

PROPOSAL
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SKEMA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT MANDIRI



**Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Untuk Peningkatan Kapasitas Dibidang
Digital Marketing dan E-Commerce Bagi Mitra UKM Beji Mandiri,
Kecamatan Beji Kota Depok**

PENGUSUL :

Ade Onny Siagian SH, MH, MM, MAP, M.I.Kom (0307077809)

Sonny Fransisco Siboro SE, MM (0328068102)

Drs. M. Ismail Alif MM, M.I.Kom. (0323066404)

Ahmad Fuadi (44230777)

Anyah Hinda (44231022)

Delfia Djuniar (44231386)

Eunike Carolistin Tubalawony (44231106)

Rizky Apriansyah (44230774)

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

FEBRUARI 2024

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Untuk Peningkatan Kapasitas Dibidang Digital Marketing dan E-Commerce Bagi Mitra UKM Beji Mandiri, Kecamatan Beji Kota Depok
2. Mitra : Kelompok Umkm Kecamatan Beji, Kota Depok
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Ade Onny Siagian, S.H., M.H., M.M., M.AP., M.I.Kom.
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIP : 201903044
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. Program Studi : Hukum Bisnis (S1)
 - f. Email : ade.aoy@bsi.ac.id
4. Jumlah Anggota : 7
Nama Anggota : Sonny Fransisco Siboro MM
Drs M. Ismail Alif MM
Mahasiswa yang terlibat : 5 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Beji
 - b. Kabupaten/Kota : Depok
 - c. Propinsi : Jawa Barat
6. Biaya : Rp.4.000.000,-

Jakarta, 19 Februari 2024

Mengetahui
Rektor UBSI



Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM,
M.Pd, IPU, ASEAN Eng

Ketua Pelaksana

Ade Onny Siagian, S.H., M.H., M.M.,

Menyetujui,
Ketua LPPM UBSI



Dr. Taufik Baidawi, M.kom

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error!
Bookmark not defined.	
DAFTAR ISI.....	Error!
Bookmark not defined.	
RINGKASAN	iv
I. PENDAHULUAN.....	1
II. SOLUSI PERMASALAHAN.....	2
III. METODE PELAKSANAAN	6
IV. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN	10
V. ANGGARAN.....	10
VI. JADWAL KEGIATAN	11
DAFTAR PUSTAKA.....	12

RINGKASAN

Peran UMKM dapat menyediakan jejaring pengaman untuk menjalankan kegiatan ekonomi khususnya bagi masyarakat berpenghasilan rendah. UMKM berperan dalam membentuk dan menyumbang produk domestik bruto, sehingga mampu memperluas penyerapan dan kesempatan kerja serta menciptakan lapangan pekerjaan. Untuk itu dibutuhkan pengembangan kewirausahaan yang berkesinambungan bagi UMKM, baik dalam hal keterampilan pemasaran digital, akses pemasaran daring dan luring, juga akses permodalan dan menjadi *offline Factory Outlet* (FO) bersama bagi UMKM Kecamatan Beji dengan mempertimbangkan SK Walikota Depok No 518/268/Kpts/Dikum/Huk/2023 tentang Penetapan Pendamping Tingkat Kecamatan dan Kelurahan Pada Program Wirausaha Baru dan Lampiran Keputusan Walikota Depok No. 518/268/Kpts/Huk/2023, tanggal 22 Mei 2023. Untuk membantu kegiatan ini, kecamatan Beji memberikan fasilitas Ruang Klinik Bisnis Kantor Kecamatan Beji Depok. Salah satu bentuk komunikasi pemasaran adalah sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan, dan mengingatkan konsumen baik langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang akan dijual. Menurut para ahli E-commerce (*electronic commerce*) adalah proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik, contohnya seperti telepon dan internet. Namun terkait dengan definisi e-commerce (*electronic commerce*) sebagai konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual-beli barang atau jasa pada *World Wide Web* Internet. e-commerce merupakan jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Maka dari itu sekelompok UMKM yang berada di Kecamatan Beji, Kota Depok saat ini membutuhkan pemahaman mengenai e-commerce untuk memasarkan hasil produksinya melalui berbagai *marketplace* guna memudahkan produk dikenali dan membantu kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh kelompok UMKM Kecamatan Beji, Kota Depok. Berdasarkan studi analisis pemahaman tentang kebutuhan kelompok UMKM kecamatan Beji, yaitu peningkatan kapasitas di bidang *digital Marketing* dan Pelatihan *e-commerce* guna mempromosikan produk dan jasa kelompok UMKM menjadi sangat signifikan. Berdasarkan semua itu dalam melakukan Pemberdayaan Masyarakat tersebut, maka sesuai dengan Tridharma Perguruan Tinggi diatur dalam Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 yang memberikan kewajiban bagi Perguruan Tinggi untuk menyelenggarakan Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Masyarakat. Berkenaan dengan semua itu, sebagai dosen Universitas Bina Sarana Informatika, kami berniat menyelenggarakan Pengabdian Masyarakat bertempat di Kecamatan Beji, Kota Depok ingin melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan digital marketing dan pemahaman *e-commerce* serta praktik pengunduhannya melalui *market place* Mbizmarket sehingga capaian luaran yang dituju adalah publikasi artikel terkait pelatihan yang terbit di media cetak nasional dan peningkatan serta pengetahuan yang nantinya diharapkan dapat membantu mengembangkan usaha pelaku UMKM di kecamatan Beji, Kota Depok.

I. PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari perekonomian Indonesia(1). Penjelasan soal kriteria UMKM tercantum dalam Bab V Pasal 6 Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang menjelaskan tentang usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah(2). UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia terutama ketika terjadi krisis. Terlihat pelaku UMKM bisa melewati krisis moneter pada tahun 1998 silam dan pada masa Pandemi Covid-19(3). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi dari UMKM sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia(4).

Berdasarkan Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kementerian KUKM) pada tahun 2021, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07 persen atau Rp 8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97 persen dari total angkatan kerja dan mampu menghimpun hingga 60,4 persen dari total investasi di Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terus berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) dari tahun ke tahun. Kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga konstan sebesar Rp 7.034,1 triliun pada 2019, naik 22,9% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 5.721,1 triliun(5). Sementara kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga berlaku sebesar Rp 9.580,8 triliun. Kontribusi ini naik 5,7% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 9.062,6 triliun. Tidak hanya itu, UMKM Indonesia berkontribusi dalam menyerap 119,6 juta atau 96,92% dari total tenaga kerja di unit usaha Indonesia. Penyerapan tenaga kerja ini meningkat 2,21% dari 2018(6). Besarnya kontribusi UMKM dikarenakan mayoritas unit usaha Indonesia disumbangkan dari UMKM. Sebanyak 64,2 juta atau 99,99% unit usaha Indonesia adalah UMKM. Rinciannya sebanyak 63,4 juta adalah Usaha Mikro (UMi), 783,1 ribu adalah Usaha Kecil (UK), dan 60,7 ribu Usaha Menengah (UM)(7).

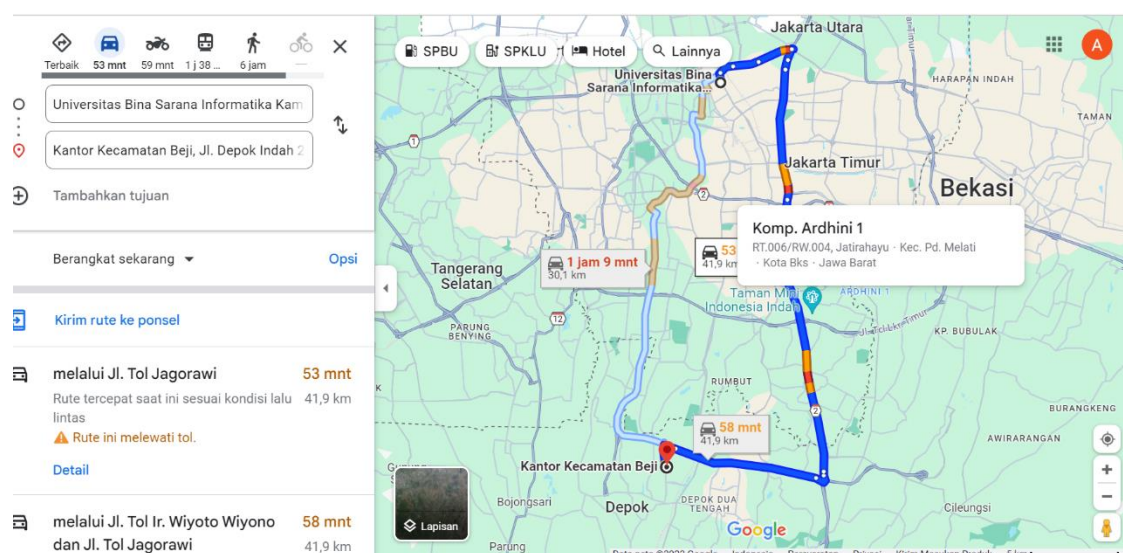
Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran UMKM dapat menyediakan jaring pengaman untuk menjalankan kegiatan ekonomi khususnya bagi masyarakat berpenghasilan rendah(8). UMKM juga berperan dalam membentuk dan

menyumbang produk domestik bruto. Selain itu, peranannya juga mampu memperluas penyerapan dan kesempatan kerja serta menciptakan lowongan pekerjaan(9).

Untuk itu dibutuhkan pengembangan kewirausahaan yang berkesinambungan bagi UMKM, baik dalam hal keterampilan pemasaran digital(10), akses pemasaran daring dan luring, juga akses permodalan dan menjadi *offline Factory Outlet* (FO) bersama bagi UMKM Kecamatan Beji dengan mempertimbangkan SK Walikota Depok No 518/268/Kpts/Dikum/Huk/2023 tentang Penetapan Pendamping Tingkat Kecamatan dan Kelurahan Pada Program Wirausaha Baru dan Lampiran Keputusan Walikota Depok No. 518/268/Kpts/Huk/2023, tanggal 22 Mei 2023. Untuk membantu kegiatan ini, kecamatan Beji memberikan fasilitas Ruang Klinik Bisnis Kecamatan Beji Kantor Kecamatan Beji Lantai Dua Beji, Depok. Sesuai dengan Tridharma Perguruan Tinggi diatur dalam Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 yang di dalam pasal 1 ayat 9 yang memberikan kewajiban bagi Perguruan Tinggi untuk menyelenggarakan Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Masyarakat. Berkenaan dengan semua itu, sebagai dosen dan mahasiswa civitas akademika Universitas Bina Sarana Informatika, kami berniat menyelenggarakan Pengabdian Masyarakat bertempat di Kecamatan Beji, Kota Depok.

2. Peta Lokasi Mitra

Berikut merupakan peta lokasi mitra, dan jarak dengan Kampus UBSI adalah 41,9 km.



3. Permasalahan Mitra

Permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra yaitu UMKM Kecamatan Beji adalah sebagai berikut:

- a) Begitu banyak dan beragamnya UMKM di wilayah Depok, sehingga persaingan pasar antara satu sama lain cukup ketat sehingga diperlukan kreativitas untuk menonjolkan merek usaha.
- b) Kebutuhan akan pendalaman lebih lanjut mengenai trik-trik pemasaran digital agar UMKM dapat menjadi 'berbeda' dan memiliki nilai tambah, baik secara strategi komunikasi dan manajemen.
- c) Peningkatan kapasitas dibidang pemasaran digital, khususnya untuk memperluas captive market produk maupun jasa melalui pemahaman mengenai bisnis e-commerce.
- d) Praktik mengunggah (up load) merek (*brand*) pelaku UMKM melalui marketplace Bizmarket.
- e) Kebutuhan akan pengetahuan HAKI atau Hak dan Kekayaan Intelektual mengenai asset-aset digital yang akan dikembangkan melalui pemasaran daring, agar nantinya kreatifitas UMKM terhindar dari kasus-kasus atau permasalahan hak cipta saat melaksanakan kegiatan pemasaran.

Sejalan dengan hal tersebut, FEB UBSI Jakarta akan melaksanakan Pengabdian Masyarakat berupa pelatihan Peningkatan Kapasitas Pelaku UKM Beji Mandiri, Kecamatan Beji Kota Depok Di Bidang E-commerce Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Dan Jasa melalui Marketplace MBizmarket.



GALERI

GALERI FOTO KEGIATAN KELOMPOK UMKM KECAMATAN



II. SOLUSI PERMASALAHAN

Adapun Solusi yang di tawarkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah :

Strategi komunikasi pemasaran produk melalui pemasaran digital dianggap solusi bagi pelaku UMKM dalam memasarkan hasil produksi UMKM. Selain memiliki *captive market* yang sangat luas, penyebaran pesan akan lebih efektif dan efisien. Bila dalam PM sebelumnya sejumlah Dosen dan Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika telah melakukan kegiatan PM kepada UKM Beji Mandiri (UBM) dengan tajuk *Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM Kecamatan Beji Kota Depok dalam Perancangan Logo dan Kemasan Produk Melalui*

Komunikasi Pemasaran Digital pada tanggal 17 November 2023, mengenai pemahaman pembuatan desain logo terhadap merek (*brand*) dan pembuatan label serta kemasan dianggap cara yang jitu dalam strategi *branding* saat pelaku UKM Beji Mandiri (UBM) dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran (*marketing communication*), maka dengan mempertimbangkan usaha keberlanjutan pelatihan (*sustainable training*) guna peningkatan kapasitas para pelaku UBM yang menjadi mitra Pengabdian Masyarakat, maka pemanfaatan dan pemahaman bisnis E-Commerce dianggap signifikan bagi pelaku usaha menengah dan kecil.

Pada era yang canggih seperti saat ini, persaingan pasar semakin meningkat. Apalagi kini berbisnis bisa dilakukan dengan mudah melalui perangkat digital. Kemajuan teknologi digital melalui internet telah membuka peluang bisnis baru. Pertumbuhan *e-commerce* adalah salah satunya. Menurut Direktur Pemberdayaan Informatika, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, Septriana Tangkary menyatakan pertumbuhan nilai perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia mencapai 78 persen, tertinggi di dunia. Pada awal tahun 2020, transaksi bisnis *online* meningkat sekitar 33% dengan nilai yang fantastis. Nilainya dari 253 triliun rupiah dengan cepat meningkat menjadi 337 triliun rupiah. Laporan yang dirilis oleh *Google*, *Bain*, dan *Temasek* menyebutkan bahwa telah terjadi peningkatan durasi untuk akses platform *e-commerce* pada Oktober 2020 yang tadinya hanya 37 jam meningkat menjadi 47 jam sehari⁴.

E-commerce setidaknya memberikan enam buah dampak positif bagi operasi bisnis suatu perusahaan (Yau, 2002; Widani, et al, 2019; Dewi dan Darma, 2014). Keenam dampak tersebut yaitu: meningkatkan efisiensi, penghematan biaya, memperbaiki kontrol terhadap barang, memperbaiki rantai distribusi (*supply chain*), membantu perusahaan menjaga hubunganyang lebih baik terhadap pelanggan dan membantu perusahaan dalam menjaga hubungan yang lebih baik terhadap pemasok (*supplier*). Adapun kendala yang dihadapi, dan merupakan sebuah tantangan bagi kita sekarang ini adalah mengenai sekuritas dan metode pembayaran (Youssef, dan Soliman, 2003; Pranata dan Darma, 2014; Mahyuni et al, 2020). Dengan perkembangan teknologi internet, diharapkan masalah tersebut akan semakin terkendali untuk masa yang akan datang⁵.

E-commerce adalah salah satu teknologi canggih yang mendorong proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara *online* melalui media elektronik. Menurut Laudon & Laudon, *e-commerce* adalah transaksi *business to business* yang terjadi dengan perantara jaringan internet. Dalam dunia perdagangan, *e-commerce* menawarkan banyak perubahan. Proses jual beli tidak lagi membutuhkan pertemuan tatap muka seperti pada

toko konvensional. Penjual dan pembeli hanya perlu melakukan proses transaksi *online*. Menurut data *iPrice*, baik melalui seluler maupun desktop pada kuartal I 2022, menunjukkan 5 *top five* pengunjung, yakni: Tokopedia sebesar 157,2 juta, Shopee sebesar 132,8 juta, Lazada sebesar 24,7 Juta, Orami sebesar 20 juta dan Blibli sebesar 16,3 juta⁶

Untuk membantu pelaku UMKM dalam memahami digital marketing melalui salah satu platform e-commerce dan melihat besarnya manfaat e-commerce yang akan diselenggarakan dalam kegiatan PM pada mitra UKM Beji Mandiri, serta mempertimbangkan usaha pemerintah melalui *marketplace* M.Bizmarket bagi para pelaku UMKM melalui akses yang lebih mudah dan murah sehingga dianggap signifikan melalui pelibatan kerjasama dengan Mbizmarket dalam kegiatan PM yang diadakan sejumlah dosen dan mahasiswa UBSI kali ini.

Mengingat pentingnya pemahaman e-commerce bagi pemasaran produk dan jasa kepada pelaku UMKM, juga perlu diberikan sosialisasi dan informasi mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Right* (IPR), sebagaimana diatur dalam undang-undang No. 7 Tahun 1994 tentang pengesahan WTO (*Agreement Establishing the World Trade Organization*). Tentunya sosialisasi HAKI dan informasi mengenai HAKI perlu diketahui oleh para pelaku UMKM pada umumnya, maka solusi dari kegiatan Pengabdian Masyarakat adalah; 1) Memberikan pengetahuan dan keterampilan Digital Marketing, 2) Pelatihan dan Praktik *up-load* merk (*brand*) kelompok UMKM melalui platform Mbizmarket, 3) Sosialisasi/informasi mengenai HAKI.

Adapun luaran yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Artikel di media massa/elektronik
2. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan
3. Peningkatan pengetahuan dari mitra
4. Peningkatan keterampilan dari mitra

III. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini akan berbentuk *workshop* dengan estimasi durasi tiga jam dalam satu pertemuan. Layaknya pengajaran tatap muka, agenda ini diselenggarakan di balai pertemuan dengan dua orang pemateri dari tim kami yang dibantu oleh tim marketplace MBizmarket, diikuti oleh audiens yang merupakan target peserta kegiatan. Tahapan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang diupayakan untuk menjadi solusi bagi permasalahan spesifik yang dihadapi oleh mitra di antaranya; (1) Memperkenalkan pemahaman *Digital Marketing* beserta pengetahuan dan keterampilan terkait pemasaran

digital, 2) Pelatihan dan Praktik up-load merek (brand) lewat marketplace Mbizmarket, 3) Sosialisasi/informasi mengenai Hak dan Kekayaan Intelektual (HAKI).

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini adalah sebagai peserta dengan total partisipan 21 orang yang berasal dari perwakilan UMKM. Materi akan disampaikan dalam bentuk presentasi serta diskusi berupa tanya-jawab. Di akhir acara nantinya peserta akan dibagikan kuesioner terkait dengan program pengabdian masyarakat ini, untuk nantinya dapat diketahui umpan balik (*feedback*) mereka selama mengikuti kegiatan. Adapun tema pelatihan sesuai dengan judul yaitu “Peningkatan Kapasitas Pelaku UKM Beji Mandiri, Kecamatan Beji Kota Depok di bidang E-commerce guna meningkatkan Pemasaran produk dan jasa melalui Marketplace Mbizmarket” yang akan dilaksanakan pada:

Hari & Tanggal : Rabu, 10 Juli 2024

Waktu : 08.30-11.30 WIB

Tempat : Kantor Kecamatan Beji

Jl. Depok Indah 2 no 1, Beji, Kota Depok.

Adapun pihak-pihak yang terlibat sebagai penyelenggara pada kegiatan ini sebagai berikut;

1. Ketua Pelaksana : Ade Onny Siagian SH, MH, MM, MAP, MIKOM

Bidang Ilmu : Akuntansi /Keuangan

Tugas :

- a) Bertanggung jawab dan merancang program pengabdian masyarakat.
- b) Melakukan pendekatan kepada mitra pengabdian masyarakat.
- c) Mempersiapkan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.
- d) Pendampingan dan pemantauan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.
- e) Menyusun proposal dan laporan pertanggungjawaban pelaksanaan program pengabdian masyarakat.
- f) Menyusun laporan akhir

2. Anggota 1

Nama : Sonny Fransisco Siboro SE, MM

Bidang Ilmu : Manajemen/ Keuangan

Tugas :

- a. Melakukan pelatihan terhadap mitra.
- b. Pendampingan dan pemantauan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.
- c. Menyusun artikel di media massa sebagai hasil luarannya
- d. Mengelola kuesioner dan rekap kuesioner dari peserta.

3. Anggota 2

Nama : Drs. M. Ismail Alif MM, MIkom

Bidang Ilmu : Manajemen/ Keuangan

Tugas :

- a. Melakukan pelatihan terhadap mitra.
- b. Pendampingan dan pemantauan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.
- c. Menyusun materi/modul penyuluhan
- d. Dokumentasi

Mahasiswa yang dilibatkan dalam program kemitraan masyarakat :

1. Nama : Sava Nanda
NIM : 44221972
Tugas : Membantu semua pelaksanaan kegiatan
2. Nama : Andini Julia Rahayu
NIM : 44221983
Tugas : Membantu semua pelaksanaan kegiatan
3. Nama : Sovi Anggita
NIM : 44221959
Tugas : Membantu semua pelaksanaan kegiatan
4. Nama : Ayyub Abuzayd
NIM : 44221719
Tugas: Membantu semua pelaksanaan kegiatan

Evaluasi pelaksanaan program akan dilakukan berdasarkan umpan balik yang diberikan peserta setelah selesai melakukan kegiatan. Jika ada hal-hal lain terkait tindak lanjut dari program yang diinginkan oleh peserta berupa tema tertentu yang dibutuhkan pengetahuannya, maka hal tersebut dapat diajukan sebagai tema pengabdian masyarakat di periode berikutnya.

IV. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Berikut merupakan rencana target capaian luaran dari kegiatan Pengabdian Masyarakat.

Tabel 1. Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1.	Artikel di media masa cetak atau elektronik	Lokal	<i>Published</i>
2.	Dokumentasi pelaksanaan kegiatan	Foto/Video kegiatan	<i>Published</i>
3.	Mitra Produktif	Pengetahuannya meningkat	Tercapai
		Keterampilannya meningkat	Tercapai

V. ANGGARAN

Justifikasi anggaran kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Anggaran Biaya

HONOR					
No	Item Honor Kegiatan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Fee Tutor	1	orang	500.000	500.000
Total Honor					500.000
BELANJA BAHAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Pembelian Kuota Paket Internet	20	paket	50.000	1.000.000
2	Jilid Proposal dan Laporan Pengabdian	4	paket	25.000	100.000
3	Souvenir Peserta	1	pcs	200.000	200.000
Total Belanja Bahan					1.300.000
BELANJA BARANG NON OPERASIONAL					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Konsumsi peserta	35	Box	25.000	875.000
2	Snack Peserta	35	Box	15.000	525.000
3	Air Mineral	2	Dus	35.000	70.000
4	Lain - lain				180.000
Total Belanja Barang Non Operasional					1.650.000
BIAYA PERJALANAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Transportasi Survey	4	orang	50.000	200.000
2	Transportasi Pelatihan	7	orang	50.000	350.000
Total Biaya Perjalanan					550.000
Total Keseluruhan					4.000.000

VI. JADWAL KEGIATAN

Pengabdian Masyarakat ini akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 09 Juli 2024

Waktu : 08.30-11.30 wib

Tempat : Kantor Kecamatan Beji, Jl. Depok Indah 2 no 1, Beji, Kota Depok.

Jadwal kegiatan program pengabdian masyarakat disusun sebagai berikut:

Tabel 3. Jadwal Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Nama Kegiatan	Minggu/Bulan					
		Mar	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Survey Lapangan						
2	Penyusunan Proposal						
3	Penyusunan materi pelatihan						
4	Pembuatan kuesioner						
5	Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat						
6	Publikasi media massa online						
7	Penyusunan Laporan						
8	Monitoring & Evaluasi						

DAFTAR PUSTAKA

1. Sarfiah S, Atmaja H, Verawati D. UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. J REP (Riset Ekon Pembangunan). 2019;
2. Ainun N, Maming R, Wahida A. PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM. Jesya. 2023;
3. Arianto B. Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. ATRABIS J Adm Bisnis. 2021;
4. Khasanah. Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Demagogi J Soc Sci Econ Educ. 2023;
5. kemenkopumkm. Kontribusi UMKM terhadap PDB, 2010-2018. Lokadata. 2018;
6. Fauzan R. Kontribusi PDB UMKM tahun ini diprediksi turun hingga 4 persen. bisnis.com. 2021.
7. Sidin C, Indiarti M. PENGARUH JUMLAH USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DAN JUMLAH TENAGA KERJA UMKM TERHADAP SUMBANGAN PRODUK DOMESTIK BRUTO UMKM PERIODE TAHUN 1997 – 2016. J Manaj Kewirausahaan. 2020;
8. SIMANJUNTAK RD, SA'RONI C. ANALISIS PENGARUH PDB UMKM, INVESTASI UMKM, DAN UPAH MINIMUM RATA-RATA NASIONAL TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA SEKTOR UMKM INDONESIA TAHUN 2006-2017. JIEP J Ilmu Ekon dan Pembang. 2019;
9. Kemenkeu D. Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia. DJPB.kemenkeu.go.id. 2023.
10. Murtiningsih D, Caroline RTM. Digitalisasi UMKM. J Kreat Pengabdian Kpd Masy. 2024;