan akan membawa MEREK PRODUK akan lebih mudah diingat oleh para konsumen

### Bagaimana Membuat Merek Produk Mudah Diingat ?

- 1) Pendek
- 2) Sederhana
- 3) Mudah diucapkan
- 4) Mudah diingat
- 5) Menyenangkan ketika dibaca
- 6) Enak didengar
- 7) Selalu dapat diterima sepanjang jaman
- 8) Ada hubungan dengan barang dagangan
- 9) Bila diekspor gampang dibaca
- 10) Tidak menyinggung perasaan
- 11) Membayangkan apa produk itu atau memberi sugesti penggunaan produk tersebut
- 12) Memberikan arti tambahan yang benar terhadap pembeli
- 13) Tidak boleh dikacaukan kata-katanya dengan produk lain.

## BIDANG PEMASARAN (MARKETING)

### Menetapkan Harga yang bersaing

Pastikan harga yang ditetapkan untuk produk yang ditawarkan, benar benar mampu mewakili produk yang ditawarkan

### Membangun & Memperluas pasar distribusi

Banyak faktor yang menentukan produk laris/tidak, diantaranya tempat berjualan dan distribusi produk hingga sampai ke tangan konsumen.

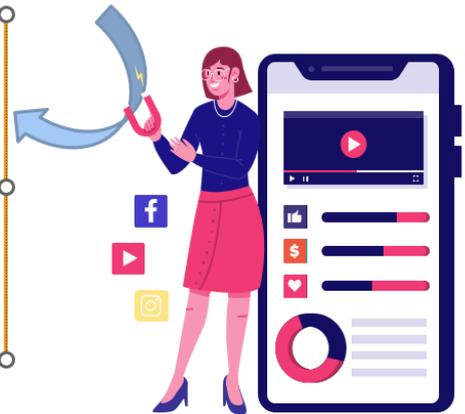


## BIDANG PEMASARAN (MARKETING)

Kendala yang sering muncul adalah keterbatasan melakukan distribusi agar produk dapat di<sup>o</sup>ngat dan dibeli oleh konsumen

### SOLUSINYA

dengan teknologi internet yang semakin canggih. Seperti : Pebisnis melakukan pemasaran dan branding secara online ke semua media sosial, dan media pemasaran internet termasuk menggunakan platform toko online, (Shopee, Lazada, Tokopedia, dsb) sehingga pemasaran produk dapat dilakukan tanpa batasan geografis



## PROMOSI YANG EFEKTIF

1. Manfaatkan Media Sosial. ...
2. Ikut Serta dalam Mengadakan Event. ...
3. Bagi-Bagi Produk. ...
4. Kumpulkan Data Pelanggan. ...
5. Berikan Intensif Bagi Pelanggan. ...
6. Lakukan Kegiatan Amal. ...
7. Menggunakan Barang Promosi. ...
8. Laksanakan Survei Daya Beli Sebelum Menjual.



## BIDANG SUMBER DAYA MANUSIA

### Kewajiban Pebisnis terhadap Karyawan :

1. Tidak melakukan diskriminasi
2. Perhatikan Kesehatan dan keselamatan kerja
3. Memberikan gaji keadilan
4. Tidak ada PHK tanpa alasan yang jelas
5. Berjiwa entrepreneurship
6. Menjadi Pemimpin yang baik



## BIDANG PRODUKSI

- ❖ Perhatikan Kualitas Bahan
- ❖ Perhatikan Proses dengan mengutamakan higienis (bersih)
- ❖ Perhatikan Kemasan Produk yang dapat menjaga kualitas produk untuk tetap baik



**NILAI NILAI YANG HARUS DIMILIKI PEBISNIS AGAR  
DAPAT SUKSES  
SETELAH PANDEMI COVID 19 (POST NORMAL)**

- |                            |               |   |
|----------------------------|---------------|---|
| <input type="checkbox"/> R | = RESILLIENT  | = TANGGUH   |
| <input type="checkbox"/> A | = ADAPATIVE   | = CEPAT MELAKUKAN ADAPTASI                                  |
| <input type="checkbox"/> P | = PROAKTIF    | = TIDAK HANYA MENUNGGU TAPI<br>PENUH INISITATIF             |
| <input type="checkbox"/> I | = INTEGRATED  | = HARUS KONGRUEN ANTARA<br>MORAL, PERILAKU DAN<br>PERBUATAN |
| <input type="checkbox"/> D | = DICIPLINE   | = KERJA KERAS   |
| <input type="checkbox"/> S | = SOCIAL CARE | = KEPEDULIAN SOSIAL   |

**THANKS!**



**LAMPIRAN 4**  
**SURAT PERMOHONAN NARASUMBER**  
**DARI PERTAKINA KABUPATEN BLITAR**

	<b>PERTAKINA</b> <b>(Perkumpulan Purna TKI dan Keluarga)</b> AHU : 60163163510847216/03/2016 Desa Dayu RT. 03 RW. 01 Kec. Nglegok Kabupaten Blitar Telp. 082132436669 / 085 736 698 704
<hr/>	
Surabaya, 10 Juni 2021	
Nomor : <b>043/SPm/PTK.N/VI/2022</b>	Kepada
Sifat : Segera	Yth. Ibu Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
Lampiran : -	( FIA) UNITOMO
Hal : <u>Permohonan Nara Sumber</u>	Jalan. Semolowaru 84
	Di -
	<u>SURABAYA</u>
<p>Sehubungan akan diadakannya Sosialisasi dengan tema: "Motivasi Pebisnis Sebagai Kunci Sukses Berbisnis Di Era Post Normal Bagi UMKM PERTAKINA", di Kabupaten Blitar, mohon kesediaannya untuk menghadirkan nara sumber sebanyak 5 (lima) orang. Rencana acara tersebut akan diselenggarakan pada:</p>	
Tanggal	: 18 Juni 2022
Pukul	: 08.00 WIB - selesai
Catatan	: 1. Materi mohon diserahkan 1 hari sebelum pelaksanaan 2. Harap membawa Surat Tugas
Demikian atas kesediaannya disampaikan terima kasih.	
	

**LAMPIRAN 5**  
**SURAT PERNYATAAN MITRA**

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sulistya Ningsih

Jabatan : Ketua PERTAKINA Kabupaten Blitar

Alamat : Desa Dayu RT. 03 RW. 01 Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar

Menyatakan bersedia bekerjasama dengan pengusul program Pengabdian Pada Masyarakat berikut ini :

Nama : Dra. Andry Herawati, MM

Alamat : Perum. Griya Wage Asri Blok D 66 Taman Sidoarjo

Pekerjaan : Dosen Fia Unitomo

Alamat Kantor : Fia Unitomo, Jl. Semolowaru No.84 Surabaya

Judul PKM : Motivasi dan Pengelolaan Usaha Pasca Pandemi Covid 19 Bagi Pelaku UMKM Pada Perkumpulan Purna Tenaga Kerja Indonesia dan Keluarga (PERTAKINA) Kabupaten Blitar

Kerjasama yang dimaksud adalah memberikan dukungan sepenuhnya dan sanggup berkontribusi sebesar Rp. 1.500.000 demi terselenggaranya Program Pengabdian Masyarakat yang bertujuan Memberikan Motivasi dan Pengelolaan Usaha Pasca Pandemi Covid 19 Bagi Pelaku UMKM PERTAKINA.

Demikian surat pernyataan ini dibuat guna dipergunakan sebagai mana mestinya.

Surabaya, 21 Juni 2022

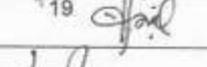
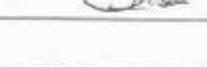


Sulistya Ningsih

**LAMPIRAN 6**  
**DAFTAR HADIR**  
**PESERTA PEMBERIAN MOTIVASI**

**DAFTAR HADIR**  
**MOTIVASI RAHASIA PEBISNIS SEBAGAI KUNCI SUKSES DALAM**  
**BERBISNIS PADA ERA SETELAH PANDEMI COVID-19 (POST NORMAL)**  
**DI KABUPATEN BLITAR**

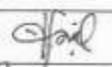
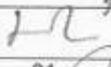
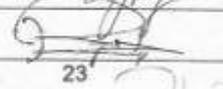
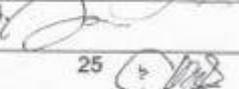
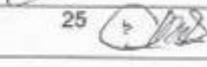
NO	NAMA	Jenis Usaha	ALAMAT & No Telp	TANDA TANGAN
1.	UMI PURWATI	Tas sulam pita	A. K. 16. 401 - 1000000 085 856 305 707	1.
2.	SITI YULIAH	Pengalihan (permak)	Sumbermas Pengalihan 085 807 281 872	2.
3.	WISI URAMI	BANKUPRAT	KARANGANYAR 082 33 568 3343	3.
4.	ENI AGUSTIAH	Kerajinan Tas	TALUN 085 649 996 716	4.
5.	SRI JUANIS	TENUN	JAWUT 0896 966 31992	5.
6.	SURATI	Tenun	JAWUT 085 649 135 073	6.
7.	ETI LISTIANA	Tenun	JAWUT 081 217 351300	7.
8.	HANIK ISROILAYLI	Kuliner Taiwan	SIMUL 085 73565 2245	8.
9.	Pipik Prastini	Fashin	08569616529	9.
10.	WIMUT BRUH WATI	Saripede/gorengan	085855104069	10.
11.	YAYUK WIDAYAN	Rempyek	085 895 008 846	11.
12.	Retnowati	warung nasgor	089687059822	12.
13.	Anis Purwanti	Anis craft	085852354219	13.
14.	TRI HANDAYANI	KEDAI MAKAN	085748895788	14.
15.	Dian Novitasari	online shop	087761703131	15.
16.	Siti Qnang	Carana Madu	085 708 102 69	16.
17.	Siti Masripah	Selai nenas	085806033529	17.

NO	NAMA		ALAMAT	TANDA TANGAN
18.	✓ Rubeanggi	Kopi Kedeleg	Jember, Jember 0856 08801477	18. 
19.	Tuni dani Hartatik	Kempik Tempe	Sumberjo Pa-Kulon 085816522592	19. 
20.	✓ Pangebu S	sari nanas	085668087683	20. 
21.	Agung Santosa	online shop	pakunden kota bdr 0853 3570 3456	21. 
22.	Rigo Alhoriqoh	keripik tempe	penggok bdr 081 588 969 892	22. 
23.	Zulfah Oktavia D	Fashion	panasj, Kacikmaga 085 213 066 351	23. 
24.	Yoki Handy M. D.	Tenun	daer penggok 0858 5697 6356	24. 
25.	Beta Nurul Awwan	Craft	mangom - datus 081554909512	25. 
26.				26.
27.				27
28.				28
29.				29.
30.				30
31.				31
32.				32
33.				33
34.				34
35.				35
36.				36
37.				37
38.				38
39.				39
40.				40

**LAMPIRAN 7**  
**DAFTAR HADIR**  
**PESERTA PELATIHAN MANAJEMEN USAHA**

**DAFTAR HADIR**  
**MANAJEMEN USAHA UNTUK MERAH SUKSES DALAM BERBISNIS PADA**  
**ERA PASCA PANDEMI COVID 19**

NO	NAMA	Jenis Usaha	ALAMAT & No Telp	TANDA TANGAN
1. ✓	UMI PURWATI	Tas & aksesoris	Adi K. 401 - 1000000 085 856 805 109	1.
2. ✓	SITI YULIAH	Penjahitan (permak)	Sumbermanas Panggok 085 809 281 872	2.
3. ✓	WISI URAMI	BANKUPRAT	KORANGANYAK 082 335 683 343	3.
4. ✓	ENI AGUSTIAH	Kerajinan Tas	TALUN 085 649 996 716	4.
5. ✓	SRI YULIANIS	TENUN	JIMUT 0896 9663 1992	5.
6. ✓	SURATI	Tenun	JIMUT 085 649 135 073	6.
7. ✓	ETY LISTIANA	Tenun	JIMUT 081 217 351300	7.
8. ✓	HANIK ISROILAYLI	Kuliner Taiwan	JIMUT 085 73565 2245	8.
9. ✓	Pipik Prastini	Fashin	08569616329	9.
10. ✓	WINDI BRUNAWATI	satiride/gorengan	085855104069	10.
11. ✓	Yayuk Widayan	Rempeyek	08589500884	11.
12. ✓	Retnowati	warung nasgor	089687059822	12.
13. ✓	Anis Purwanti	Anis craft	085852354219	13.
14. ✓	TRI HANDAYANI	KEDAI MAKAN	085748895788	14.
15. ✓	Dian Novitasari	online shop	087761703131	15.
16. ✓	Siti Erbang	Carana Madu	085 708 102 69	16.
17. ✓	Siti Masripah	Selai nenas	085806033529	17.

NO	NAMA		ALAMAT	TANDA TANGAN
18.	✓ Rebangi	Kepi Kedeleg	Keluar Ht 1919 0856 0880197	18. 
19.	Yuni dani Hartatik	Kempik Tempe	Sumberjo Pa-Kulon 08581652548	19. 
20.	✓ Pangebu S	sari nanas	085648087683	20. 
21.	Agung Santosa	online shop	Parungden Kota Baru 0853 3570 3456	21. 
22.	Rigo Alhoriqoh	keripik tempe	Pangyok bufor 081 588 969 892	22. 
23.	Zulfah Oktavia U	Fashion	Konings Kocimaga 085 218 066 351	23. 
24.	Yoki Handy M. D.	Tenun	debu 191919 0858 5697 6356	24. 
25.	Beta Nurul Awwan	Craft	mangrove - tulin 081854909512	25. 
26.				26.
27.				27
28.				28
29.				29.
30.				30
31.				31
32.				32
33.				33
34.				34
35.				35
36.				36
37.				37
38.				38
39.				39
40.				40

**LAMPIRAN 8  
DOKUMENTASI KEGIATAN**

**SOSIALISASI MOTIVASI PEBISNIS SEBAGAI KUNCI SUKSES  
BERBISNIS DI ERA POST NORMAL BAGIUMKM PERTAKINA  
DI KABUPATEN BLITAR**





