

LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN MONITORING & EVALUASI
PADA UMKM BAKUL KEMBANG OFFICIAL
KELURAHAN KEDURUS
KECAMATAN KARANG PILANG
KOTA SURABAYA



Pelaksana :

Mochamad Jamil, S.E., M.M.	NIDN: 0718056304
Dewi Mutmainah, S.H.I., M.S.I.	NIDN: 0711068104
Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.	NIDN: 0722109402
Drs. Kasrowi Ahmad , M.HI	NIDN: 0728055801
Laurent Patricia Chandra	NPM : 2010165478
Sheila Salsabila Brilyadita	NPM : 1910212070

LEMBAGA PENELITIAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA

September 2021

HALAMAN PENGESAHAN


Pendampingan Monitoring dan Evaluasi Pada UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Ketua Pelaksana	:	
• Nama	:	Mochamad Jamil, S.E., M.M. (NIDN: 0718056304)
• Pangkat/ Golongan	:	Asisten Ahli/IIIB
Anggota Kelompok	:	
• Nama Anggota I	:	Dewi Mutmainah S.H.I., M.S.I. (NIDN: 0711068104)
• Nama Anggota II	:	Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat. (NIDN: 0722109402)
• Nama Anggota III	:	Drs. Kasrowi Ahmad, M.HI (NIDN: 0728055801)
• Nama Anggota IV	:	Laurent Patricia Chandra NPM: 2010165478
• Nama Anggota V	:	Sheila Salsabila Brilyadita NPM: 1910212070
Lokasi Pengabdian	:	RT 10/RW VIII Kelurahan Kedurus
Mitra Program	:	
• Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan)	:	Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang, Kota Surabaya
Luaran yang Dihasilkan	:	Publikasi Jurnal
Waktu Pelaksanaan	:	April 2021 – Agustus 2021
Biaya Total	:	Rp 5.000.000
• Internal STIESIA	:	Rp 5.000.000

Diterima dan Disetujui Oleh :
Ketua LP2M


Dr. Nur Laily, M., Si
NIDN. 0714126203

Surabaya, 30 September 2021
Ketua Pelaksana


Mochamad Jamil, SE, MM
NIDN. 0718056304

Ketua STIESIA


Dr. Nur Fadrih Asyik, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN.0730117301

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Pendampingan Monitoring dan Evaluasi Pada UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

2. Tim Pelaksana

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian
1	Mochamad Jamil, S.E., M.M.	Ketua	Pengelolaan Keuangan
2	Dewi Mutmainah S.H.I., M.S.I.	Anggota 1	Penyusunan dan Penggunaan Pembukuan
3	Muhtiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.	Anggota 2	Pengemasan Produk
4	Drs. Kasrowi Ahmad, M.HI	Anggota 3	Design Label Produk
5	Laurent Patricia Chandra	Anggota 4	Membantu kegiatan survei sampai monev
6	Sheila Salsabila Brilyadita	Anggota 5	Membantu kegiatan survei sampai monev

3. Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat: UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya.

4. Waktu Pelaksanaan: April 2021 – Agustus 2021

5. Usulan Biaya: Rp 5.000.000

6. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat: Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

7. Mitra yang Terlibat (kontribusi mitra):

Mitra dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya. Dalam kegiatan ini pelaku UMKM turut membantu dalam memberikan informasi yang diperlukan terkait dengan identifikasi permasalahan seluruh proses kegiatan usaha untuk kepentingan pendampingan dalam rangka monitoring dan evaluasi

8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan:

Permasalahan yang menjadi hambatan dalam pengembangan kegiatan usaha mitra UMKM dijadikan inventarisasi dan identifikasi permasalahan yang digunakan sebagai dasar untuk memberikan pemecahan permasalahan sesuai dengan karakteristik kegiatan usaha mitra UMKM dengan memberikan pendampingan melalui mekanisme monitoring dan evaluasi

yang dijadikan sebagai rujukan dalam pengembangan usaha mitra UMKM dalam berkegiatan usaha.

9. Kontribusi mendasar pada mitra:

Dalam kegiatan ini sumbangsih yang dapat diberikan kepada mitra usaha UMKM adalah bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang perlu dilakukan oleh mitra UMKM sebagai hasil pendampingan dan pelatihan serta tahapan monitoring dan evaluasi sesuai dengan lingkup usaha mitra UMKM dalam menjalankan usaha di masa Pandemi Covid-19 dan kelangsungan pengembangan usaha kedepan.

10. Rencana luaran yang ditargetkan:

Rencana luaran yang diartgetkan adalah hasil dari kegiatan ini dipublikasikan dalam jurnal nasional dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat

ABSTRAK

Pendampingan kepada UMKM dalam program pengabdian kepada masyarakat dimaksudkan untuk turut berperan menumbuhkan kegiatan ekonomi mikro masyarakat, karena UMKM merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi yang memiliki peran strategis. Dalam masa pandemi Covid-19 diperlukan kekuatan energi untuk memotivasi mitra UMKM agar selalu mengembangkan usahanya. Monitoring dan evaluasi kepada mitra UMKM merupakan tahapan yang strategis dalam memberikan sumbangsih program pendampingan kepada mitra UMKM berdasarkan inventarisasi dan indentifikasi permasalahan keseluruhan dari lingkup usaha mitra UMKM.

Monitoring dan evaluasi akan meningkatkan efektivitas dalam pendampingan dan pelatihan yang telah diberikan untuk mengetahui perubahan kemajuan berkegiatan usaha masa lalu, sekarang dan yang akan dilakukan dimasa depan. Monitoring dan evaluasi dapat membantu untuk menggali aktivitas kegiatan usaha masa lalu, yang sedang berlangsung, informasi yang relevan yang selanjutnya dapat dipakai sebagai dasar untuk menyempurnakan program, reorientasi, dan perencanaan yang akan dilakukan. Tanpa monitoring dan evaluasi, tidak mungkin untuk menilai apakah aktivitas usaha yang dibangun berjalan kearah yang benar, apakah kemajuan dan keberhasilan dapat dicapai, dan bagaimana strategi atau upaya dimasa depan dapat ditingkatkan.

Kata Kunci: UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah), monitoring dan evaluasi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Identitas dan Uraian Umum	iii
Abstrak.....	v
Daftar Isi	vi
Daftar Lampiran.....	vii
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB 1.1 Analisa Situasi	1
BAB 1.2 Permasalahan	4
BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN.....	8
2.1 Solusi Kegiatan	8
2.2 Target Luaran	10
BAB III METODE PELAKSANAAN	12
3.1 Metode Pelaksanaan	12
3.2 Rencana Kegiatan	13
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	16
4.1 Anggaran Biaya	16
4.2 Jadwal Kegiatan	16
BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	18
5.1 Hasil Kegiatan	18
5.2 Luaran Yang Dicapai	21
BAB VI RENCANA TAHAP BERIKUTNYA.....	24
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	25
7.1 Kesimpulan	25
7.2 Saran	25
Referensi	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Tugas Pengabdian Kepada Masyarakat	27
Lampiran 2	Foto Kegiatan	28
Lampiran 3	Kegiatan Produksi Mitra UMKM	30
Lampiran 4	Materi Pelatihan	31
Lampiran 5	Produk dan Katalog Mitra UMKM	35
Lampiran 6	Sertifikat Kegiatan.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Target Luaran Program PKM	10
Tabel 2	Rencana Target Capaian Luaran	11
Tabel 3	Metode Pelaksanaan	13
Tabel 4	Tahapan Kegiatan	13
Tabel 5	Rencana Kegiatan	14
Tabel 6	Jadwal Kegiatan	17
Tabel 7	Luaran Kegiatan Yang Telah Tercapai	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Instragram <i>Marketing Media</i>	5
Gambar 2	Katalog Produk	19
Gambar 3	Tokopedia <i>Marketing Media</i>	20
Gambar 4	Shopee <i>Marketing Media</i>	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan langkah strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perkenomian rakyat Indonesia, dan fakta ini merupakan proporsi terbesar sebagai penggerak perekonomiannya adalah mereka yang bergerak dalam kegiatan ekonomi mikro yang berkontribusi menyerap tenaga kerja sekitar 97% atau sebesar 116,98 juta, angka ini bila dibandingkan dengan serapan tenaga kerja pada sektor pelaku ekonomi besar yang hanya 3% atau sekitar 6,6 juta. Berdasarkan kondisi ini, maka strategi pembangunan ekonomi perlu ada keperpihakan pada sektor ekonomi mikro.

Permasalahan umum yang masih menjadi '*critical point*' yang perlu menjadi perhatian para pihak terutama pengambil kebijakan ekonomi, adalah bahwa permasalahan UMKM terletak antara lain mengenai produktivitas usaha dan tenaga kerja yang masih mengakibatkan terjadi ketimpangan besar antara usaha mikro, kecil, menengah, dan besar. Kondisi kinerja UMKM berkaitan dengan kualitas sumber daya manusianya, terutama kurang dukungan mengenai pemahaman dalam bidang manajemen bisnis, pemasaran dan penguasaan teknologi, serta ditambah masih rendahnya kompetensi kewirausahaan.

Pandemi Covid-19 yang diawali dari kejadian yang diduga sebuah kasus pneumonia yang etiologinya tidak diketahui yang kasus tersebut pertama kali terjadi di Kota Wuhan, China pada bulan Desember 2019. Pada perkembangannya Virus ini menunjukkan penyebaran yang tidak terkendali yang mengakibatkan terjadi banyak kasus kematian di berbagai wilayah pandemi secara global, untuk itu WHO pada tanggal 30 Januari 2020 menetapkan Covid-19 ini sebagai Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Masyarakat (*Public Health Emergency of International Concern*).

Selain menciptakan krisis kesehatan global, berbagai langkah upaya mitigasi pandemi Covid-19 ternyata juga mengakibatkan disrupsi yang luar biasa pada tatanan kehidupan sosial maupun aktivitas ekonomi masyarakat. Berbagai negara melakukan kebijakan-kebijakan dalam rangka menekan laju dampak penyebaran Covid-19, tidak terkecuali Pemerintah Indonesia yang melakukan pembatasan mobilisasi masyarakat, yang dimulai dengan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pada April 2020 hingga PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) level 3 dan 4 pada akhir Juli 2021.

Pandemi Covid-19 dan kebijakan mitigasinya mengakibatkan berbagai dampak, penurunan aktivitas ekonomi, pelaku ekonomi mikro yang tergabung dalam kelompok UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) banyak yang mengalami gulung tikar, jika masih bertahan mereka yang kegiatan usahanya di bidang kebutuhan pokok, seperti sembako, dan dibidang kuliner yang aktivitas penjualannya melalui *marketplace* dan aplikasi pesan antar digital, seperti Gofood, GrabFood, ShopeeFood, dan lainnya.

Dampak pandemi Covid-19 terhadap pelaku UMKM berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM sebanyak 163.713 pelaku usaha mikro yang paling terdampak adalah sektor usaha makanan dan minuman (<http://www.depkop.go.id/>), selanjutnya UMKM yang terdata di Kemenkop UKM, dilaporkan bahwa sekitar 56% pelaku UMKM mengalami dampak penurunan pada omzet penjualan sebagai akibat pandemi Covid-19, sedangkan sekitar 22% lainnya mengalami permasalahan dalam mendapatkan sumber pendanaan/pembiayaan, serta sebanyak 15% mengalami permasalahan berkaitan dengan distribusi barang, dan sebanyak 4% dilaporkan mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku produksi.

Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap keterpurukan UMKM juga diungkap dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Politik (P2P) – LIPI bahwa dampak Covid-19 memberikan kontribusi terhadap penurunan omzed pelaku UMKM, industri pariwisata merupakan sektor terdampak paling tinggi dan memiliki efek domino terhadap sektor lain, khususnya sektor usaha makanan dan minuman mikro yang mencapai sekitar 27%, sektor unit kerajinan kayu dan rotan 17,03%, sedangkan konsumsi rumah tangga mengalami koreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Menurut Organisasi untuk Pembangunan dan Kerjsama Ekonomi (*Organisation for Economic Co-operation and Development/OECD*) Covid-19 juga memiliki pengaruh terhdap sisi permintaan dan penawaran atas barang/jasa, hal ini tentu saja berdampak pada likuiditas para pejuang ekonomi mikro.

Dalam kondisi daya beli masyarakat yang turun, yang dibarengi dengan aktivitas ekonomi yang turun sebagai akibat pandemi Covid-19, maka campur tangan berbagai pihak untuk memberikan kontribusi pada sektor usaha mikro untuk membangun kembali kegiatan usahanya. Perhatian pemerintah melalui kebijakan insentif pajak bagi pelaku UMKM, Menteri Keuangan telah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) PMK-44/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019. Kebijakan tersebut makin lengkap dengan terbitnya PMK Nomor 65/PMK.05/2020 tentang Tata Cara Pemberian Subsidi Bunga/Subsidi Margin untuk Kredit/Pembiayaan Usaha Mikro,

Kecil, dan Menengah dalam rangka Mendukung Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional melalui kebijakan penundaan angsuran pokok dan pemberian subsidi bunga untuk kredit usaha mikro dan kecil (kredit sampai dengan Rp 500 juta) melalui BPR, perbankan dan perusahaan pembiayaan, maupun Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebesar 6% selama 3 bulan pertama, dan 3% selama 3 bulan kedua dan penundaan angsuran pokok dan pemberian subsidi bunga untuk kredit usaha menengah (kredit Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 miliar) melalui BPR, perbankan dan perusahaan pembiayaan sebesar 3% selama 3 bulan pertama, dan 2% selama 3 bulan kedua.

Selanjutnya, untuk memberikan kesempatan peluang berkegiatan usaha yang lebih luas bagi UMKM dengan tujuan ka meningkatkan nilai ekonomis dan peningkatan kualitas produk, perlu dibuka ruang untuk secara terus menerus dan diberikan pelatihan dengan materi fokus pada peningkatan kompetensi dibidang usaha, baik dari aspek pemasaran, manajemen produksi, pembukuan sederhana, maupun pelatihan-pelatihan yang dapat mendukung meningkatkan kompetensi SDM para pelaku UMKM maupun upaya peningkatan nilai penjualannya. Para pihak terutama pengambil kebijakan terus mendorong pertumbuhan UMKM sebagai pendorong kegiatan ekonomi mikro untuk senantiasa digandeng secara terus menerus diberi ruang unjuk gigi atas produksinya dalam kegiatan-kegiatan promosi diberbagai kesempatan.

Dalam rangka mempertahankan kelangsungan usaha mitra UMKM, pendampingan yang dilakukan dalam rangka program pengabdian masyarakat fokus pada kegiatan monitoring dan evaluasi (monev) yang merupakan bagian dari kegiatan untuk memantau dan menjaga konformitas (kepastian) ketetapan yang telah dibuat dengan pelaksanaan di lapangan. Kegiatan monitoring dilakukan sebagai kegiatan pemantauan atau pengamatan dalam rangka untuk memasatkan dan mengendalikan penyelarasan kegiatan usaha mitra UMKM dengan perencanaan bisnis yang telah ditetapkan. Evaluasi merupakan upaya menilai kualitas usaha mitra UMKM berikut hasilnya secara berkala dengan menggunakan pendekatan yang tepat.

1.2 Permasalahan

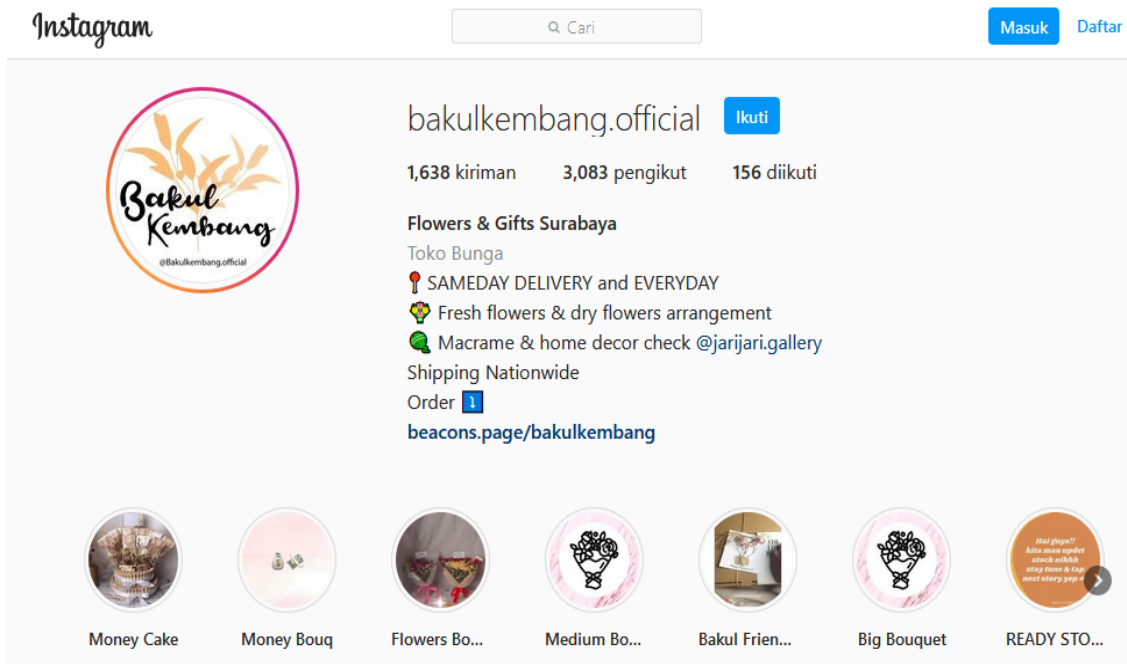
Pada tataran ekonomi global, dampak akibat pandemi COVID-19 sangat signifikan pengaruhnya pada perekonomian domestik dimana kondisi tersebut telah tercermin dalam angka pertumbuhan ekonomi JawaTimur yang tumbuh sebesar 3,04 persen pada triwulan I jauh dari rata-rata pada periode yang sama yang berada di angka 5,55 persen (BPS Jatim, 2020). Sedangkan pertumbuhan pelaku usaha mikro di Surabaya menurut Walikota Surabaya Eri

Cahyadi pada kesempatan menjadi salah satu pembicara dalam acara Bincang Kompas bertema “Penguatan Ekonomi Kota Surabaya, Mengokohkan [UMKM](#)”, Selasa (15/06/2021) bahwa jumlah total UMKM di Kota Surabaya mencapai 60 ribu lebih atau lebih tepatnya 60.007 UMKM. Mereka ini ada yang terdaftar di dinas sebanyak 13.441 UMKM dan ada pula yang terdaftar di kecamatan sebanyak 45.566 UMKM,” kata Eri sambil memperlihatkan rincian di setiap kecamatan di Surabaya.

Pandemi Covid-19 telah merubah tatanan sosial maupun ekonomi, dalam kegiatan aktivitas ekonomi perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan tidak lagi mengunjungi penjual untuk mendapatkan barang konsumsi atau barang kebutuhan yang diperlukan, himbauan *social distancing* dan *physical distancing* secara masif telah merubah perilaku interaksi sosial maupun interaksi ekonomi antara sesama pelaku ekonomi dan atau pelaku ekonomi dengan konsumen.

Kondisi tersebut menuntut masyarakat dan pelaku ekonomi, khususnya pelaku usaha mikro dipaksa untuk beradaptasi dengan penggunaan teknologi digital berbasis *e-commerce* dalam kegiatan transaksinya atau memanfaatkan *marketplace* yang telah bertebaran, seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Shopee, Blibli dan lainnya. Hikmah dari pandemi Covid-19 pelaku usaha mikro akhirnya dituntut untuk belajar memahami pemasaran berbasis *on-line* dengan memanfaatkan berbagai media, bahkan akhirnya penggunaan media sosial menjadi pilihan yang harus dilakukan dalam rangka mengenalkan dan memasarkan produk yang dihasilkan.

Hal tersebut sebagaimana juga dilakukan oleh mitra UMKM UMKM Bakul Kembang *Official* dalam mengenalkan/memasarkan produknya melalui media sosial, yakni [@bakulkembang.official](#) yang memanfaatkan media sosial www.instagram.com sebagai media promosi produknya sebagaimana nampak berikut ini.



Gambar 1: Instragram *Marketing Media*

Permasalahan umum yang dialami oleh para pelaku usaha mikro sebagai dampak pandemi Covid-19 yakni terjadi penurunan nilai penjualan, hal demikian juga terjadi pada mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, sehingga perlu pemikiran untuk melakukan strategi pengembangan pemasaran dengan memanfaatkan media berbasis teknologi digital untuk mendukung upaya peningkatan volume, sebagai respon terjadinya perubahan perilaku konsumen yang memanfaatkan media digital, khususnya media sosial dan media berbasis *marketplace* sebagai sarana aktivitas transaksi atas segala kebutuhan, sebagai akibat patuh atas himbauan pemerintah untuk melakukan *social distancing* dan *physical distancing* untuk tetap beraktivitas ekonominya.

Pada perkembangannya untuk meningkatkan volume penjualan dan dalam rangka lebih mengenalkan produknya kepada publik dengan cakupan yang lebih luas, maka mitra UMKM Bakul Kembang *Official* juga memanfaatkan promosi berbayar yang disediakan oleh *marketplace* yang aplikasinya telah banyak digunakan oleh masyarakat, yakni Tokopedia dan Shopee sebagaimana nampak dalam tampilan berikut ini :

Strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang *Official* merupakan hasil pendampingan program pengabdian masyarakat pada periode sebelumnya dengan telah diberikan materi pelatihan Pemasaran Digital dan Etika Bisnis yang terselenggara pada periode April 2020 sampai dengan Agustus 2020. Sedangkan pelaksanaan pendampingan dan pelatihan mengenai Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) dan Pengemasan Produk

(*Packaging*) terselenggara pada periode 1 Desember 2020 – Januari 2021, sehingga arah bisnis yang dilakukan UMKM sesuai dengan strategi pengembangan sebagaimana yang diharapkan.

Mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam menjalankan kegiatan usahanya yang menonjol adalah dapat memaksimalkan *digital marketing* untuk penguatan pemasaran produknya hal ini didukung oleh kemampuan personal mitra UMKM dalam memahami teknologi digital dengan visualisasi produk dengan tampilan menarik dan mengundang minat konsumen. Perkembangan produk yang mampu dipasarkan, mitra UMKM mampu memperkaya varian produk yang ditawarkan, hal ini didukung oleh pemahaman sebagai antisipasi siklus produk yang suatu saat akan mengalami kejenuhan.

Permasalahan UMKM terkait dengan distribusi dan pemasaran, juga dialami oleh mitra UMKM, yakni perlunya pengembangan ‘jaringan’ untuk pendistribusian produk menjadi tantangan yang dihadapi oleh mitra UMKM kedepan, diperlukan banyak inputan berupa testimoni dari konsumen untuk ditampilkan pada media sosial yang dikelolanya, karena testimoni konsumen akan memberikan dampak positif pada peningkatan penjualan. Untuk peningkatan distribusi tersebut perlu membuka ruang untuk promosi produk pada media *market place* berbayar lainnya yang selama ini telah dilakukan, yakni melalui Tokopedia dan Shopee.

Permasalahan berikutnya terkait dengan manajemen pengelolaan arus kas (*cash flow*) yang dilakukan masih konvensional. Mitra UMKM dalam manajemen *cash flow* masih dilakukan secara sederhana yang kurang efisien, dan hal ini kedepan perlu menjadi perhatian sebagai bagian dari pengelolaan keuangan usaha sesuai dengan mekanisme pembukuan. Untuk mendukung mitra UMKM dalam pemahaman terkait manajemen *cash flow*, maka menjadi prioritas untuk dialokasikan untuk mengikuti Pelatihan Pembukuan, hal ini dimaksudkan agar mitra UMKM dalam aktivitas usahanya transaksi yang dilakukan dicatat sesuai dengan metode pembukuan yang benar, sehingga mitra UMKM dapat melihat aktivitas bisnisnya dengan melihat catatan pembukuan yang dilakukannya.

Hal yang penting dalam pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, yakni pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi (Monev) yang merupakan bagian tak terpisahkan sebagai wujud dilakukannya evaluasi sampai sejauhmana mitra UMKM Bakul Kembang *Official* menjalankan kegiatan usaha yang dilakukannya dan diberikanya solusi yang semestinya dilakukan untuk pengembangan usaha mitra UMKM Bakul Kembang *Official* kedepan.

Pelaksanaan monitoring dan evaluasi merupakan bagian tak terpisahkan dari pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* untuk memberikan sumbang saran rencana aksi (*action plan*) yang perlu dilakukan mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam rangka pengembangan usaha. Monitoring dan evaluasi ini dijalankan untuk mengetahui sejauhmana mitra UMKM Bakul Kembang *Official* telah menjalankan aktivitas usahanya sesuai dengan yang telah direncanakan dan untuk mengetahui apakah kegiatan tersebut dapat dilakukan sebagaimana mestinya. Dalam pendampingan monitoring dan evaluasi, mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dimonitor dan dilakukan evaluasi sampai sejauhmana capaian kegiatan yang sudah dilakukan. Monitoring dan evaluasi yang dilakukan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* merupakan bentuk akuntabilitas pendampingan, baik yang terkait dengan aspek input, proses, maupun output dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh mitra UMKM. Selanjutnya hasil monitoring dan evaluasi (Monev) terhadap mitra UMKM Bakul Kembang *Official* sebagai rekomendasi tindak lanjut strategi pengembangan usaha mitra UMKM.

BAB II

SOLUSI DAN TARGET KELUARAN

2.1 Solusi Kegiatan

Solusi yang ditawarkan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam upaya pengembangan usaha, antara lain :

a. Distribusi Produk Tepat Sasaran

Produk tepat sasaran menjadi fokus yang perlu menjadi paradigma pemahaman mitra UMKM dalam upaya peningkatan volume penjualan. Untuk itu solusi yang ditawarkan kepada mitra UMKM adalah cermat membaca peluang pasar dan memahami kecenderungan minat konsumen serta membuka jaringan merupakan hal-hal yang perlu menjadi perhatian mitra UMKM dalam hal distribusi produk. Langkah yang positif lainnya adalah testimoni dari konsumen ditampilkan pada media sosial yang dikelolanya, karena testimoni konsumen akan memberikan dampak *brand image* positif, hal ini merupakan strategi '*branding*'

b. Manajemen *Cash Flow*

Manajemen pengelolaan arus kas (*cash flow*) yang dilakukan masih konvensional. Mitra UMKM dalam manajemen *cash flow* masih dilakukan secara sederhana yang kurang efisien, sehingga tidak ada catatan/data mengenai proyeksi keuangan usaha yang dilakukannya. Untuk itu solusi yang ditawarkan adalah memberikan Pelatihan Pembukuan, sehingga mitra UMKM memiliki pemahaman dalam melakukan catatan transaksi usaha sesuai dengan metode pembukuan yang benar, sehingga mitra UMKM dapat melihat aktivitas bisnisnya dengan akurat.

c. Maksimalkan Teknologi Digital Untuk Pemasaran

Mitra UMKM dengan kemampuan terhadap teknologi digital dapat memanfaatkan secara maksimal untuk memasarkan produknya, hal ini juga ditunjang visualisasi produk yang ditampilkan memberikan kesan mendalam bagi pihak calon konsumen. Untuk meningkatkan nilai penjualan langkah yang dilakukan mitra UMKM juga memanfaatkan media *market place* berbayar lainnya seperti Tokopedia dan Shopee. Solusi yang disarankan, yakni meningkatkan jaringan sosial komunitas milenial dan partisipasi dalam pameran UMKM serta promosi melalui media berbayar berbasis *market place* lainnya yang aplikasinya banyak digunakan publik sebagai sarana untuk meningkatkan penjualannya.

d. Inovasi Produk

Kemampuan membaca arah perkembangan *life syle*, menjadi penting karena akan dapat menangkap ekspresi dalam aktivitas, minat, dan opini masyarakat. Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya bagaimana mengalokasikan waktu, memahami *life style* masyarakat akan membantu untuk menempatkan produk tepat sasaran sesuai dengan segmentasi yang diinginkan. Solusi yang perlu dilakukan oleh mitra UMKM untuk selalu berinovasi dan memperkaya varian produk yang dihasilkan dengan tetap menjaga kualitas produk dan mencermati apa yang sedang dan akan dilakukan kompetitor.

e. Manajemen Waktu

Umumnya pelaku usaha UMKM *multitasking*, yakni menjalankan berbagai pekerjaan dalam menjalankan usahanya, mulai penentuan bahan baku, proses produksi, pemasaran, pengeloan keuangan dan lain sebagainya. Hal ini juga dilakukan oleh mitra UMKM, yakni melakukan *multitasking* dalam menjalankan usahanya, sehingga konsentrasi dan fokus untuk memaksimalkan perencanaan bisnis terabaikan. Untuk itu solusi yang bisa dilakukan oleh mitra UMKM yakni membuat daftar prioritas kerja yang akan membantu memudahkan mitra UMKM bekerja *multi-tasking* dalam manajemen waktu agar dapat lebih fokus pada pekerjaan yang menjadi skala prioritas.

f. Transaksi Digital Dan Cashless

Mitra UMKM telah memaksimalkan penggunaan media digital dalam kegiatan transaksi dengan konsumen secara *on-line* dengan sistem penyelesaian transaksi yang ditawarkan dilakukan *cashless*, tentu hal ini sangat efisien dan praktis dilakukan melalui m-banking, sehingga hal ini secara tidak langsung mengeliminir risiko gagal bayar dari pihak konsumennya, apalagi setiap transaksi didasarkan atas pembayaran dimuka sebelum produk dikirim ke pembeli. Setiap terjadinya transaksi saat ini hanya dicatat secara konvensional, tidak ada metode pembukuan yang dilakukan, untuk itu solusi yang dilakukan diberikan pelatihan mengenai pembukuan sederhana.

2.2 Target Luaran

Berdasarkan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra UMKM, maka target luaran yang ingin dicapai meliputi :

Tabel 1
Target Luaran Program PKM

Mitra UMKM Bakul Kembang Official	
Solusi	Luaran
<p>Distribusi produk tepat sasaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cermat membaca peluang pasar dan memahami kecenderungan minat konsumen serta membuka jaringan • Testimoni konsumen ditampilkan pada media sosial yang dikelolanya, karena testimoni konsumen akan memberikan dampak <i>brand image</i> positif 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan pemahaman mengenai segmentasi pasar • Peningkatan pemahaman mitra UMKM terkait <i>Sense of belonging</i> terhadap <i>brand</i> yang diciptakan
<p>Manajemen cash flow</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi/pelatihan Pembukuan 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan pemahaman mengenai manajemen <i>cash flow</i>, melalui pelatihan Pembukuan
<p>Maksimalkan teknologi digital untuk pemasaran</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membangun jaringan sosial komunitas milenial dan partisipasi dalam pameran UMKM serta promosi melalui media berbayar berbasis <i>market place</i> lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan volume penjualan melalui jaringan komunitas, partisipasi pameran dan promosi melalui media berbayar berbasis <i>market place</i>
<p>Inovasi Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selalu berinovasi dan memperkaya varian produk yang dihasilkan dengan tetap menjaga kualitas produk dan mencermati apa yang sedang dan akan dilakukan kompetitor 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan inovasi produk dan memperkaya varian produk, sebagai penerapan diversifikasi usaha dan antisipasi siklus produk
<p>Manajemen waktu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat daftar prioritas kerja untuk membantu memudahkan mitra UMKM bekerja <i>multi-tasking</i> dalam manajemen waktu agar dapat lebih fokus pada pekerjaan yang menjadi skala prioritas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daftar prioritas kerja dan fokus pada pekerjaan yang menjadi skala prioritas
<p>Transaksi digital ‘cashless’</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menambah varian berbagai media penyelesaian transaksi secara <i>cashless</i> 	<p>Meningkatkan jumlah media transaksi <i>cashless</i> yang bisa menjadi pilihan banyak konsumen</p>

Tabel 2
Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/Prosiding	Publikasi
2	Publikasi pada media masa cetak/ <i>online</i> / <i>repository</i> PT	Publikasi
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, nilai ekonomis, diversifikasi produk atau sumber daya lainnya)	Ada
4	Peningkatan penerapan Iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	Ada
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	Ada
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal internasional	Tidak ada
2	Hak Kekayaan Intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	Tidak ada
3	Buku ber ISBN	Tidak ada

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Metode Pelaksanaan

Dari analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, maka tahapan yang dilakukan meliputi beberapa kegiatan berikut :

a Pendampingan dan Pelatihan

Rangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat ini, dilakukan dengan menggunakan media komunikasi sebagai sarana diskusi, konsultasi atau hal-hal yang berkaitan dengan pendampingan, namun untuk memberikan materi pelatihan secara daring dengan memanfaatkan aplikasi *Google Zoom*, sebagai kepatuhan terhadap Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat pandemi Covid-19.

Materi pelatihan yang diberikan sebagai penguatan dari materi yang telah diberikan pada program pengabdian masyarakat pada periode sebelumnya, yakni mengenai Etika Bisnis yang berbasis syariah, karena dipandang bahwa perlu penguatan etika bisnis agar dalam menjalankan kegiatan usaha menempatkan pihak lain sebagai mitra sejajar yang saling menguntungkan, sedangkan materi pelatihan yang diberikan merupakan pendalaman mengenai Pengemasan Produk, hal ini dimaksudkan sebagai penguatan pemahaman mitra UMKM, bahwa kemasan produk merupakan '*first impression*' dorongan minat konsumsi atau tidak atas sebuah produk.

b Konsultasi dan Diskusi

Selama pelaksanaan pendampingan kepada mitra UMKM secara periodik dilakukan pembinaan dan pendampingan dengan metode diskusi dan konsultasi berkaitan permasalahan yang dihadapi maupun memberikan langkah-langkah aplikatif terkait misalnya mengenai strategi pengembangan produk maupun pemasarannya, maupun hal-hal yang menjadi perhatian untuk peningkatan kinerja, sebagaimana tercermin dalam tabel berikut:

Tabel 3
Metode Pelaksanaan

Aspek	Solusi Permasalahan	Metode Kegiatan
Distribusi produk	<ul style="list-style-type: none"> • Cermat membaca peluang pasar dan memahami kecenderungan minat konsumen serta membuka jaringan • Testimoni konsumen ditampilkan pada media sosial yang dikelolanya, karena testimoni konsumen akan memberikan dampak <i>brand image</i> positif 	Konsultasi dan diskusi
Manajemen <i>cash flow</i>	Sosialisasi/pelatihan	Konsultasi, diskusi dan praktek
Pemasaran digital	Membangun jaringan sosial komunitas milenial dan partisipasi dalam pameran UMKM serta promosi melalui media berbayar berbasis <i>market place</i> lainnya	Konsultasi, diskusi dan praktek
Inovasi produk	Selalu berinovasi dan memperkaya varian produk yang dihasilkan dengan tetap menjaga kualitas produk dan mencermati apa yang sedang dan akan dilakukan kompetitor	Konsultasi dan diskusi
Manajemen waktu	Membuat daftar prioritas kerja untuk membantu memudahkan mitra UMKM bekerja <i>multi-tasking</i> dalam manajemen waktu agar dapat lebih fokus pada pekerjaan yang menjadi skala prioritas.	Konsultasi dan diskusi
Transaksi digital 'cashless'	Menambah varian berbagai media penyelesaian transaksi secara <i>cashless</i>	Konsultasi dan diskusi

3.2 Rencana Kegiatan

Pendampingan dalam rangka monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan usaha mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, nampak pada tabel berikut :

Tabel 4
Tahapan Kegiatan

Kegiatan	Keterangan	Waktu
Tahap Persiapan		
Surat Pemberitahuan Monev kepada mitra UMKM	Kesanggupan mitra UMKM untuk menerima pendampingan Monev	1 hari
Pra Survey	Identifikasi permasalahan	2 hari
Pembentukan Tim PKM	Alokasi Tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra	2 hari

Penyusunan Proposal	Penyusunan proposal untuk pendampingan Monev bagi Mitra	5 hari
Konsolidasi Tim dan Mitra UMKM	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan <i>job description</i> dari Tim & Mitra	5 hari
Penyiapan materi instrumen Monev	Penyusunan materi instrumen Monev	5 hari
Tahap Pelaksanaan		
Pelatihan	Materi penguatan terkait dengan Etika Bisnis Syariah dan Etika Bisnis Syariah, Perencanaan Bisnis dan Pengemasan Produk dilaksanakan secara daring (<i>on-line</i>)	1 hari
Pendampingan	Memberikan penjelasan tentang maksud dan tujuan serta menjelaskan urgensinya Monev bagi mitra UMKM	Selama PKM
Konsultasi dan diskusi	Melakukan penilaian secara langsung dan menetapkan ukuran Monev sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra UMKM	Selama PKM
Rekomendasi	Memberikan sumbang saran pemecahan masalah yang dihadapi mitra UMKM	5 hari
Evaluasi		
Evaluasi kegiatan usaha mitra UMKM	Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pendampingan PKM. Indikator keberhasilan program adalah mitra melakukan rekomendasi dengan peningkatan aktivitas bisnis mitra UMKM	5 hari
Pelaporan		
Penyusunan Laporan PKM	Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan program dengan luaran publikasi	10 hari

Tabel 5
Rencana Kegiatan

Kegiatan	Keterangan
Tahap Persiapan	
Penyusunan jadwal Monev	Menyusun detail pelaksanaan termasuk jadwal pelaksanaan Monev sesuai dengan subyek permasalahan mitra UMKM
Alokasi Personil Monev	Menetapkan <i>plotting</i> personil sesuai dengan kepakaran terkait dengan subyek permasalahan mitra UMKM
Surat Pemberitahuan Monev kepada mitra UMKM	Memproses surat tugas Dosen dan pendamping mahasiswa yang melakukan kegiatan Monev.

Penyiapan instrumen Monev (terlampir)	Menyusun subyek-subyek yang menjadi indikator dalam pelaksanaan Monev sesuai dengan lingkup usaha dan permasalahan mitra UMKM
Konfirmasi kesediaan mitra UMKM untuk pendampingan Monev	Mengkomunikasikan kepada mitra UMKM atas kesediaan waktu dalam pelaksanaan pendampingan Monev.
Penyiapan administrasi lain	Menyiapkan administrasi yang menjadi kelengkapan penyelenggaraan pendampingan Monev
Tahap Pelaksanaan	
Kesediaan waktu	Mengkonfirmasi kesediaan waktu mitra UMKM untuk jadwal dalam pelaksanaan pendampingan Monev
Wawancara dan pemantauan	Melakukan eksplorasi permasalahan mitra UMKM dalam berkegiatan usaha dengan metode wawancara dan melakukan pemantauan yang disertai penilaian dan membuat catatan hasil pengamatan
Penyusunan Laporan Monev	Menyusun laporan pelaksanaan Monev yang memuat rekomendasi <i>action plan</i> kepada mitra UMKM dalam pengembangan usaha.
Tindak Lanjut	
Penafsiran hasil Monev	Memberikan menafsiran terhadap hasil pendampingan monitoring dan evaluasi kepada mitra UMKM
Pemberian rekomendasi untuk tindak lanjut	Memberikan saran pemecahan masalah yang dihadapi oleh mitra UMKM dan <i>action plan</i> yang perlu dilakukan mitra UMKM untuk pengembangan usaha.

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Program pengabdian pada masyarakat diperlukan berbagai pendekatan dampingan, metode dan referensi analisa kebutuhan yang memiliki relevansi dengan bidang usaha mitra UMKM. Program ini merupakan salah satu wujud perpaduan unsur pendidikan, sosial dan pengabdian pada masyarakat dalam bingkai Tri Dharma Perguruan Tinggi. Keterlibatan Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan dalam rangka untuk meningkatkan bidang kompetensi dan keilmuan dengan melibatkan mahasiswa agar memiliki kepekaan sosial dan memiliki kesadaran turut mencurahkan pikiran dan energinya memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pengembangan ekonomi mikro masyarakat. Keterlibatan Perguruan Tinggi dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang berorientasi pada pelayanan kepada masyarakat dengan menerapkan hasil kepakaran dalam bidang ilmu pengetahuan sivitas akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dalam menyelesaikan permasalahan masyarakat dan turut memajukan kesejahteraan bangsa melalui pengembangan ekonomi mikro, untuk itu pimpinan STIESIA berkomitmen penyediaan dana (anggaran) pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan sumber dana dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) STIESIA Surabaya.

4.2 Jadwal Kegiatan

Program pengabdian kepada masyarakat ini merupakan program lanjutan dari program PKM sebelumnya dengan penguatan pada pendampingan dan monitoring & evaluasi (Monev), namun tetap diberikan materi pelatihan Etika Bisnis Syariah, Perencanaan Bisnis dan Pengemasan Produk diselenggarakan secara daring (*on-line*) yang dimaksudnya merupakan materi penguatan dari materi pelatihan yang sebelumnya telah dilaksanakan pada program PKM sebelumnya. Pelaksanaan PKM diselenggarakan pada periode April – Agustus 2021 kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dengan jadwal kegiatan sebagaimana nampak pada tabel berikut :

Tabel 6
Jadwal Kegiatan

Jenis Kegiatan	Waktu Kegiatan						
	April	Mei			Juni	Juli	Agustus
	IV	I	II	III			
Pelatihan						√	
Penyusunan Instrumen Monitoring & Evaluasi	√	√					
Monitoring :							
• Data Collection		√	√				
<input type="checkbox"/> Data Analisis				√			
• Reporting responsibility				√	√	√	
Evaluation:							
<input type="checkbox"/> Evaluation Framework					√		
<input type="checkbox"/> Assessment Summary						√	
Penyusunan Laporan Kegiatan							√
Penyusunan Publikasi Kegiatan							√

BAB V

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Hasil Kegiatan

Program pengabdian kepada masyarakat dalam rangka pelatihan, pendampingan monitoring dan evaluasi telah dilaksanakan dengan intensitas pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dengan metode diskusi dan konsultasi. Sedangkan pelaksanaan pelatihan pendalaman terkait materi Etika Bisnis Syariah, Perencanaan Bisnis dan Pengemasan Produk diselenggarakan secara daring (*on-line*) pada tanggal 8 Juli 2021 dengan menggunakan media *Google Zoom* dengan link sebagai berikut :

Join our Cloud HD Video Meeting

Zoom is the leader in modern enterprise video communications, with an easy, reliable cloud platform for video and audio conferencing, chat, and webinars across mobile, zoom.us

Topic: Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada UMKM Bakul Kembang
Time: Oct 4, 2021 11:30 AM Pacific Time (US and Canada)

Join Zoom Meeting

<https://zoom.us>

[/j/95602055961?pwd=TIpHaHI2K0ZkS0ExM3VQeHl1eXM1dz09](https://zoom.us/j/95602055961?pwd=TIpHaHI2K0ZkS0ExM3VQeHl1eXM1dz09)

Meeting ID: 956 0205 5961

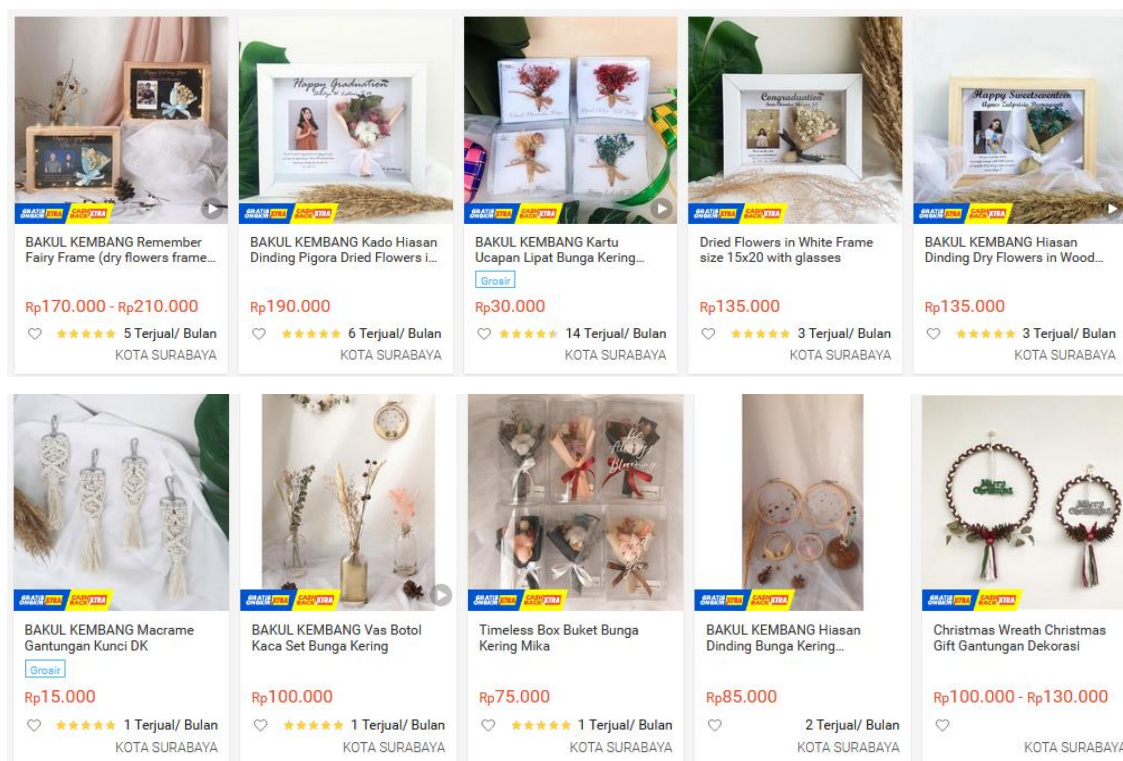
Passcode: 22Pc4A

10.44

Sedangkan pelaksanaan pendampingan yang dilakukan pada periode April 2021 – Agustus 2021 dengan diskusi dan konsultasi secara berkelanjutan dengan hasil sebagai berikut :

1. Aspek Produksi

Produk yang dihasilkan merupakan *handmade*, yang membutuhkan kemampuan dan ketrampilan khusus dalam proses produksi dengan kualitas yang bernilai ekonomis tinggi merupakan *brand image* yang dikembangkan oleh mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam menjaga keunggulan kompetitif. Mitra UMKM selalu menuangkan ide/gagasan untuk berkreasi dan inovasi produk, sehingga varian produk yang dihasilkan tersedia sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk-produk yang dihasilkan dituangkan sangat baik dengan layout yang rapi sesuai dengan kategori produk dalam katalog produk yang kemudian dipublikasikan pada media promosi berbasis digital, baik melalui media sosial maupun melalui media *marketplace* berbayar, seperti Tokopedia dan Shopee.



Gambar 2: Katalog Produk

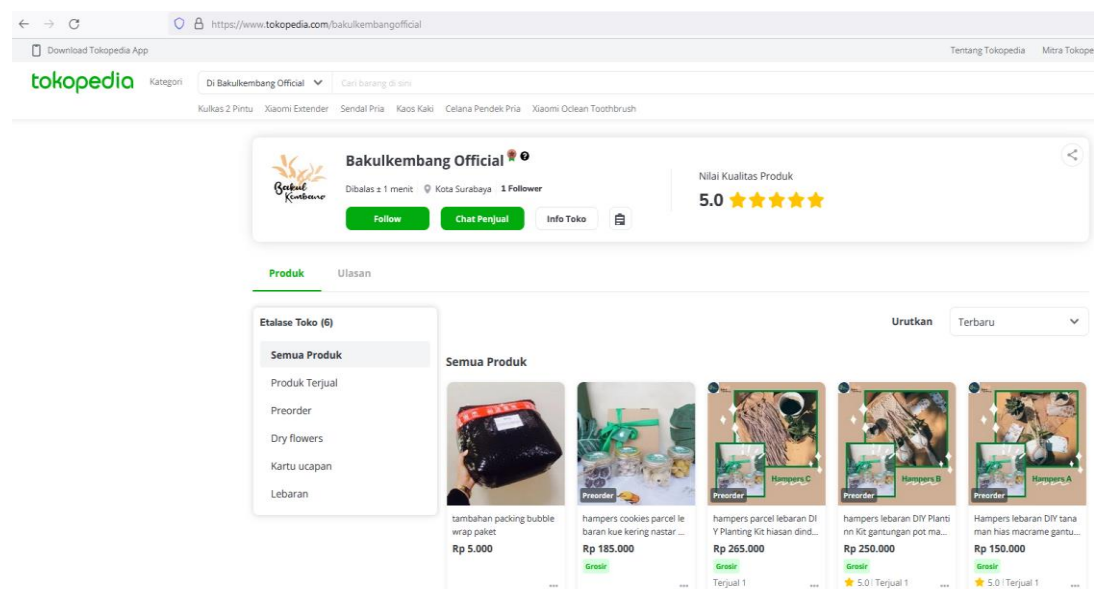
2. Aspek Manajemen

Dalam manajemen perencanaan (*planning*) dan pengawasan (*controlling*) merupakan ibarat dua sisi koin yang sama, mitra UMKM dalam menjalankan manajemen usaha, terkait perencanaan produksi dilakukan sesuai dengan proyeksi penjualan berdasarkan pada asumsi penjualan pada periode sebelumnya kecuali ada event tertentu seperti hari raya, musim wisuda, pernikahan atau moment hari valentine. Sedangkan terkait dengan pengawasan terhadap suatu proses kegiatan produksi, yang berfungsi untuk mencegah

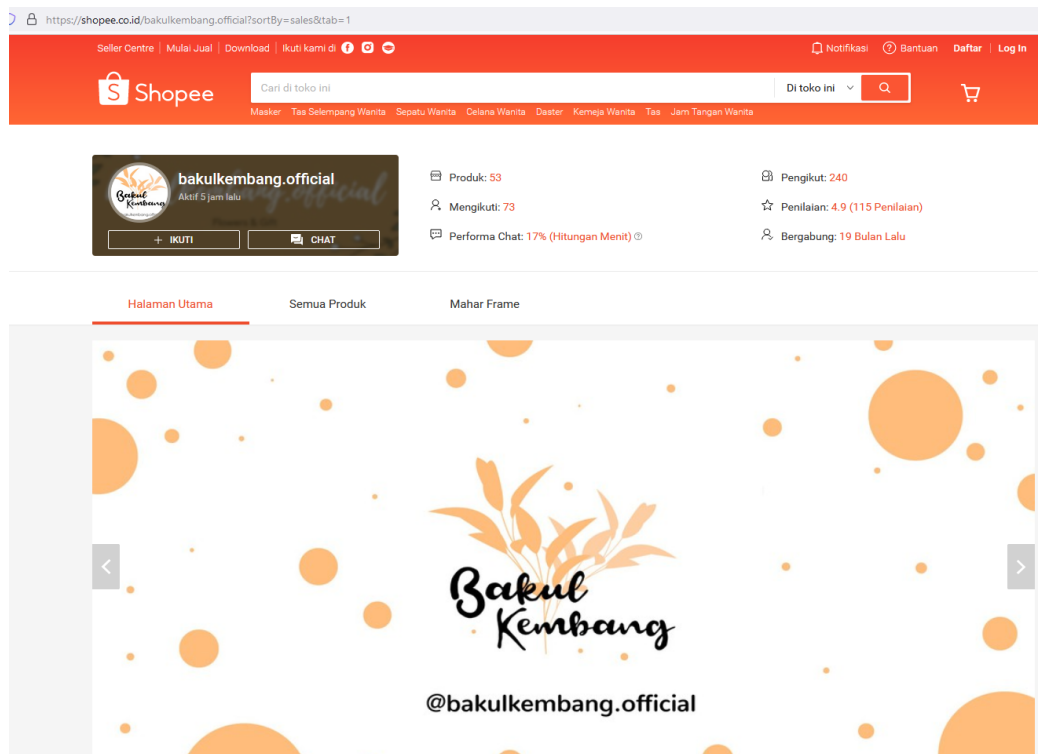
terjadinya penyimpangan atau kesalahan dan memperbaiki berbagai kecacatan pada proses pelaksanaan produksi, dilakukan dengan kehati-hatian, sehingga hal ini menghindari kerugian dalam proses produksi karena cacat/rusak.

3. Aspek Pemasaran

Untuk mengenalkan produk, mitra UMKM dengan menggunakan teknologi digital dimanfaatkan secara maksimal untuk memasarkan produknya, hal ini juga ditunjang visualiasi produk yang ‘apik’ memberikan kesan mendalam bagi pihak calon konsumen. Mitra UMKM telah memanfaatkan media *market place* berbayar lainnya seperti Tokopedia dan Shopee sebagai upaya untuk meningkatkan nilai penjualan disamping miliki tujuan membangun *brand image*.



Gambar 3: Tokopedia *Marketing Media*



Gambar 4: Shopee Marketing Media

5.2 Luaran Yang Dicapai

Adapun keseluruhan luaran yang dicapai setelah dilakukan kegiatan pelatihan, pendampingan monitoring dan evaluasi terhadap mitra UMKM, tercermin dalam tabel berikut :

Tabel 7
Luaran Kegiatan yang Telah Tercapai

Aspek	Luaran	Prosentase sebelum	Prosentase setelahnya	Keterangan
Distribusi produk	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman tujuan dan fungsi distribusi produk • Mempercepat sampainya hasil produksi ke tangan konsumen • Menjaga kontinuitas produksi • Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi • Meningkatkan nilai guna barang dan jasa • Menciptakan nilai tambah dari produk 	60	80	Peningkatan

	melalui fungsi-fungsi pemasaran			
Manajemen <i>cash flow</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penerapan pencatatan arus kas setiap kegiatan transaksi • Pemahaman untuk menjaga likuiditas dan kuantitas kas yang perlu tersedia 	60	70	Peningkatan
Pemasaran digital	<ul style="list-style-type: none"> • Penerapan cara yang tepat, konsisten, dan layak digunakan mencapai sasaran pasar yang dituju • Pemahaman terkait arus promosi dan arus pemasaran. • Pemahaman terkait tujuan penjualan dalam menerapkan strategi pemasaran • Kemampuan daya tarik penjualan untuk memaksimalkan pencapaian atas tujuan penjualan • Penerapan evaluasi kinerja program dan menyesuaikan program penjualan 	75	85	Peningkatan
Inovasi produk	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman manajemen kreativitas • Kemampuan menghasilkan ide/gagasan dan kreativitas produk baru 	75	85	Peningkatan
Manajemen waktu	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman memanfaatkan waktu untuk mencapai tujuan-tujuan penting • Penerapan tujuan-tujuan dan agenda, memecah pekerjaan sesuai dengan skala prioritas. 	60	70	Peningkatan
Transaksi digital ' <i>cashless</i> '	Pemahaman pentingnya penerapan transaksi pembayaran pembayaran non-tunai	70	80	Peningkatan

BAB VI

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Setelah pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat selesai dilaksanakan, kegiatan monitoring dan evaluasi kepada mitra UMKM tetap difasilitasi dengan metode pendampingan maupun konsultasi dan diskusi sesuai dengan permasalahan yang muncul selama mitra UMKM berkegiatan usaha. Tahapan berikutnya dalam rangka untuk meningkatkan kompetensi mitra UMKM, perlu diagendakan pada program pengabdian masyarakat (PKM) berikutnya dengan menyertakan materi pelatihan mengenai Manajemen Usaha, Strategi Bisnis Ritel, Pembukuan Sederhana, Negosiasi dan Komunikasi Bisnis, hal ini dimaksudkan mitra UMKM semakin memiliki bekal yang kuat dalam kompetitif dan membangun kegiatan usahanya.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pendampingan monitoring dan evaluasi (Monev), maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Selama pelaksanaan pendampingan dan Monev telah terpenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu terjadi peningkatan pemahaman terkait identifikasi permasalahan mitra UMKM, hal ini sebagai respon dari konsultasi dan diskusi selama pendamping dilakukan.
2. Dalam melakukan strategi pemasaran telah menerapkan cara yang tepat dan konsisten dalam upaya memaksimalkan pencapaian penjualan dengan strategi pemasaran digital, baik melalui media sosial maupun menggunakan *marketplace* berbayar sebagai sarana membangun '*brand image*'
3. Penerapan manajemen kreativitas telah dilakukan sangat baik, mitra UMKM mampu aplikasikan ide/gagasan dan kreativitas untuk pengembangan produk baru dengan dihidirkannya berbagai varian produk yang ditawarkan.

7.2 Saran

Sumbang saran konstruktif kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam upaya peningkatan usaha kedepan, antara lain :

1. Program kegiatan sejenis perlu diintegrasikan dengan lintas kepentingan, sehingga pelaku usaha UMKM mendapatkan manfaat yang menyeluruh sesuai dengan cakupan usaha UMKM.
2. Selalu inovasi dan berkreasi sebagai bentuk diversifikasi produk, tetap peka terhadap kebutuhan *lifestyle* konsumen.
3. Hasil ide/gagasan dan kreavitas produk didaftarkan untuk mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
4. Terus meningkatkan kompetensi, terutama kualitas SDM dalam bidang manajemen usaha, penguasaan teknologi, dan pemasaran, serta rendahnya kompetensi kewirausahaan UMKM.

REFERENSI

- Arifen, Syifa Rahmiani., Purwanty, Virda Dwi., Suci, Dhesta Aprilla., Agustiawan, Rizki Hari., Sudrajat, Arip Rahman. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi 3*.
- Fatwitawati, Reni. 2018. Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha* 1(1): 225-229.
- Kartawan., Radi R, Lucky., Kurniawan , Dian. 2016. Pengembangan Usaha Melalui Peningkatan Kemampuan Bersaing Produk UMKM dalam Memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 21(2): 104-110.
- Kotler, Philip Gary Armstrong. 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Menegkop dan UKM, RI. 2007. Data Pendukung Pemberdayaan KUKM. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, Jakarta.
- Lila Bismala, Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah, *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1).
- Partomo. T.S. dan Soejoedono 2002. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rachmawan Budianto & Nanung Agus Fitriyanto (2019), *Key Performance Indicators UMKM*, Direktorat Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Cetakan Pertama.
- Tjiptono, Fandy, (2001), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, Edisi Ketiga, Cetakan Kesatu.
- Trisninawati dan Septhayuda, Irwan. 2014. Peran Rencana Bisnis Sebagai Alat Untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Umkm Di Bawah Binaan Bina Darma Entrepreneurship Center (BDEC). *Journal & Proceeding FEB UNSOED*. 4(1): 376-388.
- Yani Retiyani Widjaja dan Widi Winarso (2020), *Bisnis Kreatif dan Inovasi*, Yayasan Barcode
- Zulkipli & Muharir, Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah, STIEBIS, Indo Global Mandiri*, Vol. 1 No. 1, Maret 2021

LAMPIRAN 1
SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA

DIPLOMA 3 (Terakreditasi)
• Manajemen Perpajakan
• Akuntansi

STRATA 1 (Terakreditasi)
• Manajemen
• Akuntansi

STRATA 2 (Terakreditasi)
• Manajemen
• Akuntansi

STRATA 3 (Terakreditasi)
• Ilmu Manajemen

PENDIDIKAN PROFESI
AKUNTANSI
(Terakreditasi)

Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118 ☎ (031) 5947505, 5947940, 5914650; Fax. (031) 5932218
Website: www.stiesiaedu.com E-mail: stiesia@sby.dnet.net.id

SURAT TUGAS
Nomor: A.202b/01.6b/IV/2021
Tanggal 12 April 2021

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada,

Nama : 1. Mochamad Jamil, Drs., M.M.
2. Dewi Mutmainah, S.H.I., M.H.I.
3. Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.
4. Kasrowi Ahmad, Drs., M.HI.
5. Laurent Patricia Chandra
6. Sheila Salsabila Brilyadita

Alamat : Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya

Jabatan : 1-4 Dosen
5-6 Mahasiswa

Tujuan : Bakul Kembang Flowers and Gift

Keperluan : Pelatihan, Pendampingan dan Monitoring

Materi : Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital

Pelaksanaan,
Tanggal : April s.d. Agustus 2021

Biaya Tugas : LP2M

Kendaraan : Non Dinas


Catatan:

Selesai melaksanakan tugas mohon menyerahkan foto copy surat keterangan/sertifikat ke LP2M.

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.



Ketua STIESIA,

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. 

Tembusan Yth.:

1. Ketua Perpendiknas
2. Wakil Ketua I
3. Kepala LP2M
4. Kabag Keuangan



PERKUMPULAN PENYELENGGARA PENDIDIKAN NASIONAL (PERPENDIKNAS)
Badan Pengelola Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

LAMPIRAN 2 FOTO KEGIATAN

moch jamil sedang melakukan presentasi

11.35

Etika Bisnis Islam

STIESIA Surabaya

moch jamil sedang melakukan presentasi

11.40

Kebenaran; kebajikan dan Kejujuran (Truth, Goodness and Honesty)

- Niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan
- Etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

moch jamil sedang melakukan presentasi

11.45

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagiannya dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan

QS. AL-QASHASH : 77

moch jamil sedang melakukan presentasi

11.52

Anda

Anda

Ananta Ilham

moch jamil

isye cantik

Salsa Sheila

zulfah muflihah

Khansaa Khairunni...

Abidzar Gaffari

d

dewimutmainnah elearning

moch jamil sedang melakukan presentasi

11.57

Anda

Anda

Ananta Ilham

moch jamil

isye cantik

Salsa Sheila

zulfah muflihah

Khansaa Khairunni...

Abidzar Gaffari

d

dewimutmainnah elearning

Monitoring dan Evaluasi menjadi bagian penting dalam rangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat kepada mitra UMK M, karena monitoring dan evaluasi akan meningkatkan efektivitas dalam pendampingan dan pelatihan yang telah diberikan untuk mengetahui sejauh mana perubahan kemajuan usaha masa lalu, sekarang dan yang akan dilakukan dimasa depan.

moch jamil sedang melakukan presentasi

11.59

Anda

Anda

Ananta Ilham

moch jamil

isye cantik

Salsa Sheila

zulfah muflihah

Khansaa Khairunni...

Abidzar Gaffari

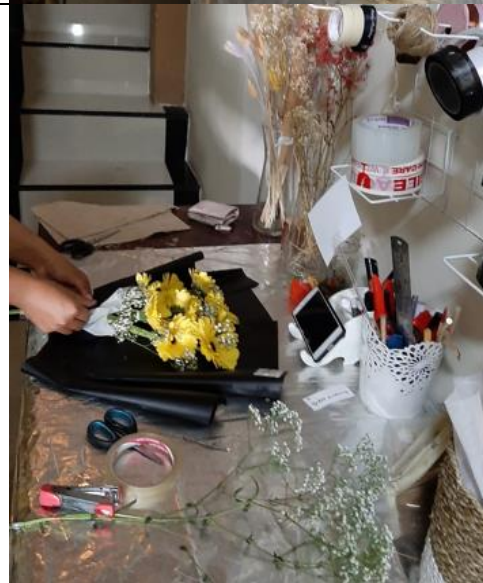
dewimutmainnah elearning

Apa yang telah dilakukan?

1. Memberikan materi tentang pengemasan produk yakni tentang tujuan kemasan, fungsi kemasan, manfaat kemasan, jenis kemasan, bahan kemasan, serta contoh kemasan.
2. Memberikan materi tentang perencanaan bisnis yakni manfaat perencanaan bisnis, elemen perencanaan bisnis, tahap penyusunan rencana bisnis, serta format *business plan*.

LAMPIRAN 3

KEGIATAN PRODUKSI MITRA UMKM



LAMPIRAN 4 MATERI PELATIHAN

Etika Bisnis Islam

ETIKA

- Nilai-nilai atau norma-norma yang menjadi pegangan seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah laku (K. Bertens)
- Ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan manusia kepada yang lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat (Ahmad Amin)
- Dalam Islam Etika dikenal sebagai Akhlak

pengertian

BISNIS DALAM ISLAM

- Al-Tijarah, Al-Bai', Tadayantum, Isytara
- Umumnya memakai kata Al-Tijarah yang arti katanya adalah perdagangan atau perniagaan (Kamus al-munawwir)
- Bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan (ar-Raghib al-Asfahani)
- Dalam Islam, bisnis tidak boleh hanya berdimensi material (keuntungan duniawi), akan tetapi harus juga berdimensi immaterial (= Ilahiyyah)

pengertian

Q.S. Al-Baqarah : 282

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اِذَا تَرْتَبْتُمْ بَيْنَ يَدَيِ الرَّحْمٰنِ فَقُولُوْا صٰلِحًا ۗ ذٰلِكَ خَيْرٌ لِّكُمْ اِنْ كُنْتُمْ عٰلَمِيْنَ
بِالْحِسَابِ ۗ وَلَا يَذْبَحْ كَتٰبٌ اَنْ يُّكْتَبَ كَمَا عَزَمَ اللّٰهُ فَالْحٰكِمُ وَالْحٰكِمُ الَّذِيْ عَلَيْهِ الْحَقُّ وَالْحَقُّ
اَللّٰهُ رَبُّهُ وَلَا يَحْسَبُنَّ مِيْثَاقًا بَيْنَ الَّذِيْ عَلَيْهِ الْحَقُّ سَلِيْفًا اَوْ مَسْحُوْفًا اَوْ لَا يَحْسَبُوْنَ
اَنْ يُّرْسَلَ جَوْشَقَانٌ مِّنْهُ بِالْحَسْبِ ۗ وَاسْتَشِيْرُوْا سَيِّدِيْنَ مِنْ رِّجَالِكُمْ ۗ فَاِنْ لَّمْ يَكُنُوْا رٰحِلِيْنَ
فَرِحْطًا وَاَمْرًا لِّاَنْ يُّسْعُوْا مِنْ اَمْتِكُمْ ۗ اِنْ تَحْسَبُوْنَ اَنَّكُمْ لَنْ تُنْفَعُوْا مِنْ رِّجَالِكُمْ اِلَّا بِاِذْنِ
وَلَا يَذْبَحُ الشَّيْطٰنُ اِذَا مَا رَجَعَا ۗ وَلَا تَسْتَوِيْ اَنْ تَكْتُمُوْا صٰدِقًا اَوْ كٰذِبًا اِلَّا اَجَلٌ ذٰلِكُمْ
الْفِسْقُ عِنْدَ اللّٰهِ وَالظُّلْمُ لِلظُّلْمِ وَالظُّلْمُ اَلْاَوْثَرُ ۗ اَلَّذِيْنَ اَلَّا يَكُوْنُوْا رٰحِلِيْنَ اِلَّا اَنْ يُّكُوْنُوْا تَجٰرَةً خٰصَرَةً شٰهِيْرَةً
بَيْنَكُمْ فَلْيَسْ ۗ عَلٰكُمْ حٰجِدٌ اَلَّذِيْ تَكْتُمُوْنَ ۗ وَاسْتَشِيْرُوْا اِنَّا يَنْبَغِيْكُمْ ۗ وَلَا يَمَسُّكُمْ مِنْهُ شَيْءٌ
وَ اِنْ تَطَوَّرُوْا فَاِنَّهُ لَشٰوَرٌ بِكُمْ ۗ اَلَّذِيْنَ اَللّٰهُ يَخْتَارُ ۗ وَاللّٰهُ عَلِيْمٌ خَبِيْرٌ

DASAR HUKUM

Q. S. An-Nisa' : 29

- يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالظُّلْمِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنُوْا
تَجٰرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ
رٰحِيْمًا

Q.S. Ash-Shaff' : 10

- يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا هَلْ اُنذَرْتُمْ عَلٰى تَجٰرٍ وَ تَدْبِيْرِكُمْ مِّنْ عٰدَابِ اَللّٰهِ

Dasar Hukum

Kesatuan (Tauhid / Unity)

- Sebagaimana terefleksikan dalam konsep Tauhid dimana memadukan keseluruhan aspek kehidupan muslim baik dalam ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen serta mementingkan konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh
- Terpadu baik secara vertikal maupun horizontal
- Tidak hanya bertanggung jawab kepada sesama tetapi yang utama adalah kepada Allah

PRINSIP ETIKA BISNIS DALAM ISLAM

Keseimbangan (Equilibrium / adil)

- Mengharuskan untuk selalu berbuat adil dan tidak melakukan kecurangan atau berbuat dzalim
- Berbuat kecurangan dalam bisnis adalah pertanda kehancuran bisnis tersebut karena kunci keberhasilan bisnis adalah *trust* (kepercayaan)
- Menimbang dengan cara yang benar, tidak diperbolehkan mengurangi atau pun memanipulasi timbangan
- Berbuat adil dalam berbisnis dengan siapapun tidak terkecuali dengan orang yang tidak disukai (Q.S. Al-Maidah : 8)

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Kehendak Bebas (Free Will)

- Kebebasan merupakan nilai penting dalam etika bisnis Islam, AKAN TETAPI kebebasan tersebut tidak boleh merugikan kepentingan kolektif
- Kepentingan individu dibuka lebar, diperbolehkan memaksimalkan potensi diri untuk kreatif berkarya dan bekerja
- Kebebasan ini dikendalikan dengan adanya PEWAJIBAN ZAKAT (keunikan Islam yang tidak ada dalam agama lain), dan mendorong untuk melakukan infaq dan sedekah

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Tanggung Jawab (Responsibility)

- Adanya kebebasan bukan tanpa batasan, diharuskan adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas
- Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia dituntut untuk bertanggungjawab atas semua tindakan dan perilaku bisnisnya baik kepada Allah maupun kepada sesama manusia

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Kebenaran: kebajikan dan Kejujuran (Truth, Goodness and Honesty)

- Niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan
- Etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

JUJUR

- Rasulullah SAW sangat intens menganjurkan untuk selalu berlaku jujur dalam semua aktivitas bisnis, sebagaimana sabda beliau "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib kecuali dia menjelaskan aib (kekurangan/cacat) nya"
- Beliau SAW melarang para pedagang meletakkan barang busuk di bagian bawah dan barang baru di bagian atas dagangannya

TA'AWWUN (Saling tolong menolong)

- Tidak hanya mengejar keuntungan materi semata seperti yang diajarkan kapitalisme tetapi aktivitas bisnis harus berorientasi kepada sikap saling menolong sesama sebagai implikasi sosial bisnis dalam Islam

Teladan Rasulullah SAW dalam Berbisnis

Tidak Melakukan Sumpah Palsu

- Sumpah palsu sering dilakukan dalam bisnis demi mendapatkan perhatian dan keyakinan dari calon pembeli, padahal itu dilarang. Beliau SAW bersabda " Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual tetapi hasilnya tidak berkah" (HR. Bukhari)
- Dalam riwayat Abu Zar Rasulullah SAW mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat

lanjutan

Ramah Tamah

- Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah-tamah dalam melakukan bisnis.
- Rasulullah SAW bersabda " Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis " (HR. Bukhari dan Tirmizi)

Tidak boleh menjelekkan bisnis Orang lain

- Beliau SAW bersabda " Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain " (HR. Muttafaq Alaih)

Lanjutan

Tidak melakukan Ihtikar

- Ihtikar adalah menyimpan dan menumpuk barang dalam masa tertentu dengan maksud harganya suatu saat akan naik dan keuntungan akan berlipat ganda. Dan Rasulullah SAW melarang keras praktek seperti ini

Membayar Upah sebelum kering keringat

- Beliau SAW bersabda "Berikanlah upah kepada karyawan sebelum kering keringatnya"
- Hadits diatas mengindikasikan bahwa upah / gaji tidak boleh ditunda tunda dan harus sesuai dengan kerja yang dilakukan

lanjutan

Tidak Monopoli

- Salah satu keburukan dari kapitalisme adalah monopoli, contohnya penguasaan dan penguasaan individu tertentu atas hak milik sosial seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral tanpa memberi kesempatan kepada orang lain dan bahkan tidak memperdulikan kerugian alam maupun sosial di sekitarnya. Hal seperti ini dilarang keras dalam Islam

Pelarangan melakukan bisnis yang muharbat

- Contohnya berbisnis senjata dalam keadaan *chaos*: (kekacauan) politik
- Dilarang menjual anggur kepada produsen minuman keras dll

lanjutan

Menyegerakan Penuhunan Hutang

- Sabda Rasulullah SAW " Sebaik baik kamu adalah orang yang paling segera membayar hutangnya " (HR. Hakim)

Memberi tenggang waktu (Keringanan) kepada yang berhutang

- Sabda Rasulullah SAW "Barangsiapa yang menaguhkan orang yang kesulitan membayar hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naungannya pada hari dimana tidak ada naungan selain naunganNya (HR. Nuulim)

Bebas Riba

- QS. Al-Baqarah : 278
- QS. Al-Baqarah : 275

lanjutan

وَأَتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagian) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan

QS. AL-QASHASH : 77

Terima Kasih DISKUSI...!



Manfaat Perencanaan Bisnis

- 01 Membantu Anda Mendapatkan Modal
- 02 Kelola Pertumbuhan Usaha
- 03 Menentukan dan Memantau Tujuan Anda
- 04 Menentukan Strategi Pemasaran
- 05 Mengelola Karyawan

PENGERTIAN PERENCANAAN BISNIS

- Perencanaan bisnis adalah dokumen tertulis yang menjelaskan secara terperinci bagaimana suatu usaha bisa mencapai tujuan suatu usaha atau bisnis.
- Perencanaan bisnis sangat berguna untuk perusahaan baru maupun lama. Ada banyak manfaat yang didapatkan ketika membuat perencanaan yang baik yakni tujuan perusahaan akan lebih mudah direalisasikan. Hal ini karena perusahaan memiliki alat berupa perencanaan bisnis yang bisa digunakan sebagai acuan.

PENGELOMPOKAN PRODUK

- Pengemasan merupakan system yang terkoordinir untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk diangkut, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai.
- Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran).



Jenis-Jenis Kemasan

Jenis Kemasan Berdasarkan Struktur Isi

Kemasan Primer
Bahan kemas langsung melingkupi bahan pangan (kemasan susu, botol minuman, dan lain sebagainya)

Kemasan Sekunder
Kemasan yang berfungsi melindungi keompok kemasan lainnya, seperti misalnya kotak karton untuk kemas susu, kotak kayu untuk wadah buah yang dibungkus dan lain sebagainya.

Kemasan Tersier dan Kuartir
Kemasan yang dibutuhkan untuk menyimpan barang atau produk selama pengiriman.

Fungsi Kemasan

- > Sebagai sarana untuk mawadahi produk agar tidak terceder selama proses distribusi dari produsen hingga konsumen.
- > Untuk melindungi dan mengawetkan produk dan melindungi produk dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, oksigen, benturan, kontaminasi dari kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.
- > Sebagai identitas atau label dari produk yang digunakan untuk membedakan produk yang dimiliki dengan produk lain.
- > Untuk memudahkan perhitungan dalam pengiriman dan penyimpanan.
- > Untuk mempermudah pemakaian dan pemasaran produk.
- > Untuk menambah daya tarik produk dan daya tarik pembeli.
- > Sebagai sarana informasi dan iklan.
- > Untuk memberi kenyamanan pada konsumen.

MONITORING DAN EVALUATION



Monitoring dan Evaluasi menjadi bagian penting dalam rangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat kepada mitra UMK M, karena monitoring dan evaluasi akan meningkatkan efektivitas dalam pendampingan dan pelatihan yang telah diberikan untuk mengetahui sejauh mana perubahan kemajuan usaha masa lalu, sekarang dan yang akan dilakukan dimasa depan.



MONITORING

Apa yang telah dilakukan?

1. Memberikan materi tentang pengemasan produk yakni tentang tujuan kemasan, fungsi kemasan, manfaat kemasan, jenis kemasan, bahan kemasan, serta contoh kemasan.
2. Memberikan materi tentang perencanaan bisnis yakni manfaat perencanaan bisnis, elemen perencanaan bisnis, tahap penyusunan rencana bisnis, serta format *business plan*.



Apa yang telah dihasilkan?

Mitra UMKM Bakul Kembang mendapatkan informasi mengenai pengemasan produk dan perencanaan bisnis yang dapat diterapkan dalam memajukan usahanya.



Bagaimana pencapaian yang telah dilakukan?

Produk yang dihasilkan oleh UMKM Bakul Kembang semakin diminati konsumen.



EVALUATION

Apa yang telah dicapai sebagai hasil dari yang telah dilakukan

1. Konsumen dari Bakul Kembang Official semakin bertambah.
2. Pengemasan produk dari Bakul Kembang Official sangat menarik para konsumen.
3. Bakul Kembang Official mempunyai rencana bisnis kedepannya.

Apa dampak dari penilaian yang sudah dilakukan

1. Membantu Bakul Kembang Official untuk memajukan usahanya.
2. Meningkatkan kreatifitas dalam pengemasan produk.
3. Menerapkan perencanaan bisnis sehingga terdapat produk baru yang menarik konsumen.

Perubahan apa yang harus dilakukan secara berkelanjutan

1. Meningkatkan kualitas pengemasan produk untuk menjaga produk agar tetap aman serta dapat memberikan nilai tambah ke-eleganan suatu produk.
2. Perencanaan bisnis harus rutin direalisasikan untuk memajukan usaha kedepannya.



SEKIAN
TERIMAKASIH

LAMPIRAN 5
 PRODUK DAN KATALOG MITRA UMKM



















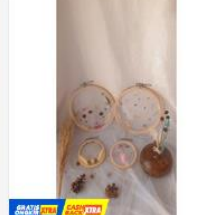

Bakul Kembang **Mahar Frame**
 PROSES CEPAT


















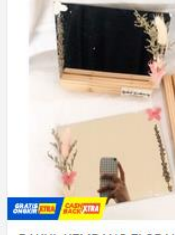


Bakul Kembang **Rapi** **Cepat** **Kualitas Terbaik** **Terpercaya**

PRODUK TERLARIS Lihat Semua >

<p>PACKING TAMBAHAN</p> <p>DUS + BUBBLE WRAP</p> <p>Packing Tambahan BAKUL KEMBANG</p> <p>Rp10.000 67 Terjual</p>	<p>TOP 2</p> <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Dried Flowers in Wood...</p> <p>Rp100.000 17 Terjual</p>	<p>TOP 3</p> <p>BAKUL KEMBANG Floral Case HP Resin Iphone Samsung...</p> <p>Rp115.000 17 Terjual</p>	<p>4</p> <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Pigora foresty frame...</p> <p>Rp225.000 11 Terjual</p>	<p>5</p> <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Bloombox Fairy (dry...</p> <p>Rp230.000 7 Terjual</p>	<p>6</p> <p>BAKUL KEMBANG Remember Fairy Frame (dry flowers frame...</p> <p>Rp170.000 5 Terjual</p>
--	---	--	--	--	---

<p>PACKING TAMBAHAN</p> <p>DUS + BUBBLE WRAP</p> <p>Packing Tambahan BAKUL KEMBANG</p> <p>Rp10.000</p> <p>★★★★★ 67 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Dried Flowers in Wood...</p> <p>Rp100.000</p> <p>★★★★★ 17 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	<p>BAKUL KEMBANG Floral Case HP Resin Iphone Samsung...</p> <p>Rp115.000 - Rp165.000</p> <p>★★★★★ 17 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Pigora foresty frame...</p> <p>Rp225.000</p> <p>★★★★★ 11 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Bloombox Fairy (dry...</p> <p>Rp230.000 - Rp270.000</p> <p>★★★★★ 7 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>
--	--	---	---	---

 <p>BAKUL KEMBANG Remember Fairy Frame (dry flowers frame...)</p> <p>Rp170.000 - Rp210.000</p> <p>5 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Kado Hiasan Dinding Figora Dried Flowers i...</p> <p>Rp190.000</p> <p>6 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Kartu Ucapan Lipat Bunga Kering...</p> <p>Rp30.000</p> <p>14 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>Dried Flowers in White Frame size 15x20 with glasses</p> <p>Rp135.000</p> <p>3 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Dry Flowers in Wood...</p> <p>Rp135.000</p> <p>3 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>
 <p>BAKUL KEMBANG Dried Flowers in Wood Frame size...</p> <p>Rp185.000</p> <p>2 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Photo in Pressed Fra...</p> <p>Rp190.000 - Rp235.000</p> <p>2 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Kartu Ucap Lipat Vas Popup Bung...</p> <p>Rp45.000</p> <p>2 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Meja Kantor Floral Dome in cube...</p> <p>Rp105.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>Macrame Gantungan Kunci Murah Souvenir</p> <p>Rp10.000</p> <p>2 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>
 <p>BAKUL KEMBANG Bookmark Pembatas Buku Resin Pressed...</p> <p>Rp70.000</p> <p>2 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Macrame Plant Hange...</p> <p>Rp40.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>Dryflowers in Fiberwood Frame size 20x25</p> <p>Rp170.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Nordic Vas Botol Kaca Set Bunga Kering</p> <p>Rp100.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>Macrame in Frame</p> <p>Rp140.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>
 <p>BAKUL KEMBANG Macrame Gantungan Kunci DK</p> <p>Rp15.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Vas Botol Kaca Set Bunga Kering</p> <p>Rp100.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>Timeless Box Buket Bunga Kering Mika</p> <p>Rp75.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Bunga Kering...</p> <p>Rp85.000</p> <p>2 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>Christmas Wreath Christmas Gift Gantungan Dekorasi</p> <p>Rp100.000 - Rp130.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>

 <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Bohemian Macrame...</p> <p>Rp255.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Mini Floral Board Papan Ucapan Selamat...</p> <p>Rp180.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Dryflower in Fiberwood Frame size 15x20</p> <p>Rp150.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Macrame Gantungan Kunci...</p> <p>Rp12.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Mahar Pernikahan Dobel Kaca bunga kering size 30x40</p> <p>Rp480.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>
 <p>BAKUL KEMBANG Mahar Pernikahan Dobel Kaca bunga...</p> <p>Rp380.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Mini Macrame Floral</p> <p>Rp70.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Pressed Frame Dry Flowers</p> <p>Rp169.000 - Rp189.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Hampers Ramadhan/Lebaran/Idul...</p> <p>Rp135.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Dryflowers Wreath Dekorasi Dinding/Pintu Rumah Bunga...</p> <p>Rp180.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>
 <p>BAKUL KEMBANG Signed Akrilik kaca stand Ramadhan Hampe...</p> <p>Rp200.000 - Rp250.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>hairclip & hairpiece atau sunggar bunga kering</p> <p>Rp50.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Book Frame Flowers Hampers Lebaran...</p> <p>Rp295.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Kanvas Ilustrasi untuk hadiah ulangtahn/wisuda</p> <p>Rp170.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Saka Frame Kado Ulah Kado Anniv Kado...</p> <p>Rp250.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>
 <p>BAKUL KEMBANG Hampers Lebaran/Idul Fitri Hadiah...</p> <p>Rp135.000 - Rp150.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Macrame Gantungan Kunci DK Warna</p> <p>Rp17.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG FLORAL MIRROR / CERMIN KACA DAN...</p> <p>Rp70.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Dryflowers Pot Hadiah Hampers Ucapan...</p> <p>Rp150.000 - Rp200.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Mahar Pernikahan Dry Flowers</p> <p>Rp255.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>

LAMPIRAN 6
SERTIFIKAT KEGIATAN



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Mochmamad Jamil, S.E.,M.M.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya
Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Dewi Mutmainah, S.H.I., M.S.I

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya
Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Mutfiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Drs. Kasrowi Ahmad, M.HI.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Laurent Patricia Chandra

2010165478

atas Partisipasinya sebagai Mahasiswa Pendamping dalam Kegiatan Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Sheila Salsabila Brilyadita

1910212070

atas Partisipasinya sebagai Mahasiswa Pendamping dalam Kegiatan Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.