

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PELATIHAN ETIKA BISNIS, MANAJEMEN PEMASARAN DAN
PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI UMKM DI SENTRA WISATA
KULINER TAMAN BUNGKUL KECAMATAN WONOKROMO
KOTA SURABAYA**



Pelaksana :

Dr. Suwitho, M.Si	NIDN: 0715096202
Dian Palupi, SE, MSM	NIDN: 0708038404
Ulfah Setia Iswara, SE, MA	NIDN: 0705019102
Teguh Gunawan Setyabudi, SE, MA	NIDN: 0720099101
Gidion Tandi Datu	NPM: 2010302128
Erina Dwi Noviyanti	NPM: 2010302123

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

Agustus 2022

**ESIA
/ 001
IAP**

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PELATIHAN ETIKA BISNIS, MANAJEMEN PEMASARAN DAN
PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI UMKM DI SENTRA WISATA
KULINER TAMAN BUNGKUL KECAMATAN WONOKROMO
KOTA SURABAYA**



Pelaksana :

Dr. Suwitho, M.Si	NIDN: 0715096202
Dian Palupi, SE, MSM	NIDN: 0708038404
Ulfah Setia Iswara, SE, MA	NIDN: 0705019102
Teguh Gunawan Setyabudi, SE, MA	NIDN: 0720099101
Gidion Tandi Datu	NPM: 2010302128
Erina Dwi Noviyanti	NPM: 2010302123

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

Agustus 2022

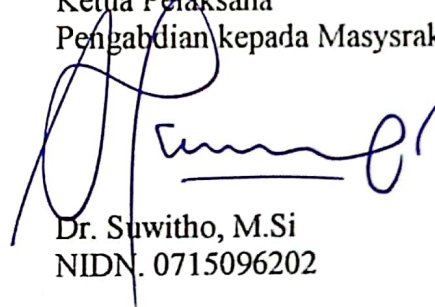
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. Judul Pengabdian : . Pelatihan Etika Bisnis, Manajemen Pemasaran dan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya
2. Pelaksana
Ketua : Dr. Suwitho, M.Si
NIDN : 0715096202
Pangkat/Golongan : Lektor Kepala/ IV-a

Anggota : Dian Palupi, SE, MSM NIDN: 0708038404
Ulfa Setia Iswara, SE, MA NIDN: 0705019102
Teguh Gunawan Setyabudi, SE, MA NIDN: 0720099101
Gidion Tandi Datu NPM : 2010302128
Erina Dwi Noviyanti NPM : 2010302123
3. Lokasi : *online*
4. Pelaksanaan : Maret 2022 – Agustus 2022
5. Luaran yang dihasilkan : Publikasi jurnal
6. Biaya : Rp 6.000.000 (Enam Juta Rupiah)
7. Sumber Dana Internal : Rp 5.000.000 (Lima Juta Rupiah) dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
8. Sumber Dana Eksternal : Rp 1.000.000

Surabaya, 10 Agustus 2022

Ketua Pelaksana
Pengabdian kepada Masyarakat


Dr. Suwitho, M.Si
NIDN. 0715096202

Mengetahui
Kepala LPPM,



Dr. Nur Laily, M.Si.
NIDN.0714126202

Menyetujui

Ketua STIESIA Surabaya,



Dr. Nur Padrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN.0730117301

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Pengabdian Kepada Masyarakat: Pelatihan Etika Bisnis, Manajemen Pemasaran dan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

2. Tim Pelaksana:

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian
1	Dr. Suwitho, M.Si	Ketua	Manajemen Pemasaran
2	Dian Palupi, SE, MSM	Anggota	Manajemen
3	Ulfah Setia Iswara, SE, MA	Anggota	Akuntansi Manajemen
4	Teguh Gunawan Setyabudi, SE, MA	Anggota	Akuntansi Keuangan
5	Gidion Tandi Datu	Anggota	Membantu pelatihan etika bisnis, manajemen pemasaran, dan pembukuan sederhana
6	Erina Dwi Noviyanti	Anggota	Membantu pelatihan etika bisnis, manajemen pemasaran, dan pembukuan sederhana

3. Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat: pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

4. Waktu Pelaksanaan: Maret 2022 – Agustus 2022

5. Usulan Biaya ke LP2M : Rp 5.000.000

6. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat: Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

7. Mitra yang Terlibat (kontribusi mitra):

Mitra dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. Pada kegiatan ini para pelaku UMKM berkontribusi membantu mengurus administrasi di lingkungan sentra

wisata kuliner dan mempersiapkan keperluan kegiatan promosi produk melalui pemasaran.

8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan:

Permasalahan dalam bidang pemasaran adalah komunikasi dan bagaimana cara meningkatkan penjualan. Para pelaku UMKM belum bisa secara maksimal menyampaikan keunggulan produk yang ditawarkan baik secara online melalui instagram maupun ketika konsumen datang secara langsung. Masalah etika bagi pelaku usaha dan pembukuan sederhana. Solusi atas permasalahan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara memasarkan produk dan bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan agar tertarik pada produk yang dihasilkan secara menarik, singkat dan padat, serta bagaimana melakukan pencatatan keuangan melalui pembukuan sederhana.

9. Kontribusi mendasar pada mitra (diuraikan secara singkat):

Pada kegiatan ini kontribusi yang diberikan pada mitra adalah para pelaku UMKM memiliki kemampuan memasarkan produk melalui media social dan berkomunikasi sehingga kegiatan usaha dapat berjalan dengan lebih baik lagi.

10. Rencana luaran yang ditargetkan:

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	iii
DAFTAR ISI	v
RINGKASAN PROPOSAL	vi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Permasalahan Mitra	2
BAB 2. SOLUSI DAN TARGET LUARAN	3
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	4
BAB 4. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	10
4.1 Anggaran Biaya	10
4.2 Jadwal Kegiatan	11
BAB 5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	12
BAB 6. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	15
BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN	16
REFERENSI	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1 Surat Tugas	
Lampiran 2 Sertifikat	
Lampiran 3 Materi	
Lampiran 4. Daftar Hadir	
Lampiran 5 Dokumentasi	

RINGKASAN

Kecamatan Wonokromo memiliki banyak sekali potensi ekonomi masyarakat khususnya di bidang kuliner yang harus terus digali untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang optimal. Upaya peningkatan perekonomian masyarakat dilakukan dengan fokus pada usaha-usaha ekonomi kreatif yang terus berkembang. Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan etika bisnis, manajemen pemasaran digital dan pembukuan sederhana untuk mendukung pelaporan keuangan usaha. Mitra usaha yakni para pelaku UMKM yang terdiri dari pengusaha makanan di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul yang terus berinovasi dalam memasarkan produk baik secara konvensional maupun secara digital (instagram dan facebook). Kegiatan implementasi pemasaran dilakukan melalui tahapan survey mitra, pelatihan dan pendampingan bagi UMKM di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo, dan evaluasi atas implementasi manajemen pemasaran untuk memperluas cakupan penjualan dan keberlangsungan usaha di tengah tantangan persaingan dan lesunya perekonomian saat ini.

Kata kunci: UMKM SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo, etika bisnis, manajemen pemasaran, pembukuan sederhana, SAK EMKM.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi pendorong perekonomian yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kreatifitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia diwujudkan dalam beragamnya produk UMKM. Berkembangnya UMKM akan memiliki dampak pada pengembangan potensi ekonomi masing-masing daerah. Pengembangan ekonomi dapat berupa peningkatan produk lokal dengan didukung kreatifitas masyarakat setempat. Masyarakat setempat dapat mewujudkan kemandirian ekonomi dan peningkatan kesejahteraan.

Kota Surabaya memiliki banyak potensi usaha yang menjadi sumber mata pencarian utama penduduk di sekitarnya, mulai dari industri makanan, industri kerajinan, industri tekstil, dan industri agrobisnis yang semuanya dapat berkembang pesat, serta memiliki tempat di hati masyarakat. Selalu saja ada ide/gagasan dalam bentuk oleh-oleh misalnya dan hal ini dapat memunculkan minat konsumen untuk membelinya. Pada industri makanan, banyak sekali pelaku UMKM yang tumbuh di bidang makanan antara lain kue, makanan berat berupa ikan bakar, maupun camilan seeperti siomay. Dalam industri tekstil terdapat banyak pelaku UMKM yang menghasilkan kerudung, sprei, baju, dan jenis pakaian lainnya yang banyak dijual pada pusat grosir maupun melalui pameran produk UMKM. Pada industri agrobisnis, banyak pelaku UMKM yang bergerak di wisata taman edukasi serta wisata mangrove. Industri kerajinan tangan banyak muncul industri kreatif seperti kerajinan tangan, handicraft, bunga kertas, bidang kesenian, dan lain sebagainya. Bahan utama dari beberapa hasil produk menggunakan bahan baku lokal. Untuk pengguna dari beberapa produk UMKM adalah konsumen luar negeri, namun sebagian besar konsumen dari barang-barang hasil UMKM adalah konsumen lokal.

Kecamatan Wonokromo merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Surabaya dengan potensi sumber daya yang sangat memadai. Banyak sekali UMKM yang terdapat di Kecamatan Wonokromo dengan berbagai hasil produk UMKM. Permasalahan yang timbul bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(UMKM) di Kecamatan Wonokromo sangatlah kompleks. Masalah utama yang dihadapi UMKM adalah tentang pemasaran. Bagaimana usaha dapat terus beroperasi dan terus semakin berkembang melalui banyaknya pesanan (order) atas produk yang dihasilkan. Di tengah pandemi Covid 19, tentu penjualan produk mengalami dampak yang signifikan. Volume penjualan produk UMKM cenderung sepi dan semakin menurun. Bila hal ini tidak segera diatasi maka akan berlanjut pada keberlangsungan usaha yang tidak menentu. Penjualan produk melalui platform tokopedia menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan agar produk dapat dikenal dan dilakukan pemesanan oleh konsumen. Pelaku UMKM harus berpindah metode pemasaran dari yang sebelumnya konvensional menjadi digital mengikuti perkembangan teknologi yang terus baru dan baru. Para pelaku UMKM harus dapat menyadari pentingnya konsistensi untuk proses produksi, pengemasan, labeling, penjualan, promosi atas produk yang dihasilkan agar usahanya terus berkelanjutan. Pemasaran yang dilakukan diharapkan mampu mendongkrak penjualan produk kuliner dari UMKM di tengah melesatnya penggunaan internet dan aplikasi online seperti GoFood, Grabfood, Shopeefood, Paxel, dan lain sebagainya. Selain itu dukungan media social seperti instagram dianggap kompeten untuk mendukung peningkatan penjualan produk kuliner di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. Bekal etika dalam menjalankan usaha dan pencatatan keuangan diharapkan mampu mendukung keberlangsungan usaha.

1.2 Permasalahan Mitra

Mitra UMKM di Kecamatan Wonokromo mengalami beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana menciptakan etika dalam bisnis untuk meningkatkan motivasi dan semangat sebagai upaya pengembangan dan kesinambungan UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya?
- b. Bagaimana memperluas cakupan penjualan melalui manajemen pemasaran bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya?

c. Bagaimana meningkatkan daya inovasi dan kreativitas melalui pencatatan keuangan bisnis bagi para pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya?

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi yang ditawarkan

Solusi atas permasalahan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara meningkatkan etika bisnis, melakukan pencatatan keuangan dan memasarkan produk secara online agar dapat memperluas cakupan penjualan dan bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan agar tertarik pada produk yang dihasilkan secara menarik, singkat dan padat.

Selain itu, kegiatan pendampingan bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan semangat untuk pengembangan dan kesinambungan dan meningkatkan daya inovasi dan kreativitas para pelaku UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. Diberikan juga sosialisasi tentang Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro kecil dan Menengah sebagai salah satu standar akuntansi dalam membuat laporan keuangan usaha sebagai upaya pemisahan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga.

2.2 Target Luaran

Rencana luaran yang diargetkan adalah hasil dari kegiatan ini dipublikasikan dalam jurnal nasional terakreditasi dan dipaparkan dalam seminar nasional pengabdian kepada masyarakat

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Tahapan kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri atas tahapan, yaitu :

- a. Identifikasi masalah (*mapping*) secara *offline* dan *online*; mengidentifikasi masalah dari masing-masing UMKM menggunakan indikator yang telah ditetapkan oleh STIESIA Surabaya. Dari daftar pertanyaan tersebut bisa dipetakan untuk masing-masing indikator *Strength-Weakness-Opportunity-Threat* (S.W.O.T) dari tiap UMKM. Mekanisme identifikasi dilakukan secara *self assessment* dengan menggunakan kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya. Pemberian kuesioner maupun pengumpulannya akan dilakukan melalui *google form*.
- b. Pelatihan dan pendampingan secara *offline* dan *online* melalui tatap muka secara langsung dan *whatsapp group* mengenai pemasaran digital. Pelatihan dan pendampingan dilakukan pada 51 mitra UMKM yang tergabung pada Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul. Hal ini bertujuan untuk memudahkan penyerapan maupun pemberian materi. Pendalaman materi disampaikan melalui forum tanya jawab selama pelatihan dan pendampingan *online*.
- c. *Monitoring* evaluasi (*monev*) secara *online* mengenai materi melalui pengisian kuesioner maupun *output* yang diminta setelah tahapan pendampingan seperti profil media *platform digital* UMKM melalui media sosial. Hasil dari tahapan ini berguna untuk bahan evaluasi yang bisa digunakan sebagai landasan di pengabdian selanjutnya.
- d. Hasil implementasi pemasaran digital melalui social media (*instagram* dan *facebook*) menunjukkan adanya kenaikan volume penjualan produk UMKM dan diharapkan dapat terus berkesinambungan.

3.2 Rencana kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya sebagai berikut:

Tabel 1. Rencana Kegiatan

Keterangan	Identifikasi Masalah	Pelatihan dan Pendampingan	Monev	Hasil Implementasi
Tanggal	Maret 2022	April-Juni 2022	Juli 2022	Agustus 2022
Tempat dan waktu	<i>Online dan offline</i>	<i>offline</i>	<i>Online dan offline</i>	<i>online</i>
Person in Charge (PIC)	a. Ketua Kegiatan b. Anggota Kegiatan	a. Ketua Kegiatan b. Anggota Kegiatan	c. Ketua Kegiatan d. Anggota Kegiatan	a. Ketua Kegiatan b. Anggota Kegiatan
Jumlah Peserta	51 mitra	51 mitra	51 mitra	51 mitra
Media	<i>google meeting dan whatsapp group</i>	Tatap muka dan <i>whatsapp group</i>	Tatap muka dan <i>whatsapp group</i>	Tatap muka dan <i>whatsapp group</i>

**Tabel 2. Daftar Mitra UMKM di SWK Taman Bungkul
Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya**

NO STAN.	NAMA PEDAGANG	JENIS DAGANGAN	WAKTU BERJUALAN
1	Irawan Suhendra	Soto Daging	Siang - Malam
2	Amanah	Nasi Rawon	Siang - Malam
3	Irawati Rahayuningsih	Es Juice dan Es Campur	Siang - Malam
4	Gami Susilowati	Nasi Campur , Krengsengan, Penyetan	Pagi - Malam
5	Sudiono	Snack dan Rokok	Pagi - Malam
6	Farin A Sani	Warung Kopi	Pagi - Malam
7	Wawan Adi Wahyudi	Warung Kopi	Pagi - Malam
8	Budi Santoso	Es Juice	Siang - Malam
9	Ngatimun	Bakso	Siang - Malam
10	Adi Prasetyo	Es Campur	Siang - Malam
11	Cathur hanggara Putra	Martabak Mini dan Warkop	Sore - Malam
12	Ardian Firmanto	Martabak	Sore - Malam
13	Martono	Martabak	Sore - Malam
14	Budi Santoso	Rokok dan Minuman	Pagi - Malam
15	Soedjoko	Lontong Kupang dan Warkop	Pagi - Malam
16	Putri Prasetyo Sari	Es Juice	Pagi - Malam
17	Miswar	Snack dan Meracang	Pagi - Malam
18	Warsi	Martabak	Sore - Malam
19	Sudarmi	Martabak	Sore - Malam
20	Tonny Kriswanto	Terang Bulan	Sore - Malam

NO	NAMA	JENIS	WAKTU
21	Supriyadi	Gado - Gado	Pagi - Malam
22	Wiwik Herwati	Nasi Campur dan Rokok	Pagi - Malam
23	Denok Tresnowati	Nasi Campur	Siang - Malam
24	Usnilawati	Masakan Padang	Siang - Malam
25	Kartijah	Nasi Pecel dan Rawon	Pagi - Malam
26	Mina	Soto Ayam	Pagi - Malam
27	Luluk Kunaidah	Siomay, Batagor dan Penyetan	Pagi - Malam
28	Agus Purpriono	Chinese Food	Siang - Malam
29	Eko Sugiono	Warkop dan Bakso	Siang - Malam
30	Alamin Rohmatul Aziz	Nasi Campur	Siang - Malam
31	Eva Purwaningtyas	Ayam Kremes	Siang - Malam
32	H. CH. SupriyonoTj. R	Battu Perhiasan	Siang - Malam
33	Syarif Budiman	Nasi Campur dan Rokok	Pagi - Malam
34	Suhartini	Rujak	Pagi - Malam
35	Eka Agus Tini	Minuman	Pagi - Malam
36	Machfud	Warkop	Siang - Malam
37	Indang Haryani	Aneka Minuman dan Rokok	Pagi - Malam
38	Cheffta Ardiansyah D.	Rujak Ulek	Siang - Malam
39	Sunaryo	Lontong Balap	Pagi - Malam
40	Aryo Avianto	Warkop dan Angkringan	Siang - Malam
41	Kasihati	Warkop	Siang - Malam
42	Ujang Ermaya	Warkop dan Ketan	Siang - Malam

NO	NAMA	JENIS	WAKTU
43	Yogha Ponco Sawito	Ketan Sambel	Siang - Malam
44	Fatimah	Minuman	Pagi - Malam
45	Sunari	Nasi Bebek	Pagi - Malam
46	Chasanah	Nasi Lodeh dan Warkop	Pagi - Malam
47	Armando Iman S.	Warkop	Pagi - Malam
48	Sri Haryati	Warkop	Pagi - Malam
49	Soebakri Siswanto	Nasi Pecel dan Rawon	Pagi - Malam
50	Handoyo	Roti Bakar	Siang - Malam
51	Kurniawan	Warkop	Pagi - Malam

4.1 Anggaran Biaya

Anggaran kegiatan pengabdian masyarakat di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2. Anggaran Kegiatan

URAIAN	VOLUME	SATUAN	HARGA	TOTAL
I. HONOR				
1. Dosen	4	orang	Rp300.000	Rp1.200.000
2. Mahasiswa	2	orang	Rp100.000	Rp200.000
3. Pendamping Kecamatan	1	orang	Rp150.000	Rp150.000
4. Koordinator paguyuban	1	orang	Rp150.000	Rp150.000
II. TRANSPORT				
1. Dosen	4	orang	Rp100.000	Rp400.000
2. Mahasiswa	2	orang	Rp50.000	Rp100.000
3. Pendamping Kecamatan	1	orang	Rp50.000	Rp50.000
4. Koordinator paguyuban	1	orang	Rp50.000	Rp50.000
5. Mitra	51	Mitra	Rp50.000	Rp2.550.000
III. KONSUMSI				
Snack	60	kotak	Rp15.000	Rp900.000
IV. BANNER				
Spanduk/banner	1	paket	Rp50.000	Rp50.000
V. PELAPORAN				
Fotocopi dan Penjilidan (proposal dan laporan)	1	paket	Rp200.000	Rp200.000
TOTAL				Rp6.000.000

4.2 Jadwal Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya yang merupakan kegiatan berkelanjutan dijadwalkan oleh tim pengabdian LPPM STIESIA Surabaya dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3. Jadwal Kegiatan

Jenis Kegiatan	Waktu Kegiatan					
	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
Persiapan :						
• Survey lokasi	√	√				
• Pemetaan permasalahan	√	√				
Pelatihan:						
• Etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana		√	√			
Pendampingan:						
• Etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana				√		
Monitoring dan Evaluasi					√	
Penyusunan Laporan Kegiatan					√	√
Publikasi hasil kegiatan						√

BAB V

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Hasil

Kecamatan Wonokromo merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Surabaya dengan potensi sumber daya yang sangat memadai. Banyak sekali UMKM yang terdapat di Kecamatan Wonokromo dengan berbagai hasil produk UMKM. Produk berupa makanan dan minuman masih menjadi andalan dan terpusat di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya mulai berdiri tahun 2000an. Banyak perkembangan yang terjadi baik dari segi pengelolaan SWK dan lokasi SWK itu sendiri. Saat ini pedagang yang ada di SWK Taman Bungkul telah menempati stan-stan yang tertata rapi dan telah ada pengurus Paguyuban yang terdiri atas Ketua, Sekretaris dan Bendahara.

UMKM yang terdapat di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo berjumlah 51 UMKM dan sebanyak 38 UMKM telah diberikan pelatihan tentang etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana. Sebelumnya tim pengabdian masyarakat melakukan identifikasi permasalahan yang timbul bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Wonokromo. Masalah utama yang dihadapi UMKM adalah tentang pemasaran. Di tengah pandemi covid 19 omset yang dihasilkan oleh UMKM mengalami penurunan yang cukup signifikan. Bagaimana usaha dapat terus beroperasi dan terus semakin berkembang melalui banyaknya pesanan (order) atas produk yang dihasilkan. Para pelaku UMKM harus dapat menyadari pentingnya konsistensi untuk proses produksi, pengemasan, labeling, penjualan, promosi atas produk yang dihasilkan agar usahanya terus berkelanjutan. Selain masalah penjualan produk, beberapa UMKM berurusan dengan etika saat berkomunikasi dengan pelanggan dan supplier penyedia bahan baku. Beberapa pelanggan terkadang tidak kembali ke SWK Taman Bungkul karena merasa dirugikan saat melakukan pembayaran karena harga yang tidak sesuai. Seharusnya para pedagang memasang daftar harga yang mudah diketahui oleh

konsumen. Terkait produk makanan siap santap mulai dari penyiapan bahan baku yang fresh (baru), pengolahan yang higienis dan penyajian yang bersih juga harus dilakukan dengan baik dan menjadi perhatian agar konsumen dapat kembali ke warung makanan yang ada di SWK Taman Bungkul. Permasalahan modal yang berkaitan dengan perhitungan laba rugi juga turut menjadi perhatian dan harus segera dicarikan solusinya. Banyak UMKM yang terlanjur melakukan pinjaman (kredit) dari pihak perbankan, setelah beberapa periode kemudian tidak mampu untuk membayar karena berbagai alasan. Mulai alasan dagangan sepi, uang tercampur dengan runahtangga, tidak dapat keuntungan atas penjualan. Nah berbagai masalah yang muncul nantinya akan dicarikan jalan keluar yang memadai. Kegiatan identifikasi masalah dilakukan secara online dan offline dengan seluruh mitra UMKM di SWK Taman Bungkul.

Selanjutnya, solusi akan dicari oleh tim pengabdian dan Ketua Paguyuban SWK Taman Bungkul. Salah satu cara yang diambil untuk menyelesaikan masalah yang ada di SWK Taman Bungkul adalah memberikan pelatihan. Pelatihan tentang etika bisnis, didalamnya nanti akan diberikan pengetahuan bahwa pentingnya menjaga etika dalam berdagang dengan konsumen, supplier/pemasok, pesaing, pemerintah dan masyarakat sekitar. Untuk manajemen pemasaran, diberikan pelatihan pengelolaan usaha melalui pemasaran offline. Bagaimana perkembangan digital saat ini tidak cukup hanya dengan mengandalkan dagangan dari mulut ke mulut, namun harus didukung dengan penguasaan teknologi informasi dimana pemesanan makanan dan minuman dengan melalui aplikasi online. Untuk pembukuan sederhana, banyak pedagang (mitra UMKM) yang tidak melakukan pencatatan keuangan dengan baik sehingga mereka kesulitan untuk mengetahui laba dan rugi usaha yang telah dijalankan. Selain itu, dalam penentuan harga pokok produk, mayoritas pedagang tidak bias menetapkan harga yang pas, entah harga tersebut lebih mahal atau lebih murah dan berapa keuntungan yang diperoleh.

Selanjutnya, akan dilakukan kegiatan monitoring dan evaluasi atas etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana melalui online dan offline kunjungan ke pedagang di SWK Taman Bungkul. Implementasi diwujudkan melalui pendampingan tentang pembukuan sederhana bagi UMKM

yang tergabung dalam SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk tahapan identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi dilaksanakan secara terstruktur (dokumentasi terlampir).

5.2 Luaran yang dicapai

Luaran yang dicapai mencakup publikasi di jurnal pengabdian kepada masyarakat yang dijadwalkan akan terbit di bulan September 2022.

BAB VI

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Mitra UMKM telah diberikan pelatihan tentang etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana, selanjutnya mitra berharap diberikan pelatihan pemasaran digital melalui aplikasi online yakni Shopee, Grabfood, dan Gofood sehingga pelaku UMKM lebih aktif lagi mempromosikan produknya agar produk semakin dikenal oleh konsumen dan berdampak pada peningkatan penjualan dan kesinambungan usaha. Selain itu, rencana selanjutnya produk para pelaku UMKM ini didaftarkan pada aplikasi online untuk meningkatkan penjualan makanan dan minuman yang ada di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan melalui pelatihan materi etika bisnis, manajemen pemasaran, dan pembukuan sederhana ini dapat memberi manfaat kepada khalayak luas, maka selanjutnya diberikan rekomendasi:

1. Perlu adanya kesinambungan kegiatan dan evaluasi setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan, sehingga para pelaku UMKM di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia.
2. Mengadakan edukasi yang serupa kepada komunitas masyarakat lain yang berbeda.
3. Materi edukasi hendaknya langsung dihadapkan pada permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM sehingga dalam edukasi lebih banyak dilakukan dalam diskusi dan sharing pengetahuan.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SURAT TUGAS

Nomor: A.131c/01.6b/III/2022

Tanggal 09 Maret 2022

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

Nama

- : 1. Suwitho, Dr., M.Si.
2. Dian Palupi, S.E., M.S.M.
3. Ulfah Setia Iswara, S.E., M.A.
4. Teguh Gunawan Setyabudi, S.E., M.A.
5. Gidion Tandi Datu
6. Erina Dwi Noviyanti

Alamat

: Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya

Jabatan

: 1-4 : Dosen
5-6 : Mahasiswa

Tujuan

: *Online*

Keperluan

: Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Materi

: Pelatihan Etika Bisnis, Manajemen Pemasaran dan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Surabaya

Pelaksanaan,
Tanggal

: Maret - Agustus 2022

Biaya Tugas

: LP2M STIESIA

Kendaraan

: Non Dinas

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.



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

Tembusan Yth.:

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

LAMPIRAN 2
SERTIFIKAT PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



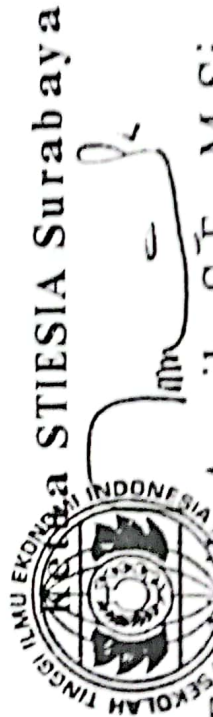
SERTIFIKAT

diberikan kepada

Gidion Tandil Datu

2010302128

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Dalam
Pendampingan Pelatihan Pemasaran Digital dan Sosialisasi
Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah
(SAK EMKM) Bagi UMKM Di Sentra Wisata Kuliner
Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya



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



SERTIFIKAT

diberikan kepada

Erina Dwi Noviyanti

2010302123

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Dalam
Pendampingan Pelatihan Pemasaran Digital dan Sosialisasi
Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah
(SAK EMKM) Bagi UMKM Di Sentra Wisata Kuliner
Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya



Dr. Nur Fakhri Asvik. S.E., M.Si., Ak., C.A.



SERTIFIKAT

diberikan kepada

Teguh Gunawan Setyabudi, SE, MA.

Atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam
Pendampingan Pelatihan Pemasaran Digital dan Sosialisasi
Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah
(SAK EMKM) Bagi UMKM Di Sentra Wisata Kuliner
Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

Ketua STIESIA Surabaya



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



SERTIFIKAT

diberikan kepada

Dr. Suwitho, M.Si.

Atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam
Pendampingan Pelatihan Pemasaran Digital dan Sosialisasi
Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah
(SAK EMKM) Bagi UMKM Di Sentra Wisata Kuliner
Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

Kota STIESIA Surabaya



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



SERTIFIKAT

diberikan kepada

Ulfah Setia Iswara, SE, MA.

Atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam
Pendampingan Pelatihan Pemasaran Digital dan Sosialisasi
Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah
(SAK EMKM) Bagi UMKM Di Sentra Wisata Kuliner
Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

Ketua STIESIA Surabaya



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



SERTIFIKAT

diberikan kepada

Dian Palupi, SE, MSM.

Atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam
Pendampingan Pelatihan Pemasaran Digital dan Sosialisasi
Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah
(SAK EMKM) Bagi UMKM Di Sentra Wisata Kuliner
Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

Kota STIESIA Surabaya



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

LAMPIRAN 3

MATERI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN

ETIKA DAN PRINSIP BISNIS

Tim Pengabdian kepada Masyarakat
LP2M STIESIA Surabaya



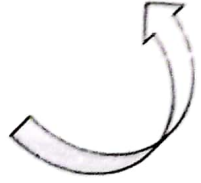
Catatan Pembuka:

*ETIKA dan SUARA HATI
menentukan KUALITAS yang
membedakan manusia dengan
makhluk hidup lainnya. Tanpa
etika dan suara hati, raga dan
harta menjadi terasa tak
bermakna.* (Kahlin Gibran)

ETIKA

adalah pertimbangan moral untuk
memilih antara:

- perbuatan BAIK dan BURUK
- perbuatan BENAR dan SALAH
- perbuatan yang BOLEH dan TIDAK BOLEH.



Bila pertimbangan moral itu
dikaitkan dengan aktivitas
bisnis, disebut dengan
ETIKA BISNIS

MANUSIA HARUS MENGGUNAKAN
ETIKA DAN MENDENGAR SUARA
HATI DALAM SETIAP LANGKAHNYA,
TERMASUK SAAT MENJALANKAN
AKTIVITAS BISNIS

MENGAPA PERLU ETIKA BISNIS?

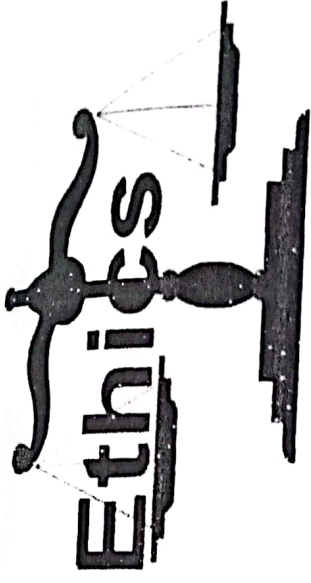
Dalam bisnis sering terjadi pertentangan batin para pelaku bisnis, yaitu:

- 1) Pertentangan antara "tindakan" dengan "hasil/akibat".
Contoh: tindakan baik, tetapi akibatnya buruk.
- 2) Pertentangan antara "keputusan" dengan "risiko".
Contoh: keputusan baik, tetapi risikonya buruk.

PERLU DISADARI:

- ETIKA BISNIS lebih mengutamakan pertimbangan moral daripada pertimbangan hukum.
- Perbuatan yang benar secara moral belum tentu benar secara hukum.

KITA HARUS BIJAK MEN-
GUNAKAN PERTIMBANGAN
MORAL DALAM MELAKUKAN
SUATU PERBUATAN



FAKTOR ETIKA SANGAT
BERPERAN UNTUK MENENTUKAN
PILIHAN: BAIK ATAU BURUK

KEPADA SIAPA ETIKA BISNIS
HARUS DITERAPKAN?



Etika Bisnis harus diterapkan kepada semua pihak:

- **Pesaing**
- **Pelanggan / Konsumen/ Pembeli**
- **Pemasok**
- **Kreditor / Pemberi Pinjaman**
- **Pemerintah**
- **Masyarakat**

CONTOH MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PESAING:

- Penggunaan "nama dagang" tanpa ijin
- Menjelek-jelekan pesaing di hadapan pelanggan
- Merekrut karyawan pesaing dengan janji imbalan lebih tinggi
- Membeli seluruh produk pesaing yang ada di pasar, kemudian mengedarkannya kembali dalam keadaan rusak
- Menjelek-jelekan produk pesaing (secara tidak langsung) melalui tayangan iklan.

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP KONSUMEN:

- Menyembunyikan cacat barang yang dijual
- Memberikan layanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan
- Diskriminasi layanan terhadap pelanggan
- Mengurangi ukuran atau timbangan
- Mengaburkan tanggal kadaluarsa suatu produk
- Sengaja mengganti uang kembalian dengan produk lain, dengan alasan tidak ada uang receh

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PEMASOK:

- Menunda pembayaran yang berkepanjangan
- Menyuaip petugas pemasok agar selalu diutamakan dalam pasokan
- Membeli produk secara ilegal dari petugas pemasok

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PEMBERI PINJAMAN:

- Mengansur kredit tidak tepat pada waktunya
- Menggunakan dana kredit tidak sesuai dengan kesepakatan kredit
- Menyampaikan laporan kemajuan usaha secara tidak benar

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PEMERINTAH:

- Tidak melaporkan kegiatan usahanya kepada instansi yang berwenang
- Menyuiap petugas pajak agar memperoleh keringanan pembayaran pajak
- Menyampaikan informasi usaha secara tidak benar

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP MASYARAKAT:

- Membuang limbah sembarangan
- Menimbulkan polusi dan suara bising yang mengganggu
- Tidak peduli pada lingkungan

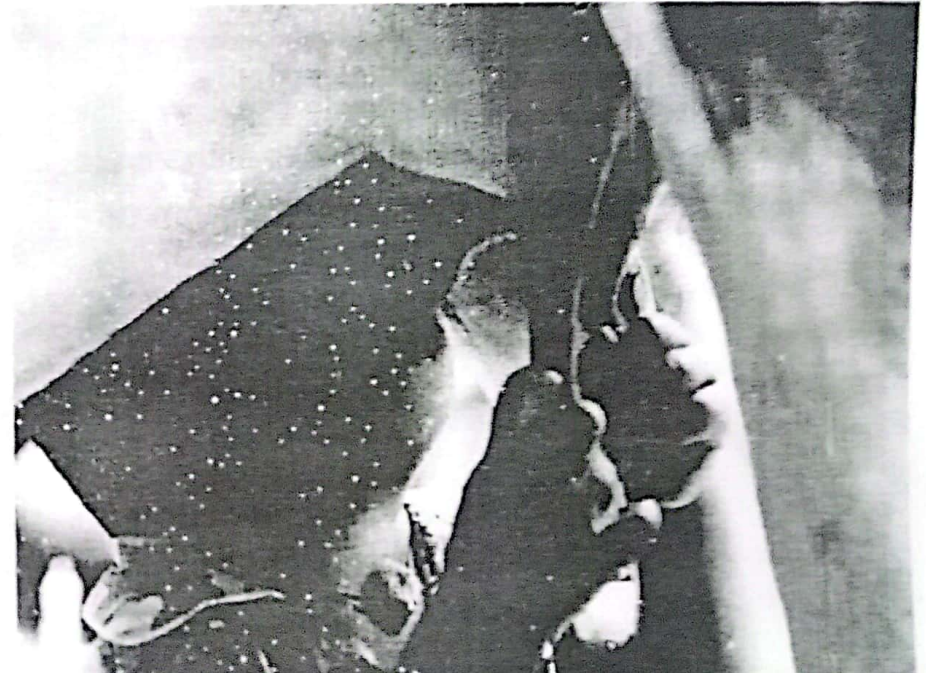


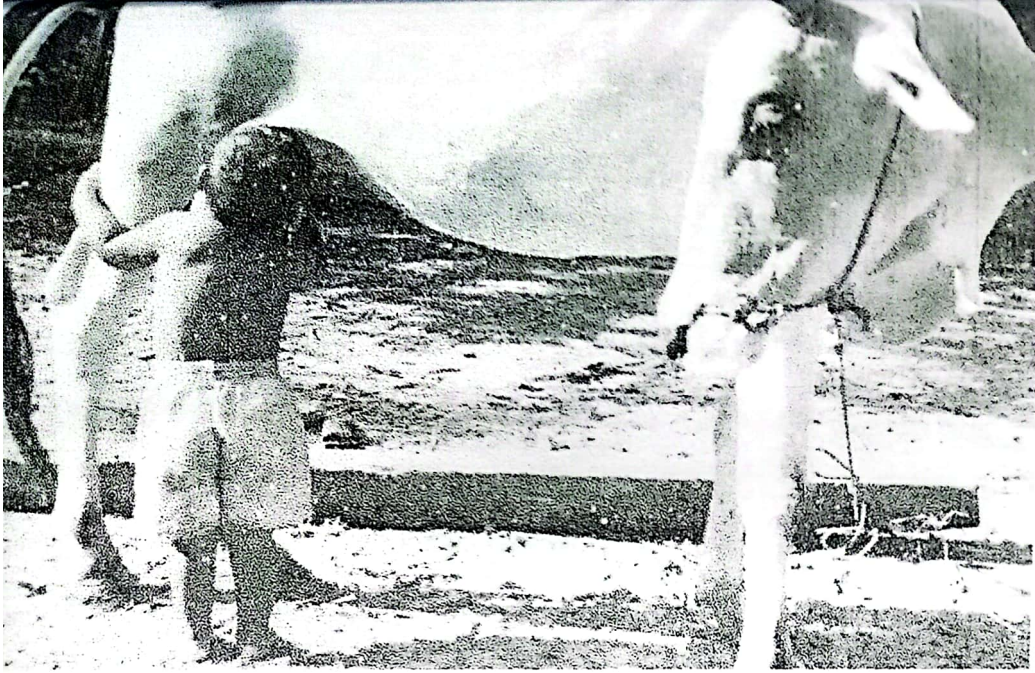
Catatan Penutup:

Jika anda ingin makmur satu tahun, tanamlah gandum. Jika anda ingin makmur sepuluh tahun, tanamlah pohon. Jika anda ingin makmur sepanjang masa, tanamlah kebaikan. (Confucius)



TERIMA KASIH





PEMASARAN BARANG DAN JASA

Tim Pengabdian kepada Masyarakat
LP2M STIESIA Surabaya



HAKIKAT PEMASARAN

- Hakikat dari PEMASARAN adalah **MENJUAL**
- Pembeli diharapkan **TIDAK SEKADAR MEMBELI** sesaat, tetapi akan menjadi **PELANGGAN**.
- Pelanggan yang **SETIA** akan menjadikan suatu usaha **TERUS BERLANJUT**.
- Membuka usaha berarti harus siap **MELAYANI** pelanggan.

SUMBER KEPUASAN PELANGGAN

- Kepuasan pelanggan dapat berasal dari:
 - Produk (barang/jasa) yang dibeli
 - Layanan yang diterima
- Contoh 1
Pelanggan berkata, "Saya puas dengan kualitas produk" (berarti pelanggan puas karena memperoleh produk berkualitas)
- Contoh 2
Pelanggan berkata, "Saya puas dengan layanannya" (berarti pelanggan puas karena memperoleh layanan yang baik)

UPAYA MEMUASKAN PELANGGAN

- Kualitas produk harus baik:
 - Sesuai harapan pelanggan
 - Bermanfaat
 - Tidak membahayakan
- Kualitas layanan harus baik:
 - Menghormati dan ramah kepada pelanggan
 - Cepat menyelesaikan masalah pelanggan
 - Tidak membedakan pelanggan

MEMIKAI PEMBELI

- Pemikat 1 : Tempat Usaha
 - Kenyamanan (misal: bersih dan aman)
- Pemikat 2 : Tampilan Produk
 - Tampilan luar (misal: bungkus, kemasan, gambar, cap/merk, warna, kebersihan);
 - Tampilan fisik (misal: bentuk, ukuran, desain).

MENGENALI TIPE PEMBELI

- Agar mampu memikat pembeli, penjual harus mengenali macam-macam tipe pembeli
- Masing-masing tipe pembeli harus dipikat dengan cara yang berbeda
- Macam-macam tipe pembeli
 - Pembeli sopan dan berprestasi
 - Pembeli sok tahu
 - Pembeli ingin cepat dan praktis
 - Pembeli berbangga dan lamban
 - Pembeli saka di atas
 - Pembeli mudah marah
 - Pembeli yang tidak pernah permintaannya
- Pemikat 3 : Kegunaan Produk dan Harga
 - Produk bermanfaat dan berkualitas (misal menambah nilai guna, awet, kuat, enak, dll)
 - Harga sepadan dengan kualitas produk
- Pemikat 4 : Layanan
 - Layanan pada saat menjual (misal keramahan, kesopanan, kelulusan, ketepatan)
 - Layanan purna jual (misal kepastian dan kecepatan memecahkan masalah)

■ Hakikat dari PEMBUKUAN adalah MENCATAT.

■ Yang dibukukan (dicatat) adalah transaksi atau kejadian keuangan.

■ Transaksi keuangan yang sangat penting untuk dicatat adalah:

- Penerimaan uang
- Pengeluaran uang

Administrasi Keuangan Usaha

APAKAH PENCATATAN ITU SULIT?

- Mencatat transaksi keuangan usaha itu tidak sulit, karena:
 - Mencatat adalah seni --- disesuaikan dengan kreasi dan kecakapan orang yang mencatat.
 - Mencatat bersifat naluriah --- kebutuhan manusia untuk mengingat, karena manusia mudah lupa.

PEMBUKUAN TRANSAKSI KEUANGAN



Tim Pengabdian kepada Masyarakat
LP2M STIESIA Surabaya

MENGAPA PERLU PENCATATAN?

- Agar penerimaan dan pengeluaran uang dapat diawasi dan dikendalikan.
- Agar dapat menghitung laba (rugi) usaha dengan benar.
- Agar dapat menilai apakah laba (rugi) yang diperoleh dari usaha: "wajar" atau "tidak wajar" (rasional atau tidak rasional)
- Agar dapat diketahui kemajuan usaha dari waktu ke waktu.

BAGAIMANA BENTUK CATATAN YANG BAIK?

- Tidak ada bentuk catatan yang baku (standar), karena bentuk catatan dapat berbeda-beda.
- Semua bentuk catatan adalah baik, dan yang penting:
 - dapat merekam data/informasi yang diperlukan.
 - dapat dipahami dan diterapkan oleh orang yang mencatat.

Contoh Transaksi Keuangan Usaha

Transaksi keuangan Usaha "Rejeki Lancar" pada bulan Mei 2020 adalah sebagai berikut:

- 1 Mei 2020 : Saldo uang kas untuk usaha Rp35.000.000.
- 2 Mei 2020 : Membeli bahan baku dan bahan pembantu untuk produksi Rp2.000.000
- 4 Mei 2020 : Membeli peralatan produksi Rp1.000.000
- 7 Mei 2020 : Menerima pendapatan dari hasil penjualan Rp3.500.000.
- 15 Mei 2020 : Membeli bahan baku dan bahan pembantu untuk produksi Rp2.500.000
- 17 Mei 2020 : Bayar biaya listrik Rp250.000

Contoh Bentuk Buku Catatan Keuangan

Usaha "Rejeki Lancar" Surabaya
BUKU PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS

Tanggal	Keterangan	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo

20 Mei 2020 : Menerima pendapatan dari hasil penjualan Rp4.750.000.

25 Mei 2020 : Membeli bahan baku dan bahan pembantu untuk produksi Rp2.500.000

29 Mei 2020 : Membayar gaji karyawan Rp2.000.000

30 Mei 2020 : Menerima pendapatan dari hasil penjualan Rp5.500.000.

31 Mei 2020 : Menerima pinjaman dari Bank Rp10.000.000

CATATLAH TRANSAKSI KEUANGAN
TERSEBUT KE DALAM BUKU PENERIMAAN
DAN PENGELUARAN KAS

Pencatatan Transaksi Keuangan Usaha

Usaha "Rejeki Lancar" Surabaya
BUKU PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS

Tanggal	Keterangan	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
1 Mei	Saldo			
2 Mei	Beli bahan baku dan pembantu			
4 Mei	Beli peralatan			
7 Mei	Pendapatan dari penjualan			
15 Mei	Beli bahan baku dan pembantu			
17 Mei	Bayar biaya listrik			
20 Mei	Pendapatan dari penjualan			
25 Mei	Beli bahan baku dan pembantu			
29 Mei	Bayar gaji karyawan			
30 Mei	Pendapatan dari penjualan			
31 Mei	Menerima pinjaman dari Bank			
	JUMLAH			

Perhitungan Laba (Rugi) Usaha

- Perhitungan laba (rugi) usaha dapat dibuat berdasarkan Buku Penerimaan dan Pengeluaran Kas yang telah dibuat.
- Laba (Rugi) dihitung dari selisih antara Pendapatan dan Biaya

Perhitungan Laba-Rugi Usaha

Usaha "Rejeki Lancar" Surabaya
PERHITUNGAN LABA-RUGI
Bulan Mei 2020

Pendapatan dari penjualan
Biaya-biaya:	
Bahan baku dan bahan pembantu
Biaya listrik
Gaji karyawan
Jumlah biaya
Laba (Rugi) Usaha

■ ■ ■

- Hal yang perlu diperhatikan dalam menghitung Laba (Rugi):
 - Penerimaan kas yang bukan pendapatan tidak boleh dilaporkan sebagai pendapatan
 - Pengeluaran kas yang bukan biaya tidak boleh dilaporkan sebagai biaya.

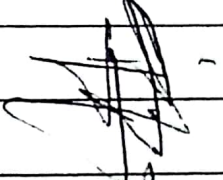

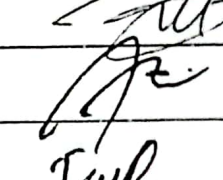
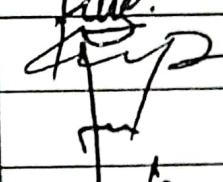
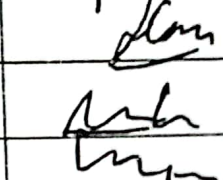
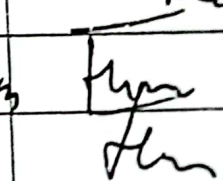

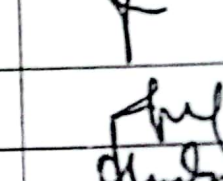
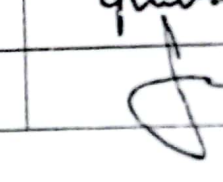

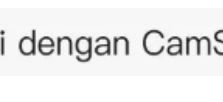
SUSUNLAH LAPORAN LABA-RUGI
USAHA "REJEKI LANCAR"
PADA BULAN MEI 2020

LAMPIRAN 4

DAFTAR HADIR

**PRESENSI KEHADIRAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
STIESIA SURABAYA DAN SWK WONOKROMO**

Jumat, 10 Juni 2022

NO STAN.	NAMA PEDAGANG	NAMA OUTLET	TANDA TANGAN
1	IRAWAN	KIARUNING	
2	AMANIYAH	KAL. KLILITOR	
3	IRAWATI	SEDAP-MALANI	
4	PAK JOFO	Warung gaul	
5	BAEUS	SADJEWONO	
6	Muh. mahajir	Dapat Bu watri	
7	ABAH COIRUL	Dapat Barokah	
8	DIREZ	Iwan	
9	Eliza	Sensarikopi	
10	Tony Kuswanto	Mak ta bak karu	
11	Pak Pri	Warung	
12	Wimi K	Warung Mak Mi	
13	Hendrawan	Warung Mie Ayam	
14	Toto K	Warung Bu Pehok	
15	Emi Rachmawati	Warung Ema jaya	
16	Sandy	Pasi Kuning	
17	Mina	Soto	
18	belketambu	Kedai dawa	
19	chaswani	Chayamah	
20	Ivan	Pyti Laga	

**PRESENSI KEHADIRAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
STIESIA SURABAYA DAN SWK WONOKROMO
Jumat, 10 Juni 2022**

NO STAN.	NAMA PEDAGANG	NAMA OUTLET	TANDA TANGAN
21	Martono	Bangka 5758	
22	Budi Santoso	Warung BU-funarmi	
23	MAK SANAH	Warung Mak Sanah	
24	Fatin	Jakarta	
25	Wawan	Jakarta	
6	Wawan Elp	Samarang	
27	Denok	Warung Ming Denok	
28	ZAINUDIN	WARUNG BERINGIN	
29	RUS Lu	P. RUS Lu	
30	Hanpoyo	Roti Bakar	
31	ERNA.	GARAU FETAN 999	
32	B. INANG	BERSAMI	
33	M. LISA	SANSASI KOPi	
34	B. S. LUYI	Marta Kulpepo	
35	Bu. EMA	Arangpala	
36	bella tambun	Kedai dawa	
37	KAL. KULATOR	IBRAHIMATI	
38	BU DENOK	BU DENOK	

LAMPIRAN 5
DOKUMENTASI KEGIATAN

