

LAPORAN HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



**“PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM
DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA,
KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN”**

OLEH:

- 1. DR. SUBAGIYO, SE.MM. (KETUA TIM)**
- 2. LUCY NANCY, SE. MM. (ANGGOTA)**
- 3. LILIS ROHAYATI, SE.MM. (ANGGOTA)**
- 4. DEVIRA ANGRAUNU (ANGGOTA)**
- 5. DIO PRAMESTYA RAMADHAN (ANGGOTA)**

SEMESTER GANJIL 2023/2024

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JANUARI 2024**

HALAMAN IDENTITAS DAN PEGESAHAN KEGIATAN P2M

1. **Judul** : "Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing 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. Subagiyo, SE. MM.
- b. NIK/NIDN : 0321107003
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki
- d. Pangkat/Golongan : Penata Muda/III-B
- e. Jabatan Fungsional : Lektor
- 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 : Bumi Angrek, Blok S, NO. 232, RT/RW 005/007, Desa Karang Satria, Kec. Tambun Utara, Bekasi
5. **Lokasi Kegiatan PkM** : Lingkungan RT002/02, Kebyoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.
6. **Tempat Pelaksanaan** : Kampus USNI
7. **Waktu Kegiatan** : September 2023 s/d Januari 2024
8. **Biaya yang diperlukan** : Rp. 10.000.000,-
- a. **Anggaran USNI** : Rp. 6.500.000,-
- b. **Pribadi Tim** : Rp. 3.500.000,- +
- Jumlah** : Rp. 10.000.000,-



Mengetahui,
Dekan FEB-USNI
(G.L. Hery Prasetya, SE, MM.)
NIK: 05.U03.08.13.00143



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

Jakarta, Januari 2024

Ketua Proyek PkM,

(Dr. Subagiyo, SE,MM.)

NIK: 0321107003

RINGKASAN

Pendahuluan

Adanya perdagangan menciptakan persaingan global menuntut semua pelaku bisnis harus berbenah termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia merupakan tulang punggung perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, penyumbang kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto, dan usaha yang Tangguh dan paling cepat pulih dalam keadaan krisis.

Oleh karena itu UMKM dipacu untuk bangkit dan bergerak lebih cepat sehingga mampu dan semakin banyak masuk ke pasar global. Sehingga pemerintah melakukan berbagai terobosan yang dapat meningkatkan kemampuan bersaing para pelaku UMKM, misalnya meningkatkan akses pembiayaan melalui Ultra Mikro sampai Menengah, Pembiayaan melalui KUR, Pendanaan melalui APBN, Pembiayaan Syariah, dan sebagainya.

Di samping itu juga pendampingan kepada pelaku UMKM juga sangat perlu dalam meningkatkan berbagai kompetensi dalam mengelola UMKM, menciptakan produk baru dan produk diperbarui, meningkatkan kualitas produk yang sudah ada, membuat produk baru dari bahan baku kearifan local. Pemerintah juga mengajak berbagai institusi atau Lembaga pemerintah atau swasta untuk memberikan pendampingan kepada para pelaku UMKM, termasuk Perguruan Tinggi.

Pedagang kecil di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada umumnya belum memahami bagaimana membangun keunggulan bersaing dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini. Universitas Satya Negera Indonesia (USNI) sebagai salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Provinsi DKI ikut bertanggungjawab dalam meningkatkan kemampuan para pedagang kecil atau UMKM dalam mengelola usahanya. Keterlibatan USNI dalam pendampingan pengelolaan UMKM yaitu melalui pelaksanaan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), yaitu melaksanakan "Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing di Lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan".

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 Membangun Keunggulan Bersaing di Lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan**".

Luaran Penyuluhan

Luaran penyuluhan diharapkan akan dapat meningkatkan kemampuan para pedagang kecil memahami Keunggulan Bersaing UMKM, yang meliputi memahami seluk-beluk UMKM, memahami kepuasan pelanggan, memahami keunggulan bersaing, memahami strategi bersaing, dan memahami bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan.

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 Keunggulan Bersaing UMKM. Pelaksanaan PkM dengan topik "Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan" dapat dikatakan berhasil meningkatkan kemampuan pedagang kecil dalam memahami Keunggulan Bersaing 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 proposal 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 MEMBANGUN KEUNGGULAN STRATEGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RW002/02, KEBAYORN 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 RW002/02, 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. Subagiyo, 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 Sistuisi	1
1.2. Permasalahan Mitra	4
BAB II. SOLUSI DAN TARGET LUARAN		
2.1. Solusi Permasalahan	5
2.2. Luaran Pemnyuluhan	9
2.3. Pengukuran Luaran	9
BAB III. METODOLOGI PENYULUHAN		
3.1. Tempat dan Waktu	12
3.2. Inventarisasi Peserta	12
3.3. Metodologi Penyuluhan	12
3.4. Pelaksanaan Penyuluhan	13
3.5. Analisis Data	13
3.6. Uji Hipotesis	14
BAB VI. SUSUNAN TIM PKM	15
BAB V. BIAYA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT		
5.1. Sumber Dana	17
5.2. Pengeluaran	15

BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN		
6.1. Pelaksanaan Penyuluhan	18
6.2. Profil Peserta Penyuluhan	19
6.3. Kemampuan Awal dan Akhir Penyuluhan	23
6.4. Keberhasilan Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM	25
6.5. Uji Perbandingan Dua Rata-rata (<i>Paired Samples Test</i>)	26
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN		
7.1. Kesimpulan	28
7.2. Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	28

DAFTAR TABEL

TABEL 6.1	: JENIS KELAMIN RESPONDEN	19
TABEL 6.2	: USIA RESPONDEN	20
TABEL 6.3	: STATUS PENDIDIKAN	20
TABEL 6.4	: HASIL PENJUALAN PER HARI	21
TABEL 6.5	: USIA USAHA	22
TABEL 6.6	: REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM	23
TABEL 6.7	: REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM	24
TABEL 6.8.	: KEBERHASILAN PENYULUHAN	25
TABEL 6.9.	: <i>PAIRED SAMPLES STATISTICS</i>	26
TABEL 6.10.:	<i>PAIRED SAMPLES CORRELATIONS</i>	26
TABEL 6.11.:	<i>PAIRED SAMPLES TEST</i>	27

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 :	SURAT TUGAS DEKAN FAKULTS EKONOMI DAN BISNIS TENTANG PELAKSANAAN PkM	30
LAMPIRAN 2 :	DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN PkM	31
LAMPIRAN 3 :	SURAT KETERANGAN DARI KETUA RT002/02 KEB. LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN	32
LAMPIRAN 4 :	SERTIFIKAT DARI DEKAN FEB USNI DAN KETUA RT002/02 KEB. LAMA UTARA	33
LAMPIRAN 5 :	DATA KASAR JAWABAN SEBELUM PENYULUHAN	37
LAMPIRAN 6 :	DATA KASAR JAWABAN SESUDAH PENYULUHAN	38
LAMPIRAN 7 :	REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN UMKM	39
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

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional utamanya dalam penciptaan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat. UMKM merupakan salah satu mesin penggerak roda pertumbuhan perekonomian Indonesia. Tahun 2022 adalah tahun kebangkitan bagi UMKM, sebagai salah satu pilar ekonomi negeri ini. Berdasar data UKMINDONESIA.ID refleksi 2022 dan outlook 2023, kemenkop UKM mengungkapkan pencapaian dan rencana untuk pelaku UMKM. Pada tahun 2022 Indonesia memiliki lebih dari 64 juta unit usaha UMKM yang tersebar di seluruh pelosok tanah air dan terus mengalami peningkatan pada periode tahun 2023. Saat ini, UMKM sedang dalam tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Tren positif ini akan berdampak baik bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Nasional adalah sebesar 61% dan 16,65% pada pendapatan ekspor nasional. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian. 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.

Dalam menciptakan produk baru dan persaingan produk dengan produk lainnya harus bisa mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang luar biasa. Dalam hal ini dengan meningkatkan kualitasnya, memperbaharui bentuknya, atau mempercantik kemasan produknya. Strategi inovasi merupakan suatu cara untuk mengatasi persaingan usaha, tidak ada salahnya bila segera mencobanya untuk meningkatkan daya saing. Persaingan yang terjadi di antara pelaku usaha memberikan konsumen keuntungan berupa penawaran harga yang lebih murah dan semakin banyaknya alternatif pilihan barang atau jasa yang ditawarkan. Alternatif pilihan ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk dapat memilih barang atau jasa sejenis yang mempunyai kualitas terbaik dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan barang atau jasa sejenis lainnya. Bagaimanapun dunia dalam situasi dan kondisi yang semakin mengglobal dituntut adanya “keunggulan kompetitif” untuk dapat bersaing dalam perdagangan Internasional.

Menurut Marrus dalam Umar (2001:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Menurut Wheelen (2000), manajemen strategis adalah serangkaian keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan manajerial yang mengarah kepada penyusunan strategi-strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu tentang Strategi Kesiapan UMKM Bogor dalam Menghadapi Persaingan Global (Faizah dan Suib, 2017) globalisasi ekonomi merupakan proses kegiatan ekonomi secara global yang melibatkan negara-negara di seluruh dunia. Salah satu dampak yang terjadi yakni adanya perdagangan bebas. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu berkembang sampai ke pasar global bukan hanya di skala nasional saja. Berdampak pula pada omzet mereka, jika konsumen dari luar negeri tertarik membeli produk pelaku UMKM, pendapatan akan meningkat, sehingga biaya hidup semakin baik. Bagi negara pun, mengajak pelaku UMKM bersaing di pasar global akan berakibat pada perekonomian negara yang meningkat. Terutama penyerapan tenaga kerja pun akan semakin banyak serta devisa negara juga meningkat. Dengan demikian, mengajak pelaku UMKM bersaing di pasar global adalah sesuatu yang baik dan tetap harus didukung.

Peningkatan kreatifitas pelaku UMKM adalah suatu keniscayaan untuk dapat bersaing di pasar global. Harus banyak inovasi-inovasi produk baru yang dihasilkan oleh UMKM yang belum pernah dipasarkan. Produk hasil ciptaan pelaku UMKM harus menarik dan memikat pasar dunia. Baik dalam bentuk kerajinan, produk kain, kuliner nusantara, kopi unggulan maupun karya kreatif lainnya. Dengan adanya sebuah inovasi akan mengundang daya tarik konsumennya. Sesuatu yang baru adalah magnet bagi konsumen untuk membeli sebuah produk. Oleh karena itu, pelaku UMKM diharapkan kreatif dalam menghasilkan sebuah produk demi menyetarakan dengan produk global. Tentunya, persaingan global lebih sulit dibandingkan persaingan tingkat nasional. Produk global tentunya menawarkan produk yang berkualitas dan menarik perhatian konsumen. Maka, UMKM di Indonesia harus dapat berpikir untuk mengalahkan kualitas produk global, atau setidaknya dapat kualitas produk yang dihasilkan UMKM dapat bersaing seimbang dengan produk global tersebut. Pelaku UMKM harus yakin untuk berkompetisi di pasar global. Hal yang penting untuk diperhatikan agar dapat bersaing di pasar global adalah mengikuti perkembangan terkini, pelaku UMKM harus mampu menggunakan aplikasi secara online untuk memasarkan produknya sampai ke negara lain..

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global, (Kristina Sedyastuti, 2018) bahwa Strategi untuk mengantisipasi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif. Begitu banyak hal penting yang harus diperhatikan UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis global, dan agar mampu memiliki daya saing. Maka perlu dilakukan penyuluhan kepada para pelaku UMKM tentang strategi UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis global saat ini.

Pedagang kecil di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada umumnya belum memahami pentingnya Menyusun strategi dalam menghadapi persaingan bisnis. 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 kemampuan mereka memahami pentingnya strategi bersaing dalam menghadapi pesaing sekaligus mempertahankan eksistensi usahanya. Dosen Tetap dan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI akan melaksanakan penyuluhan dengan topik **“PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING 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 bagaimana Membangun Keunggulan Bersaing, yang meliputi belum memahami seluk-beluk UMKM, belum memahami kepuasan pelanggan, belum memahami keunggulan bersaing, belum memahami strategi bersaing, dan belum memahami bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan.

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 Seluk Beluk UMKM, Kepuasan Pelanggan, Keunggulan Bersaing, Strategi Bersaing, dan Loyalitas Pelanggan UMKM.

1. Pengertian UMKM

Menurut Tambunan (2013: 2) UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan pengertian UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah 13 merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang. Definisi UMKM menurut Kementrian Koperasi dan UMKM dalam Aufar (2014: 8) Usaha Kecil (UK), termasuk usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak

Rp.200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s.d. Rp.10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

2. Kepuasan Pelanggan

Menurut **Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007)**, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut **Tjiptono (2012)**, kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Maka secara singkat arti kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan.

Karena semakin baik kualitas produk atau jasa ini akan berperan penting untuk menarik konsumen yang berpeluang berkemungkinan besar pelanggan akan percaya dengan membutuhkan perusahaan (Loyalitas). Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan hingga saat ini telah menjadi bagian integral dalam visi, misi, tujuan, positioning statement, dan berbagai hal lainnya dalam sebuah Perusahaan.

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi tak luput dengan pembaruan produk terbaru (*up to date*) untuk melengkapi kebutuhan para pelanggan. Meskipun dalam bisnis ada istilah "*Raja adalah yang utama*" tapi tidak sepenuhnya seperti itu, dengan kata ini bagaimana usaha kita memuaskan kebutuhan konsumen. Dan konsumen juga memberikan keuntungan bagi Perusahaan. pada kita. Sebagaimana saling menguntungkan dalam kedua belah pihak tak ada yang dirugikan. Perusahaan harus menjaga dan meningkatkan fungsi produk yang dibutuhkan saat ini seiring majunya perkembangan zaman. Salah satunya membuat inovasi produk baru dan membangun secara bertahap untuk meningkatkan kualitas produk dengan mengembangkan berbagai manfaat yang dibutuhkan. Sebab dari itu, perusahaan ikut serta berinovasi menjadi lebih baik dengan menawarkan produk dengan menekan biaya tanpa mengurangi kualitas, karena semakin majunya perkembangan semakin besar daya saing bisnis.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Hal terpenting yang wajib diperhatikan setiap perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah mutu dari produk yang digunakan. Beberapa macam faktor-faktor yang dinilai sebagai konsumen untuk tetap bertahan pada salah satu perusahaan, diantaranya:

a. Pelayanan

Pelayanan merupakan pilar utama yang bersifat jasa yang bertujuan memelihara hubungan baik dan meningkatkan hubungan antara produsen dan pelanggan. Ada hal yang tak kalah penting dalam pelayanan yaitu untuk mendengarkan berbagai keluhan atau masukan pelanggan supaya memberi jalan keluar yang tertuju dan produk semakin baik dan diminati para pelanggan.

b. Kualitas Produk

Setelah menampung masukan yang terbaik, kualitas produk sangat penting, karena kualitas produk merupakan representasi (*ekspektasi*) konsumen dengan apa yang produsen buat. Beberapa hal agar kualitas produk dipercaya dengan memperhatikan kesesuaian yang dibutuhkan, rentan waktu daya tahan produk yang harus diperhatikan, kelebihan produk yang telah dibuat, dan keandalan suatu produk pembuatan akan mempengaruhi minat konsumen. Dari sinilah kepercayaan (*loyalitas*) datang untuk tetap membeli produk produsen yang dibuat.

c. Harga

Patokan harga menjadi sangat penting di setiap bisnis, karena setiap harga yang ditawarkan perusahaan pada konsumen merupakan tolak ukur produk itu sendiri. Harga akan berpengaruh terhadap permintaan produk pasar. Sebab itu pilihlah harga sebagaimana tingkat bahan baku, alat yang digunakan dan skill kesulitan menjadikan tolak ukur menjadi nilai harga produk.

d. Promosi dan Strategi Pemasaran yang Tepat

Promosi merupakan bagaimana kita memberi informasi untuk menawarkan, meningkatkan penjualan lebih tinggi dari biasanya dan menciptakan loyalitas suatu produk kepada konsumen. Kegiatan ini berfungsi untuk mempengaruhi konsumen menggunakan jasa atau produk yang akan konsumen merasa puas dengan produk tersebut.

3. Keunggulan Bersaing

Menurut Michael E. Porter (2014) keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar melaksanakan strategi generik dalam praktik. Semua bagian yang ada di dalam organisasi, baik yang berupa sumber daya maupun aktivitas dapat

menjadi keunggulan bersaing melalui tiga alternatif strategi: cost leadership, differentiation, atau focus. Porter memberikan sebuah perspektif baru dan praktis tentang strategi bersaing dengan memperlihatkan bagaimana semua aktivitas dasar dan aktivitas pendukung ini dapat dipadukan sehingga membentuk sinergi yang pada gilirannya akan mendapatkan keunggulan bersaing.

Dengan menggunakan analisis rantai nilai ini, manajemen dapat melakukan aktivitas seperti Memahami perilaku biaya, Mengidentifikasi apa yang menciptakan nilai bagi pembeli, Memilih strategi teknologi yang mencerminkan signifikansi teknologi, perusahaan untuk keunggulan bersaing, dan Memanajemen hubungan strategik antar unit usaha yang ada dan sebagainya

Tujuan keunggulan bersaing

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2001) terdapat lima tujuan keunggulan bersaing, sebagai berikut:

1) Membentuk suatu positioning yang tepat

Perusahaan berusaha untuk menunjukkan suatu image atau citra tersendiri mengenai perusahaan kepada pelanggan atau pasar sasaran.

2) Mempertahankan pelanggan/ loyalitas

Pelanggan yang setia bagaikan kekayaan untuk masa depan, yang jika dikelola dengan baik akan memberikan aliran pemasukan seumur hidup yang baik kepada perusahaan.

3) Mendapatkan pangsa pasar baru

Perusahaan berusaha untuk mendapatkan dan memperluas pangsa pasar dengan menggunakan strategi bersaing mereka masing- masing untuk meraih pasar seluas-luasnya.

4) Memaksimalkan penjualan

Proses untuk memaksimalkan laba atau keuntungan tergantung dari efektivitas strategi bersaingnya, selain itu juga tergantung pada seluruh sistem yang ada dalam perusahaan serta unit-unit fungsional lainnya.

5) Menciptakan kinerja bisnis yang efektif

Perusahaan harus menciptakan kinerja bisnis yang efektif, agar bisnis mereka dapat dikelola secara strategis.

4. Strategi Bersaing

Menurut Michael E. Porter (2014), strategi adalah alat untuk mencapai suatu keunggulan bersaing. Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Selain itu, strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan, biasanya untuk lima tahun ke depan, dan karenanya berorientasi ke masa yang akan datang. Selanjutnya Porter mengatakan strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi.

Menurut Porter juga strategi generik melibatkan rute fundamental berbeda untuk keunggulan kompetitif, menggabungkan pilihan tentang jenis keunggulan kompetitif ditelusuri dengan lingkup sasaran strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif.

a. Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*)

Kepemimpinan biaya mungkin merupakan bagian yang paling jelas dari tiga strategi generik. di dalamnya, sebuah perusahaan menetapkan untuk menjadi produsen berbiaya rendah di industrinya. perusahaan memiliki cakupan yang luas dan melayani banyak segmen industri, dan bahkan dapat beroperasi di industri terkait. Kepemimpinan biaya harus mencapai paritas atau kedekatan dalam basis diferensiasi relatif terhadap pesaingnya untuk menjadi pemain di atas rata-rata, meskipun hal itu bergantung pada kepemimpinan biaya untuk keunggulan kompetitif.

b. Diferensiasi (*Differentiation Strategy*)

Strategi generik kedua adalah diferensiasi. dalam strategi diferensiasi, perusahaan berusaha untuk menjadi unik dalam industri bersama beberapa dimensi yang luas dihargai oleh pembeli. itu memilih satu atau lebih atribut yang banyak pembeli di industri anggap sebagai penting, dan unik memposisikan diri untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Itu dihargai untuk keunikannya dengan harga premium. Perusahaan yang dapat mencapai dan mempertahankan diferensiasi akan menjadi pemain di atas rata-rata dalam industrinya jika premium harganya melebihi biaya tambahan yang dikeluarkan untuk menjadi unik.

c. Fokus (*Focus Strategy*)

Strategi generik ketiga adalah fokus. Strategi ini sangat berbeda dari yang lain karena terletak pada pilihan lingkup kompetitif sempit dalam suatu industri. focuser memilih segmen atau kelompok segmen dalam industri dan penjahit strategi untuk melayani mereka dengan mengesampingkan orang lain. Focuser suatu mengambil keuntungan dari

suboptimisasi di kedua arah oleh pesaing luas bertarget. pesaing mungkin berkinerja buruk dalam memenuhi kebutuhan dari segmen tertentu, yang membuka kemungkinan untuk diferensiasi fokus.

5. Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2007), loyalitas cenderung lebih dekat dengan perilaku (behavior) bukan sikap (attitude), dengan demikian jika seorang pelanggan telah membeli dua atau tiga kali produk yang sama maka otomatis telah dimasukkan sebagai pelanggan yang loyal. Sedangkan Menurut Berry (2005), loyalitas pelanggan adalah sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu perilaku pelanggan yang melakukan pembelian barang atau jasa yang sama di toko yang sama secara konsisten.

Menciptakan Loyalitas Pelanggan

Sudah banyak bisnis UMKM yang telah menerapkan loyalitas pelanggan sebagai strateginya dengan berbagai cara antara lain:

- a. Membuat Program Keanggotaan, yaitu Menciptakan loyalitas pelanggan ini paling banyak diterapkan di supermarket atau toko waralaba, yang membuat program keanggotaan kepada pelanggan dengan cara membuat kartu anggota, yang dapat digunakan untuk mendapat potongan harga pada saat berbelanja ulang.
- b. Mengumpulkan Poin, yaitu menciptakan loyalitas pelanggan dengan mengajak pelanggannya untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan pembelian. Poin yang dikumpulkan lalu ditukar dengan hadiah khusus atau rewards menarik berupa potongan harga.
- c. Memberikan Hadiah atau Voucher, yaitu menciptakan loyalitas pelanggan dengan memberikan hadiah atau souvenir kepada pelanggan. Hadiahnya bisa berupa produk sampel atau barang gratis apabila menyelesaikan transaksi dengan nominal tertentu. Selain hadiah, mereka juga memberikan voucher belanja yang bisa digunakan untuk pembelian berikutnya.
- d. Mengadakan Tantangan Berbelanja, yaitu menciptakan loyalitas pelanggan dengan cara pelanggan diberi tantangan berbelanja di website sebagai syarat untuk mendapatkan rewards

keanggotaan. Rewards yang diberikan bisa berupa gratis atau voucher gratis setiap hari untuk kategori barang tertentu.

Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

- 1) Tingkatkan Kualitas Produk, Pelanggan akan semakin puas karena mereka merasakan produk yang berkualitas, dan kepuasan yang semakin meningkat ini akan membuat pelanggan semakin loyal.
- 2) Tingkatkan Kenyamanan Konsumen saat Berbelanja
Banyak hal bisa dilakukan dalam meningkatkan kenyamanan pelanggan, antara lain toko daring memberikan layanan pengiriman tercepat atau gratis ongkir sesuai nominal pembelian yang telah ditetapkan.
- 3) Prioritaskan Layanan Pelanggan
Menciptakan pelayan yang mampu melayani pelanggan secara total, terutama apabila mereka menghadapi masalah, dengan cepat pelayan memberikan pelayanan prima.
- 4) Buat Program Rewards yang Menarik
Perusahaan membuat program rewards yang menarik supaya pelanggan makin antusias. misalnya memberikan rewards bagi merek yang beruntung.
- 5) Adakan Program Referral
Pelanggan yang setia dan puas pasti merekomendasikan kepada orang lain. Anda dapat memanfaatkan kondisi ini untuk menghadirkan program referral dalam bisnis, misalnya memberikan diskon kepada pelanggan baru yang mendapat rekomendasi dari pelanggan lama Anda.
- 6) Berkolaborasi dengan Bisnis atau Figur Publik
Berkolaborasi dengan bisnis atau Perusahaan lain bisa menjadi salah satu cara efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, misalnya dengan menghadirkan produk baru yang lebih special, figur publik seperti seniman, ilustrator, atau selebritas bisa diajak bekerja sama untuk membuat souvenir yang bisa dihadiahkan kepada pelanggan.
- 7) Berikan Pluxee eVoucher
Perusahaan bisa memberikan voucher belanja sebagai bentuk terima kasih atas kesetiaan mereka. Voucher belanja tersebut bisa berupa Pluxee eVoucher yang bisa digunakan di seluruh Indonesia.

BAB III

METODOLOGI PENYULUHAN

3.1. Tempat dan Waktu

Pelaksanaan Penyuluhan Etika Bisns 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. Inventarisasi 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 berkesinambungan antara USNI dengan pengusaha kecil dan menengah, artinya USNI dalam hal ini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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 Membangun Keunggulan Bersaing UMKM, yang terdiri dari Pemahaman Kepuasan Pelanggan, Pemahaman Keunggulan Bersaing, Pemahaman Strategi Bersaing, dan Pemahaman Loyalitas Pelanggan.

c. Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini kepada peserta dibagikan kembali kuesioner yang sama pada tahap awal, tujuannya adalah untuk mengetahui 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 mendiskripsikan 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 hipotesisi 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 berpasangan, 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 Membangun Keunggulan Bersaing 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. Subagiyo, SE. MM.
 - b. NIK/NIDN : 0321107003
 - c. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - d. Pangkat/Golongan : Penata Muda/III-B
 - e. Jabatan Fungsional : Lektor
 - 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 : Bumi Anggrek, Blok S, NO. 232, RT/RW 005/007, Desa Karang Satria, Kec. Tambun Utara, Bekasi
4. A. Anggota-1 :
 - a. Nama : Lucy Nancy, SE.MM.
 - b. NIK/NIDN : 05.U03.09.96.00025/0301126302
 - c. Jenis Kelamin : Perempuan
 - d. Pangkat/Golongan : Penata Muda/III-C
 - e. Jabatan Fungsional : Lektor
 - f. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - g. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
 - h. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
- B. Anggota-2:
 - a. Nama : Lilis Rohayati, SE. MM.
 - b. NIK/NIDN : 031911004
 - c. Jenis Kelamin : Perempuan
 - d. Pangkat/Golongan : Penata Muda/ IIIA
 - e. Jabatan Fungsional : -
 - f. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - g. Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 - h. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - i. Alamat Rumah : Jl. Komp Kodam Tanah Kusir JI Cendrawasuh No 1C. RT 003/08 Kebayoran lama Jakarta Selatan

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 Pramestya 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	: <u>Rp. 3.500.000,-</u> +	
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.	: <u>Rp. 300.000,-</u> +	
JUMLAH		Rp.10.000.000,-

BAB VI

HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. Pelaksanaan Penyuluhan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan topik “Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing 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 Membangun Keunggulan Bersaing 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 2023

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 pengasilan 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 penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing 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 kekuatan fisik yang prima, untuk itu perlu didukung keahlian dan keterampilan, antara lain memberikan penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing 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 seringkali 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 ini.

Tabel 6.3
Status Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD atau sederajat	0	0,00%
SMP atau sederajat	6	30%
SMA atau sederajat	14	70%
S1 atau sederajat	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 Membangun Keunggulan Bersaing UMKM untuk meningkatkan hasil penjualannya.

e. Lamanya Usaha Berdiri

Lamanya sebuah usaha berdiri atau umur sebuah usaha merupakan salah satu factor 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 Membangun Keunggulan Bersaing UMKM.

6.3. Kemampuan Awal dan Akhir Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM

a. Kemampuan Awal Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM

TABEL 6.6
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SEBELUM
PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda Mengerti dengan UMKM	1	2	5	7	5
2.	Apakah Anda Mengerti dengan Kepuasan Pelanggan	1	2	2	8	7
3.	Apakah Anda Mengerti keunggulan Bersaing	1	1	2	12	4
4.	Apakah Anda Mengerti dengan Strategi Bersaing	1	1	3	10	5
5.	Apakah Anda Mengerti dengan Pelanggan yang Loyal	1	2	3	11	3
	JUMLAH	5	8	15	48	24
	PERSENTASI	5%	8%	15%	48%	24%

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) 48%, diikuti sangat kurang memahami (E) 24%, cukup memahami (C) 15%, memahami (B) 8%, dan sangat memahami (A) 5%

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

**b. Kemampuan Akhir Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing
UMKM**

TABEL 6.7
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SESUDAH
PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda Mengerti dengan UMKM	3	14	3	0	0
2.	Apakah Anda Mengerti dengan Kepuasan Pelanggan	3	13	4	0	0
3.	Apakah Anda Mengerti keunggulan Bersaing	2	15	3	0	0
4.	Apakah Anda Mengerti dengan Strategi Bersaing	3	13	4	0	0
5.	Apakah Anda Mengerti dengan Pelanggan yang Loyal	3	14	3	0	0
	JUMLAH	14	69	17	0	0
	PERSENTASI	14%	69%	17%	0%	0%

Sumber: Data Diolah 2023

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan pedagang kecil dalam memahami Keunggulan Bersaing sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan pada umumnya berada pada tingkat memahami (B) 69%, cukup memahami (C) 17%, sangat memahami (A) 14%, dan tidak ada lagi peserta yang berada pada tingkat kurang memahami (D) 0,00% dan sangat kurang memahami (E) 0,00%

Jadi dapat dikatakan penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM ini berhasil meningkatkan kemampuan para peserta menjadi lebih baik menerapkan Etika bisnis dalam usahanya.

6.4. Keberhasilan Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM

TABEL 6.8
KEBERHASILAN PENYULUHAN
MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	5%	9%	+4%
2.	B=Memahami	8%	69%	+61%
3.	C=Cukup Memahami	15%	17%	+2%
4.	D=Kurang Memahami	48%	0%	-48%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	24%	0%	-24%

Sumber: Data Diolah Penulis 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 Membangun Keunggulan Bersaing UMKM meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahamii (A) naik sebesar +4%, memahami (B) naik sebesar +61%, cukup memahami (C) turun +2%, sedangkan kurang memahami (D) turun -48%, dan sangat kurang memahami (E) turun -24%. Artinya pelaksanaan penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM BERHASIL meningkatkan kemampuan pedagang kecil di Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan dalam memahami Keunggulan Bersaing 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	9.8500	20	0,98809	1.29468
SESUDAH	20.7000	20	1.34164	.87802

Sumber: Output SPSS 26,00

Dari tabel di atas dapat dijelaskan tentang statistik data dari sampel berpasangan, yaitu kemampuan rata-rata sebelum mengikuti penyuluhan adalah sebesar 9,8500 sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan meningkat 20.7000, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam memahami Membangun Keunggulan Bersaing UMKM sebesar 10.8500,-

b. Paired Samples Correlations

TABEL 6.10.

PAIRED SAMPLES CORRELATIONS

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 SEBELUM & SESUDAH	20	0.816	.017

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 $0,017 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM.

c. Paired Samples Test

TABEL 6.11.
PAIRED SAMPLES TEST

Pair1	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
SEBELUM SESUDAH	10.850	1.63111	0,36473	-11.6133	-10.0866	-29.75	19	.000

Sumber: Output SPSS 22,00

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 Membangun Keunggulan Bersaing 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) Keunggulan Bersaing UMKM dan sesudah** mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat **memahami (B) Keunggulan Bersaing UMKM**
2. Terdapat perbedaan kemampuan rata-rata peserta penyuluhan sebelum dan sesudah penyuluhan. Sebelum mengikuti penyuluhan adalah rata-rata kemampuan peserta sebesar 9.8500 sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan meningkat 20.7000, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam memahami Keunggulan Bersaing UMKM sebesar 10.8500-
3. Terdapat hubungan yang cukup kuat ($r=0,816$) antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan, dengan nilai signifikansi $0,017 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.
4. Pelaksanaan PkM dengan topik "Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM di RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan" dapat dikatakan **BERHASIL MENINGKATKAN KEMAMPUAN PEDAGANG KECIL DALAM MEMAHAMI KEUNGGULAN BERSAING 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

- Amin, Hudin Ris Nur, Edy Yulianto, dan Yusri Abdillah. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei pada pelanggan bengkel AHAS 0347 Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 17. No.1.
- Fandy Tjiptono, 2000, Strategi Pemasaran, ANDI Offset, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2003, Hand Book MM UNDIP: Marketing Audit dan Analisis, BP UNDIP, Semarang.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan 161 Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Jazuli, Ahmad dan Sukirman. 2017. “Strategi Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Penerimaan Teknologi Informasi dan Pengolahan Manajemen (Studi Kasus Pada Pengrajin Tenun Ikat Troso Jepara)”. Fakultas Teknik. Universitas Maria Kudus. ISBN :978-602-1180-50-1.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3* Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Kotler, Philip dan Keller. K. Lane. 2012. *Pemasaran Marketing Edisi 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip dan Armstrong, Garry. 2015. *Menejmen Pemasaran. Jilid 1* jakarta : Penerbit ERlangga.
- Michael E Porter, 2000, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan pesaing*, Terjemahan, Agus Maulana, Liberty, Yogyakarta.
- Manurung, Mona Triorina, Johannes Sugiarto Ph., Bambang Munas D. 2016. “Membangun Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada Industri Kecil Menengah Tenun Ikat di Troso, Jepara”. *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol. 25 No. 2 Juli 2016.
- Porter, Michael E., 2002, *Strategi Bersaing Teknis Menganalisis Industri dan Pesaing*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2005, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rahmasari, Lisda. 2018. “Analisis Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing serta Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan Freight Forwarding”. *Jurnal Saintek Maritim*. Vol. XVIII Nomor 1. September 2018.
- 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: 466C /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. Subagyo, SE. MM. (Ketua Tim)	Lektor	Kegiatan Inti Permasaran
2.	Lucy Nancy, SE. MM. (Anggota Tim)	Lektor	Strategi Pemasaran
3.	Lilis Rohayati, SE. MM. (Anggota Tim)	-	Strategi Bersaing
4.	Devira Anggraini (Anggota Tim)	Mahasiswa	Pelaksana
5.	Dio Pramestya 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 MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING 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.

Jakarta, 20 September 2023
 Dekan,


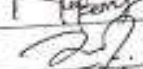
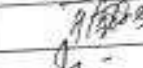
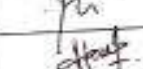
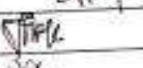



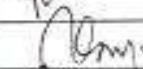
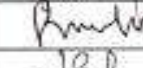
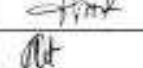

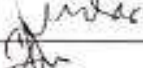
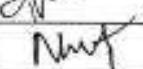






 GL.Hery Prasetya, SE.,MM.,
 CPHCEP.,CPMP.,CODP.,CBOA.,CLMA

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	
2	Nurfanny	Warkop & Aneka Es Dill	
3	Dewi Tri Anjani	Macam-Macam Cake	
4	Rumlah	Nasi Uduk	
5	Wanthi Anggraeni	Soto Ayam Ceker	
6	Hartini	Ketupat sayur	
7	Nur wahyuni	Membuat Kripik	
8	Irwati	Jualan Makanan dan Minuman	
9	Suoarmi	Warung	
10	Sri Cupiatningsih	Catering, Kue, dan minuman	
11	Linah	Puding Kelapa	
12	Ella Wijayanti	Es Tefr, es canmpur, dan Mie Ayam	
13	Sri Rahayu	Jualan Minuman es Sabet	
14	Sri Wahyuni	Minuman Es	
15	Diana Wati	Jualan Pulsa	
16	Alfiah	Jualan The Poci	
17	Ita Rosita	Jualan Kue dsan Puding	
18	Musiani	Warung Soto	
19	Suratmi	Warung Makanan Anak	
20	Nani Nasifah	Jualan Gorengan	



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 RT002/002, 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. Subagiyo, SE. MM. (Ketua Tim)	Lektor	Kegiatan Inti Permasaran
2.	Lucy Nancy, SE. MM. (Anggota Tim)	Lektor	Strategi Pemasaran
3.	Lilis Rohayati, SE. MM. (Anggota Tim)	-	Strategi Bersaing
4.	Devira Anggraini (Anggota Tim)	Mahasiswa	Pelaksana
5.	Dio Pramestya Ramadhan (Anggota Tim)	Mahasiswa	Pelaksana

Telah melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan Topik **“PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING 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. SUBAGIYO, SE. MM.

Atas partisipasinya pada

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT:

"PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN"

Sebagai

NARA SUMBER

Jakarta, 22 Desember 2023

Ketua RT002/02
RT. 002/02 JS
 Kelurahan Kebayoran Lama
 Kecamatan Kebayoran Lama
 Jakarta Selatan 12131
 Sumihartini

UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA
 KARAWANG
 DEKAN FEB USNI
 GL. Hery Prasetya, SE. MM.



SERTIFIKAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Memberikan penghargaan kepada:

LUCY NANCY, SE. MM.

Atas partisipasinya pada

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT:

**"PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGULAN BERSAING USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)
DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN"**

Sebagai

NARA SUMBER

Jakarta 29 Desember 2023

Deban FEB USNI

Dr. Hery Prasetya, SE. MM.





SERTIFIKAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Memberikan penghargaan kepada:

LILIS ROHAYATI, SE. MM.

Atas partisipasinya pada
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT:

**"PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGULAN BERSAING USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)
DI LINGKUNGAN RT002/02, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN"**

Sebagai

NARA SUMBER

Jakarta, ⁹29 Desember 2023

Kotaja RT.002/02
K.L. 002/02/23
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
REKORSAKUM BERKUALITAS LAMA
No. 105.1101
Sumihartini


Dekan FEB USNI
Gl. Hery Prasetya, SE. MM.

LAMPIRAN 5: JAWABAN RESPONDEN SEBELUM PENYULUHAN							
NO	NAMA	1	2	3	4	5	JLH
1	Rizky oktavia	1	1	2	3	2	9
2	Nurfanny	1	1	2	3	2	9
3	Dewi Tri Anjani	1	1	2	2	3	9
4	Rumlah	2	2	3	2	2	11
5	Wanthi Anggraeni	1	1	2	4	2	10
6	Hartini	1	1	3	2	2	9
7	Nur wahyuni	1	2	2	3	2	10
8	Irwati	1	1	2	3	3	10
9	Suoarmi	2	2	2	4	2	12
10	Sri Cupiatiningsih	2	1	3	2	3	11
11	Linah	1	1	2	2	2	8
12	Ella Wijayanti	1	2	2	2	3	10
13	Sri Rahayu	2	1	2	3	2	10
14	Sri Wahyuni	2	2	2	3	2	11
15	Diana Wati	2	1	2	2	3	10
16	Alfiah	1	2	2	2	2	9
17	Ita Rosita	1	2	2	2	2	9
18	Musiani	2	1	2	2	2	9
19.	Suratmi	1	2	2	3	3	11
20.	Nani Nasifah	2	1	2	2	3	10

LAMPIRAN 6: JAWABAN RESPONDEN SESUDAH PENYULUHAN							
NO	NAMA	1	2	3	4	5	JLH
<u>1</u>	<u>Rizky oktavia</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>20</u>
<u>2</u>	<u>Nurfanny</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>18</u>
<u>3</u>	<u>Dewi Tri Anjani</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>20</u>
<u>4</u>	<u>Rumlah</u>	<u>5</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>21</u>
<u>5</u>	<u>Wanthi Anggraeni</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>20</u>
<u>6</u>	<u>Hartini</u>	<u>5</u>	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>18</u>
<u>7</u>	<u>Nur wahyuni</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>22</u>
<u>8</u>	<u>Irwati</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>20</u>
<u>9</u>	<u>Suoarmi</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>21</u>
<u>10</u>	<u>Sri Cupiatiningsih</u>	<u>5</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>21</u>
<u>11</u>	<u>Linah</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>21</u>
<u>12</u>	<u>Ella Wijayanti</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>21</u>
<u>13</u>	<u>Sri Rahayu</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>20</u>
<u>14</u>	<u>Sri Wahyuni</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>21</u>
<u>15</u>	<u>Diana Wati</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>20</u>
<u>16</u>	<u>Alfiah</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>23</u>
<u>17</u>	<u>Ita Rosita</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>22</u>
<u>18</u>	<u>Musiani</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>23</u>
<u>19.</u>	<u>Suratmi</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>20</u>
<u>20.</u>	<u>Nani Nasifah</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>22</u>

LAMPIRAN 7:**REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SEBELUM****PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM**

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda Mengerti dengan UMKM	1	2	5	7	5
2.	Apakah Anda Mengerti dengan Kepuasan Pelanggan	1	2	2	8	7
3.	Apakah Anda Mengerti keunggulan Bersaing	1	1	2	12	4
4.	Apakah Anda Mengerti dengan Strategi Bersaing	1	1	3	10	5
5.	Apakah Anda Mengerti dengan Pelanggan yang Loyal	1	2	3	11	3
	JUMLAH	5	8	15	48	24
	PERSENTASI	5%	8%	15%	48%	24%

Sumber: Data Diolah 2023

LAMPIRAN 8:**REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SESUDAH****PENYULUHAN MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM**




No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda Mengerti dengan UMKM	3	14	3	0	0
2.	Apakah Anda Mengerti dengan Kepuasan Pelanggan	3	13	4	0	0
3.	Apakah Anda Mengerti keunggulan Bersaing	2	15	3	0	0
4.	Apakah Anda Mengerti dengan Strategi Bersaing	3	13	4	0	0
5.	Apakah Anda Mengerti dengan Pelanggan yang Loyal	3	14	3	0	0
	JUMLAH	14	69	17	0	0
	PERSENTASI	14%	69%	17%	0%	0%

Sumber: Data Diolah 2023

**LAMPIRAN 9: Jadwal Penyuluhan Membangun Keunggulan Bersaingb UMKM Di
Lingkungan RT002/02 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama,
Jakarta Selatan**

N O	URAIAN KEGIATAN	BULAN																					
		Septem2 2023				Oktober 2023				Nopember 2023				Desember 2023				Januari 2024					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Penyusunan Proposal	■	■	■	■	■	■																
2	Seminar Proposal dan							■	■														
3	Persiapan Pelaksanaan P2M							■	■	■	■	■	■	■	■								
4	Pelaksanaan P2M							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
5	Pengolahan & Analisis Data									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
6	Penyusunan Laporan															■	■	■	■				
7	Seminar Hasil																				■		
8	Finalisasi Laporan																				■		
9	Penyerahan Laporan																				■		

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</p> <p>Alamat: Jl. Baru 2 Gg Jaman Rt02/02 No. 29</p> <p>Ketua RT002/002, Kebayoran Lama Utara,</p> <p>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 DII.</p>	

<p>3.</p>	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174055512870015 Nama : DEWI TRI ANJANI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 15-12-1987 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : Alamat : J. BARU II RT/RW : 004/002 Kec/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP JAKARTA SELATAN 03-11-2017 <i>Dewi</i></p> <p>Nama : Dewi Tri Anjani Alamat : Jl. Baru II Rt.4 rw.2 no. 28 Jenis Usaha : Macam ' Cak</p>	
<p>4.</p>	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3214125007810003 Nama : RUMLAH Tempat/Tgl Lahir : SURABAYA, 10-09-1981 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : AB Alamat : J. BARU II RT/RW : 004/002 Kec/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : CERAI HIDUP Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP JAKARTA SELATAN 02-05-2021 <i>Rumlah</i></p> <p>Nama :Rumlah Alamat :Jl Baru 2 Rt04/Rw02 no. 16 keb- lama jaksel Jenis Usaha: Nasi Uduk</p>	
<p>5.</p>	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3172035307880005 Nama : WANTHI ANGGRAENI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 13-07-1988 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : O Alamat : J. BARU II RT/RW : 003/002 Kec/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP JAKARTA SELATAN 04-05-2017 <i>Wanthi</i></p> <p>Nama : Wanthi Anggraeni Alamat : Jl. Baru II Jenis usaha : Soto ayam ceker</p>	

 <p> PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174054404670013 Nama : HARTINI Tempat/Tgl Lahir : MAGETAN, 04-04-1967 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : J. 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 JAKARTA SELATAN 02-05-2012 </p>	
<p>7.</p>  <p> PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3312064405810003 Nama : NUR WAHYUNI Tempat/Tgl Lahir : SURABAYA, 04-05-1961 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : B Alamat : KOMPLEK SESKOAL J. LAUT MALUKU NO. 56 RT/RW : 003/011 Kel/Desa : CIPULIR Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SELUMUR HIDUP JAKARTA SELATAN 04-05-2016 </p>	
<p>8.</p>  <p> PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174055602840001 Nama : IRWATI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 18-02-1984 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : B Alamat : KP. DUKU J. BARU II 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 : SELUMUR HIDUP JAKARTA SELATAN 15-06-2023 </p>	
<p>9.</p>  <p> PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174054712620012 Nama : SUPARMI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 07-12-1982 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : KP. DUKU 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 JAKARTA SELATAN 31-08-2012 </p>	

Nama : Hartini
 Alamat : jln baru 2 Rt 04/rw 02 no.51
 Jenis usaha ; Ketupat sayur

Nama : Nur wahyuni
 Alamat : Komplek seskoal jl lau Maluku RT 03/011 no 56 Cipulir Kebayoran lama
 Jenis usaha : bkin kripik

Nama : IRWATI
 Alamat : JL.baru no29 RT007 RWO2
 Jenis usaha: minuman sachet & kopi matang
 No hp : 081294786388

Nama : Suparmi
 Alamat : Jl.Kp duku rt07/02 keb lama utara
 Jenis usaha : warung
 No hp : 081284246717


10.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174056106670007</p> <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> <p>JAKARTA SELATAN 13-01-2012</p>	
11.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174056512770011</p> <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 : MENDURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 25-12-2017</p> <p>JAKARTA SELATAN 31-08-2012</p>	
12.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174054109800007</p> <p>Nama : ELA WIJAYANTI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 01-09-1980 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 : MENDURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 01-09-2017</p> <p>JAKARTA SELATAN 13-01-2012</p>	
13.	 <p>PROVINSI BANTEN KOTA TANGERANG SELATAN NIK : 3674055512750001</p> <p>Nama : SRI RAHAYU Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 15-12-1975 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : O Alamat : KOMP. LAN 1 JL. GALUR 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> <p>KOTA TANGERANG SELATAN 10-08-2012</p>	

Nama : Sri Cupiatiningsih
Alamat : Jln Cipulir V Rt07Rw08 kebayoran lama.
Jenis usaha :catering ayam bakar,kue,aneka minuman

Nama : Linah
Alamat : jln.cipulir II no.13 Rt.11 Rw.04
Jenis usaha : puding kelapa

Nama : Ella Wijayanti
Alamat: kp duku RT 06 RW 02
Usaha : jualan es teler, es campur, dan mie ayam

Nama : Sri Rahayu
Alamat:Komp. Lan 1, RT001/012 Pisangan, Ciputat
Usaha : Minuman Es Sachet

<p>14.</p>	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174056703770006</p> <p>Nama : SRI WAHYUNI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA 27-03-1977 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : GG. SARMI 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>JAKARTA SELATAN 13-05-2016</p>	
<p>15.</p>	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174056303600008</p> <p>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 : 23-03-2017</p> <p>JAKARTA SELATAN 05-02-2012</p>	
<p>16.</p>	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174055905760005</p> <p>Nama : ALFIAH Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 19-05-1976 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : J. ARTERI RT/RW : 004/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN</p>	
<p>17.</p>	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174055506830009</p> <p>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>JAKARTA SELATAN 05-02-2020</p>	

Nama : Sri Wahyuni
Alamat:Gg. Sampai ini 34. Rt001/007. Keb. Lama Utara Jakarta Selatan
Usaha : Minuman Es

Nama : Musiani
Alamat:Gg. Saiki, RT003/08, . Keb. Lama Utara Jaksel.
Usaha : Counter Pulsa

Nama : Alfiah
Alamat : jl.arteri rt004/02 no.64
Jenis usaha : teh poci
No hp : 08889999850

Nama :Ita rosita
Alamat :Gg.jaman
Jenis usaha :kue dan puding
No hp :085771575756

<p>18.</p>	 <p> Nama : Musiani Alamat : Jalan cipulir v No 47 Rt 007 Rw 08 Jenis usaha : warung soto No hp : 082213904900 </p>	
<p>19.</p>	 <p> Nama : suratmi Alamat : jl cendrawasih 2 komp Kodam tn kusir Jenis usaha : warung makanan anak No hp : 089684912762 </p>	
<p>20.</p>	 <p> Nama ; Nani Nasifah Alamat : kp dukuh rt006 rw02 Kebayoran Lama No hp: 085813651965 </p>	

LAMPIRAN 11: FOTO-FOTO PELAKSANAAN PENYULUHAN













