

LAPORAN HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JANUARI 2024

HALAMAN IDENTITAS DAN PEGESAHAH KEGIATAN P2M

1. Judul : "Penyuluhan Etika Bisnis Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM) di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan".
2. Bidang Ilmu : Manajemen
3. Ketua Proyek :
- a. Nama : Dr. Guston Sitorus, SE.MM.
 - b. NIK/NIDN : 05.U03.05.90.00010/0302086502
 - c. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - d. Pangkat/Golongan : Pembina/IV-A
 - e. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - f. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - g. Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 - h. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - i. Alamat Rumah : Jl. Kerja Bakti III No.11 RT008/002 Makasar Jakarta Timur.
5. Lokasi Kegiatan PkM : Lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.
6. Tempat Pelaksanaan : Kampus USNI
7. Waktu Kegiatan : September 2023 s/d Januari 2024
8. Biaya yang diperlukan :
- a. Anggaran USNI : Rp. 10.000.000,-
 - b. Pribadi Tim : Rp. 6.500.000,-
 - Jumlah : Rp. 3.500.000,-
 - : Rp. 10.000.000,-

Jakarta, September 2023
Ketua Proyek PkM,

(Dr. Guston Sitorus, SE.MM.)
NIK: 05.U03.05.90.00010

Mengatahi,
Dekan FEB-USNI
(G.I. Hery Prasetya, SE. MM.)
NIK: 05.U03.08.15.00143

Menyetujui,
Ketua LPPM USNI.
(Dr. Armen Nainggolan, M.Si)
NIK: 05.U03.12.03.00056

RINGKASAN

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan pilar penting pembangunan ekonomi Indonesia terus didorong agar dapat naik kelas, sehingga bisa memberikan kontribusi lebih besar bagi perekonomian, dan menyerap tenaga kerja lebih banyak. Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau senilai dengan Rp9.580 triliun, bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha.. UMKM yang bertumbuh pesat ini juga harus mematuhi Etika Bisnis, sehingga bisnis tersebut bisa diterima umum dan mempunyai daya saing yang tinggi dan memiliki nilai keberlanjutan. Etika bisnis juga berhubungan dengan produksi, penetapan harga, distribusi, dan promosi, untuk itu para pelaku bisnis yang beretika berkonsistensi terhadap citra perusahaan dengan cara memberikan pelatihan kepada para pekerja mengenai etika. Pedagang kecil di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada umumnya belum melaksanakan etika bisnis dalam menjalankan usahanya, karena mereka belum memahami betul secara detail seberapa penting penerapan etika bisnis dalam usahanya.

Solusi Permasalahan

Untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi para pedagang kecil di lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan maka perlu dilakukan penyuluhan dengan Topik **“Penyuluhan Etika Bisnis di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan”**.

Luaran Penyuluhan

Luaran penyuluhan diharapkan akan dapat meningkatkan kemampuan para pedagang kecil tentang pemahaman terhadap Etika Bisnis UMKM, yang meliputi pedagang kecil memahami Pentingnya Etika Bisnis UMKM, Etika Bisnis Produksi, Etika Bisnis Penetapan Harga, Etika Bisnis Distribusi, dan Etika Bisnis Promosi.

Pengukuran Luaran

Solusi terhadap setiap permasalahan yang dihadapi para pedagang kecil yang dilaksanakan melalui penyuluhan yang akan memberikan luaran yang dapat diukur secara kuantitatif, yaitu akan dibuktikan berapa besar perbedaan kemampuan pedagang kecil sebelum dan sesudah mengikuti penyuluhan, dengan menggunakan UJI BEDA, yaitu Uji Beda (*T Test*) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*).

Hasil Penyuluhan

Kemampuan pedagang kecil sebelum mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat kurang memahami dan sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat memahami. Pelaksanaan PkM dengan topik ”Penyuluhan Etika Bisnis UMKM di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan” dapat dikatakan berhasil; meningkatkan kemampuan pedagang kecil dalam memahami Etika Bisnis Dalam UMKM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan perlindunganNya sehingga penyusunan laporan hasil pengabdian kepada masyarakat ini dapat kami selesaikan dengan baik. Laporan hasil pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini disusun sesuai dengan topik yang sudah disetujui.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) telah menugaskan kami untuk melaksanakan PkM pada Semester Ganjil 2023/2024 ini dengan topik **“PENYULUHAN ETIKA BISNIS USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN”**

PkM ini telah kami laksanakan mulai bulan September 2023 sampai dengan Januari 2024 dan semua berjalan dengan lancar sesuai dengan yang telah direncanakan. Kami Tim PkM Dosen Tetap dan Mahasiswa Program Studi Manajemen mengucapkan terimakasih kepada Pimpinan USNI, Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Kepala LPPM USNI, serta kepada Ibu Sumihartini sebagai Ketua RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan yang telah bersedia menjadi lokasi pelaksanaan PkM ini.

Semoga pelaksanaan PkM ini bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi pedagang kecil di lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.

Jakarta Januari 2024

Ketua Tim PkM

Dr. Guston Sitorus, SE.MM.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Analisis Sistuasi	1
1.2. Permasalahan Mitra	4
BAB II. SOLUSI DAN TARGET LUARAN	
2.1. Solusi Permasalahan	5
2.2. Luaran Penyuluhan	10
2.3. Pengukuran Luaran	10
BAB III. METODOLOGI PENYULUHAN	
3.1. Tempat dan Waktu	11
3.2. Inventarisasi Peserta	11
3.3. Metodologi Penyuluhan	11
3.4. Pelaksanaan Penyuluhan	12
3.5. Analisis Data	12
3.6. Uji Hipotesis	13
BAB VI. SUSUNAN TIM PKM	
BAB V. BIAYA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT	
5.1. Sumber Dana	16
5.2. Pengeluaran	16

BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1.	Pelaksanaan Penyuluhan	17
6.2.	Profil Peserta Penyuluhan	18
6.3.	Kemampuan Awal dan Akhir Penyuluhan Etika Bisnis UMKM	22
6.4.	Keberhasilan Penyuluhan Memahami Etika Bisnis UMKM	24
6.5.	Uji Perbandingan Dua Rata-rata <i>(Paired Samples Test)</i>	25

BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1.	Kesimpulan	27
7.2.	Saran	27

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

TABEL 6.1 : JENIS KELAMIN RESPONDEN	18
TABEL 6.2 : USIA RESPONDEN	19
TABEL 6.3 : STATUS PENDIDIKAN	19
TABEL 6.4 : HASIL PENJUALAN PER HARI	20
TABEL 6.5 : USIA USAHA	21
TABEL 6.6 : REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN ETIKA BISNIS UMKM	22
TABEL 6.7 : REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM	23
TABEL 6.8. : KEBERHASILAN PENYULUHAN	24
TABEL 6.9. : <i>PAIRED SAMPLES STATISTICS</i>	25
TABEL 6.10.: <i>PAIRED SAMPLES CORRELATIONS</i>	25
TABEL 6.11.: <i>PAIRED SAMPLES TEST</i>	26

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 :	SURAT TUGAS DEKAN FAKULTS EKONOMI DAN BISNIS TENTANG PELAKSANAAN PkM	29
LAMPIRAN 2 :	DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN PkM	30
LAMPIRAN 3 :	SURAT KETERANGAN DARI KETUA RT002/02 KEB. LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN	31
LAMPIRAN 4 :	SERTIFIKAT DARI DEKAN FEB USNI DAN KETUA RW06 KEB. LAMA UTARA	32
LAMPIRAN 5 :	JAWABAN RESPONDEN SEBELUM PENYULUHAN	36
LAMPIRAN 6 :	JAWABAN RESPONDEN SESUDAH PENYULUHAN	37
LAMPIRAN 7 :	REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN UMKM	38
LAMPIRAN 8 :	REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN UMKM	39
LAMPIRAN 9 :	JADWAL PENYULUHAN PkM	40
LAMPIRAN 10:	FOTO IDENTITAS PESERTA PENYULUHAN	41
LAMPIRAN 11:	FOTO PELAKSANAAN PENYULUHAN	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan pilar penting pembangunan ekonomi Indonesia terus didorong agar dapat naik kelas, sehingga bisa memberikan kontribusi lebih besar bagi perekonomian, dan menyerap tenaga kerja lebih banyak. Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau senilai dengan Rp9.580 triliun, bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha.

Di setiap periode krisis, UMKM menjadi bantalan ataupun buffer yang bersifat resilien dan bisa pulih dengan kecepatan yang baik. Oleh karena itu, pengembangan UMKM merupakan hal yang necessary condition atau kondisi yang harus dipertahankan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia yang lebih tinggi,” ungkap Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto saat menyampaikan keynote speech secara virtual dalam acara Kajian Buku Pembiayaan UMKM di Universitas Mataram, Nusa Tenggara Barat, Kamis (24/08/2023)..

Oleh karena itu, UMKM dipacu untuk bangkit sampai bisa “go global” di masa mendatang, bahkan supaya partisipasi UMKM meningkat dalam global value chain. Pemerintah melihat bahwa salah satu strategi pengembangan UMKM Naik Kelas dan UMKM Go Export yaitu melalui peningkatan akses pembiayaan. Pembiayaan bagi UMKM menjadi salah satu faktor penting yang dapat menjadi akselerator perkembangan UMKM. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai bentuk pembiayaan, mulai dari ultra mikro sampai level usaha menengah. Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan salah satu bentuk dukungan pembiayaan UMKM dengan bunga murah dan persyaratan mudah. Selain itu, pembiayaan ultra mikro juga dilakukan menggunakan pendanaan yang berasal dari APBN dan dana bergulir serta pembiayaan syariah dan disalurkan melalui Lembaga Keuangan Mikro (LKM).

Menko Airlangga juga mengatakan bahwa agar penyaluran pembiayaan UMKM dapat berjalan optimal, maka Pemerintah tengah mengintegrasikan program-program yang sudah ada, baik di hulu maupun hilir. Diharapkan, ekosistem pembiayaan yang terintegrasi, mulai dari program bantuan sosial sampai pembiayaan komersial lembaga keuangan, dapat mendorong lebih banyak UMKM yang naik kelas dan go export.

“Saat ini kita berorientasi kepada sektor produktif agar (penyaluran pembiayaan UMKM) berjalan lebih optimal. Dan diharapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi mulai dari program bantuan sosial sampai bantuan komersial keuangan bisa didorong agar UMKM segera bisa naik kelas,” tutur Menko Airlangga. Dalam kesempatan tersebut Menko Airlangga juga menyampaikan bahwa pencapaian ekonomi Indonesia saat ini tentunya berkat dukungan dan pemikiran dari seluruh stakeholders termasuk para akademisi.

Selain itu Etika Bisnis merupakan hal yang sangat penting juga dalam menjalankan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Jadi semua bisnis baik dalam skala kecil maupun skala besar sangat membutuhkan etika bisnis maka dari itu para pelaku ekonomi sangat dianjurkan untuk memperhatikan etika bisnis saat hendak menjalankan bisnisnya, agar bisnis dan usaha yang dijalankan dapat berjalan baik dan bertahan lama serta memiliki daya saing dengan yang lain. Dunia bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika bisnis, kenyataannya masih banyak perilaku bisnis yang tidak beretika bahkan hampir di semua negara kurang memperhatikan etika dalam berbisnis.

Beberapa kejadian yang melanggar etika bisnis, antara lain Polda Metro Jaya berhasil mengungkap peredaran obat keras ilegal senilai Rp 45 miliar selama Januari-Agustus 2023. Sebanyak 26 tersangka telah ditetapkan dalam kasus ini. Mereka melibatkan importir dan pihak farmasi yang tidak mematuhi regulasi. Obat-obatan seperti Hexymer, Tramadol, dan Alprazolam yang termasuk daftar G dan psikotropika golongan IV dijual secara ilegal. Selain obat-obatan, petugas juga menyita uang tunai, handphone, resep dokter, kapsul obat kosong, mobil, dan alat press obat sebagai barang bukti. Total kerugian dari empat kasus ini mencapai Rp 45.668.000.000. Para tersangka diberat berbagai pasal, termasuk UU Kesehatan dan perlindungan konsumen. Tindak pidana merupakan perilaku penyimpangan dalam masyarakat. Kejahatan di bidang farmasi, khususnya pengedaran sediaan farmasi tanpa izin edar, marak terjadi di Indonesia. Hukum mengatur tindak pidana ini melalui beberapa peraturan, termasuk Pasal 386 ayat (1) KUHP, Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Pasal 197 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

Kasus kedua, dari hasil penelitian yang dilakukan pada media sosial Instagram maka didapat data tentang pelanggaran etika beriklan yang tampak pada screenshot postingan dan cerita yang dibagikan oleh akun Instagram Holywings. Dari kedua postingan tersebut sudah jelas terlihat bahwa Holywings melakukan promosi produknya dengan cara yang menabrak aturan beretika dalam beriklan di media sosial. Inti dari postingan dan cerita yang dibagikan di akun Instagram Holywings tersebut yaitu mempromosikan tempat dan produknya dengan cara

membuat iklan dengan tujuan bagi siapapun yang memiliki nama “Muhammad” dan “Maria” akan mendapatkan 1 botol minuman gratis apabila orang tersebut datang ke Holywings. Hal tersebut tidak etis apabila konten-konten iklan tersebut dapat diakses dengan bebas apalagi anak-anak usia di bawah 21 tahun karena pada masa itulah anak-anak sedang mengalami pertumbuhan baik secara fisik maupun psikologisnya. Faktor Situasional seperti suasana perilaku, teknologi, faktor-faktor sosial, dan lingkungan psikososial dapat mempengaruhi perilaku manusia (Suciati, 2020: 27).

Dari segi penggunaan nama “Muhammad”, Holywings menggunakan salah satu symbol agama Islam yang sangat fatal, dengan menjadikannya syarat bagi yang memiliki nama tersebut akan mendapatkan 1 botol minuman gratis apabila orang tersebut datang ke Holywings. Minuman keras (miras) adalah seluruh jenis minuman yang mengandung zat adiktif (alkohol) dan dalam pandangan ajaran Islam termasuk diharamkan (Taufikin, 2015). Tentu hal ini merugikan citra umat Islam, khususnya di Indonesia. Juga, hal-hal seperti ini sangat sensitif, dan perusahaan harus menghadapi konsekuensi global yang masif. Akibatnya, Holywings mendapat dua penalti. Peraturan daerah dilanggar sehingga izin operasional dicabut. Sementara itu, kisruh online yang menimpa mereka merupakan respon atas pelanggaran sosial yang menyinggung umat beragama. Tentu saja ada banyak hal yang perlu dipikirkan dalam situasi sosial. Setiap pengusaha perlu memiliki modal batin untuk mengikuti hukum dan menjunjung tinggi moral dan etika yang diterima secara sosial.

Begitupun dengan penggunaan nama “Maria”, Holywings juga mencoreng citra umat Kristen. Nama sakral dalam agama dijadikan sebagai bahan promosi produk minuman beralkohol di media social tentu merupakan suatu tindakan yang melanggar etika karena menyinggung aspek SARA. Iklan tersebut juga merupakan illegal content karena mengiklankan produk minuman keras. Dalam EPI disebutkan bahwa Minuman keras yang tidak diproduksi di Indonesia tidak boleh diiklankan (EPI, 2020: 28). Dalam EPI peraturannya berbunyi: Minuman keras yang tidak diproduksi di Indonesia tidak boleh diiklankan. Minuman keras yang diproduksi di Indonesia hanya boleh diiklankan di media nirmassa. Dalam gambar screenshoot postingan dan cerita di Instagram diatas, terlihat bahwa Holywings memasarkan produk minuman keras bermerk Gordon Gin yang diproduksi di Inggris.

Fakta tersebut juga menjadi dasar bahwa postingan tersebut mengandung illegal content dalam beriklan di media sosial. Lewat konten seperti ini bukan mungkin bisa menumbuhkan perilaku anak-anak untuk tertarik dengan minuman beralkohol.

Pelaku bisnis UMKM di Indonesia juga belum menerapkan Etika Bisnis dengan baik, apalagi di zaman pandemic covid 19 yang mengakibatkan terjadinya krisis ekonomi yang berkepanjangan dan sangat berdampak terhadap semua aspek kehidupan masyarakat, terutama kegiatan-kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat, yaitu antara lain Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sehingga banyak masyarakat yang melakukan kegiatan-kegiatan bisnis hanya untuk menjaga kelangsungan hidupnya dengan tanpa memperhatikan etika bisnis, atau bahkan cenderung menghalalkan segala cara demi sesuap nasi. Jika perusahaan tidak menggunakan etika dalam berbisnis, maka perusahaan akan lepas kendali, menggunakan berbagai cara, mengorbankan apa saja demi mencapai tujuan dan bahkan melanggar hukum yang ditetapkan oleh pemerintah. Etika bisnis juga berhubungan dengan produksi, penetapan harga, distribusi, dan promosi, untuk itu para pelaku bisnis yang beretika berkonsistensi terhadap citra perusahaan dengan cara memberikan pelatihan kepada para pekerja mengenai etika.

Pedagang kecil di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada umumnya belum melaksanakan etika bisnis dalam menjalankan usahanya, karena mereka belum memahami betul secara detail seberapa penting penerapan etika bisnis dalam usahanya. Dengan memperhatikan dan menganalisis berbagai kendala yang dihadapi para pedagang kecil di lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan di atas maka sangat diperlukan penyuluhan untuk meningkatkan kemampuannya memahami Etika Bisnis. Dosen Tetap dan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI akan melaksanakan penyuluhan dengan topik **“PENYULUHAN ETIKA BISNIS USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN”**.

1.2. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi Mitra UMKM atau pedagang kecil di Lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, meliputi pedagang kecil belum memahami Pentingnya Etika Bisnis, belum memahami Etika Produksi UMKM, belum memahami Etika Penetapan Harga UMKM, belum memahami Etika Distribusi UMKM, dan belum memahami Etika Promosi UMKM.

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1. Solusi Permasalahan

Untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi para pedagang kecil di lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan maka perlu dilakukan penyuluhan. Adapun materi penyuluhan yang akan diberikan kepada para pedagang kecil tersebut adalah yang berhubungan dengan Etika Bisnis yang meliputi Pentingnya Etika Bisnis, Etika Produksi dalam UMKM, Etika Penetapan Harga dalam UMKM, Etika Distribusi dalam UMKM, dan Etika Promosi dalam UMKM.

1. Etika Produksi Dalam UMKM

Etika Produksi adalah seperangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menegaskan tentang benar dan salahnya hal-hal yang dikukan dalam proses produksi atau dalam proses penambahan nilai guna barang. Tujuan Produksi antara lain memperbanyak jumlah barang dan jasa, menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas tinggi, memenuhi kebutuhan sesuai dengan peradaban, mengganti barang-barang yang rusak atau habis, memenuhi pasar dalam negeri untuk perusahaan dan rumah tangga, memenuhi pasar internasional, dan meningkatkan kemakmuran.

Standar produksi adalah panduan yang dapat dipergunakan dalam proses produksi. Standar produksi memberikan pedoman sebagai dasar untuk pengambilan keputusan-keputusan mulai dari desain, pabrikasi, perakitan sampai menjadi produk jadi. Ketika kita menjalankan sebuah bisnis ataupun usaha produksi, maka sudah tentu kita akan dihadapkan pada sejumlah peraturan dan juga undang-undang yang berlaku. Terkait dengan sejumlah ketentuan pemerintah tersebut, hal ini dilakukan untuk menjaga dan juga menerapkan sejumlah kewajiban dan juga hak-hak kita sebagai seorang pelaku bisnis. Adapun standar produksi yang harus dipatuhi para pengusaha, yaitu:

1) BSN (Badan Standardisasi Nasional)

BSN yaitu merupakan Lembaga Pemerintah Non Departemen dengan tugas pokok mengembangkan dan membina kegiatan standarisasi di Indonesia. BSN dibentuk dengan Keputusan Presiden No. 13 Tahun 1997 yang disempurnakan dengan Keputusan Presiden No. 166 Tahun 2000 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen sebagaimana telah beberapa kali diubah dan yang terakhir dengan Keputusan Presiden No. 103 Tahun 2001.

2) SNI (Standar Nasional Indonesia)

SNI adalah satu-satunya standar yang berlaku secara nasional di Indonesia. SNI dirumuskan oleh Komite Teknis (dulu disebut sebagai Panitia Teknis) dan ditetapkan oleh BSN. SNI merupakan Peraturan Menteri Perdagangan No.72/MDAG/PER/9/2015), peraturan tersebut mewajibkan barang – barang dalam kategori tertentu harus diproduksi sesuai dengan SNI. Beberapa produk yang tidak sesuai dengan standar SNI, maka tidak diizinkan untuk beredar di pasaran. label SNI tersebut dapat terlihat pada barang-barang yang diproduksi dalam negeri sebagai wujud rasa cintanya terhadap tanah air dan bangga terhadap produk-produk local indonesia dibandingkan dengan produk luar negeri. Label SNI tersebut dapat terlihat pada berbagai barang. seperti: peralatan makanan dan minuman, produk air mineral dalam kemasan, produksi bahan pangan, serta produk elektronik. Label SNI tersebut berfungsi untuk memberikan jaminan standar kualitas dan kelayakan bahwa barang tersebut sudah lulus dan sesuai dengan standar yang diberlakukan oleh pemerintah. Label SNI juga dapat menjadi jaminan kemanan bagi konsumen yang menggunakan barang – barang tersebut dan perlindungan bagi hak dan juga kewajiban produsen barang tersebut.

3) Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Berdasarkan pasal 2 pada Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), BPOM mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pemerintahan bidang pengawasan Obat dan Makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. BPOM dibagi menjadi dua lembaga/organisasi yaitu : Departemen Kesehatan dan MUI yang dimana MUI merupakan pencetak logo standar Halal. Jika obat-obatan ataupun makanan tersebut sudah mendapatkan standar halal maka obat-obatan ataupun makanan tersebut dapat dikatakan layak untuk dikonsumsi. Kelemahan dalam Standar halal ini adalah banyaknya produk dari luar negeri yang justru malah meminta izin untuk mendapatkan standar halal tersebut dibandingkan produk dalam negeri sendiri.

4) ISO 9000

ISO 9000 Tentang peningkatan kegiatan produksi, merupakan seri standar system manajemen mutu yang paling banyak digunakan di seluruh dunia, ribuan organisasi dan juga perusahaan menggunakan standar ini untuk membangun system manajemen mutu yang efektif. Standar tersebut menetapkan persyaratan – persyaratan dan rekomendasi yang mendasar bagi organisasi ataupun perusahaan yang berminat untuk menggunakan standar ini. ISO 9000 dapat menjamin proses yang dilaksanakan sesuai dengan system manajemen mutu yang ditetapkan. ISO 9000 juga ditetapkan sebagai dasar yang kokoh di dalam membangun sikap dan keinginan bagi setiap kemajuan atau peningkatan. Manfaat ISO 9000

adalah untuk membantu mengembangkan dan memperluas bisnis ke pasar baru dan global, meningkatkan kepuasaan pelanggan, serta sistem manajemen yang terdokumentasi dengan baik.

5) ISO 14000

ISO 14000 Tentang peningkatan pola produksi berwawasan lingkungan, ramah lingkungan dengan sasaran K3 dan lingkungan maksimal dengan limbah nol. ISO 14000 merupakan kumpulan standar dalam bidang lingkungan hidup. Standar-standar ISO 14000 terkait dengan cara sebuah perusahaan mencegah kerusakan lingkungan seminimal mungkin akibat aktivitasnya. Perusahaan juga berkewajiban memantau dan meningkatkan aktivitas kerja lingkungannya. ISO 14000 yang menitikberatkan pada manajemen lingkungan diterapkan secara sukarela oleh perusahaan. ISO 14000 diperkenalkan kepada khalayak di awal tahun 90-an dan termasuk ke dalam aspek pengelolaan mutu, bukan hanya aspek teknis atau ekonomis saja.

2. Etika Penetapan Harga Dalam UMKM

Harga merupakan sejumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Etika penetapan harga dalam bisnis merupakan pengestimasian, dan menentukan harga yang layak untuk menawarkan barang produksinya di pasaran yang dapat menghasilkan laba maksimal mungkin. Harga sendiri adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Penetapan harga dapat dilihat dari pengakumulasi biaya - biaya produksi yang telah dikeluarkan, dan juga sesuai dengan pertimbangan perusahaan untuk mendapatkan sebuah keuntungan yang maksimal karena jika perusahaan tersebut tidak untung maka perusahaan tersebut sama saja dianggap tidak memiliki etika di dalam menetapkan sebuah harga di dalam bisnisnya. Dalam proses penetapan harga suatu barang terdapat berbagai pertimbangan yang harus perusahaan lakukan seperti pertimbangan atas pembelian bahan baku, fix cost (sewa, bangunan, gaji, dll), variable cost (biaya lembur, alat produksi, dll), total cost, dan overhead cost. Dimana beban-beban tersebut akan mempengaruhi penetapan harga suatu barang yang diproduksi oleh perusahaan.

3. Etika Distribusi Dalam UMKM

Etika Distribusi adalah seperangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menegaskan tentang benar dan salahnya hal-hal yang dilakukan dalam proses distribusi atau pemindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Karena Etika distribusi dalam

suatu bisnis merupakan seperangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menegaskan tentang benar dan salahnya hal-hal yang dikukan dalam proses distribusi atau pemindahan barang/jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Dan etika distribusi dalam promotion mix juga dikatakan sebagai pendistribusian dari produsen langsung ke tangan konsumen.

Adapun beberapa Tujuan dalam Etika Distribusi, yaitu: 1) Agar barang atau jasa tersalurkan dari tangan produsen ke tangan konsumen, maksudnya adalah bagaimana barang tersebut yang selesai diproduksi kemudian di distribusikan kepada konsumen agar konsumen dapat dengan mudah mendapatkan barang tersebut. 2) Agar tujuan perusahaan tercapai, setiap perusahaan memproduksi sebuah barang dan menginginkan keuntungan sebagai tujuan utamanya. Maka dari itu saluran distribusi ini dilakukan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. 3) Agar konsumen lebih mudah mendapatkan barang atau jasa, maksudnya adalah bagaimana cara perusahaan mendistribusikan suatu barang agar barang tersebut dapat didapatkan dengan mudah oleh para konsumen. 4) Agar tercapai kepuasan konsumen, Ketika suatu barang dapat dengan mudah didapatkan oleh konsumen disitulah letak kepuasan konsumen. 5) Agar tercapai pemerataan atau keadilan bagi konsumen, suatu barang didistribusikan dengan baik dan merata agar setiap konsumen dibeberapa daerah dapat membeli produk tersebut. 6) Meningkatkan kualitas dan kuantitas barang dan jasa. 7) Meningkatkan nilai guna barang dan jasa, dalam pendistribusianya Ketika dijalankan dengan benar maka nilai guna barang tersebut menjadi meningkat.

4. Etika Promosi Dalam UMKM

Etika Promosi adalah seperangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menegaskan tentang benar dan salah yang digunakan untuk menawarkan produk dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli dan menkonsumsi suatu produk. Karena Etika promosi dalam bisnis merupakan seperangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menegaskan tentang benar dan salah yang digunakan untuk menawarkan produk dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Dimana kegiatan dari promosi sendiri adalah menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Promosi merupakan salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yaitu 4P: Price (Harga), Product (Produk), Promotion (Promosi), and Place (Tempat).

Adapun beberapa Jenis Etika Promosi, yaitu 1) Etika Promosi dengan Kuantitas Perusahaan harus menataati etika bisnisnya untuk memasarkan suatu barang yang berhubungan dengan kuantitas atau seberapa banyak produk yang dihasilkan. Misal seorang sales mempunyai barang sebanyak 7 unit maka dari itu yang dipromosikan juga harus berjumlah 7 unit jangan menawarkan barang lebih dari barang yang tersedia. 2) Etika Promosi dengan Kualitas Ketika mempromosikan barang dengan spesifikasi tertentu maka barang tersebut harus seuai dengan spesifikasi yang ditawarkan atau dengan kualitas yang baik agar konsumen tidak merasa terbohongi terhadap barang tersebut. 3) Etika Promosi dengan Kepuasan Ketika mempromosikan barang dan mempunyai potongan harga perusahaan harus melihat konsumen tersebut puas atau tidaknya terhadap potongan atau diskon yang diberikan. 4) Etika Promosi dengan Ketepatan Ketika mempromosikan suatu barang dengan spesifikasinya maka dengan barang aslinya harus sama dengan spesifikasi yang ditawarkan tanpa mengurangi atau menambah sesuatu agar konsumen tergiur untuk membeli produk tersebut. 5) Etika Promosi dengan Kecepatan Ketika mempromosikan barang dan mengirimkan barang harus ada ketepatan waktu pengantaran agar pada konsumen tidak kecewa karena menunggu barang yang terlalu lama sampainya. 6) Etika Promosi dengan Kepastian Jika sales menjual sebuah produk yang mana didalam produk tersebut dijanjikan akan membantu para pembelinya dalam hal tertentu aka dari itu produk tersebut harus dipastikan dapat membantu para pembeli sehingga konsumen merasa puas dan mendapatkan kepastian dari produk tersebut. 7) Etika Promosi dengan Kemudahan Sebuah produk harusnya dapat membantu para konsumennya memperoleh kemudahan dalam pemakaian sehari-hari maka dari itu barang yg dipromosikan tersebut harus memudahkan atau mudah digunakan oleh para pembeli. 8) Etika Promosi dengan Keadilan Ketika seorang menawarkan barang kepada satu orang dengan yang lain sales harus berlaku adil dan jangan memilah-milah pelanggan. Contohnya: Ketika sales yang berada di mall hanya menawarkan produknya kepada sosok konsumen yang terlihat rapih dan tidak menawarkan barang dagangannya kepada sosok konsumen yang biasa saja. 9) Etika Promosi dengan Pelayanan pelayanan yang diberikan oleh seorang sales harus ramah dan baik kesemua pelanggannya sehingga pelanggan merasa bahwa ia adalah raja dan merasa pelayanan yg diberikan baik. 10) Etika Promosi dengan Prestise Seorang yang menawarkan atau sales harus mempunyai wibawa dan kemampuan untuk menjual dan menawarkan produk dengan baik agar para konsumen bersedia membeli produk tersebut.

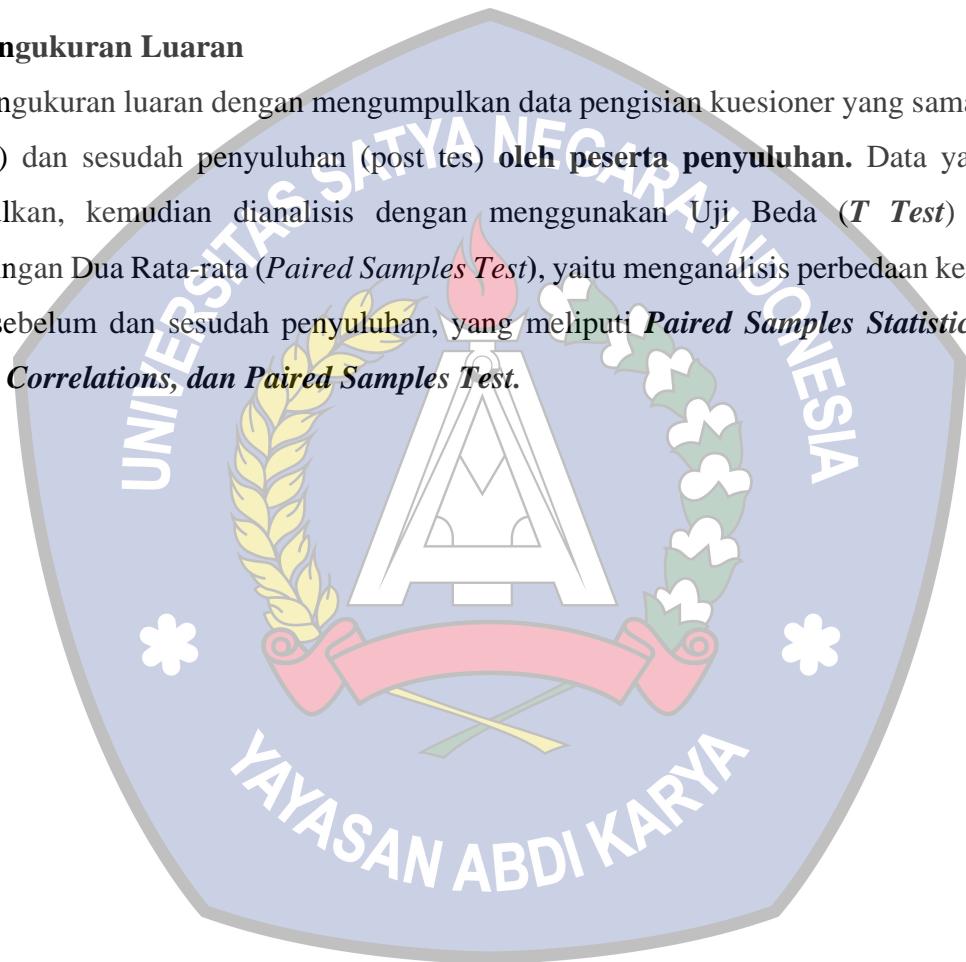
2.2. Luaran Penyuluhan

Luaran penyuluhan ini adalah para peserta dapat memahami Etika Bisnis, artinya para pedagang kecil mampu memahami dan menerapkan hal-hal apa saja benar dalam berbisnis dan menghindari hal-hal yang salah, yang meliputi:

- a. Memahami dan melaksanakan Etika Produksi dalam berbisnis
- b. Memahami dan melaksanakan Etika Penetapan Harga dalam berbisnis
- c. Memahami dan melaksanakan Etika Distribusi dalam berbisnis
- d. Memahami dan melaksanakan Etika Promosi dalam berbisnis

2.3. Pengukuran Luaran

Pengukuran luaran dengan mengumpulkan data pengisian kuesioner yang sama sebelum (pre test) dan sesudah penyuluhan (post tes) **oleh peserta penyuluhan**. Data yang sudah dikumpulkan, kemudian dianalisis dengan menggunakan Uji Beda (*T Test*) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*), yaitu menganalisis perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan, yang meliputi *Paired Samples Statistics*, *Paired Samples Correlations*, dan *Paired Samples Test*.



BAB III

METODOLOGI PENYULUHAN

3.1. Tempat dan Waktu

Pelaksanaan Penyuluhan Etika Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dilaksanakan di lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Waktu pelatihan dilaksanakan mulai bulan September 2023 sampai dengan Januari 2024, yang meliputi kegiatan mulai dari persiapan, pencarian data, dan informasi peserta, pelaksanaan penyuluhan sampai dengan penyusunan laporan kegiatan PkM.

3.2. Inventariasi Peserta

Sebelum melakukan penyuluhan terlebih dahulu menginventarisasi peserta dengan cara mempelajari data demografis RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Dari kegiatan inventarisasi ini akan diperoleh beberapa hal penting, antara lain gambaran umum penduduk yang meliputi usia, pendidikan, dan pekerjaan. Hasil inventarisasi ini akan menjelaskan profil peserta penyuluhan. Penyuluhan ini akan diikuti 20 pedagang kecil yang berada di lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.

3.3. Metodologi Penyuluhan

- a. Penyuluhan ini akan dilakukan dengan metode ceramah dimana peserta akan diberikan penjelasan baik secara teori dan ilustrasi yang relevan dengan topik.
- b. Bahan dan Alat Pelatihan

Beberapa bahan dan alat penyuluhan yang dibutuhkan, antara lain persiapan ruangan, spanduk, kuesioner, toa, materi pelatihan (power point), lap top, dan proyektor (infokus).

- c. Pemberdayaan Pegusaha Kecil dan Menengah

Pendekatan ini dilakukan untuk mengembangkan kemampuan pedagang kecil agar semakin mampu mengelola usahanya sehingga akan dapat melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat setempat dan pada gilirannya dapat meningkatkan penghasilan.

- d. Pengusaha Kecil dan Menengah Binaan

Pendekatan ini dilakukan adalah membuat suatu kerjasama yang berkesinabungan antara USNI dengan pengusaha kecil dan menengah, artinya USNI dalam hal ini Fakultas Ekonomi mengaplikasikan ilmunya untuk membina pengusaha kecil dan menengah agar dapat mengelola usahanya lebih maju.

3.4. Pelaksanaan Penyuluhan

a. Tahap Awal

Pada tahap awal ini dibagikan kuesioner kepada peserta untuk diisi, tujuannya adalah untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti penyuluhan (pre test).

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan tahap lanjutan dari tahap awal, yaitu melaksanakan penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM, yang terdiri dari Pentingnya Etika Bisnis dalam UMKM, Etika Produksi Dalam UMKM, Etika Penetapan Harga Dalam Bisnis, Etika Distribusi Dalam UMKM, dan Etika Promosi Dalam UMKM

c. Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini kepada peserta dibagikan kembali kuesioner yang sama pada tahap awal, tujuannya adalah untuk mengatahui kemampuan peserta sesudah mengikuti penyuluhan (post test).

3.5. Analisis Data

a. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penyuluhan ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari jawaban para peserta penyuluhan, yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

b. Analisis Deskriptif

Analisis pendahuluan dengan menggunakan statistic, yaitu mendeskripsikan data-data masing-masing variabel secara partial. Statistik deskriptif yang digunakan adalah rata-rata (mean), modus (nilai yang sering muncul), median (nilai tengah), standar deviasi, variansi, frekuensi, dan histogram.

c. Pengolahan Data

Data yang sudah dikumpulkan melalui kuesioner selanjutnya akan diolah dengan menggunakan matematika dan statistic sederhana, yaitu menjumlahkan, mengurangi, membagi, dan mengalikan data yang sudah dikumpulkan. Sedangkan untuk melakukan analisis deskriptif dan uji hipotesis digunakan soft ware SPSS versi 26,0.

3.6. Uji Hipotesis

Data yang sudah dikumpulkan dan dianalisis kemudian dilakukan uji hipotesis, yaitu dengan menggunakan Uji Beda (**T Test**) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*), yaitu menganalisis perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan, yang meliputi **Paired Samples Statistics**, **Paired Samples Correlations**, dan **Paired Samples Test**

a. **Paired Samples Statistics**

Paired Samples Statistics menjelaskan tentang statistik data dari sampel berpasang-pasangan, yaitu kemampuan rata-rata sebelum mengikuti penyuluhan dan sesudah penyuluhan.

b. **Paired Samples Correlations**

Paired Samples Correlations menjelaskan seberapa besar hubungan antara kemampuan peserta sebelum penyuluhan dengan sesudah penyuluhan.

c. **Paired Samples Test**

Paired Samples Test menjelaskan tentang hasil uji sampel berpasangan apakah signifikan atau tidak, dengan memperhatikan nilai signifikansi (Sig 2-tailed) sebesar 0,000 nilainya kurang dari 0,05. maka kesimpulannya ada perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

Ho : Tidak ada perbedaan nilai tes antara sebelum dan setelah penyuluhan.

Ha : Ada perbedaan nilai tes antara sebelum dan setelah pelatihan.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$: maka Ho ditolak dan Ha diterima. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik untuk tingkat signifikansi $0,05 : 2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dan dengan derajat kebebasan (df) $n-1$.

BAB IV

SUSUNAN TIM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

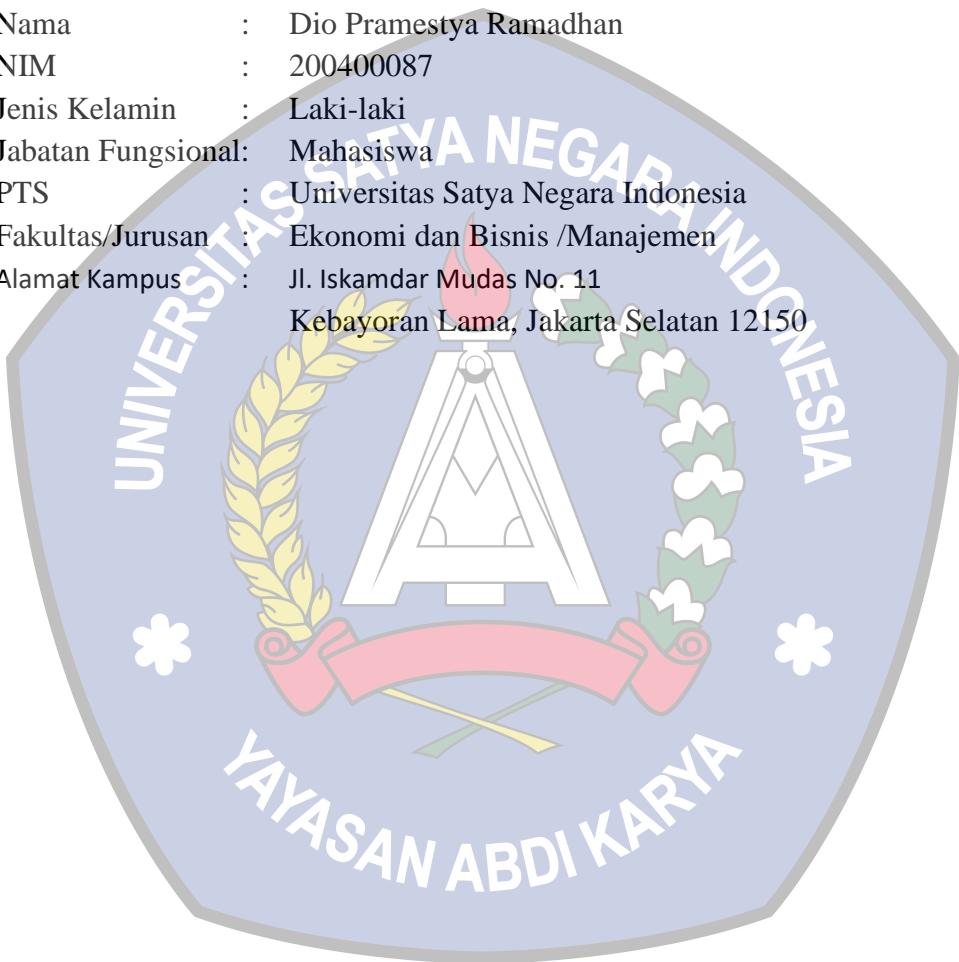
1. Judul Pengabdian : “Penyuluhan Etika Bisnis Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM) di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan”.
2. Bidang Ilmu : Manajemen
3. Ketua Proyek :
- a. Nama : Dr. Guston Sitorus, SE.MM.
 - b. NIK/NIDN : 05.U03.05.90.00010/0302086502
 - c. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - d. Pangkat/Golongan : Penata/IV-B
 - e. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - f. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - g. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
 - h. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - i. Alamat Rumah : Jl. Kerja Bakti III No.11 RT008/002 Makasar, Jakarta Timur.
4. A. Anggota-1
- a. Nama : Dr. Arifin Siagian, SE. MM.
 - b. NIK/NIDN : NIDN ; 0323016901b.
 - c. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - d. c. Pangkat/Golongan : Lektor/IIID
 - e. d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - f. e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - g. f. Fakultas/Jurusan : Pasca Sarjana/Manajemen
 - h. g. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - i. h. Alamat Rumah : Gretta Residence GR 31 No 42, Pdk Aren, Tang Sel
- B. Anggota-2:
- a. Nama : Dr. Roby Wijaya, S.Kom. MM.
 - b. NIK/NIDN : 0318088002
 - c. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - d. Pangkat/Golongan : Asisten Ahli / IIIA
 - e. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - f. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - g. Fakultas/Jurusan : Pasca Sarjana/Manajemen
 - h. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - i. Alamat Rumah : Jl. Kepa Listrik No.50C, RT007/RW004, Duri Kepa Kebon Jeruk – Jakarta Barat (11510)

C. Anggota-3:

- a. Nama : Devira Angraini
- b. NIM : 200400054
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Jabatan Fungsional: Mahasiswa
- e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
- f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Manajemen/Manajemen
- h. Alamat Kampus : Jl. Iskandar Mudas No. 11
Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12150

D. Anggota-4:

- a. Nama : Dio Pramesty Ramadhan
- b. NIM : 200400087
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki
- d. Jabatan Fungsional: Mahasiswa
- e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
- f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis /Manajemen
- g. Alamat Kampus : Jl. Iskandar Mudas No. 11
Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12150



BAB V

BIAYA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. Sumber Dana:

- a. Anggaran USNI : Rp. 6.500.000,-
- b. Pribadi Tim : Rp. 3.500.000,- +

JUMLAH

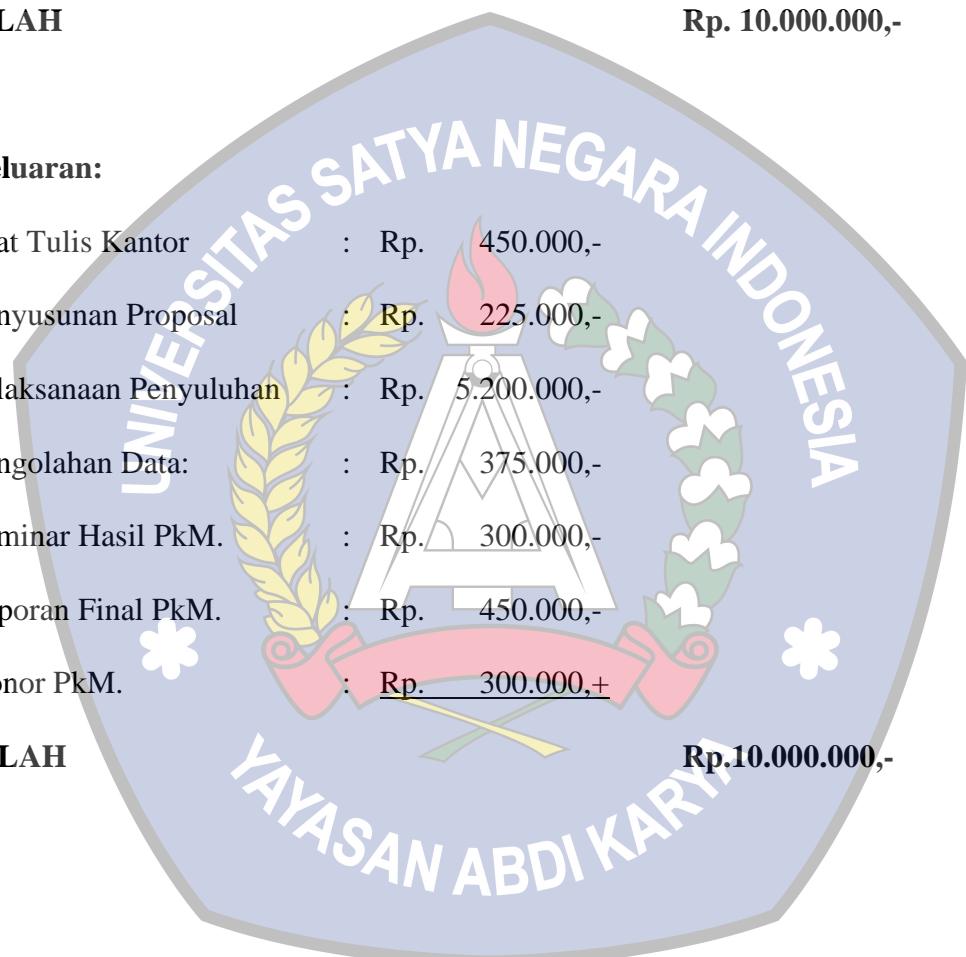
Rp. 10.000.000,-

2. Pengeluaran:

- a. Alat Tulis Kantor : Rp. 450.000,-
- b. Penyusunan Proposal : Rp. 225.000,-
- c. Pelaksanaan Penyuluhan : Rp. 5.200.000,-
- d. Pengolahan Data: : Rp. 375.000,-
- e. Seminar Hasil PkM. : Rp. 300.000,-
- f. Laporan Final PkM. : Rp. 450.000,-
- g. Honor PkM. : Rp. 300.000,- +

JUMLAH

Rp.10.000.000,-



BAB VI

HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. Pelaksanaan Penyuluhan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan topik “Penyuluhan Etika Bisnis Dalam Usaha Mikro, Kecil dan, Menengah (UMKM)” bagi pedagang kecil di Lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan berjalan lancar sesuai yang direncanakan. Penyuluhan ini diikuti 20 pedagang kecil yang pada umumnya adalah pedagang tradisional, yaitu warung makan, warung sayur-mayur, kelontong kecil, warung rokok dan minuman, warung kebutuhan sehari-hari, dan sebagainya.

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dalam hal ini penyuluhan Etika Bisnis UMKM disambut antusias dari masyarakat, pedagang kecil, dan juga pejabat setempat atau Ketua Rukun Tetangga. Mereka merasa bangga mendapat ilmu dan pengetahuan serta pengalaman dari para nara sumber Dosen Tetap Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI, kelak nanti pedagang kecil ini akan lebih mampu mengelola usahanya untuk lebih maju di masa yang akan datang, tentunya kesempatan ini sangat mereka manfaatkan semaksimal mungkin, mereka akan konsentrasi mengikuti setiap sesi yang disajikan.

Setiap penyuluhan diawali dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti penyuluhan ini (pre test). Agar hasil kuesioner objektif atau maksimal maka masing-masing nara sumber memberikan penjelasan tentang materi kuesioner yang dibagikan, sehingga jawaban dari masing-masing peserta objektif.

Selama mengikuti penyuluhan mereka sangat senang dan mengikutinya dengan tekun mulai dari awal hingga selesai dari sesi yang satu ke sesi lainnya dari hari pertama hingga hari terakhir mereka semua berpartisipasi aktif, Di setiap penyuluhan diadakan diskusi dan tanya-jawab hampir semua peserta terlibat dan mengajukan berbagai pertanyaan.

Sebagai akhir dari penyuluhan kepada peserta dibagikan lagi kuesioner yang sama dengan kuesioner yang telah dibagikan pada awal penyuluhan. Tujuannya adalah untuk mengetahui perkembangan kemampuan para peserta tentang pengelolaan usaha kecil dan menengah.

6.2. Profil Peserta Penyuluhan

Gambaran umum mengenai peserta yang menjadi subyek dalam penyuluhan ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini adalah para pedagang kecil di lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan sebanyak 20 orang. Deskripsi peserta responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, lamanya usaha, dan hasil penjualan.

a. Karakteristik Peserta Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin secara umum dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Dalam suatu bidang kerja jenis kelamin seringkali dapat menjadi pembeda aktivitas yang dilakukan oleh individu. Data mengenai peserta berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada di bawah ini.

Tabel 6.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	0	0%
2.	Perempuan	20	80%
Total		20	100,00%

Sumber: Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hampir seluruh pesertanya adalah Perempuan, artinya bahwa kegiatan UMKM lebih banyak digeluti para ibu rumah tangga untuk membantu penghasilan keluarga sebagai tambahan dari penghasilan kepala keluarga atau suami. Maka untuk itu perlu dilakukan penyuluhan untuk meningkatkan kemampuan para pedagang kecil dalam meningkatkan penjualannya antara lain melakukan pelatihan Etika Bisnis UMKM.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia dalam keterkaitannya dengan perilaku individu di lokasi kerja biasanya adalah sebagai gambaran akan pengalaman dan tanggungjawab individu. Data mengenai peserta berdasarkan usia dapat dilihat pada di bawah ini.

Tabel 6.2
Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	2	10%
1	21-30 Tahun	6	30%
2	31-40 Tahun	8	40%
3	> 40 Tahun	4	20%
Total		20	100,00%

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa usia responden di bawah 20 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau 10%, diikuti dengan usia responden 21 - 30 tahun sebanyak 6 orang atau 30%, diikuti dengan usia responden 31–40 tahun sebanyak 8 orang atau 40%, dan di atas 40 tahun sebanyak 4 orang atau 20%. Jika dilihat dari segi usia bahwa pedagang kecil ini lebih banyak yang berumur 31-40 tahun, artinya generasi yang berada pada koridor ini memiliki kekutan fisik yang prima, untuk itu perlu didukung keahlian dan keterampilan, antara lain memberikan penyuluhan Etika Bisnis UMKM. Sehingga diharapkan para pedagang ini memiliki keahlian dan kemampuan yang mumpuni untuk menerapkan etika bisnis dalam menjalankan bisnisnya.

c. Karakteristik Peserta Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan sering kali dipandang sebagai satu kondisi yang mencerminkan kemampuan seseorang mengelola usahanya terutama dalam menghitung dan/atau merencanakan usahanya termasuk pengeluaran dan penerimaannya. Penyajian data peserta berdasarkan pendidikan adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 6.3
Status Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD atau sederjat	0	0,00%
SMP atau sederjat	6	30%
SMA atau sederjat	14	70%
S1 atau sederjat	0	0%
Total	15	100,00%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta untuk pendidikan SD atau sederajat sebanyak 0 orang (0,00%), pendidikan SMP atau sederajat sebanyak 6 orang atau 30%, untuk pendidikan SMA atau sederajat sebanyak 14 orang atau 70%, dan kelompok peserta yang berpendidikan S1 atau sederajat sebanyak 0 orang (0,00%). Data pendidikan ini menunjukkan bahwa pedagang kecil pada umumnya berpendidikan menengah atau SMA sampai 70%, dan pendidikan SMP sebanyak 37%, artinya dilihat dari pendidikan formalnya bisa dikatakan mereka belum pernah mendapat materi di sekolah mengenai etika bisnis, untuk itu dalam rangka mengembangkan usahanya peserta tersebut perlu diberikan penyuluhan Etika Bisnis terutama dalam bisnis UMKM.

d. Besarnya Hasil Penjualan Per Hari

Hasil penjualan merupakan hal yang paling penting diperhatikan dalam melihat perkembangan sebuah usaha, hal ini menunjukkan kemampuan seseorang mengelola usahanya terutama dalam menjamin kelangsungan hidup suatu usaha. Penyajian data peserta berdasarkan hasil penjualan adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 6.4
Hasil Penjualan Per Hari

Pendidikan	Jumlah	Persentase
0 – Rp. 499.000,-	4	20%
Rp.500.000 – Rp. 999.000	14	70%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	1	5%
Lebih Besar Rp. 2.000.000	0	0,00%
Total	20	100,00%

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta dengan hasil penjualan di bawah Rp.499.000,- per hari sebanyak 4 orang (20%), hasil penjualan Rp. 500.00 sd Rp.999.000,- per hari sebanyak 14 orang (70%), dan dengan hasil penjualan Rp. 1.000.000 sd Rp. 2.000.000,- sebanyak 1 orang (5%), sedangkan dengan hasil penjualan di atas Rp. 2.000.000,- belum ada. Data ini menunjukkan bahwa para pedagang kecil ini masih tergolong pengusaha mikro yang hasil penjualannya rata-rata

penjualan berada di antara Rp.500.000,- sd Rp.999.000, atau hasil penjualan ini belum memberikan hasil yang maksimal, artinya kemampuan mereka dalam mengelola bisnis masih belum memuaskan, maka untuk itu perlu diberikan penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM untuk meningkatkan hasil penjualannya.

e. Lamanya Usaha Berdiri

Lamanya sebuah usaha berdiri atau umur sebuah usaha merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan untuk melihat perkembangan suatu dari waktu ke waktu yang hubungannya dengan prestasi yang sudah dicapai. Penyajian data peserta berdasarkan lama (umur) usaha adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 6.5

Usia Usaha

Pendidikan	Jumlah	Presentase
0 – 3 Tahun	4	20%
3 Tahun sd 4,9 Tahun	8	40%
5 Tahun sd 9,9 Tahun	6	30%
Lebih dari 10 Tahun	2	10%
Total	20	100,00%

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta didasarkan lamanya usaha atau usia usaha, yaitu yang paling banyak berada pada 3 – 4,9 tahun sebanyak 8 pedagang atau 40%, artinya kalau dilihat dari sisi usia usaha ini di bandingkan dengan hasil penjualan per hari sangat tidak signifikan sehingga perlu penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM.

6.3. Kemampuan Awal dan Akhir Penyuluhan Etika Bisnis UMKM

a. Kemampuan Awal Penyuluhan Etika Bisnis UMKM

TABEL 6.6
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SEBELUM
PENYULUHAN ETIKA BISNIS UMKM

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Bisnis	1	1	4	9	5
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami manfaat Etika Bisnis	1	2	1	9	7
3.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Produksi	1	1	1	12	5
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Produksi	1	1	1	12	5
5.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Penetapan Harga	1	1	5	10	3
6.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Penetapan Harga	1	1	2	14	2
7.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Distribusi	1	1	1	12	5
8.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Distribusi	1	1	1	10	7
9.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Promosi	1	1	2	9	7
10	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Promosi	1	1	1	12	5
	JUMLAH	10	11	19	109	51
	PERSENTASI	5,0%	5,5%	9,5%	54,5%	25,5%

Sumber: Data Diolah 2023

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan para pedagang kecil dalam memahami etika bisnis sebelum penyuluhan dapat dikatakan pada tingkat kurang memahami (D) 54,5%, diikuti sangat kurang memahami (E)

25,5%, cukup memahami (C) 9,5%, memahami (B) 5,5%, dan sangat memhami (A) 5,0%

Jadi dapat disimpulkan bahwa para pedagang kecil ini sebelum mengikuti penyuluhan berada pada tingkat kurang memahami Etika Bisnis UMKM. Untuk itu perlu dilakukan penyuluhan Etika Bisnis UMKM.

b. Kemampuan Akhir Penyuluhan Etika Bisnis UMKM

TABEL 6.7
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SESUDAH
PENYULUHAN ETIKA BISNIS UMKM

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Bisnis	2	16	2	0	0
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami manfaat Etika Bisnis	2	15	3	0	0
3.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Produksi	1	16	3	0	0
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Produksi	2	16	2	0	0
5.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Penetapan Harga	2	15	3	0	0
6.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Penetapan Harga	1	16	3	0	0
7.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Distribusi	2	12	6	0	0
8.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Distribusi	3	12	5	0	0
9.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Promosi	3	14	3	0	0
10	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Promosi	3	14	3	0	0
	JUMLAH	21	146	33	0	0
	PERSENTASI	10,5%	73,0%	16,5%	0%	0%

Sumber: Data Diolah 2023

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan pedagang kecil dalam memahami Etika Bisnis sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan pada umumnya berada pada tingkat memahami (B) 73%, sangat memahami (A) 10,5%, cukup memahami (C) 16,5%, dan tidak ada lagi peserta yang berada pada tingkat kurang memhami 0,00% dan sangkat kurang memahami 0,00%

Jadi dapat dikatakan penyuluhan Etika Bisnis UMUKM ini berhasil meningkatkan kemampuan para peserta menjadi lebih baik menerapkan Etika bisnis dalam ushanya.

6.4. Keberhasilan Penyuluhan Etika Bisnis UMUKM

TABEL 6.8
KEBERHASILAN PENYULUHAN
MEMAHAMI ETIKA BISNIS UMKM

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	5,0%	10,5%	+10,0%
2.	B=Memahami	5,5%	73,0%	+67,5%
3.	C=Cukup Memahami	9,5%	16,5%	+7,0%
4.	D=Kurang Memahami	54,5%	0,0%	-54,5%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	25,5%	0,0%	-25,5%

Sumber: Data Diolah 2023

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil dalam di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, sesudah mengikuti penyuluhan Etika Bisnis UMUKM meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahamii (A) naik sebesar +10,0%, memahami (B) naik sebesar +67,5%, cukup memahami (C) turun +7,5%, sedangkan kurang memahami (D) turun -54,5%, dan sangat kurang memahami (E) turun -25,5%. Artinya pelaksanaan

penyuluhan Etika Bisnis UMUKM BERHASIL meningkatkan kemampuan pedagang kecil di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan dalam memahami Etika Bisnis Dalam UMKM.

6.5. Uji Perbandingan Dua Rata-Rata (*Paired Samples Test*)

a. Paired Samples Statistics

TABEL 6.9.
PAIRED SAMPLES STATISTICS

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 SEBELUM	21.9500	20	5.78996	1.29468
SESUDAH	39.5500	20	3.92663	.87802

Sumber: Output SPSS 26,00

Dari tabel di atas dapat dijelaskan tentang statistik data dari sampel berpasangan-pasangan, yaitu kemampuan rata-rata sebelum mengikuti penyuluhan adalah sebesar 21,9500 sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan meningkat 39,5500, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam memahami Etika Bisnis Dalam UMKM sebesar 17,6000,-

b. Paired Samples Correlations

TABEL 6.10.

PAIRED SAMPLES CORRELATIONS

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 SEBELUM & SESUDAH	20	0.818	.03

Sumber:Output SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi sebesar 0,818 artinya terdapat hubungan yang kuat antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan, sedangkan nilai signifikansinya $0,03 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan Etika Bisnis UMKM.

c. Paired Samples Test

TABEL 6.11.

PAIRED SAMPLES TEST

Pair1	Paired Differences				95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)			
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Lower	Upper							
SEBELUM SESUDAH	17.600	7.95646	1.7791	-21.3237	-13.8762	-9,893	19	.000				

Sumber: Output SPSS 26

Tabel di atas dapat menjelaskan tentang hasil uji sampel berpasangan (*Paired samples T Test*), diketahui nilai signifikansi (Sig 2-tailed) sebesar 0,000 nilainya kurang dari 0,05, maka kesimpulannya Ho Ditolak dan Ha Diterima, artinya terdapat perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan. Jadi dapat disimpulkan terdapat perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan Etika Bisnis UMKM

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

1. Kemampuan pengusaha kecil dan menengah dalam mengelola usahanya sebelum mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat **kurang memahami (D)**, **dan sesudah** mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat **memahami (B)**.
2. Terdapat perbedaan kemampuan rata-rata peserta penyuluhan sebelum dan sesudah penyuluhan. Sebelum mengikuti penyuluhan adalah rata-rata kemampuan peserta sebesar 21,9500 sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan meningkat 39,5500, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam memahami Etika Bisnis UMKM sebesar 17.6000-
3. Terdapat hubungan yang cukup kuat ($r=0,818$) antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan, dengan nilai signifikansi $0,03 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.
4. Pelaksanaan PkM dengan topik "Penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM di RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan" dapat dikatakan **BERHASIL MENINGKATKAN KEMAMPUAN PEDAGANG KECIL DALAM MEMAHAMI ETIKA BISNIS UMKM.**

7.2. Saran

1. Penyuluhan seperti ini sebaiknya dapat dilakukan secara berkesinambungan dengan tingkat pelaksanaan yang lebih berkualitas dan daerah jangkauan penyuluhan yang semakin luas, atau dengan topik-topik yang berbeda.
2. Penyuluhan seperti ini sebaiknya dapat diikuti atau melibatkan lebih banyak dosen dengan berbagai aspek ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya atau bahkan berkolaborasi dengan berbagai dosen dari prodi lain atau kampus lain.
3. Hasil Pelaksanaan Penyuluhan ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat berbagai kebijakan baik di instansi pemerintah dan di USNI.
4. Hasil Pelaksanaan Penyuluhan ini dapat digunakan sebagai bahan karya ilmiah di Jurnal Abdimas,

DAFTAR PUSTAKA

- Arijanto, Agus (2011). Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ermawan Erni R., (2007). Businnes Ethics, Bandung: Alfabeta, Edisi ke satu.
- Bartens, K. (2000). Pengantar Etika Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Decker, B., (1991), Seni Berkommunikasi, Binarupa Aksara.
- Hutabarat, H.E.P, 1997, Etiket, Pedoman Praktis Untuk Membawa Diri dalam Pergaulan Antar Bangsa, PT BPK Gunung Mulia, Jakarta.
- John Robert Powers 1994, Program Public Relations, Personal Development Schools, Jakarta.
- Kansil, C.S.T., dan Kansil, C.S.T., 1997, Pokok-Pokok Etika Profesi Hukum, PT Pradnya Paramita, Jakarta.
- Kawengian, E.M.H., (1996), Etika Bisnis, Handout, Politeknik Negeri Manado.
- Ketut Rinjin, (2004). Etika Bisnis dan Implementasinya, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Kleinsteuber, A., 1997, Seri Etiket, Table Manners (Etiket Makan), PT Primamedia Pustaka, Jakarta.
- Manuel Velasques, G. (2002), Business Ethics: Concepts and Cases, Prentice Hall.
- Radito Bambang dan Melia Famiola ; 2007; Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Rekayasa Sains Bandung, Edisi Pertama.
- Website: www.ekon.go.id. Twitter, Instagram, Facebook, TikTok, & YouTube: @PerekonomianRI, Email: humas@ekon.go.id.
- LinkedIn: Coordinating Ministry for Economic Affairs of the Republic of Indonesia.

LAMPIRAN 1: SURAT TUGAS DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Arteri Pondok Indah No. 11, Jakarta Selatan 12240
Telp. (021) 739 8393 (Hunting), Fax. (021) 720 0352
website <http://www.usni.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor: 466A/D-EKO/IX/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	GL.Hery Prasetya,SE.,MM.,CPHCEP.,CPMP.,CODP.,CBOA.,CLMA
NIK	:	05.U03.08.15.00143
Pangkat/Gol.	:	Lektor /III D
Jabatan	:	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia

Dengan ini menugaskan nama-nama tersebut di bawah ini sebagai berikut:

No.	NAMA	PANGKAT AKADEMIK	MATERI PENYULUHAN
1.	Dr. Guston Sitorus, SE, MM. (Ketua Tim)	Lektor Kepala	Etika Manajemen Pemasaran
2.	Dr. Arifin Siagian, SE, MM. (Anggota Tim)	Lektor Kepala	Etika Manajemen Keuangan
3.	Dr. Roby Wijaya, SKom, MM. (Anggota Tim)	-	Etika MSDM
4.	Devira Anggraini (Anggota Tim)	Mahasiswa	Pelaksana
5.	Dio Pramesty Ramadhan (Anggota Tim)	Mahasiswa	Pelaksana

Sebagai Dosen Tetap dan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI untuk melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan Topik "**PENYULUHAN ETIKA BISNIS USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN**". Surat Tugas ini berlaku sejak 20 September 2023 sampai dengan 22 Desember 2023.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.



Tembusan Yth.:

1. Rektor USNI (sebagai laporan)
2. Wakil Rektor I, II, III
3. Ketua LPPM

LAMPIRAN 2:

**DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN
“PEGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UMKM”
DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA,
KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN
DESEMBER 2023**

NO	NAMA	JENIS USAHA	TANDA TANGAN
1	Rizky oktavia	Es Jus Varian Rasa	[Signature]
2	Nurfanny	Warkop & Aneka Es Dll	[Signature]
3	Dewi Tri Anjani	Macam-Macam Cake	[Signature]
4	Rumlah	Nasi Uduk	[Signature]
5	Wanthy Anggraeni	Soto Ayam Ceker	[Signature]
6	Hartini	Ketupat sayur	[Signature]
7	Nur wahyuni	Membuat Kripik	[Signature]
8	Irwati	Jualan Makanan dan Minuman	[Signature]
9	Suoarmi	Warung	[Signature]
10	Sri Cuplatiningsih	Catering, Kue, dan mi gumen	[Signature]
11	Linah	Puding Kelapa	[Signature]
12	Ella Wijayanti	Es Telor, es cunmpur, dan Mie Ayam	[Signature]
13	Sri Rahayu	Jualan Minuman es Sahet	[Signature]
14	Sri Wahyuni	Minuman Es	[Signature]
15	Diana Watfi	Jualan Pulsa	[Signature]
16	Alfiah	Jualan The Poci	[Signature]
17	Ita Rosita	Jualan Kue dsan Puding	[Signature]
18	Musiani	Warung Soto	[Signature]
19.	Suratmi	Warung Makanan Anak	[Signature]
20.	Nani Nasifah	Jualan Gorengan	[Signature]



LAMPIRAN 3: SURAT KETERANGAN DARI KETUA RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sumihartini
 Alamat : Jl Rambai 2 Gg Jaman Rt02/02 No. 29
 Ketua RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama,
 Jakarta Selatan.
 Jabatan : Ketua RT002/02 Kelurahan Kebayoran Lama Utara, Kecamatan
 Kebayoran Lama, Jakarta Selatan

Dengan ini menugaskan nama-nama tersebut di bawah ini sebagai berikut:

No.	NAMA	PANGKAT AKADEMIK	MATERI PENYULUHAN
1.	Dr. Guston Sitorus, SE, MM. (Ketua Tim)	Lektor Kepala	Etika Manajemen Pemasaran
2.	Dr. Arifin Siagian, SE, MM. (Anggota Tim)	Lektor Kepala	Etika Manajemen Keuangan
3.	Dr. Roby Wijaya, SKom, MM. (Anggota Tim)	-	Etika MSDM
4.	Devira Anggraini (Anggota Tim)	Mahasiswa	Pelaksana
5.	Dio Pramesty Ramadhan (Anggota Tim)	Mahasiswa	Pelaksana

Telah melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan Topik **"PENYULUHAN ETIKA BISNIS USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN"**. sejak bulan Oktober sampai dengan Desember 2023.

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, Desember 2023



LAMPIRAN 4: SERTIFIKAT DARI DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DAN KETUA RT002/02 KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN



SERTIFIKAT *



Memberikan penghargaan kepada:

DR. GUSTON SITORUS, SE, MM.

Atas partisipasinya pada

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT:

"**PENYULUHAN ETIKA BISNIS USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)
DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN CANA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN**"

Sebagai

NARA SUMBER

Jakarta , 22 Desember 2023

Ketua RT002/02



GL. Hery Prasewa, SE, MM.

NINA



Dekan FEB USNI

Sumihartini





LAMPIRAN 5: JAWABAN RESPONDEN SEBELUM PENYULUHAN

NO	NAMA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JLH
1	Rizky oktavia	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	21
2	Nurfanny	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	14
3	Dewi Tri Anjani	4	4	4	4	3	2	1	1	4	3	30
4	Rumlah	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
5	Wanthy Anggraeni	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	14
6	Hartini	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	26
7	Nur wahyuni	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	24
8	Irwati	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	23
9	Suoarmi	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	25
10	Sri Cupiatiningsih	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	28
11	Linah	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	16
12	Ella Wijayanti	1	2	1	2	3	2	1	2	1	1	16
13	Sri Rahayu	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	24
14	Sri Wahyuni	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	22
15	Diana Wati	2	1	2	2	3	1	2	2	1	2	18
16	Alfiah	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
17	Ita Rosita	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	22
18	Musiani	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	19
19.	Suratmi	2	2	1	3	3	2	3	2	2	1	21
20.	Nani Nasifah	2	1	2	2	3	1	2	2	1	2	18

Sumber: Data Diolah 2023

LAMPIRAN 6: JAWABAN RESPONDEN SESUDAH PENYULUHAN

NO	NAMA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JLH
1	Rizky oktavia	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
2	Nurfanny	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
3	Dewi Tri Anjani	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	Rumlah	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	36
5	Wanthy Anggraeni	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
6	Hartini	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
7	Nur wahyuni	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	Irwati	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	Suoarmi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	Sri Cupiatiningsih	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
11	Linah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	Ella Wijayanti	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
13	Sri Rahayu	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
14	Sri Wahyuni	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
15	Diana Watih	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	Alfiah	5	4	4	5	5	5	2	5	5	5	44
17	Ita Rosita	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
18	Musiani	5	4	4	5	5	4	2	5	5	5	44
19.	Suratmi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20.	Nani Nasifah	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42

Sumber: Data Diolah 2023



LAMPIRAN 7:

**REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SEBELUM
PENYULUHAN ETIKA BISNIS UMKM**

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Bisnis	1	1	4	9	5
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami manfaat Etika Bisnis	1	2	1	9	7
3.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Produksi	1	1	1	12	5
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Produksi	1	1	1	12	5
5.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Penetapan Harga	1	1	5	10	3
6.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Penetapan Harga	1	1	2	14	2
7.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Distribusi	1	1	1	12	5
8.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Distribusi	1	1	1	10	7
9.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Promosi	1	1	2	9	7
10	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Promosi	1	1	1	12	5
	JUMLAH	10	11	19	109	51
	PERSENTASI	5,0%	5,5%	9,5%	54,5%	25,5%

Sumber: Data Diolah 2023

LAMPIRAN 8:

**REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SESUDAH
PENYULUHAN ETIKA BISNIS UMKM**

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Bisnis	2	16	2	0	0
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami manfaat Etika Bisnis	2	15	3	0	0
3.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Produksi	1	16	3	0	0
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Produksi	2	16	2	0	0
5.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Penetapan Harga	2	15	3	0	0
6.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Penetapan Harga	1	16	3	0	0
7.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Distribusi	2	12	6	0	0
8.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Distribusi	3	12	5	0	0
9.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Promosi	3	14	3	0	0
10	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Promosi	3	14	3	0	0
	JUMLAH	21	146	33	0	0
	PERSENTASI	10,5%	73,0%	16,5%	0%	0%

Sumber: Data Diolah 2023

**LAMPIRAN 9: Jadwal Penyuluhan Etika Bisnis UMKM Di Lingkungan RT002/02
Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan**

LAMPIRAN 10:

FOTO IDENTITAS PESERTA DAN JENIS USAHA, PELAKSANAAN PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN.

NO.	IDENTITAS PEDAGANG	FOTO PEDAGANG DAN USAHANYA
1.		<p>Nama: Sumihartini Alamat: Jl. Baru 2 Gg Jaman Rt02/02 No. 29 Ketua RT002/002, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.</p>
1.	 <p>Nama : Rizky oktavia Alamat : Jln. Baru II rt002/002 No.46, keb lama utara jaksel Jenis usaha : Es jus Varian Rasa</p>	
2.	 <p>Nama : Nurfanny Alamat : Jl.Baru II RT 002/002 No.14 Jenis usaha : Warkop & Aneka Es Dll.</p>	

3.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174055512870015</p> <p>Nama : DEWI TRI ANJANI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 15-12-1987 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : O Alamat : RT/RW 004/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>JAKARTA SELATAN 13-11-2017</p> <p><i>Dewi</i></p>	
4.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3214125009810003</p> <p>Nama : RUMLAH Tempat/Tgl Lahir : SURABAYA, 10-09-1981 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : AB Alamat : Jl. Baru II RT/RW : 004/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: CERAI HIDUP Pekerjaan : MENURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>JAKARTA SELATAN 08-04-2017</p>	
5.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3172035307880005</p> <p>Nama : WANTRI ANGGRAENI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 13-02-1988 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : O Alamat : Jl. Baru II RT/RW : 005/006 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>JAKARTA SELATAN 04-05-2017</p> <p><i>Wantri</i></p>	

	<p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174054404670013</p> <p>Nama : HARTINI Tempat/Tgl Lahir : MAGETAN, 04-04-1987 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : JL.BARU II RT/RW : 004 / 002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 04-04-2017</p>  <p>Nama : Hartini Alamat : jln baru 2 Rt 04/rw 02 no.51 Jenis usaha ; Ketupat sayur</p>	
7.	<p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3312064405810003</p> <p>Nama : NUR WAHYUNI Tempat/Tgl Lahir : SUKOHARJO, 04-05-1983 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : B Alamat : KOMPLEK SESKOAL JL LAUT MALUKU NO. 56 RT/RW : 003 / 001 Kel/Desa : CIPULIR Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SELMUR HIDUP</p>  <p>Nama : Nur wahyuni Alamat : Komplek seskoal jl lau Maluku RT 03/011 no 56 Cipulir Kebayoran lama Jenis usaha : bikin kripik</p>	
8.	<p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174055802840001</p> <p>Nama : IRWATI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 18-02-1984 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : B Alamat : KEBAYORAN LAMA UTARA RT/RW : 007/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SELMUR HIDUP</p>  <p>Nama : IRWATI Alamat : JL.baru no29 RT007 RW02 Jenis usaha; minuman sachet & kopi matang No hp : 081294786388</p>	
9.	<p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174054712820012</p> <p>Nama : SUPARMI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 07-12-1982 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : KEBAYORAN LAMA UTARA RT/RW : 007 / 002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 07-12-2017</p>  <p>Nama : Suparmi Alamat : Jl.Kp duku rt07/02 keb lama utara Jenis usaha : warung No hp : 081284246717</p>	

10.	 <p>Nama : Sri Cupiatiningsih Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 21-06-1967 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : AB Alamat : CIPULIR.V RT/RW : 007 / 008 Kel/Desa : CIPULIR Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : WIRASWASTA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 21-06-2016</p>	
11.	 <p>Nama : LINAH Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 25-12-1977 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : Alamat : KEBON MANGGA RT/RW : 012 / 002 Kel/Desa : CIPULIR Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 25-12-2012</p>	
12.	 <p>Nama : ELLA WIJAYANTI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 01-08-1980 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : Alamat : KP.DUKU RT/RW : 006 / 002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 01-09-2017</p>	
13.	 <p>Nama : SRI RAHAYU Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 15-12-1975 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : O Alamat : KOMP. LAN 1 JL. GALUH IV NO. E 5 RT/RW : 001 / 012 Kel/Desa : PISANGAN Kecamatan : CIPUTAT TIMUR Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 15-12-2017</p>	

14.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174056703770006 Nama : SRI WAHYUNI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : Alamat : GG.SARIMULU NO.34 RT/RW : 001/007 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: BELUM KAWIN Pekerjaan : WIRASWASTA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p>	 <p>Nama : Sri Wahyuni Alamat: Gg. Sampai ini 34. Rt001/007. Keb. Lama Utara Jakarta Selatan Usaha : Minuman Es</p>
15.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174056303800008 Nama : DIANA WATI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 23-03-1980 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : Alamat : GG. SAIRI RT/RW : 003 / 008 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 23/3/2017</p>	 <p>MELAYANI PEMBELIAN : TRANSFER UANG, PULSA, QUOTA INTERNET, TOKEN LISTRIK, VOUCHER, KARTU PERDANA, AKSESORIES & LAIN-LAIN</p> <p>Nama : Musiani Alamat: Gg. Saiki, RT003/08, . Keb. Lama Utara Jaksel. Usaha : Counter Pulsa</p>
16.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174055905760005 Nama : ALFIAH Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 19-05-1976 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : Alamat : JL.ARTERI RT/RW : 004/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN</p>	 <p>Nama : Alfiah Alamat : jl.arteri rt004/02 no.64 Jenis usaha : teh poci No hp : 08889999850</p>
17.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174055506830009 Nama : ITA ROSITA Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 15-08-1983 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : Alamat : GG.JAMAN RT/RW : 004/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p>	 <p>Nama : Ita rosita Alamat : Gg.jaman Jenis usaha :kue dan pudding No hp :085771575756</p>

18.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174056010700008</p> <p>Nama : MUSIANI Tempat/Tgl Lahir : LAMONGAN, 20-10-1970 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol.Darah : B+ Alamat : JL. CIPULIR V RT/RW : 007 - 008 Kel/Desa : CIPULIR Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 20-10-2017</p>	 <p>Nama : Musiani Alamat : Jalan cipulir v No 47 Rt 007 Rw 08 Jenis usaha : warung soto No hp : 082213904900</p>
19.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174055709850003</p> <p>Nama : SURATMI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 17-09-1985 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol.Darah : Alamat : KOMP KODAM RT/RW : 006/08 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA SELATAN Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p>	 <p>Nama : suratmi Alamat : jl cendrawasih 2 komp Kodam tn kusir Jenis usaha : warung makanan anak No hp : 089684912762</p>
20.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174055004720002</p> <p>Nama : NANI NASIFAH Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 10-04-1972 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol.Darah : Alamat : KP. DUKU RT/RW : 006/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p>	 <p>Nama ; Nani Nasifah Alamat : kp dukuh rt006 rw02 Kebayoran Lama No hp: 085813651965</p>

LAMPIRAN 11: FOTO-FOTO PELAKSANAAN PENYULUHAN













