LAPORAN PENGABDIAN

PENDAMPINGAN PEMASARAN PRODUK INDUSTRI RUMAHAN DI DESA CIEURIH KABUPATEN CIAMIS



Oleh:

Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M. Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M. Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M.

DIBIAYAI OLEH LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS GALUH TAHUN ANGGARAN 2016

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH APRIL 2017

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN DENGAN PENDANAAN LPPM UNIGAL

1. Judul Pengabdian

: Pendampingan Pemasaran Produk Usaha

Rumahan Desa Cieurih Kecamatan Cipaku Kabupaten

2. Ketua Pelaksana

Nama Lengkap dan Gelar

: Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M.

Jenis Kelamin

Golongan/Pangkat/NIK

: III B / Asisten ahli / 03.3112770174

Jabatan Fungsional

: Ya

Sedang melakukan pengabdian

: Tidak

Fakultas/Program Studi

: Ekonomi / Manajemen

Bidang Keahlian

: Pemasaran

3. Personalia

: 3 orang

Jumlah Anggota Pelaksana Jumlah Pembantu Pelaksana : 1 orang

Jangka Waktu Kegiatan

: 1 orang

5. Bentuk Kegiatan

: 4 bulan

: Pengabdian

6. Biaya yang dibelanjakan

: Rp 4.995.000,-

Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi Ciamis, 29 April 2017 Ketua Pengabdi,

Dr. Ati Rosliyati, S.E., M.M., Ak., CA.

NIK. 03.3112770074

Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M.

NIK. 03.3112770174

Mengetahui.

Ketua LPPM

Dr. Maman Herman, M.Pd.

NIK. 3112770252

RINGKASAN

Desa Cieurih merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Ciamis, berdasarkan data tahun 2016 mata pencarian penduduknya 50% di antaranya adalah usaha industri rumahan. Pengetahuan mengenai teknologi informasi perlu disosialisasikan guna meningkatkan segmentasi pasar yang bertujuan meningkatkan penjualan produk usaha industri rumahan.

Tujuan kegiatan pendampingan pemasaran produk usaha industri rumahan ini adalah memberikan pengetahuan manfaat teknologi informasu kepada pemilik usaha industri rumahan ini serta melatih tata cara memasarkan produk menggunakan teknologi informasi khususnya menggunakan *e-marketplace*. Sedangkan target khusus dari kegiatan kegiatan pendampingan pemasaran produk usaha industri rumahan adalah dengan menggunakan *e-marketplace* dapat memperluas segmentasi pasar penjualan produk usaha industri rumahan sehingga akan berdampak pada peningkatan penjualan. Semakin banyak jumlah penjualan maka akan semakin banyak pula pendapatan yang akan diterima sehingga ini akan mendorong usaha industri rumahan untuk memperluas usahanya sehingga tidak hanya membuka lapangan pekerjaan baru tetapi juga akan menekan jumlah pengangguran yang pada akhirnya kemiskinan dapat ditanggulangi.

Ada beberapa tahapan kegiatan, antara lain 1) Evaluasi awal; 2) Sosialisasi penjualan *e-marketplace*; 3) Demonstrasi *e-marketplace*; 4) Pendampingan usaha; 5) Evaluasi; dan 6) Pemantauan keberlanjutan. Jangka waktu kegiatan 4 bulan. Sedangkan anggaran yang diusulkan untuk kegiatan ini sebesar Rp 4.995.000,00.

Kata Kunci: Pemasaran, Industri Rumahan, Produk Industri, e-marketplace

KATA PENGANTAR

Alhamdullilah, puji syukur kehadirat ALLAH SWT, karena atas ijin, berkah, rahmat dan karunia-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan Usulan Pengabdian ini dengan judul kegiatan "pendampingan pemasaran produk industri rumahan di desa cieurih kabupaten ciamis".

Usulan Pengabdian ini disusun untuk memenuhi salah satu fungsi Tridarma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat.

Penulis menyadari bahwa keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki masih menjadi kendala sehingga Usulan Pengabdian ini masih banyak kekurangan dalam penyajiannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari berbagai pihak untuk menjadikan penulis memperbaiki kekurangan tersebut.

Selama persiapan, penyusunan, sampai selesainya Usulan Pengabdian ini, penulis mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, karena itu penulis ucapkan terimakasih kepada:

- 1. Dr. H. Yat Rospia Brata, Drs., M.Si. selaku Rektor Universitas Galuh.
- 2. Dr. H. Awang Kustiawan, Drs., M.M. selaku Ketua LPPM Univeristas Galuh.
- 3. Dr. Ati Rosliyati, S.E., M.M., A.k., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.
- 4. Dr. H. Maman Herman., M.Pd. selaku Sekretaris Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat LPPM Universitas Galuh.

Semoga Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya, serta membalas semua kebaikkan yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan usulan penelitian ini.

Ciamis, April 2017

Penulis

DAFTAR ISI

LEM	BAR PENGESAHAN	
RING	KASAN	i
KATA	A PENGANTAR	ii
DAFT	TAR ISI	iv
	TAR TABEL	
BAB 1	I LATAR BELAKANG	1
A.	Analisis situasi	1
B.	Rumusan masalah	3
	Tujuan pengabdian	
	Manfaat pengabdian	
BAB 1	II TINJAUAN PUSTAKA	5
A.	Kemiskinan	5
В.	Pemberdayaan sosial	6
	Pemasaran	
	III MATERI DAN METODE PELAKSANAAN	
A.	Kerangka pemecahan masalah	9
B.	Realisasi pemecahan masalah	10
C.	Khalayak sasaran	10
	Metode yang digunakan	
BAB 1	IV HASIL DAN PEMBAHASAN	13
BAB '	V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	•••••
	TAR PUSTAKA	
	APITULASI ANGGARAN PENGABDIAN	
LAM]	PIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	 13

BABI

LATAR BELAKANG

A. Analisis Situasi

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini telah mengalami kemajuan secara pesat. Sebelumnya, transaksi secara tradisional dilakukan dari tangan ke tangan secara langsung, antara pembeli dan penjual bertatap muka, melakukan persetujuan dan akhirnya terjadi kesepakatan. Saat ini, dengan adanya perkembangan teknologi internet yang menjadi unggulan bagi para pelaku usaha dalam menjual produk semua keterbatasan sarana, jarak, dan waktu transaksi dapat teratasi dengan mudah (Ningtyas, Sunarko dan Jayono, 2015).

Namun, produk usaha industri rumahan di Desa Cieurih Kabupaten Ciamis belum menggunakan teknologi informasi, produk usaha industri rumahan hanya dijual pada agen lokal saja. Hal ini dirasa kurang efektif karena membutuhkan waktu yang lama dan informasi yang didapat pun kurang lengkap. Oleh karena itu penulis akan memberikan pelatihan kepada usaha industri rumahan agar pelaku usaha industri rumahan diharapkan mampu menjual produknya pada *e-marketplace*.

E-marketplace ini diharapkan dapat menjadi tempat penjual dan pembeli dalam memasarkan dan mencari produk yang dibutuhkan. Dalam konteks ini marketing dalam metode internet mempunyai sebuah efisiensi yang optimal dalam sebuah pemasaran serta dapat menciptakan penawaran yang tepat serta optimal dalam media sosial internet. Perkembangan tersebut sangat relevan dalam kemajuan teknologi sebagai dasar hubungan sosial yang dapat terhubung melalui media elektronik secara luas serta universal, dalam hal ini mampu menciptakan pasar yang optimal serta peluang yang lebih besar dalam penjualan melalui

website sosial serta media internet. Internet dapat mempengaruhi bisnis yang lebih modern dan maju di masa yang akan datang sehingga perkembangan ekonomi tersebut serta telekomunikasi diharapkan dapat mampu menciptakan infrastruktur informasi baru di era digital (Indrajit, 2001).

Media tersebut juga secara bebas serta tidak memerlukan tempat maupun waktu karena semua orang dapat bertransaksi secara bebas dalam internet. Hal ini dapat menguntungkan dari segi biaya maupun keuntungan karena internet tidak memerlukan pengeluaran biaya yang terlalu banyak untuk melakukan promosi produk secara *door to door* ataupun launching produk, mereka hanya perlu menggunakan jaringan internet untuk membuat sebuah informasi yang berkaitan dengan produk mereka pada suatu tempat yang dinamakan *e-marketplace*. *E-marketplace* lebih menguntungkan dalam mencapai keunggulan yang kompetitif (*competitive advantage*) sehingga dapat juga meningkatkan penjualan suatu produk usaha industri rumahan tersebut.

Adanya peningkatan penjualan produk akan berpengaruh besar terhadap peningkatkan pendapatan usaha industri rumahan tersebut. Peningkatan pendapatan ini akan mendorong usaha industri rumahan untuk memperluas usahanya sehingga tidak hanya membuka lapangan pekerjaan baru tetapi juga akan menekan jumlah pengangguran yang pada akhirnya kemiskinan dapat ditanggulangi.

B. Rumusan Masalah

Khalayak sasaran yang strategis dalam kegiatan ini adalah masyarakat yang memiliki usaha industri rumahan bertempat di Desa Cieurih, Kecamatan Cipaku yang berada di wilayah Kabupaten Ciamis. Kegiatan ini pelatihan kepada usaha industri rumahan nantinya diharapkan dapat menjual produknya di media internet.

Berdasarkan uraian analisis situasi di atas, permasalahan-permasalahan mitra yang muncul dapat diidentifikasikan sebagai berikut:

- 1. Pemilik usaha industri rumahan belum mengetahui manfaat dari *e-marketplace*.
- 2. Pemilik usaha industri rumahan belum mengetahui tata cara memasarkan produk menggunakan *e-marketplace*.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka permasalahan prioritas mitra adalah dalam hal pemasaran produk menggunakan *e-marketplace*.

C. Tujuan Pengabdian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan diadakan pengabdian ini adalah:

- Memberikan pengetahuan kepada pemilik usaha industri rumahan mengenai manfaat e-marketplace.
- 2. Memberikan pengetahuan mengenai tata cara memasarkan produk dengan menggunakan *e-marketplace*.

D. Manfaat pengabdian

Adapun manfaat pengabdian yaitu:

- 1. Pemilik usaha industri rumahan dapat mengetahui manfaat dari *e-marketplace*.
- 2. Diharapkan mampu mengetahui tata cara memasarkan produk dengan menggunakan *e-marketplace*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kemiskinan

Kemiskinan adalah situasi kekurangan yang terjadi bukan karena kehendak oleh orang miskin, tetapi karena keadaan yang tidak bisa dihindari oleh kekuatan yang ada padanya.

Adapun indikator kemiskinan menurut BAPPENAS adalah sebagai berikut :

- 1. Kurangnya pangan, sandang dan perumahan yang tidak layak
- 2. Terbatasnya kepemilikan tanah dan alat-alat produktif
- 3. Kurangnya kemampuan membaca dan menulis
- 4. Kurangnya jaminan dan kesejahteraan hidup
- 5. Kerentanan dan keterpurukan dalam bidang sosial dan ekonomi
- 6. Ketakberdayaan atau daya tawar yang rendah
- 7. Akses terhadap ilmu pengetahuan yang terbatas

Kemiskinan memiliki beberapa macam yaitu adalah sebagai berikut (Sumodiningrat:1999) :

- Kemiskinan absolut: apabila tingkat pendapatanya di bawah "garis kemiskinan" atau
 jumlah pendapatannya tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan minimum, antara lain
 kebutuhan pangan, sandang, kesehatan, perumahan, dan pendidikan yang diperlukan
 untuk bisa hidup dan bekerja.
- 2. Kemiskinan relatif: kondisi dimana pendapatanya berada pada posisi di atas garis kemiskinan, namun relatif lebih rendah dibanding pendapatan masyrakat sekitarnya.
- 3. Kemiskinan kultural: karena mengacu kepada persoalan sikap seseorang atau masyrakat yang disebabkan oleh faktor budaya, seperti tidak mau berusaha untuk

memperbaiki tingkat kehidupan, malas, pemboros, tidak kreatif, meskipun ada usaha dari pihak luar untuk membantunya.

4. Kemsikinan struktural: kondisi atau situasi miskin karena pengaruh kebijakan pembangunan yang belum menjangkau seluruh masyarakat sehingga menyebabkan ketimpangan.

B. Pemberdayaan sosial

Pemberdayaan sosial merupakan upaya yang diarahkan untuk mewujudkan warga negara yang mengalami masalah sosial agar mempunyai daya, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dasarnya (UU Nomor 11 2009 tentang Kesejahteraan Sosial). Pengertian ini mesti dimaknai secara arif, yaitu bahwa tujuan pemenuhan kebutuhan dasar adalah tujuan awal agar secara bertahap kehidupan yang lebih berkualitas dan kemandirian dapat dicapai. Pemberdayaan sosial secara simultan juga diarahkan agar seluruh potensi kesejahteraan sosial dapat dibangun menjadi sumber kesejahteraan sosial yang mampu berperan optimal dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial.

Terdapat dua persoalan utama yaitu persoalan pertama, kemiskinan dengan fokus penduduk miskin yang meliputi fakir miskin dan komunitas adat terpencil yang selain miskin juga mengalami keterpencilan secara geografis yang mengakibatkan ketertinggalan dalam berbagai aspek kehidupan, kerentanan dengan fokus keluarga rentan, serta keluarga pahlawan/perintis kemerdekaan yang mengalami kerentanan, dan persoalan kedua, potensi dan sumber kesejahteraan sosial dalam pengelolaan pembangunan berbasis masyarakat (community-based) dengan fokus sumber daya manusia.

Penanggulangan persoalan di atas salah satunya dengan cara mengembangkan produk usaha industri rumahan melalui *e-marketplace* sehingga usaha industri rumahan tersebut mampu meningkatkan penjualan produknya. Peningkatan penjualan produk akan berpengaruh

besar terhadap peningkatkan pendapatan usaha industri rumahan tersebut. Peningkatan pendapatan ini akan mendorong usaha industri rumahan untuk memperluas usahanya sehingga tidak hanya membuka lapangan pekerjaan baru yang akan menyerap sumber daya manusia tetapi juga akan menekan jumlah pengangguran yang pada akhirnya kemiskinan dapat ditanggulangi.

C. Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah merupakan alat analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba (Kotler: 2012)

Dalam pemasaran ada beberapa kegiatan yang menjadi ujung tombak salah satunya yaitu penjualan (selling). Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler: 2012)

Penjualan menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan, Pada umumnya para pengusaha memiliki tujuan dari penjualan yaitu mendapatkan laba tertentu (semaksimal mungkin), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan.

BAB III

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

A. Kerangka Pemecahan Masalah

Salah satu upaya peningkatan taraf hidup masarakat desa adalah dengan mencari peluang potensial dan cara mengelola suatu sumber daya dengan sesuai. Salah satu peluang potensial yang dapat dilakukan adalah memaksimalkan teknologi baru yang telah tersedia saat ini yaitu teknologi internet. Dengan teknologi tersebut para pelaku usaha industri rumahan diharapkan dapat meningkatkan penjualan produknya yang sebelumnya hanya menjual produk ke konsumen lokal dapat menjual ke luar kabupaten ciamis.

Pemberian pelatihan penjualan produk pada media internet dapat menstimulus para pelaku usaha industri rumahan untuk melakukan ekspansi pasar ke daerah lain dengan cara melakukan penjualan di *e-marketplace*.

Meningkatnya penjualan produk berdampak pada peningkatan pendapatan sehingga para pelaku usaha industri rumahan dapat mengembangkan usahanya. Dengan pengembangan ini, industri rumahan diharapkan dapat meningkatkan motivasi dan penjualan pada bisnis yang mereka jalani sehingga menciptakan beberapa lapangan kerja baru.

B. Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi pemecahan masalah pada pengabdian ini adalah sebagai berikut :

Vogiatan	Indikato	or Kinerja	Luanan
Kegiatan	Baseline	Target	Luaran

Evaluasi awal untuk mengetahui potensi yang dimiliki mitra dalam mengembangkan sebuah usaha	Belum diketahuinya potensi masyarakat dalam mengembangkan sebuah usaha melalui media internet (10%)	Diketahuinya potensi masyarakat dalam mengembangkan sebuah usaha (90%)	
Sosialisasi e- marketplace	Tingkat pemahaman mitra tentang <i>e-marketplace</i> (5%)	Tingkat pemahaman mitra tentang <i>e-marketplace</i> (80%)	Modul packaging dan e-marketplace
Pelatihan e- marketplace	Tingkat kemahiran dalam penjualan produk pada <i>e-marketplace</i> (0%)	Tingkat kemahiran mitra dalam penjualan produk pada <i>e-marketplace</i> (90%)	Melakukan kegiatan penjualan pada e- marketplace
Pendampingan penjualan produk pada <i>e-</i> marketplace	Keterampilan mitra dalam menjual produk pada <i>e-marketplace</i> (10%)	Keterampilan mitra dalam menjual produk pada <i>e-</i> marketplace (90%)	Pendampingan penggunaan e- marketplace
Evaluasi akhir untuk mengetahui Packaging dan <i>e-</i> marketplace	Kemajuan mitra dalam mengembangkan usaha(20%)	Peningkatan penjualan dalam pengembangan usaha (90%)	
Pemantauan khusus untuk keberlanjutan	Keinginan mitra untuk terus melakukan ekspansi pasar (20%)	Peningkatan motivasi mitra untuk terus melakukan ekspansi pasar (90%)	

C. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran atau mitra dalam pengabdian ini adalah pengusaha industri rumahan di Dusun RT 05 Desa Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis. Mitra tersebut dipilih berdasarkan keinginan yang sama untuk melakukan pengembangan usaha.

D. Metode yang Digunakan

Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut :

1. Evaluasi awal

Pada tahap evaluasi awal digunakan metode FGD (focus group discussion) untuk mengetahui potensi yang dimiliki oleh mitra dalam mengembangkan sebuah usaha industri rumahan sehingga dapat ditentukan strategi apa saja yang mampu

mengembangkan usaha industri rumahan. Dalam tahap ini melibatkan mitra, pemerintah desa dan pihak terkait lainnya.

2. Sosialisasi penjualan *e-marketplace*

Pada tahap ini dilakukan sosialisasi tentang pemasaran khususnya tata cara penjualan di *e-marketplace* dengan metode ceramah

3. Demonstrasi e-marketplace

Pada tahap ini mitra diberikan pelaihan melalui metode demonstrasi cara membuat kemasan yang menarik serta cara melakukan penjualan pada media internet khususnya *e-marketplace*

4. Pendampingan usaha

Tahapan ini dilakukan untuk mendampingi para pelaku usaha industri rumahan dalam penggunaan teknologi internet untuk melakukan penjualan pada *e-marketplace*

5. Evaluasi

Tahapan ini dilakukan untuk melihat motivasi dan konsistensi para pelaku usaha industri rumahan melakukan penjualan pada *e-marketplace*

6. Pemantuan keberlanjutan

Pada tahap ini dilakukan untuk mengawasi keberlanjutan para pelaku usaha industri menjual produknya pada *e-marketplace*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Kegiatan

4.1.1 Evaluasi Awal

Evaluasi awal dilakukan pada hari Sabtu tanggal 10 Desember 2016 di Desa Cieurih. Pada tahap ini dilakukan metode *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengembangkan cara menjual sebuah produk yang diproduksi oleh masyarakat. Masyarakat biasa menjual dan mendistribusikan produknya secara tradisional, namun dengan adanya *e-marketplace* mereka juga dapat memperluas distribusi dan pangsa pasar sehingga dapat meningkatkan penjualan. FGD melibatkan masyarakat sasaran, pemerintah desa dan pihak terkait lainnya.

Berdasarkan hasil diskusi dengan memperhatikan potensi lokal dan potensi yang dimiliki peserta maka diputuskan bahwa penjualan produk dapat ditingkatkan melalui media internet yang berupa *e-marketplace*. *E-marketplace* yang digunakan untuk menjual produk yaitu BukaLapak.com.

4.1.2 Sosialisasi E-marketplace

Kegiatan sosialisasi dilakukan pada hari Sabtu tanggal 17 Desember 2016 dari mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 12.00 WIB bertempat di Bale Desa Cieurih. Sosialisasi ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta mengenai cara menjual produk di *e-marketplace*. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah. Metode ini dipilih untuk menyampaikan teori dan konsep yang penting untuk dimengerti oleh mitra. Materi teori mencakup pengenalan *e-marketplace*.

Kondisi awal peserta mengenai pemahaman program *e-marketplace* masih rendah.

Peserta pada dasarnya belum mengetahui tata cara penjualan produk melalui media internet.

Melalui pengenalan *e-marketplace* pemerintah melakukan salah satu strategi untuk

mengembangkan usaha rumahan guna meningkatkan pendapatan keluarga mereka melalui kegiatan ekonomi produktif.

Setelah diberikan pemahaman mengenai *e-marketplace* ini, peserta telah mengalami perubahan dalam menjual produk. Program ini merupakan salah satu bantu loncatan bagi mereka untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya.

Materi-materi yang diberikan kepada mitra diseusaikan dengan kebutuhan peserta dan pengetahuan peserta untuk memahami konsep penting cara menjual produk di *e-marketplace*, sehingga materi yang diberikan dapat menjembatani peserta untuk:

- 1. Menjadi pedagang di salah satu *e-marketplace*;
- 2. Berinteraksi satu dengan yang lain;
- 3. Meningkatkan efisiensi;
- 4. Meningkatkan relasi bisnis, dan
- 5. Mengembangkan usaha.

4.1.3 Pelatihan Penjualan Produk di *E-marketplace*

Kegiatan pelatihan pembuatan produk ini dilaksanakan pada tanggal 14 Januari 2017 dari mulai pukul 13.00 WIB sampai dengan 15.30 WIB yang bertempat di Bale Desa Cieurih. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta mengenai cara menjual produk di *e-marketplace*.

Kegiatan ini dilakukan dengan metode demonstrasi untuk memberikan pemahaman mengenai cara menjual produk di *e*-marketplace. Berdasarkan hasil diskusi yang telah dilaksanakan pada tahap awal, cara-cara untuk menjual produk di *e-marketplace* sebagai berikut:

- 1. Membuka website www.bukalapak.com,
- 2. Daftar menjadi seorang penjual,

3. Mengunggah foto dan deskripsi produk,

Materi pelatihan yang diberikan adalah seputar pengenalan *e-marketplace*. Pada pelaksanaan pelatihan ini tim pelaksana mengalami beberapa kesulitan dikarenakan penggunaan komputer dan internet masih awam, akan tetapi antusiasme peserta sangat tinggi sehingga hal tersebut dapat ditanggulangi.

4.1.4 Pendampingan Usaha

Pada tahap awal melakukan kegiatan penjualan, para peserta mengunggah produkproduk yang mereka miliki. Pada tahap ini kami membantu proses pengunggahan tersebut. Kegiatan pendampingan usaha ini bertujuan untuk memberikan pendampingan bagaimana cara menjual produk dengan media internet. Dalam pendampingan usaha ini kami memberikan pemahaman mengenai hal-hal berikut ini:

- 1. Bagaimana cara masuk ke website www.bukalapak.com,
- 2. Bagaimana cara daftar menjadi seorang penjual, dan
- 3. Bagaimana cara mengunggah foto dan deskripsi produk.

Dengan pendampingan ini diharapkan pendistribusian dan pangsa pasar produk peserta dapat berkembang luas, sehingga dapat dijadikan media untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Kegiatan pendampingan ini dilakukan dua kali, yaitu pada tanggal 11 dan 18 Februari 2017.

4.1.5 Evaluasi Akhir

Evaluasi akhir dalam kegiatan ini dilakukan pada bulan Maret dengan melakukan kunjungan ke tempat usaha peserta yaitu pada hari senin tanggal 20 Maret 2017. Kunjungan tersebut ditujukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta dalam memahami materimateri yang telah diberikan selama kegiatan berlangsung serta untuk mengetahui keterampilan peserta dalam menjual produknya di *e-marketplace*.

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan, para peserta dalam kegiatan ini mengalami perkembangan yang positif mengenai pemahaman terhadap materi-materi yang diberikan, sehingga mereka mulai melaksanakan penjualan sesuai arahan kami. Kendala yang dihadapi dalam kegiatan ini adalah kurangnya pemahaman dan kebiasaan peserta dalam menggunakan teknologi informasi dan komputer dari pihak-pihak terkait untuk menjual produk di *e*-marketplace ini.

Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan, maka target dan realisasi hasil kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Target dan Realisasi Hasil Kegiatan

Vasiatan	Indikator Kinerja		T
Kegiatan	Baseline	Target	Luaran
Evaluasi awal untuk mengetahui potensi yang dimiliki mitra dalam mengembangkan sebuah usaha	Belum diketahuinya potensi masyarakat dalam mengembangkan sebuah usaha melalui media internet (10%)	Diketahuinya potensi masyarakat dalam mengembangkan sebuah usaha (90%)	
Sosialisasi e- marketplace	Tingkat pemahaman mitra tentang <i>e-</i> <i>marketplace</i> (5%)	Tingkat pemahaman mitra tentang <i>e-marketplace</i> (80%)	Modul packaging dan e-marketplace
Pelatihan e- marketplace	Tingkat kemahiran dalam penjualan produk pada <i>e-marketplace</i> (0%)	Tingkat kemahiran mitra dalam penjualan produk pada <i>e-marketplace</i> (90%)	Melakukan kegiatan penjualan pada <i>e-</i> marketplace
Pendampingan penjualan produk pada e- marketplace	Keterampilan mitra dalam menjual produk pada <i>e-marketplace</i> (10%)	Keterampilan mitra dalam menjual produk pada <i>e-</i> marketplace (90%)	Pendampingan penggunaan e- marketplace
Evaluasi akhir untuk mengetahui Packaging dan e- marketplace	Kemajuan mitra dalam mengembangkan usaha(20%)	Peningkatan penjualan dalam pengembangan usaha (90%)	

Pemantauan	Keinginan mitra untuk	Peningkatan motivasi	
khusus untuk	terus melakukan	mitra untuk terus	
keberlanjutan	ekspansi pasar (20%)	melakukan ekspansi pasar	
		(90%)	

4.1.6 Pemantauan Khusus Untuk Keberlanjutan

Kegiatan ini dilakukan untuk memantau perkembangan kegiatan peserta setelah selesainya kegiatan ini. Kegiatan pemantauan ini adalah untuk mengetahui konsistensi peserta untuk terus menggunakan media internet. Hasil yang diperoleh adalah konsistensi peserta sebanyak 80% peserta masih menggunakan media internet sebagai salah satu cara menjual produk selain cara tradisional, sedangkan sisanya sebanyak 20% peserta mulai mengalami ketidakkonsistensian untuk terus menjual produknya dengan media internet.

Kondisi tersebut disebabkan karena sebagian peserta memiliki masalah dalam menggunakan teknologi informasi dan komputer. selebihnya mereka berfikir setelah selesai kegiatan tidak ada tindaklanjut untuk kedepan. Sebagian peserta masih belum dapat berfikir mandiri, sehingga mereka terkesan harus terus mendapatkan pendampingan. Program pengenalan *e-marketplace* ini selayaknya harus terus mendapatkan perhatian khusus dari pihak-pihak terkait, terutama dari pihak Pemerintahan untuk terus membantu mereka dalam pengembangan usaha.

4.2 Pembahasan

Kegiatan pendampingan pemasaran produk industri rumahan ini memiliki tujuan umum adalah memberikan pengetahuan manfaat teknologi informasi kepada pemilik usaha industri rumahan ini serta melatih tata cara memasarkan produk menggunakan teknologi informasi khususnya menggunakan *e-marketplace*. Langkah yang sangat penting dalam proses pemasaran produk industri rumahan ini adalah pemahaman terhadap teknologi informasi dan

komputer. Melalui pemahaman ini, memudahkan peserta untuk me;akukan pemasaran produk industri rumahan.

Langkah utama dalam kegiatan ini adalah melatih dan memberikan informasi mengenai cara pemasaran produk melalui media internet kepada industri rumahan yang berada di Desa Cieurih. Berdasarkan hasil diskusi yang telah dilaksanakan media internet yang digunakan untuk menjual produk adalah *e-marketplace*.

Selama kegiatan berlangsung peserta mendapatkan materi-materi yang diperlukan untuk menunjang penjualan produk mereka secara berkesinambungan. Materi yang diberikan seputar pemahaman mengenai konsep penting cara menjual produk di *e-marketplace*, sehingga materi yang diberikan dapat menjembatani peserta untuk menjadi pedagang di salah satu *e-marketplace*, berinteraksi satu dengan yang lain, meningkatkan efisiensi, meningkatkan relasi bisnis dan mengembangkan usaha.

Hasil evaluasi yang dilakukan, para peserta dalam kegiatan ini mengalami perkembangan yang positif mengenai pemahaman terhadap materi-materi yang diberikan, sehingga mereka mulai melaksanakan penjualan sesuai arahan kami. Namun, kendala yang dihadapi dalam kegiatan ini adalah kurangnya pemahaman dan kebiasaan peserta dalam menggunakan teknologi informasi dan komputer dari pihak-pihak terkait untuk menjual produk di *e*-marketplace ini.

Tahap pemantuan khusus kegiatan ini adalah untuk mengetahui konsistensi peserta untuk terus menggunakan media internet. Hasil yang diperoleh adalah konsistensi peserta sebanyak 80% peserta masih menggunakan media internet sebagai salah satu cara menjual produk selain cara tradisional, sedangkan sisanya sebanyak 20% peserta mulai mengalami ketidakkonsistensian untuk terus menjual produknya dengan media internet.

Kondisi tersebut disebabkan karena sebagian peserta memiliki masalah dalam menggunakan teknologi informasi dan komputer. selebihnya mereka berfikir setelah selesai

kegiatan tidak ada tindaklanjut untuk kedepan. Sebagian peserta masih belum dapat berfikir mandiri, sehingga mereka terkesan harus terus mendapatkan pendampingan. Program pengenalan *e-marketplace* ini selayaknya harus terus mendapatkan perhatian khusus dari pihak-pihak terkait, terutama dari pihak Pemerintahan untuk terus membantu mereka dalam pengembangan usaha.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berikut adalah beberapa kesimpulan dalam kegiatan program atau kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang telah dilakukan:

- 1. Menyampaikan pengetahuan mengenai manfaat penjualan e-marketplace.
- 2. Menyampaikan tata cara menjual produk pada e-marketplace.

5.2 Rekomendasi

Berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat diberikan oleh tim pelaksana kepada beberapa pihak terkait dengan pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang telah dilakukan:

1. Para Peserta Kegiatan

a. Para peserta sebaiknya melakukan penjualan secara berkesinambungan pada e-marketplace agar para pengusaha industri rumahan terbiasa dengan internet dan komputer.

2. LPPM Unigal

a. LPPM Unigal menindaklanjuti program ini dengan melibatkan ahli, karena mitra masih memerlukan pendampingan untuk dapat menjalankan kegiatan penjualan pada emarkteplace.

3. Pemerintahan

a. Kominfo dan Kadin Kabupaten Ciamis hendaknya memberikan perhatian penuh terhadap perkembangan industri di Kabupaten Ciamis, sehingga industri tersebut dapat tumbuh dan berkembang lebih besar sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kedaderahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan. 2000. Indonesia: Strategi Baru Penanggulangan Kemiskinan. Jakarta : BKPK
- Gunawan Sumodiningrat, 1999. *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*.

 Jakrta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Indrajit, Richardus Eko. 2001. *E-Commerce : kiat dan strategi bisnis di dunia maya*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. New Jersey : Prentice Hall
- Pinky Kusumu Ningtyas, Bambang Sunarko, dan Jaryono. Tahun. analisis faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja umkm. (jurnal). Kota: kampus

PENDAMPINGAN PEMASARAN PRODUK INDUSTRI RUMAHAN DI DESA CIEURIH KABUPATEN CIAMIS

A. LATAR BELAKANG

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Pengetahuan mengenai pemasaran menjadi penting bagi perusahaan pada saat dihadapkan pada beberapa permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk sehingga mengakabatkan melambatnya pertumbuhan perusahaan.

Sehubungan dengan permasalahan di atas, terkait dengan pemasaran, diperlukan suatu kemampuan untuk berpandangan ke depan dalam mengarahkan dan mengambil tindakan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Itu adalah hal yang sulit dicapai oleh perusahaan, oleh sebab itu dalam hal ini dibutuhkan kesadaran dan inisiatif yang tinggi dalam mempelajari serta menguasai hal-hal yang berkaitan dengan pentingnya kegiatan pemasaran.

Oleh karena itu dalam melaksanakan aktivitas pemasaran, setiap organisasi berupaya untuk menetapkan strategi pemasaran dan *target market*-nya. Strategi pemasaran tersebut adalah Strategi tentang *Marketing Mix* yang dimulai sejak memproduksi suatu produk sampai produk tersebut diterima oleh pelanggan. Semua aktivitas yang dilakukan di bidang pemasaran ditujukan untuk menentukan produk, 1 pasar, harga, promosi dan distribusi.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarannya. Dimana dari keempat variabel tersebut, seperti : produk, harga, distribusi dan promosi saling berhubungan di mana masing-masing elemen di dalamnya saling mempengaruhi. Kegiatan-kegiatan ini perlu dikontribusikan secara efektif dan efisien sehingga organisasi tidak hanya memilih kombinasi yang baik saja, tetapi juga harus mengoordinasikan berbagai macam elemen dari bauran pemasaran tersebut untuk melaksanakan program pemasaran.

Program pemasaran sangat berarti terutama untuk bidang industri rumahan yang notabene masih awam dengan kegiatan pemasaran dengan cara pendampingan pemasaran. Program pendampingan pemasaran merupakan salah satu strategi untuk memberi informasi mengenai pemasaran di *e-marketplace* sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan akhirnya juga akan meningkatkan pendapatan.

B. PEMASARAN

Pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok dalam suatu perusahaan untuk mempertahankan hidup dan untuk mendapatkan laba/keuntungan. Kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen agar perusahaan tetap bisa berkembang, atau konsumen mempunyai pandangan baik terhadap perusahaan tersebut. Pengertian pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2008:6)," merupakan proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya". Definisi yang paling luas yang

dapat menerangkan secara jelas arti pentingnya pemasaran dikemukakan oleh Stanton, William J. dalam Basu Swastha: Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.(2000:4).

Pembeli potensial akan sangat mempengaruhi volume penjualan produk. Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan pemasaran, artinya laba dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Laba dapat membuat perusahaan tumbuh dan berkembang, menggunakan kemampuan yang lebih besar kepada konsumen serta memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Laba merupakan tujuan umum dari perusahaan. Tujuan pemasaran merupakan wujud rencana yang terencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

C. PRODUK

Pengembangan sebuah program untuk mencapai pasar yang diinginkan, sebuah perusahaan harus memulai dengan produk atau jasa yang dirancang untuk memuaskan keinginan konsumen. Maka dari itu perusahaan harus berusaha mengambil hati para konsumen untuk memperlancar jalannya produksi. Konsumen biasanya menginginkan produknya dapat membuat hati para konsumen terpuaskan dan mempunyai kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2007) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan/semua kebutuhan. Dalam hal ini memberikan batasan produk dianggap memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa suatu benda (*object*), rasa(*service*), kegiatan (*acting*), orang (*person*), tempat (*place*), organisasi dan gagasan dimana suatu produk akan mempunyai nilai lebih dimata konsumen, jika memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain sejenis.

D. INDUSTRI RUMAHAN

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. Industri rumahan (*Home Industri*) adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Pengertian usaha kecil secara jelas tercantum dalam UU No. 9 Tahun 1995, yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000

E. E-MARKETPLACE

E-marketplace adalah pasar online tempat terjadinya jual beli, biasanya dilakukan antar perusahaan (B2B mendominasi hingga 75% e-marketplace). Secara fungsi, sebenarnya fungsi e-marketplace tidak berbeda dengan pasar biasa, yaitu:

- Mencocokkan antara penjual dan pembeli,
- Sebagai fasilitas transaksi, dan
- Sebagai infrastruktur institusional.

Perbedaan yang paling krusial hanya terletak pada online-nya. Pada *e-marketplace*, kita bisa pergi ke pasar kapan saja dan dimana saja selama ada akses internet. Fitur-fiturnya pun semakin memudahkan proses jual beli, kita bisa mencari barang atau jasa yang kita butuhkan hanya dengan mengetikan spesifikasinya, maka sistem langsung dengan cepat mencocokkan serta lebih hemat waktu, energi dan biaya.

F. KEMITRAAN USAHA

Kemitraan usaha adalah jalinan kerjasama yang setara antar perorangan, kelompok, organisasi yang memiliki komitmen untuk bekerjasama saling menguntungkan sehingga program dan kegiatan usaha ekonomi produktif dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

G. PENDAMPING

Pendamping adalah perorangan, kelompok atau lembaga yang memiliki kompetensi untuk bekerjasama dalam mengembangkan berbagai gagasan dan aksi mencapai tujuan kelompok tersebut.

H. PENDAMPINGAN PEMASARAN

Pendampingan Pemasaran adalah suatu proses menjalin relasi antara pendamping dengan masyarakat sekitarnya dalam rangka memecahkan masalah, memperkuat dukungan, mendayagunakan berbagai sumber dan potensi dalam pemasaran, serta meningkatkan akses anggota masyarakat terhadap penjualan online.

I. EFEKTIVITAS

Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankannya. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan. Jika hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti makin tinggi efektivitasnya.

REKAPITULASI ANGGARAN PENGABDIAN

NO	JENIS	PERSENTASE	BIAYA YANG
	PENGELUARAN		DIUSULKAN
1.	Gaji dan Upah	25 %	1.248.750
2.	Bahan Habis Pakai dan	50 %	2.497.500
	Peralatan		
3.	Perjalanan	10 %	499.500
4.	Lain-lain	15 %	749.250
	JUMLAH	100%	4.995.000

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP TIM PENGUSUL

Biodata Ketua

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M.
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki
3.	Jabatan Fungsional	Asisten ahli
4.	NIK	03.3112770174
5.	NIDN	0421107603
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Ciamis, 21 Oktober 1976
7.	E-mail	-
8.	Nomor Telepon/HP	081323414888
		1. Sistem Informasi Manajemen
9.	Mata Kuliah yang Diampu	2. Aspek Hukum Dalam Ekonomi
		3. Bank & Lembaga Keuangan Lain

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan	Universitas Galuh Ciamis	Universitas Galuh Ciamis
Tinggi		
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen
Tahun Masuk-Lulus	1998-2002	2002-2004

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Penda	anaan
			Sumber	Jumlah
				(Rp)
1.	2013	Persaingan Antara Warung	LPPM	Rp
		Tradisional Dengan <i>Minimarket</i> di Kecamatan Cisaga	Unigal	4.500.000,-
2.				

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada	Pendanaan	
		Masyarakat	Sumber	Jumlah (Rp)
1.				
2.				

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/
			Nomor/Tahun
1.	Penurunan BI Rate dan Efisiensi	Jurnal Economics	ISSN: 2089-
	Biaya Operasional Bank Umum	Publish	9114/Vol.1/No.1/Januari
	Untuk Menurunkan Suku Bunga		2013
	Kredit		
2.			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian denga kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Ciamis, April 2017

Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M.

Biodata Anggota

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Mukhtar Abdul Kader
2.	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3.	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4.	NIK	03.31122770493
5.	NIDN	0407067305
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Palu, 07 Juni 1973
7.	E-mail	Mwrd7380@gmail.com
8.	Nomor Telepon/HP	(0265) 772060
9.	Mata Kuliah yang Diampu	1. Ekonomi Manajerial

	2. Sistem Informasi Manajemen
	3. Ekonomi Koperasi

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan	Universitas Galuh Ciamis	STIPAS Bandung
Tinggi		
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen
Tahun Masuk-Lulus	2002	2013

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Penda	naan
			Sumber	Jumlah
				(Rp)
1.	2016	Knowledge Management Pengaruhnya terhadap Kompetensi pegawai serta Dampaknya pada Kinerja Pegawai di PT.POS Indonesia Cab. Ciamis	Dikti	14.855.400
2.	2015	Penataan Lingkungan Kerja Fisik Dan Pengembangan Kompetensi Pegawai Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Semangat Kerja Pegawai Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Dan Penanaman Modal Kabupaten Ciamis	Mandiri	6.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada	Penda	naan
		Masyarakat	Sumber	Jumlah
				(Rp)
1.	2015	Manajemen Administrasi	Mandiri	2.000.000
		Keuangan Pada Kelompok Tani		
		Kertaharja		
2.	2015	Pentingnya Kontribusi Anggota	Mandiri	2.500.000
		dalam Meningkatkan SHU		
		Koperasi		
		1		

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama	Volume/
		Jurnal	Nomor/Tahun
1.	Peran UKM dan Koperasi Dalam	Ekonologi	2015
	Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Di		
	Indonesia		
2.	Membangun Partisipasi Anggota	Ekono-	2015
	Koperasi Unit Desa Sebagai Badan	Insentif	
	Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam		
	Memperkuat Ekonomi Masyarakat		
	Desa.		
	Penataan Lingkungan Kerja Fisik Dan	Unikom	2015
	Pengembangan Kompetensi Pegawai		
	Pengaruhnya Terhadap Peningkatan		
	Semangat Kerja Pegawai Badan		
	Pelayanan Perijinan Terpadu Dan		
	Penanaman Modal Kabupaten Ciamis		

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian denga kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Ciamis, April 2017

Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M.

Biodata Anggota

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M.	
2.	Jenis Kelamin	Laki-Laki	
3.	Jabatan Fungsional	Tenaga pengajar	
4.	NIK		
5.	NIDN	0401078904	
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Tasikmalaya, 1 Juli 1989	
7.	E-mail	faizalharisekoprabowo@gmail.com	
8.	Nomor Telepon/HP	085223300110	
9.	Mata Kuliah yang Diampu	 Pengantar Manajemen Studi kelayakan bisnis Manajemen strategi 	

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan	Universitas Pendidikan	Universitas Padjajaran
Tinggi	Indonesia	
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen
Tahun Masuk-Lulus	2007-2012	2012-2015

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1.				
2.				

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada	Penda	anaan
		Masyarakat	Sumber	Jumlah (Rp)
1.				
2.				

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1.			
2.			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian denga kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Ciamis, April 2017

Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M.