



PENINGKATAN KAPASITAS PENDAPATAN UMKM DODOL PENGLATAN TOKO BU MAWAR DI PENGLATAN KABUPATEN BULELENG-BALI

Oleh

Fretno Wigiyanto Subali Wagiman¹, Nyoman Chandrika Nanda², Gde Agung Satria³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma

Email: 1fretnowigiyanto@gmail.com

Article History:

Received: 03-11-2022

Revised: 15-12-2022

Accepted: 25-12-2022

Keywords:

Dodol. Penglatan. MSMEs.

Abstract: *Penglatan village is one of the villages whose culture still exists even in the current westernization situation. Penglatan village is known for its typical dodol called Dodol Penglatan. Dodol Penglatan has a different uniqueness when compared to other dodol because Dodol Penglatan has quite a variety of flavor variants depending on consumer demand. Marketing strategy has an important role for MSMEs (Micro small and Medium Enterprises). The important role of the right marketing strategy will be able to increase the competitiveness of the products produced by MSMEs. In an effort to develop a marketing strategy, complete information is needed regarding the market, consumers and products needed. Production is the activity of producing goods or services. Usually this activity is carried out in order to add value to the use or benefit of an item or service. Production is an activity that transforms all connectivity that produces activities or activities so that the output or input is goods or services, as well as activities that can support human sustainability.*

PENDAHULUAN

Dodol merupakan salah satu makanan khas atau makanan Tradisional yang berasal dari daerah Indonesia. Dodol adalah makanan yang terbuat dari tepung ketan dan ditambahkan beberapa bahan lainnya seperti gula merah dan santan kelapa agar menghasilkan rasa yang enak. Sekarang ini berbagai tambahan rasa bisa di tambahkan pada pembuatan dodol sehingga rasa dodol tidak hanya satu jenis saja namun sekarang ini justru semakin banyak variasi. Di Buleleng terdapat banyak sentra – sentra usaha pembuatan dodol yang biasanya dilakukan melalui industri – industri rumah tangga. Salah satu desa di Bali Utara yang merupakan sentra penghasil dodol terbesar adalah Desa Penglatan. Dodol memang tidak dapat dilepaskan dari Desa Penglatan, karena sebagian besar masyarakat di Desa Penglatan memiliki industri rumah tangga berupa pembuatan dodol yang termasuk dalam usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM.

Desa Penglatan adalah salah satu desa yang budayanya masih tetap ada meski dalam situasi westernisasi saat ini. Desa Penglatan dikenal dengan ciri khas dodolnya yang bernama Dodol Penglatan. Dodol Penglatan memiliki keunikan yang berbeda jika dibandingkan dengan dodol lainnya karena Dodol Penglatan memiliki varian rasa yang



cukup beragam tergantung permintaan konsumen. Kami memilih tempat praktik kerja lapangan di salah satu UMKM yang berada di Desa Penglatan, yang pastinya memiliki produk khas dari desa tersebut yaitu Dodol Penglatan. Pembuatan dodol harus melakukan cara pengadukan untuk terus menerus hal ini dikarenakan agar dodol tidak gosong dan bisa matang dengan merata. Usaha dodol dari omset permintaan pelanggan memiliki batasan karena usaha tersebut masih menerapkan metode sederhana dan tenaga manusia dari perlakuan awal bahan baku hingga menjadi produk siap jual.

Pemasaran merupakan suatu media yang digunakan dalam memperkenalkan suatu produk barang atau jasa kepada konsumen dengan menentukan harga yang sudah disepakati. (Faizin, 2017) mengatakan pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh madrasah untuk memberikan kepuasan pada stakeholder dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada stakeholder merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, agar mampu bersaing. Dengan proses pemasaran akan memudahkan pengusaha untuk menghasilkan keuntungan, dalam memasarkan suatu produk pihak pengusaha akan menentukan strategi yang dibuatnya baik dari segi kualitas dan media yang digunakan. Dalam menjalankan usaha dodol alat dan bahan yang berkualitas adalah hal yang sangat penting di perhatikan, berkualitas merupakan ukuran dimana seseorang dapat menilai dengan cermat darimana sumber terdapat apakah dari sumber alami ataukah ada campuran yang terkandung didalamnya. Dodol yang menggunakan bahan ketan yang berkualitas memiliki harga jual yang tinggi, dodol sudah menjadi hal yang sering dijumpai pada hari Raya Galungan, Kuningan, dan Pagerwesi.



Gambar 1.1 Profil toko Bu Mawar

Zaman sekarang teknologi sudah semakin canggih untuk pengusaha - pengusaha dalam menjual atau mempromosikan produknya dengan teknologi akan mempermudah seseorang masuk kedalam dunia dengan imajinasi dan inspirasi yang sangat luas mampu menjelajahi seluruh keadaan atau kondisi yang ada pada saat ini maupun lampau. Menurut (Siagian et al., 2020) Kemajuan teknologi di era saat ini banyak berpengaruh kepada komunikasi maupun informasi yang semula

konvensional menjadi modern dan serba digital, membuat semakin pesatnya perkembangan teknologi. Apalagi dengan adanya fasilitas internet yang sudah ada disetiap telepon seluler membuat manusia lebih mudah untuk mengetahui informasi dimanapun dan kapanpun. Sosial media sejatinya memang sebagai interaksi dan alat sosialisasi, serta bisa juga dijadikan fasilitas sebagai alat pemasaran yang paling murah dan gampang. Kemudahan kebutuhan urusan kita menjadi bagian dari kemajuan media sosial, apabila disandingkan



efek yang lain maka media sosial akan berdampak pada semua lini, kemudian berbeda pula dengan pemasaran secara tradisional, Pemanfaatan media teknologi melalui pemasaran merupakan terobosan yang perlu dievaluasi. Media sosial dimengerti atau tidak mulai saat ini telah banyak dipergunakan oleh berbagai kelompok - kelompok publik, sehingga penelitian ini eksperimen mengurai dan menganalisa kebutuhan dan sebagai alat media sosial dalam konteks pemasaran.



Gambar 1.2 Tata Letak

Pandemi Covid-19 memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Secara umum, mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19. Menghadapi hal demikian diperlukan strategi bagi UMKM untuk tetap bertahan dan dapat mengembangkan bisnisnya di tengah pandemi Covid-19. Aspek utama yang sangat berdampak bagi pelaku UMKM salah satunya adalah penurunan jumlah penjualan yang membuat kondisi keuangan UMKM dalam kondisi krisis. Pembatasan kegiatan sosial membuat UMKM sulit untuk bergerak mengembangkan skala usaha jika hanya memanfaatkan metode konvensional tersebut. Pelaku usaha telah melakukan berbagai cara merespon kondisi sulit ini untuk mempertahankan usahanya. Kurangnya mobilitas massa di sekitar pasar tentu menghambat laju promosi yang berpengaruh kepada tingkat penjualan. Mengatasi hal tersebut, pemasaran secara online melalui media merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha. Salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan optimalisasi digital marketing terutama dalam sektor peningkatan social media marketing, online advertising, video marketing, search engine marketing, dan pengelolaan website. Dengan melakukan digitalisasi pemasaran, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan online engagement untuk mengembangkan skala usaha di tengah pandemi Covid- 19.

Tempat praktik kerja lapangan kami, selain menjadi salah satu produsen dari Dodol Penglatan, UMKM tersebut juga menjual berbagai jenis sembako yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari yang dimana hal ini sangat cocok untuk kondisi desa tersebut yang sedikit jauh dari kota untuk membeli kebutuhan primer sehari-hari. Dodol Penglatan, Toko Bu Mawar adalah nama tempat kami melakukan praktik kerja lapangan yang beralamat di Jalan Pulau Irian, Desa Penglatan, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng-Bali.

Dodol Penglatan Toko Bu Mawar sudah ada sejak 15 tahun lalu yang masih menggunakan cara tradisional dengan menggunakan tungku dan kayu bakar dan di aduk



secara manual dioperasikan oleh mertua Ketut Sumiartini. Pada 15 tahun lalu, toko Mawar hanya memproduksi dodol pada saat hari raya, berbeda dengan sekarang yang memproduksi dodol hampir setiap hari untuk stok penjualan sehari-hari. Selain itu, harga dodolnya juga bervariasi mulai dari Rp 28.000-Rp 30.000. Pada saat hari raya, harga tersebut akan sedikit berubah karena naiknya harga bahan produksi yang diperlukan untuk memproduksi dodol tersebut.

Permasalahan Mitra

Pada saat melakukan Praktik Kerja Lapangan di Dodol Pnglatan, Toko Bu Mawar, kami mendapati beberapa masalah yang dimiliki oleh toko tersebut, diantaranya adalah

1. Aspek Pemasaran

Strategi pemasaran mempunyai peran penting bagi UMKM. Peran penting dari strategi pemasaran yang tepat akan mampu meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan UMKM. Dalam upaya menyusun strategi pemasaran dibutuhkan informasi yang lengkap berkaitan dengan pasar, konsumen maupun produk yang dibutuhkan. Tidak adanya informasi yang mendukung dalam penentuan strategi pemasaran tentu saja membuat UMKM sulit bersaing. Menurut Kotler (2016) pemasaran adalah suatu proses social yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dari pihak lain.

Pemasaran bukanlah semata - mata kegiatan menjual produk dan jasa, namun didalam pemasaran harus ada kerjasama yang baik antar bagian agar tercapai pemasaran yang efektif. Definisi marketing atau pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Jadi dapat disimpulkan secara sederhana bahwa pemasarkan merupakan suatu kegiatan dimana memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu usaha, untuk menawarkan usaha mereka ke masyarakat luas.

Dilihat dari aspek pemasaran di Toko Bu Mawar dari segi strategi promosi belum maksimal dalam memasarkan usahanya. Merek hanya mengandalkann pemasaran lewat masyarakat setempat yang memang tahu akan keberadaan toko itu sendiri.

2. Aspek Produksi

Produksi adalah kegiatan menghasilkan barang atau jasa. Biasanya kegiatan ini dilakukan dalam rangka menambah nilai kegunaan atau manfaat suatu barang dan jasa. Produksi adalah kegiatan yang mentransformasikan semua konektivitas yang menghasilkan kegiatan atau aktivitas sehingga output atau input nya adalah barang atau jasa, serta kegiatan yang dapat mendukung keberlangsungan manusia.

Permasalahan seperti ini sering ditemukan dalam suatu usaha tentunya dalam menghasilkan produk baru dengan menciptakan atau menambah nilai guna suatu produk. Hal ini timbul karena sulitnya untuk menciptakan produk dengan rasa yang unik untuk menentukan arus penjualan suatu produk dengan waktu yang fleksibel, sehingga sering terjadi kekurangan waktu untuk mmenyelesaikan pesanan pelanggan. Selain itu hal yang mempengaruhi juga terletak pada alat yang digunakan masih terlalu tradisional dengan menggunakan tenaga manusia.



Solusi Dan Target Luaran

Solusi Permasalahan

Untuk mengatasi permasalahan yang ada di Toko Bu Mawar maka ditawarkan beberapa solusi :

1. Aspek Pemasaran

Bagaimana menerapkan manajemen pemasaran menggunakan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan para konsumen. Dengan meningkatkan volume penjualan Produksi yang saat ini masih mengandalkan pengunjung yang datang ke lokasi dan para tengkulak. Solusinya adalah: pelatihan manajemen pemasaran berbasis teknologi informasi sebagai media pemasaran. Dengan cara promosi langsung (face to face) kepada pembeli dan memberitahu kualitas yang dimiliki dodol penglatan dan dapat bertahan 2 – 3 bulan dengan cara dijemur, semakin lama dijemur rasa dodol akan terasa lebih enak. Selain mendatangi konsumen, juga memasarkannya lewat media sosial seperti facebook, WhatsApp dan Instagram. Membuat dodol sebagai oleh – oleh dan dikirim ke seluruh Bali agar semua orang dapat merasakan dodol Penglatan, dodol dari Desa Penglatan berciri khas, salah satunya adalah pembungkus dodol dari kulit jagung. Selain alami juga sehat, karena tidak mengandung plastik yang bisa menyebabkan penyakit dan dapat bertahan dengan waktu yang lama. Banyak yang tertarik dengan dodol tersebut karena pelayanan yang sopan dan ramah serta rasa dodol yang enak. Dengan melakukan tahap-tahap di atas kami berusaha untuk membujuk konsumen agar tertarik perhatiannya pada produk sehingga pada akhirnya bisa melakukan pembelian atau transaksi.

2. Aspek Produksi

Toko Bu Mawar masih menggunakan cara manual untuk pembuatan dodol, dan ketika hari raya Galungan, Kuningan dan Pagerwesi pesanan dodol melonjak dan persaingan pembuatan dodol banyak sehingga kewalahan untuk membuat dodol. Dengan meningkatnya permintaan di hari raya dapat membuat karyawan merasa kesulitan. Bagaimana meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil pengolahan dodol dimana dalam pengolahan dodol saat ini masih menggunakan cara tradisional. Solusinya adalah inovasi teknologi pembuatan mesin pengaduk dodol beserta prasarana produksinya. Dodol merupakan produk olahan yang telah lama dikenal oleh kalangan masyarakat. Dalam proses pembuatannya tidak begitu sulit karena dapat dilakukan secara tradisional. Dodol termasuk pangan semi basah karena mengandung kadar air 20%. Dalam dunia yang semakin berkembang ini mengharapkan hal- hal baru yang lebih praktis dan nyaman dalam penggunaannya serta mempunyai daya guna lebih dari produk sebelumnya. Hal tersebut ditunjang pula dengan ketersediaan alat penunjang yang dilengkapi dengan teknologi sekarang ini untuk pembuatan dan semakin berkembangnya kebutuhan manusia akan sebuah kemudahan

Target Capaian

Target yang akan dicapai dalam pembinaan UMKM Toko Bu Mawar dilihat dari aspek pemasaran dimana penulis memberikan pembinaan tentang pemanfaatan media sosial dalam pemasaran agar Toko Bu Mawar bisa dikenal masyarakat luas. Kemudian dapat dijabarkan spesifikasi dan target capaian dalam tabel berikut :



Tabel 1
Target Capaian Kegiatan

No	ASPEK KEGIATAN	SPESIFIKASI	TARGET CAPAIAN
1	Pembekalan Materi	Kegiatan memberikan pemahaman tentang teori-teori teori berbisnis	Agar bisnis keluarga ini lebih memahami teoriteori berbisnis yang baik dalam pasar
2	Peningkatan Penjualan	Melakukan penjualan untuk menarik minat beli masyarakat	Agar bisnis keluarga ini lebih memahami teoriteori berbisnis yang baik dalam pasar
3	Peningkatan daya saing	Meningkatkan kualitas dan kuantitas	Lebih meningkatkan informasi dengan menggunakan media yang tepat
4	Pelatihan Internet Marketing	Meningkatkan kualitas dan kuantitas	Lebih meningkatkan informasi dengan menggunakan media yang tepat

Luaran yang akan Dicapai

Luaran yang akan dicapai dari kegiatan pembinaan UMKM Toko Bu Mawar itu dokumentasi pelaksanaan dalam bentuk video dimana dokumentasi tersebut akan diunggah di YouTube. Kemudian pembuatan jurnal pengabdian masyarakat yang diunggah ke jurnal.

Berikut akan dijabarkan tabel.

Tabel 2
Target Luaran Kegiatan

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Keterangan
1	Dokumentasi pelaksanaan dalam bentuk video	Di unggah di YouTube	https://youtu.be/4OxL_HjgY-U
2	Jurnal pengabdian Masyarakat	Sudah di publish	



METODE PELAKSANAAN

Tahap Persiapan

Tahapan yang akan dilakukan untuk melaksanakan solusi yang ditawarkan sebagai berikut:

A. Tahap Persiapan

1. Melakukan koordinasi antara tim pelaksana dengan mitra terkait jadwal pelaksanaan program.
2. Melakukan Observasi pada UMKM Dodol Penglatan Toko Bu Mawar
3. Mengajukan surat permohonan untuk melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) pada tempat UMKM
4. Menyiapkan sarana dan prasarana yang digunakan dalam pelaksanaan program kemitraan masyarakat

Tahap Pelaksanaan

Program Kemitraan Masyarakat yang akan dilaksanakan berupa:

1. Pemberian materi yang ditawarkan
2. Memberikan pelatihan pemasaran
3. Memberikan Peningkatan daya saing
4. Memberikan Pelatihan Internet Marketing

PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam Praktek Kerja Lapangan ini sudah sampai dalam tahap persiapan dan pelaksanaan. Berikut dijelaskan tahapan yang sudah dilaksanakan:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini dilakukan untuk menginventarisasi adanya perubahan kondisi masyarakat khususnya Kelompok UMKM dodol Penglatan sehingga desain kegiatan yang telah dilakukan dapat memberikan solusi bagi permasalahan mitra. Selain itu di tahap awal ini juga akan dilakukan sosialisasi program secara lebih luas.



Gambar 3 Koordinasi dengan Pemilik Usaha Toko Bu Mawar

Pada tahap ini kami langsung melakukan dengan pertemuan dengan Ibu Ketut Sumiartini. Pertemuan ini diputuskan beberapa hal terkait pelaksanaan praktek kerja lapangan yaitu : tanggal dimulainya praktek kerja lapangan, mempersiapkan surat ijin



pelaksanaan kegiatan, mempersiapkan waktu pertemuan, merencanakan kegiatan yang dibutuhkan dan pemilihan narasumber.



Gambar 4 Tata Letak Dodol Penglatan Toko Bu Mawar

Pada tanggal 30 Juli 2022 kami menuju Toko Bu Mawar yang terletak di Banjar Dinas Kelodan, Kelurahan Penglatan, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng untuk melakukan kordinasi langsung dengan Ibu Ketut Sumiartini. Kami mengkordinasikan pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan dan diputuskan pelaksanaannya pada tanggal 1 Agustus sampai 31 Agustus 2022.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini kami mempersiapkan segala sesuatu yang dipersiapkan alat - alat dan bahan - bahan yang digunakan untuk membuat dodol. Selain itu ada beberapa tahapan mengenai produksi dan pemasaran. Tahap pertama kami mengarahkan tentang produksi, tahap kedua kami mengarahkan dan menjelaskan tentang bagaimana pemasaran yang baik dan benar agar dapat menarik pelanggan. Pelaksanaan kegiatan meliputi kegiatan penguatan produksi melalui pembuatan serta penerapan alat mesin pengaduk dodol.



Gambar 5 Proses Pembuatan Dodol

Pada minggu pertama kami langsung kelapangan, kami juga langsung mempelajari cara pembuatan dodol. Minggu kedua kami membantu proses pembuatan pesanan.



Gambar 6 Proses Pembuatan Pesanan



Gambar 7 Proses Membungkus Dodol



Gambar 8 Menjelaskan Pemasaran Melalui Media Sosial

Hasil yang Dicapai

Selama pelaksanaan kegiatan pemilik dan karyawan Toko Bu Mawar sangat antusias dalam mengikuti kegiatan, apalagi saat pelatihan promosi melalui media sosial yang langsung bisa diterapkan oleh karyawan. Berikut luaran yang dicapai dalam kegiatan praktek kerja lapangan ini, seperti yang disajikan pada tabel.



Tabel 3
Target Luaran Kegiatan

No	ASPEK KEGIATAN	KONDISIS AWAL	CAPAIAN
1	Pembekalan Materi	Kegiatan yang dulunya pemasaran hanya dilakukan hanya dengan tatap muka	Membuka wawasan dalam pemasaran lewat beberapa aplikasi
2	Pelatihan pemasaran	Pemasaran yang dilakukan di sosial media agar bisa mendapatkan peningkatan pembelian	Peamasaran dapat dilakukan dengan sosial media contohnya seperti instagram, facebook, dan whatsApp
3	Peningkatan Produksi menggunakan mesin pengaduk dodol	Pemilik usaha yang awalnya hanya menggunakan alat tradisional dan tenaga serta waktu yang cukup lama	Membantu untuk mengefisienkan waktu pembuatan produk dengan menggunakan mesin pengaduk dodol untuk meningkatkan produksi pembuatan
4	Peningkatan daya saing	kualitas dan kuantitas	Meyedikan lebih banyak jumlah barang yang diinginkan konsumen
5	Pelatihan Internet Marketing	Kegiatan pemasaran masih dari mulut kemulut	Meningkatkan keterampilan memasarkan

Berikut luaran yang dicapai dalam kegiatan praktek kerja lapangan ini,seperyang disajikan pada tabel. 03 :

Tabel 4
Target Luaran Kegiatan

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Keterangan
1	Dokumentasi pelaksanaan dalam bentuk video	Di unggah di YouTube	https://youtu.be/40xL_HjgY-U
2	Jurnal Pengabdian Masyarakat	Sudah di publish	



PENUTUP

Kesimpulan

Setelah dilaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di dodol Penglatan Toko Bu Mawar maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. PKL merupakan suatu kesempatan bagi mahasiswa untuk menambah wawasan dibidang UMKM
2. 3Proposisi nilai : Toko Bu Mawar menawarkan produk dodol berkualitas, bahan original tidak menggunakan bahan campuran/pengawet, memiliki Izin Usaha Mikro Kecil dan sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB).
3. Hubungan Pelanggan : menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan personal yang ramah, cepat, memberi potongan harga dan kustomisasi.

Saran

1. Kegiatan pemberdayaan masyarakat sebaiknya dilakukan oleh civitas akademika khususnya di Perguruan Tinggi secara berkelanjutan untuk lebih menghasilkan keluaran yang diharapkan.
2. Sebagai tindak lanjut dari program kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini pihak Kelompok Usaha atau mitra mengharapkan ke depan kerjasama bisa dilakukan lebih intens dengan program-program lain yang bisa meningkatkan kualitas masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Faizin, I. (2017). STIT Pemalang 261. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, 7, 261–283.
<https://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/75>
- [2] Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Manajemen Pemasaran. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 3(3), 44–51.
https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/288824/FULL-PAPERKOMPETITIF_NTW.pdf
- [3] Raharja, Sam'un Jaja. (2021) "Pengembangan usaha UMKM dimasa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital" dalam kumawula : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat vol 4 (hal 109). Sumedang Jawa Barat
- [4] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller.(2016).Marketing Management,15th Edition.Pearson Education,Inc.

Lampiran

Lampiran 1. Biodata Mahasiswa

A. Biodata mahasiswa

1	Nama Lengkap	Nyoman Chandrika Nanda
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	S1 Manajemen
4	NIM	20.01.1.024
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Singaraja, 7 Maret 2002
6	E-mail	chandrikananda07@gmail.com



7	Nomor Telepon/Hp	085936531161
---	------------------	--------------

B. Riwayat Pendidikan

Keterangan	SD	SMP	SMA
Nama Institusi	SDN 4 Kampung Baru	SMP Negeri 3 Singaraja	SMA Negeri 3 Singaraja
Jurusan			IPS
Tahun Masuk-Lulus	2008-2014	2014-2017	2017-2020

Semua data yang saya masukan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Dengan demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk memenuhi salah satu syarat dalam pengajuan Laporan Praktek Kerja Lapangan UMKM.

Singaraja, 27 September 2022

Penulis,

(Nyoman Chandrika Nanda)

Lampiran 1. Biodata Mahasiswa

A. Biodata mahasiswa

1	Nama Lengkap	Fretno Wigiyanto Subali Wagiman
2	Jenis Kelamin	Laki – laki
3	Program Studi	S1 Manajemen
4	NIM	20.01.1.017
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Singaraja, 17 November 2001
6	E-mail	Frednosubali03@gmail.com
7	Nomor Telepon/Hp	087755819475

B. Riwayat Pendidikan

Keterangan	SD	SMP	SMA
Nama Institusi	SDKristen Maranatha Blimbingsari	SMP Santo Singaraja	Katolik SMK Negeri 1 Paulus Singaraja
Jurusan			Perhotelan
Tahun Masuk-Lulus	2008-2014	2014-2017	2017-2020



Semua data yang saya masukan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Dengan demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk memenuhi salah satu syarat dalam pengajuan Laporan Praktek Kerja Lapangan UMKM.

21

Singaraja, 19 September 2022

Penulis,

(Fretno Wigiyanto Subali Wagiman)

5718

J-Abdi

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Vol.2, No.8, Januari 2023



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN