

**LAPORAN HASIL
PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT**



JUDUL PKM:

**STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA
KARANG TARUNA DI DESA GLAGAH**

TIM PENGUSUL

Ketua	: Dr YULIE WAHYUNINGSIH,S.E., M.M
NIDN	0719077802
Anggota	: NINIK MAS'ADAH, SE., M AK
NIDN	0722028701
Anggota	: AJENG AGUSTINA RAHAYU PUTRI
NIM	2001020040
Anggota	: ALDEVIANA IRMANSYAH
NIM	2001020041

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
2021**

HALAMAN PENGESAHAN
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Judul : Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Digital Marketing pada Karang Taruna di Desa Glagah

Nama Mitra Program : Pengelola strategi pemasaran/karang taruna

Ketua Tim PKM :
Nama Lengkap : Dr. Yulie Wahyuningsih,S.E., M.M
NIDN : 0719077802
Jabatan/Golongan : Asisten ahli
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Bidang keahlian : Manajemen keuangan
Email : Yuliew19@gmail.com

Anggota TIM :
Nama Anggota/Prodi : Ninik Mas'adah, SE., M.Ak
Nama Anggota/Prodi : Ajeng Agustina Rahayu Putri
Nama Anggota/Prodi : Aldeviana Irmansyah

Lokasi Kegiatan/Mitra :
Wilayah (Desa/Kecamatan) : Kelurahan glagah
Kabupaten/Kota : Lamongan
Provinsi : Jawa Timur
Jarak PT ke Lokasi Mitra (km) : 7,1 Km

Biaya Total :
1. Internal UM Lamongan :
2. Sumber Lain : Rp. 2.300.000

Lamongan, 17 Maret 2021

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Peneliti

Hendrix Irawan, SE., MM

Dr Yulie Wahyuningsih,S.E., M.M

Ketua LPPM UMLA

Abdul Rokhman, S.Kep., Ns., M.Kep
NIDN. 0720108801

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Program Kemitraan Masyarakat: Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Digital Marketing pada Karang Taruna di Desa Glagah
2. Tim Pelaksana

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu (jam/minggu)
1.	Dr. Yulie Wahyuningsih,S.E., M.M	Ketua	Manajeme	UMLA	2
2.	Ninik Mas'adah, S.E., M.Ak	Anggota	Akuntansi	UMLA	1
3.	Ajeng Agustina Rahayu	Anggota	Akuntansi	UMLA	1
4.	Aldeviana Irmansyah	Anggota	Akuntansi	UMLA	1

3. Objek (khalayak sasaran) Program Kemitraan Masyarakat: pengelola wisata
4. Masa Pelaksanaan

Mulai : Bulan Maret Tahun: 2021

Berakhir : Bulan Mei Tahun: 2021

5. Usulan Biaya UM Lamongan : Rp 0,-
6. Lokasi Program Kemitraan Masyarakat : Desa Glagah, Kec. Glagah, Kab. Lamongan.
7. Mitra yang terlibat (uraikan apa kontribusinya): Pemerintah desa dan karang taruna di Desa Glagah sebagai patner/mitra Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Lamongan.
8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan: Pengetahuan mengenai *digital marketing* oleh masyarakat Desa Glagah yang minim serta kurangnya pengetahuan bagaimana cara membuat strategi dalam upaya meningkatkan pemasaran. Solusinya memberikan sosialisasi atau pelatihan tentang bagaimana kiat-kiat yang tepat untuk diinterpretasikan pada Desa Glagah mengenai strategi pemasaran dengan memaksimalkan kegunaan dari *digital marketing*.
9. Kontribusi mendasar pada khalayak sasaran (uraikan tidak lebih dari 50 kata, tekan kan pada manfaat yang diperoleh)
Meningkatnya pemahaman para anggota karang taruna Desa Glagah mengenai pentingnya strategi yang tepat dalam memasarkan suatu produk yakni dengan menggunakan kemudahan *digital marketing*. Selain itu, memperkuat dasar mereka untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.
10. Rencana luaran berupa jasa, sistem, produk/barang, paten atau luaran lainnya yang ditargetkan laporan akhir dan publikasi jurnal pengabdian masyarakat.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
PRAKATA	vi
RINGKASAN	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
BAB 2 TARGET DAN LUARAN	2
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	3
BAB 4 KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	4
BAB 5 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	5
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6
DAFTAR PUSTAKA	7
LAMPIRAN 1. BIODATA KETUA DAN ANGGOTA	8
LAMPIRAN 2. GAMBAR METODE PELAKSANAAN	11
LAMPIRAN 3. PETA LOKASI	12
LAMPIRAN 4. JUSTIFIKASI ANGGARAN	13
LAMPIRAN 5. DAFTAR HADIR PESERTA	14
LAMPIRAN 6. DOKUMENTASI	15

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Metode Pelaksanaan	3
------------------------------------	---

PRAKATA

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada kami Tim PKM Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Lamongan untuk melaksanakan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) sebagai salah satu penerapan dari Tridharma Perguruan Tinggi. PKM yang dilaksanakan berjudul strategi peningkatan pemasaran melalui digital marketing pada karang taruna di desa glagah . Kegiatan PKM tersebut dapat terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah kami menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Lamongan
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan
3. Lembaga Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Lamongan
4. Berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah membantu terlaksananya kegiatan PKM ini.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini masih belum mencapai target ideal karena keterbatasan waktu dan dana yang tersedia. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, menurut kami perlu kiranya dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat di lain waktu sebagai kelanjutan kegiatan tersebut. Namun demikian, besar harapan kami semoga PKM ini dapat memberikan manfaat. Amien.

Lamongan, 17 Maret 2021

Tim Program Kemitraan Masyarakat

Ketua

Dr. Yulie Wahyuningsih, S.E.,M.M

NIDN 0719077802

RINGKASAN

Marketing atau pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan dalam dunia bisnis. Sejalan dengan berkembangnya teknologi yang ada saat ini, strategi dalam melakukan pemasaran pun juga mulai berubah ke arah yang lebih modern. Jika dulu hanya menggunakan media promosi seperti surat kabar, majalah, radio, ataupun televisi, kini pemasaran sudah dilakukan dengan teknologi internet, atau yang kemudian dikenal dengan istilah *digital marketing*. *Digital marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Manfaat *digital marketing* adalah dapat menghemat biaya promosi, strategi promosi menggunakan media internet memang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Minimnya pengetahuan mengenai *digital marketing* pada masyarakat khususnya di desa, menjadi latar belakang dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengajarkan kepada masyarakat desa agar dapat memfasilitasi adanya *digital marketing* dalam merencanakan strategi pemasaran, sehingga dapat mempermudah serta memperluas bisnis yang telah ada.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Marketing atau pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan dalam dunia bisnis. Sejalan dengan berkembangnya teknologi yang ada saat ini, strategi dalam melakukan pemasaran pun juga mulai berubah ke arah yang lebih modern. Jika dulu hanya menggunakan media promosi seperti surat kabar, majalah, radio, ataupun televisi, kini pemasaran sudah dilakukan dengan teknologi internet, atau yang kemudian dikenal dengan istilah digital marketing.

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet (Shiratina et al., 2020). Menurut Rangkuti, (2005) manfaat digital marketing adalah dapat menghemat biaya promosi, strategi promosi menggunakan media internet memang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Oleh sebab itu yang baru memulai bisnis dan ingin bisnis bisa cepat dikenal banyak orang, sebaiknya pilihlah strategi digital marketing untuk melakukan promosi. Digital marketing tidak hanya dapat membantu pemilik bisnis dalam memeroleh konsumen lebih banyak, namun, dapat pula menghemat anggaran iklan. Pelanggan atau customer merupakan salah satu hal penting dalam suksesnya sebuah bisnis. Oleh sebab itu, membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan tentunya sangat penting, manfaat digital marketing yang berikutnya adalah dapat menjadi sarana penghubung yang baik dengan konsumen.

Karang Taruna Tunas Bhakti merupakan sekelompok pemuda dari Desa Glagah yang sedang mengelola usaha kopi dengan merek Kopi Gunung Betung. Mengingat pemasaran yang diterapkan dalam usaha tersebut masih sangatlah sederhana kami tertarik untuk melakukan kegiatan Pengabdian Masyarakat dan pemberdayaan pada Karang Taruna tersebut. Pada hakekatnya, dengan berhasilnya proses pemberdayaan akan melahirkan generasi-generasi yang bermasyarakat (Nasution, 2007). Berdasarkan pemaparan diatas, maka team Pengabdian Masyarakat tertarik melakukan pelatihan kepada para pemuda anggota karang taruna dengan tema Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Digital Marketing pada Karang Taruna di Desa Glagah

1.2 Permasalahan

Berdasarkan analisis situasi tersebut, permasalahan yang dihadapi oleh karang taruna Desa Glagah adalah:

1. Bagaimana tingkat penguasaan teknologi para pemuda karang taruna dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam memasarkan suatu produk melalui digital marketing?
2. Bagaimana peran digital marketing dalam mengembangkan bisnis karang taruna di desaglagah?

BAB 2

TARGET DAN LUARAN

2.1 Target

Pembentukan pelatihan untuk para anggota karang taruna untuk meningkatkan pemasaran melalui *digital marketing* pengelola untuk menggerakkan potensi masyarakat dan dapat membantu mengembangkan usaha para pengelolaan wirausaha. Pelaksanaan pelatihan bagi para pengelola wirausaha ini merupakan solusi terbaik dalam meningkatkan pengetahuan tentang etika bisnis dan pembuatan laporan keuangan sederhana. Kurang mampunya dan ketidaktahuan masyarakat kelurahan glagah dalam pengelolaan suatu usaha menyebabkan kurang maksimalnya mitra dalam mengelola keuangan usahanya tersebut sehingga keuntungan pengelola wirausaha belum bisa dicapai secara maksimal. Hal tersebut karena kurang mumpunnya SDM mitra dalam menguasai etika bisnis dan pembuatan laporan keuangan sederhana para pengelola wirausaha agar tercapainya perkembangan pengelola wirausaha dapat dicapai sehingga terciptanya kemajuan pada para pengelola wirausaha di kelurahan glagah . Berdasarkan hal tersebut, target yang ingin dicapai dalam PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran melalui digital marketing kepada anggota karang taruna desa glagah .
2. Memberikan sosialisasi tentang pentingnya pemasaran melalui digital marketing
3. Memberikan pelatihan penyusunan laporan pengelolaan pemasaran melalui digital marketing

2.2 Luaran

Berikut merupakan luaran yang akan dicapai pada kegiatan ini, antara lain sebagai berikut:

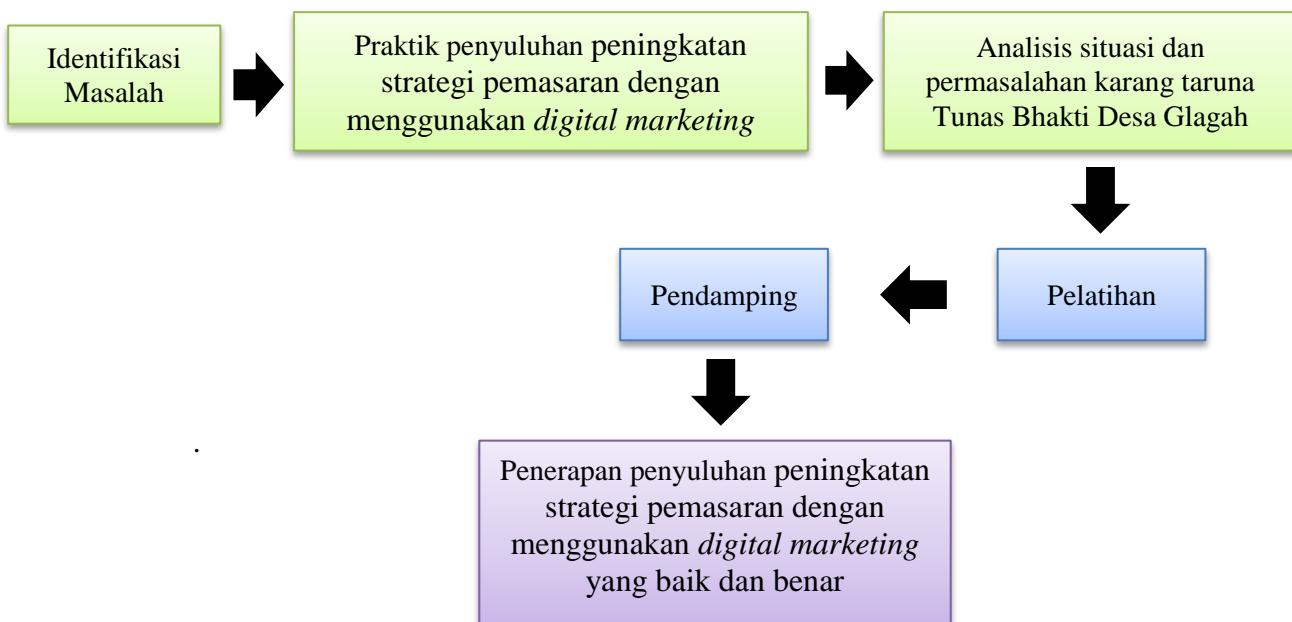
1. Meningkatnya pemahaman mengenai peningkatan pemasaran melalui digital marketing di desa glagah
2. Meningkatnya pemahaman pengelolaan wirausaha mengenai pentingnya membuat laporan sederhana sehingga nantinya akan membuat usaha maju dan terus berkembang

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

Tahapan dalam pemecahan masalah untuk meningkatkan strategi pemasaran dengan menggunakan *digital marketing* pada Desa Glagah, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan sebagai berikut:

Gambar 1. Metode Pelaksanaan



Keterangan kegiatan:

1. Persiapan:

Langkah tersebut dilakukan karena berkaitan dengan penentuan jadwal dan tempat supaya tidak mengganggu kegiatan desa setempat yang sudah terjadwal sebelumnya.

2. Audiensi dengan Pemerintah Desa dan Masyarakat Desa Setempat:

Langkah selanjutnya yaitu *sharing* atau diskusi informal dengan perangkat desa dan anggota karang taruna terkait, untuk menggali persoalan atau kesulitan yang dihadapi oleh karang taruna dan masyarakat desa setempat dalam memasarkan peroduknya secara menyeluruh. Sehingga dari analisis permasalahan yang dilakukan lewat *sharing* informal ini kita dapat menentukan kegiatan tindak lanjutnya tepat dan dibutuhkan oleh pemerintah desa dan masyarakat desa setempat. Dari analisis tersebut memperoleh hasil data kurangnya pengetahaun karang taruna serta masyarakat menhenai strategi pemasaran menggunakan *digital marketing*. Maka dari itu perlu diberikan pemahaman dan pengetahuan kepada para pemerintah desa maupun masyarakatnya perihal tersebut

3. Tahapan pelaksanaan

Langkah selanjutnya yaitu pelaksanaan penyuluhan dalam merencanakan strategi dalam upaya mpeningkatan pemasaran karang taruna desa dan masyarakat desa setempat yang dilakukan pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 20 Maret 2021

Waktu : 19.00-21.00 WIB

Tempat : Balai Desa Glagah, Kec. Glagah, Kab. Lamongan

Narasumber :

1. Dr. Yulie Wahyuningsih, SE.,M.M : Manajemen pemasaran
2. Ninik Mas'adah, SE., M.Ak : *Digital marketing*

BAB 4

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Program pengabdian masyarakat ini berkerja sama dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan untuk melakukan strategi peningkatan pemasaran digital marketing di kelurahan glagah akan diberikan pemahaman terkait pemasaran untuk meningkatkan pendapatan dan mengoptimalkan perekonomian Masyarakat glagah . Praktik pelatihan laporan keuangan yang baik diharapkan dapat meningkatkan penghasilan dan taraf hidup para pengelola perekonomian perekonomian Masyarakat glagah .

Setelah pelatihan dilakukan tim akan selalu mendampingi para pelaku pengelola wisata . Karena tim menyadari bahwa implementasi laporan keuangan tidak mudah, sehingga pengabdian ini tidak berhenti hanya sampai pelatihan saja. Pendampingan yang berkelanjutan perlu dilakukan untuk memastikan bahwa pengelola perekonomian telah mempraktekan laporan keuangan dengan baik dan sesuai dengan panduan yang diberikan saat pelatihan.

BAB 5

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Hasil Luaran Yang Dicapai

Setelah dilaksanakan sosialisasi kepada karang taruna yang dilaksanakan di desa glagah. Beberapa capaian atau hasil dari pelaksanaan kegiatan penyuluhan digital marketing dapat diketahui diantaranya :

1. Sebanyak 10 anggota karang taruna desa glagah yang mengikuti penyuluhan digital marketing ini memang tertarik untuk mengetahui dan mengenal lebih dalam tentang digital marketing.
2. Para anggota karang taruna tersebut sangat antusias mengikuti pelatihan pemasaran digital marketing yang diselenggarakan oleh dosen prodi akuntansi universitas muhammadiyah lamongan.
3. Mereka telah memperoleh pengetahuan media sosial terutama konsep dan pola digital marketing.
4. Tidak hanya sebatas mengetahui tetapi mereka pun sudah mampu melakukan identifikasi terhadap pola-pola media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari kegiatan atau program pengabdian pada masyarakat yang diselenggarakan oleh dosen dari prodi akuntansi universitas muhammadiyah lamongan dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Anggota karang taruna desa glagah sebelum mengikuti penyuluhan digital marketing ini belum memahami konsep pemasaran digital berbasis media sosial dari usaha yang mereka miliki
2. Setelah mereka mengikuti penyuluhan digital marketing ini pengetahuan mereka bertambah, para pemuda karang taruna desa glagah mampu memahami konsep pemasaran berbasis digital dan mereka jauh lebih jauh mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk
3. Kegiatan program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen program studi akuntansi universitas muhammadiyah lamongan ini menjadi sarana terjalinnya hubungan yang erat antara dosen program studi akuntansi universitas muhammadiyah lamongan dengan seluruh anggota karang taruna yang ada di Desa Glagah.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari pengamatan terhadap pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat berupa digital marketing di sarankan: pertama, program serupa lebih sering dilaksanakan sehingga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat umum. Kedua, pelaksanaan kegiatan ini diperluas atau tidak hanya di desa glagah melainkan di lebih banyak desa lagi di seluruh wilayah kabupaten lamongan agar lebih banyak masyarakat yang merasakan manfaatnya terutama untuk desa berbasis desa wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Nasution, A. (2007). Manajemen pemberdayaan perempuan: perubahan sosial melalui pembelajaran vocational skill pada keluarga nelayan. Alfabeta.

Rangkuti, F. (2005). Marketing Analysis Made Easy. Gramedia Pustaka Utama.

Shiratina,A.,Indika,D.R.,Komariyah,I.,Kania,D.,&Solihin,E.H.(2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. Jurnal Sain Manajemen, 2(1), 15–23.

LAMPIRAN 1. BIODATA KETUA DAN ANGGOTA

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Yulie wahyuningsih,SE., M.M
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Asisten ahli
4	NIP/NIK	19780719200009157
5	NIDN	0719077802
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Lamongan, 19 juli 1978
7	E-mail	Yuliw19@gmail.com
8	Nomor Telepon HP	081235460214
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan Plosowahyu KM 2
10	Nomor Telepon/Fax	(0322)322356
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1
12	Mata Kuliah yang Diampu	-

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	STIE Makangkucecwara Malang	STIE Mahardika Surabaya
Bidang Ilmu	Departemen Manajemen Keuangan	Magister Manajemen Sumber Daya Manusia
Tahun Lulus	2000	2015

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengajuan Penugasan Program KemitraanMasyarakat.

Lamongan, 17 Maret 2021

Anggota Pengusul

(Dr. Yulie Wahyuningsih, SE.,M.M)

A. Identitas Diri Anggota 1

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Ninik Mas'adah S.E.,M.Ak
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK	19870222 200609023
5	NIDN	0722018701
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Lamongan, 22 Februari 1987
7	E-mail	Ninikmasadah6@gmail.com
8	Nomor Telepon HP	085730311778
9	Alamat Kantor	JL. Raya Plalangan Plosowahyu KM 2
10	Nomor Telepon/Fax	(0322)322356
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1= 0 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	

B. Riwayat Pendidikan Perguruan Tinggi

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Stie KH. Ahmad Dahlan Lamongan	Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
Bidang Ilmu	Akuntansi	Magister Akuntansi
Tahun Lulus	2010	2012

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengajuan Penugasan Program Kemitraan Masyarakat.

Lamongan, 17 Maret 2021

Anggota Pengusul

(Ninik Mas'adah S.E.,M.Ak)

A. Identitas diri anggota 2

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Ajeng Agustina Rahayu
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	NIM	2001020040
4	Instansi	Universitas Muhammadiyah Lamongan

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengajuan Penugasan Program Kemitraan Masyarakat.

Lamongan, 17 Maret 2021

Anggota Pengusul

(Ajeng Agustina Rahayu)

A. Identitas diri anggota 3

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Aldeviana Irmansyah
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	NIM	2001020041
4	Instansi	Universitas Muhammadiyah Lamongan

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengajuan Penugasan Program Kemitraan Masyarakat.

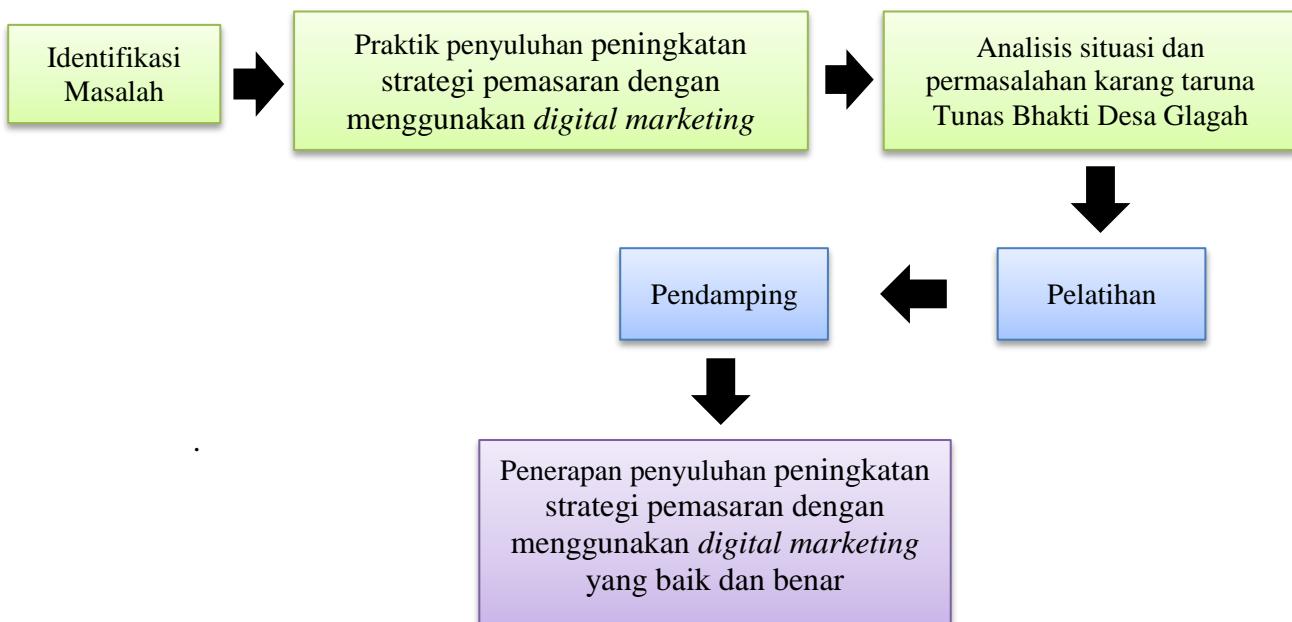
Lamongan, 17 Maret 2021

Anggota Pengusul

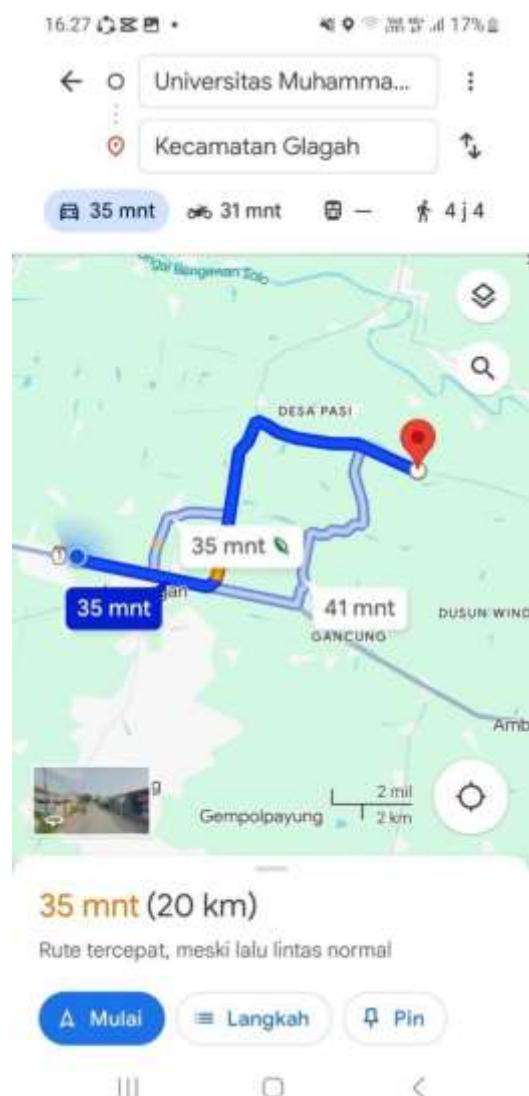
(Aldeviana Irmansyah)

LAMPIRAN 2. GAMBAR METODE PELAKSANAAN

Tahapan dalam pemecahan masalah untuk meningkatkan strategi pemasaran dengan menggunakan *digital marketing* pada Desa Glagah, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan sebagai berikut:



LAMPIRAN 3. PETA LOKASI



LAMPIRAN 4. JUSTIFIKASI ANGGARAN

1. Honoarium				
Honor	Honor Per Jam (Rp)	Waktu (Jam/Minggu)	Minggu	Honor Pertahun (Rp)
				Tahun Sekarang
Pelaksana 1				50.000
Pelaksana 2				50.000
Pelaksana 3				50.000
Pelaksana 4				50.000
Sub Total (Rp)				200.000
2. Pembelian Bahan Habis Pakai				
Material	Justifikasi Pembelian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Bahan Habis Pakai 1 (Survey)	makan	4	10.000	40.000
Bahan Habis Pakai 2 (pelaksana)	makan	40	10.000	400.000
	Banner	1	55.000	55.000
	Kertas HVS	1 RIM	55.000	55.000
	ATK	40 Buah	3.000	120.000
	Blocknote	40 Buah	3.000	120.000
	Totebag	40 Buah	4.500	260.000
Sub Total (Rp)				1.050.000
3. Perjalanan				
Honor	Justifikasi Perjalanan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya Pertahun (Rp)
				Tahun Sekarang
Perjalanan 1	Survey	4	50.000	200.000
Perjalanan 2	Pelaksanaan	4	50.000	200.000
Sub Total (Rp)				400.000
4. Upload Jurnal				
Honor	Justifikasi Sewa (Rp)	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya Pertahun (Rp)
				Tahun Sekarang
Upload				500.000
Sewa 2				
Sewa 3				
Sub Total (Rp)				500.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIGUNAKAN SETIAP TAHUN (Rp)				2.150.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIGUNAKAN SELURUHNYA (Rp)				2.150.000

LAMPIRAN 5. DAFTAR HADIR PESERTA

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI LITBANG PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN
 SK MENTERI RISTEK DIKTI RI No : 880/KPT/1/2018
 Fakultas Ilmu Kependidikan & Keguruan - Pendidikan Guru, Pendidikan & Penelitian
 Website : www.umla.ac.id, Email : sekretariat@umla.ac.id, Telp. (0322) 322356
 Jl. Raya Platangan - Plosowayu Km 02 Lamongan, Kode Pos : 62216


ISO 9001 Certified
Equal Assurance

LAMPIRAN 6. DOKUMENTASI

