

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KOLABORATIF**



***VALUE CHAIN DAN DIGITAL MARKETING* PRODUK IKM DI
DESA HUANGOBOTU KECAMATAN KABILA BONE
KABUPATEN BONE BOLANGO**

Oleh

Ketua : Zulkifli Boku, SE.Ak, M.Si (0019057204)
Anggota : Dr. Mahdalena, SE, M.Si (0004027110)
Anggota : Anas Bin Malik (921419011)

**Dibiayai oleh :
Dana PNBP/RBA FE, TA 2022**

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
TAHUN 2022**

HALAMAN PENGESAHAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT KOLABORATIF FAKULTAS EKONOMI UNG

1. Judul Kegiatan	: Value Chain dan Digital Marketing Produk DM di desa Huangoboto Kecamatan Kabaena Bona Kabupaten Bona Banggai
2. Lokasi	: Desa Huangoboto
3. Ketua Tim Pelaksana	
a. Nama	: Zuhri Baku, SE, Ak, M.Si
b. NIP	: 197205192002121001
c. Jabatan/Kelompok	: Lektor / 3 d
d. Program Studi/Jurusan	: SI Akuntansi / Akuntansi
e. Bidang Keahlian	:
f. Alamat Kantor/Telepon/Fax/E-mail	: 085256650172
g. Alamat Rumah/Telepon/Fax/E-mail	:
4. Anggota Tim Pelaksana	
a. Jumlah Anggota	: 3 orang
b. Nama Anggota I / Bidang keahlian	: - Haldiana, SE, M.Si / -
c. Nama Anggota II / Bidang Keahlian	:
d. Mahasiswa yang terlibat	: 2 orang
5. Lembaga/Institusi Mitra	
a. Nama Lembaga / Mitra	: DM di desa Huangoboto
b. Peranggung Jawab	: Kepala desa Huangoboto
c. Alamat/Telepon/Fax/Surat	: Jl. Yana Sulawesi
d. Jenis PT (kolaborasi mitra (jrn)	: 02
e. Bidang Kerja/Usaha	: Makanan, Kue, Ikan asin, kerajinan
6. Jangka Waktu Pelaksanaan	: 3 bulan
7. Sumber Dana	: PMS/BLU UNG
8. Total Biaya	: Rp. 2.500.000,-

Mendiploki
 Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Muhammed Amir Atham, M.E.)
 NIP. 19707252009041002

Guraeboto, 4 Maret 2022
 Ketua

Zuhri Baku, SE, Ak, M.Si
 NIP. 197205192002121001

Mengabdi/Pengabdi
 Ketua UPM UNG

(Prof. Dr. Zuhri Baku, SE, Ak, M.Si)
 NIP. 197205192002121001

RINGKASAN

Pemberian pengetahuan tentang *value chain* dan *digital marketing*. *Value chain* memberikan gambaran tentang apa yang perlu dilakukan oleh industri kecil sebelum memutuskan untuk membuat suatu produk, saat proses produksi, pemasaran dan layanan purna jual. Digital marketing akan memberikan cakupan pemasaran produk yang lebih luas sehingga membuka peluang untuk meningkatkan jumlah penjualan dari IKM yang ada di Huangobotu. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah ceramah tentang bagaimana penerapan *value chain* dan praktek langsung tentang bagaimana penggunaan media sosial dalam memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan. Hasil pelaksanaan kegiatan pemasaran digital melalui media sosial *Facebook* dapat dilakukan oleh peserta serta pemahaman tentang *value chain* sebelum mereka memulai memproduksi suatu produk sampai dengan bagaimana cara mempertahankan kelangsungan hidup produk.

Kata kunci : Produk, *Value chain*, *marketing*, *digital*, *facebook*.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Daftar Isi.....	iii
Ringkasan.....	iv
BAB I Pendahuluan.....	1
BAB II Solusi Permasalahan.....	3
BAB III Metode Pelaksanaan.....	8
BAB IV Hasil Dan Pembahasan.....	9
4.1. Pemasaran Digital Produk IKM Desa Huangobotu.....	9
4.2. Pemahaman Value Chain dalam Memulai Produksi.....	10
Daftar Pustaka.....	12
Lampiran I : Peta Lokasi	v
Lampiran 2 : Ketersediaan Mitra.....	vi
Lampiran 3 : Daftar Hadir Peserta.....	xiii
Lampiran 4 : SK Pelaksanaan pengabdian kolaboratif.....	xiv

BAB 1 PENDAHULUAN

Kelompok usaha mikro di Desa Huangobotu Kecamatan Kabila Bone mendapat pelatihan berbagai bahan pembuatan produk yang berbahan dasar ikan yang menjadi salah satu sumber pendapatan bagi warga Desa. Pendapatan bagi warga Desa Huangobotu yang berada di bibir pantai Teluk Tomini dipengaruhi oleh hasil tangkapan nelayan. Pada musim paceklik dimana nelayan tidak bisa turun melaut maka mereka sangat berharap pada pendapatan diluar profesi sebagai nelayan. Selama ini hasil ikan terkadang melimpah tetapi tidak semuanya dapat terjual sehingga tidak memberikan dampak pada kesejahteraan keluarga nelayan.

Penanganan pasca panen diperlukan oleh nelayan sehingga ikan yang mereka tangkap tidak mubazir bila tidak semuanya terjual. Keluarga nelayan telah mendapat pelatihan berbagai produk kerajinan yang diantaranya merupakan turunan dari produk perikanan. Tetapi pada umumnya mereka mengalami kesulitan dalam menjual hasil kerajinan maupun produk olahan makanan yang mereka buat.

Oleh karenanya pelatihan dalam pemasaran produk secara online baik melalui media sosial maupun aplikasi *e commerce*. Pemasaran secara online memiliki jangkauan yang luas sehingga tidak semata di pasarkan pada tempat dimana produk itu dibuat. Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan dalam membua produk tetapi terlebih penting lagi adalah kemampuan dalam menjual.

Warga Desa Huangobotu disamping ada yang membuat produk dari ikan, membuat nasi kuning, kue-kue, dan ada juga yang memiliki usaha catering. Karenanya selain

kemampuan membuat produk mereka juga memerlukan pelatihan manajemen pemasaran secara digital.

Pelatihan manajemen pemasaran memberikan pengetahuan tentang cara memasarkan produk secara online dengan memanfaatkan fasilitas yang tersedia seperti jaringan internet. Dengan demikian usaha yang mereka jalankan dapat berkembang dengan cepat sehingga dapat menambah penghasilan bagi keluarga.

BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN

Solusi dan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok IKM di desa Huangobotu Kecamatan Kabila Bone adalah sebagai berikut:

Potensi, Permasalahan dan Alternatif Solusi bagi kelompok sasaran

Kelompok Sasaran	Potensi	Permasalahan	Alternatif Solusi
Kelompok Usaha Mikro di Desa Huangobotu	<ul style="list-style-type: none"> • Wilayah Desa Huangobotu dan sekitarnya memiliki sumber daya manusia yang berada di kelompok yang produktif • Dukungan dari pemerintah Desa dan peserta yang akan mengikuti pelatihan yang akan dilaksanakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perlunya pemahaman tentang <i>value chain</i> sebelum memutuskan membuat suatu produk. • Kurangnya pengetahuan, keterampilan dan ide serta inovasi dalam memasarkan produk secara digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pemahaman <i>value chain</i> sebelum membuat produk. • Pelatihan keterampilan pemasaran digital

Sumber : Hasil Observasi

Pengetahuan tentang *value chain* memberikan pengetahuan kepada pengusaha maupun calon pengusaha IKM untuk memulai usaha dengan tahapan yang harus dilakukan sebelum memutuskan dalam membuat suatu produk sehingga memiliki keunggulan dalam bersaing. Untuk mencapai keunggulan ini kepuasan konsumen menjadi target yang harus dicapai dalam membuat suatu produk. Analisis rantai nilai merupakan tahapan yang harus dilakukan oleh produsen sebelum memutuskan suatu produk. Analisis rantai nilai menyeluruh berfokus terhadap semua fungsi bisnis yang terkait dengan produk atau jasa, “mulai dari produk atau jasa tersebut lahir sampai produk atau jasa tersebut mati” tidak peduli apakah fungsi tersebut berada diluar organisasi. Berikut ini fungsi-fungsi bisnis tersebut.

1. Penelitian dan pengembangan (Litbang)

Penelitian dan pengembangan merupakan fungsi bisnis yang menghasilkan ide-ide pengembangan produk, jasa atau proses baru.

2. Perencanaan produk, jasa atau proses

Perancangan produk, jasa atau proses merupakan fungsi bisnis yang membuat perencanaan dan rekayasa produk, jasa atau proses secara terperinci

3. Produksi

Produksi merupakan fungsi bisnis yang berhubungan dengan aktivitas menghasilkan barang dan jasa

4. Pemasaran

Pemasaran merupakan fungsi bisnis yang berhubungan dengan aktivitas memasarkan produk atau jasa kepada pelanggan

5. Distribusi

Distribusi merupakan fungsi yang berhubungan dengan mekanisme penyampaian barang atau jasa kepada pelanggan

6. Layanan Pelanggan

Layanan pelanggan merupakan fungsi bisnis yang disediakan untuk menampung dan merespon pengaduan-pengaduan dari pelanggan.

Pemasaran melalui online memberikan cakupan pasar yang lebih luas dibandingkan dengan penjualan secara langsung. Dengan menguasai kedua pengetahuan ini akan meningkatkan daya saing dan penjualan dari produk yang dihasilkan dari IKM di desa Huangobotu.

Strategi Pemasaran Online Marketing untuk Bisnis

Pemasaran Online atau bisa disebut juga Digital Marketing merupakan teknik pemasaran terkini dengan bermodalkan internet. Selain bisa menjangkau ke seluruh dunia, pemasaran online bisa dilakukan hanya di depan komputer anda. tentunya ada strategi di dalamnya yang perlu anda ketahui.

Sebelum masuk para pembahasan utama mengenai strategi pemasaran online ada baiknya kita mengetahui terlebih dahulu apa yang di maksud dengan pemasaran secara online atau sering juga di kenal dengan online marketing. Sederhananya definisi online marketing adalah sebuah usaha untuk memperkenalkan suatu produk ke masyarakat luas melalui internet.

Seperti yang kita tahu bersama jika internet saat ini sudah menjadi kebutuhan utama bagi sebagian orang. Maka tidak heran jika pengguna internet setiap harinya selalu mengalami

kenaikan yang sangat pesat. Hal ini tentu bisa menjadi sebuah peluang besar untuk memasarkan bisnis atau produk kita secara lebih luas lewat internet. Ada banyak sekali strategi pemasaran online yang dapat kita coba dan semua itu akan di bahas pada artikel ini.

Strategi Pemasaran Online

Berbeda dengan strategi pemasaran secara konvensional atau offline yang hanya berputar pada itu-itu saja. Strategi pemasaran secara online jauh lebih luas dan kompleks sehingga dapat di sesuaikan dengan berbagai jenis bisnis atau produk yang ingin di jual. Berikut ini beberapa strategi pemasaran online yang paling umum di gunakan oleh orang.

1. Search Engine Optimization (SEO)

Hampir di semua literatur mengatakan bahwa SEO memiliki peranan yang sangat penting dalam strategi pemasaran bisnis secara online, ini juga sering di sampaikan oleh Neil Patel, seorang profesional di bidang internet marketing dan entrepreneur. Melalui konten yang sudah di optimasi dengan teknik SEO akan membuat produk atau bisnis anda lebih mudah menjangkau dan di jangkau oleh para konsumen. Melalui SEO juga pemasaran yang di lakukan juga jadi jauh lebih tertarget dengan audience yang potensial, sehingga konversi yang terjadi akan jadi lebih besar.

2. Search Engine Marketing (SEM)

Ini juga adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan mesin pencari untuk mendapatkan banyak konsumen. Berbeda halnya dengan SEO, dengan SEM memungkinkan anda untuk langsung menduduki peringkat teratas dari hasil pencarian. Namun tentunya di butuhkan biaya untuk menerapkan strategi marketing ini. Biaya juga sangat di pengaruhi dengan kata kunci yang ingin di targetkan. Satu kesamaan yang di miliki oleh SEO dan SEM adalah target pasar yang jauh lebih spesifik dan relevan dengan bisnis atau produk ingin anda promosikan.

3. Social Media Marketing (SMM)

Sepertinya kekuatan sebuah jejaring sosial media sebagai strategi pemasaran secara online sudah tidak perlu di pertanyakan lagi. Namun penting untuk di pertimbangkan menggunakan platform sosial media yang sesuai dengan bisnis atau produk yang ingin di tawarkan. Beberapa sosial media yang keram di gunakan untuk mempromosikan suatu produk seperti Facebook, Instagram dan Twitter. Selain memilih platform yang tepat, anda

juga membutuhkan strategi content marketing yang baik agar konten yang di berikan kepada target marketing bisa relevan dan memberikan manfaat untuk mereka.

4. Pay Per Click (PPC)

Sesuai dengan namanya, anda akan di kenakan sejumlah biaya setiap kali ada pengguna yang mengklik iklan yang anda buat. Memang strategi pemasaran online ini terdengar mirip dengan SEM, tapi ada beberapa platform yang menampilkan iklan PPC kepada audience-nya. Sehingga tidak selalu menggunakan mesin pencari seperti Google dan Bing. Sejauh ini platform periklanan yang paling populer dan banyak di gunakan adalah Google AdWords, Instagram Ads dan juga Facebook Ads.

5. Affiliate Marketing

Ada dapat di katakan sudah menerapkan strategi affiliate marketing jika anda telah melakukan kerjasama dengan pebisnis lain untuk memasarkan produk anda dengan membagi keuntungan yang di dapatkan. Misalnya saja anda bekerjasama dengan para Blogger atau Youtuber. Sebelumnya anda harus membuat sebuah URL atau tautan unik dan nantinya di sisipkan pada artikel atau description box pada YouTube. Tentu saja Blogger atau YouTuber yang menjalin kerjasama dengan anda harus memperkenalkan produk atau bisnis anda.

Nantinya jika ada pengguna yang mengklik URL atau tautan tersebut akan langsung mengarah ke website anda. Jika ada pengguna yang melakukan pembelian atau setidaknya terjadi konversi maka Blogger atau Youtuber yang menjalin kerjasama dengan anda juga akan mendapatkan sebagian keuntungan.

Bagaimanapun strategi pemasaran online yang anda terapkan pada bisnis anda, penting untuk selalu mengembangkan bisnis anda seluas-luasnya. Dengan begitu maka semakin banyak orang yang mengenal bisnis atau produk anda maka anda pun akan semakin diuntungkan.

6. Email Marketing

Email Marketing sangat cocok untuk anda yang sudah mengumpulkan database customer. Kelebihannya mereka yang sudah engage dengan bisnis anda akan tertarik dengan produk2 terbaru atau informasi terbaru yang anda tawarkan lewat email. Kalian bisa menggunakan Fitur Email Blast untuk mengirim email sekaligus ke customer anda.

7. Whatsapp Marketing

Whatsapp menjadi platform chat terpopuler karena fiturnya yg simple, cepat dan mudah digunakan. whatsapp sekarang tidak hanya sebagai aplikasi chat tetapi banyak juga pebisnis menggunakannya untuk berjualan dikarenakan banyaknya orang menggunakan whatsapp. Whatsapp Blast merupakan salah satu cara untuk mengirim pesan sekaligus banyak tetapi ingat message yang kamu kirim sebaiknya kepada customer yang sudah pernah menghubungi anda atau customer anda sehingga mereka tidak merasa terganggu dengan chat yang kamu kirimkan.

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

Koordinasi dengan pemerintah Desa dan kelompok IKM di Desa Huangobotu dan sekitarnya. Kemudian menentukan jadwal pelaksanaan pelatihan kelompok IKM sasaran kegiatan ini dan dosen mempersiapkan materi dan alat yang diperlukan dalam pelatihan tersebut.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan melibatkan peserta secara langsung dalam mendesain pemasaran produk secara digital, seperti menggunakan media sosial dan *e commerce*. Dalam pelatihan ini sekaligus mempraktekkan cara memasarkan produk dengan cara online. Dosen menyiapkan laporan mengenai pelaksanaan pelatihan yang dilaksanakan disertai dengan luaran dalam bentuk jurnal yang berkaitan dengan pelaksanaan pelatihan pada kelompok IKM di desa Huagobotu kabupaten Kabila Bone.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemasaran Digital Produk IKM Desa Huangobotu Kecamatan Kabila Bone

Desa Huangobotu merupakan desa yang terletak di pinggiran pantai jalan trans sulawesi di Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. pengrajin yang tergabung dalam IKM huangobotu memmbuat berbagai macam produk yang mereka jual di sekitar desa mereka tinggal.

Mereka menjajakan produknya masih terbatas pada lingkungan dimana mereka beraktivitas setiap hari, oleh karena itu omset yang dapat mereka capai masih sangat kecil sehingga keuntungan yang diperoleh belum dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pada umumnya usaha yang dikembangkan masih berupa usaha sambilan sekedara mengisi waktu senggangnya.

Kecilnya omzet yang mereka peroleh membuat mereka terkadang tidak bisa bertahan di lingkungan persaningan yang semakin tinggi. Berbagai upaya perlu dilakukan untuk meningkatkan omzet mereka diantaranya melalui memasarkan produk secara online. Para pengrajin Produk IKM dari desa Huangobotu di perkenalkan tentang metode pemasaran berbasis digital melalui media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat pada umumnya. Mereka diperkenalkan bagaimana cara menampilkan produk melalui Facebook.

Facebook marketing juga merupakan social media marketing yang paling potensial. Alasannya, jumlah penggunaannya sangat besar dan terus meningkat. Di seluruh dunia, pengguna Facebook telah mencapai lebih dari 2 milyar pengguna. Dari sisi fitur, banyak fitur Facebook yang efektif digunakan untuk upaya pemasaran. Salah satunya, scheduled post (posting terjadwal). Fitur ini memungkinkan Anda

membagikan konten terkait produk pada jam-jam optimal dimana calon konsumen Anda sedang online.

Tidak hanya itu, Facebook juga memiliki fitur Facebook 360. Dengan fitur ini, konten posting Anda akan kian menarik dengan adanya foto, ilustrasi dan video panorama yang interaktif. Bagi pemilik bisnis restoran, misalnya, fitur ini bisa dimanfaatkan untuk menunjukkan suasana restoran yang nyaman agar dapat menarik lebih banyak pengunjung. Facebook marketing juga menawarkan kemudahan yang sama, bahkan bagi pemula sekalipun.

Untuk mulai memasarkan produk menggunakan Facebook, Anda bisa membuat Facebook Page terlebih dahulu. Facebook Page adalah sebuah halaman publik Facebook yang diciptakan khusus untuk bisnis, merek ternama, selebriti, dan organisasi. Membuat sebuah Facebook Page untuk bisnis tidaklah sulit. Anda cukup masuk ke Facebook Page, menentukan kategori bisnis, dan melengkapi informasi profil yang diperlukan.

Untuk itu para peserta diberi pelatihan tentang langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh para ibu-ibu pengrajin IKM dalam menggunakan media sosial Facebook sebagai alternatif untuk memasarkan produk mereka agar memiliki jangkauan yang lebih luas. Dengan pengetahuan ini diharapkan dapat menambah omzet yang mereka peroleh dari penjualan yang mereka lakukan.

2. Pemahaman Value Chain dalam memulai produksi

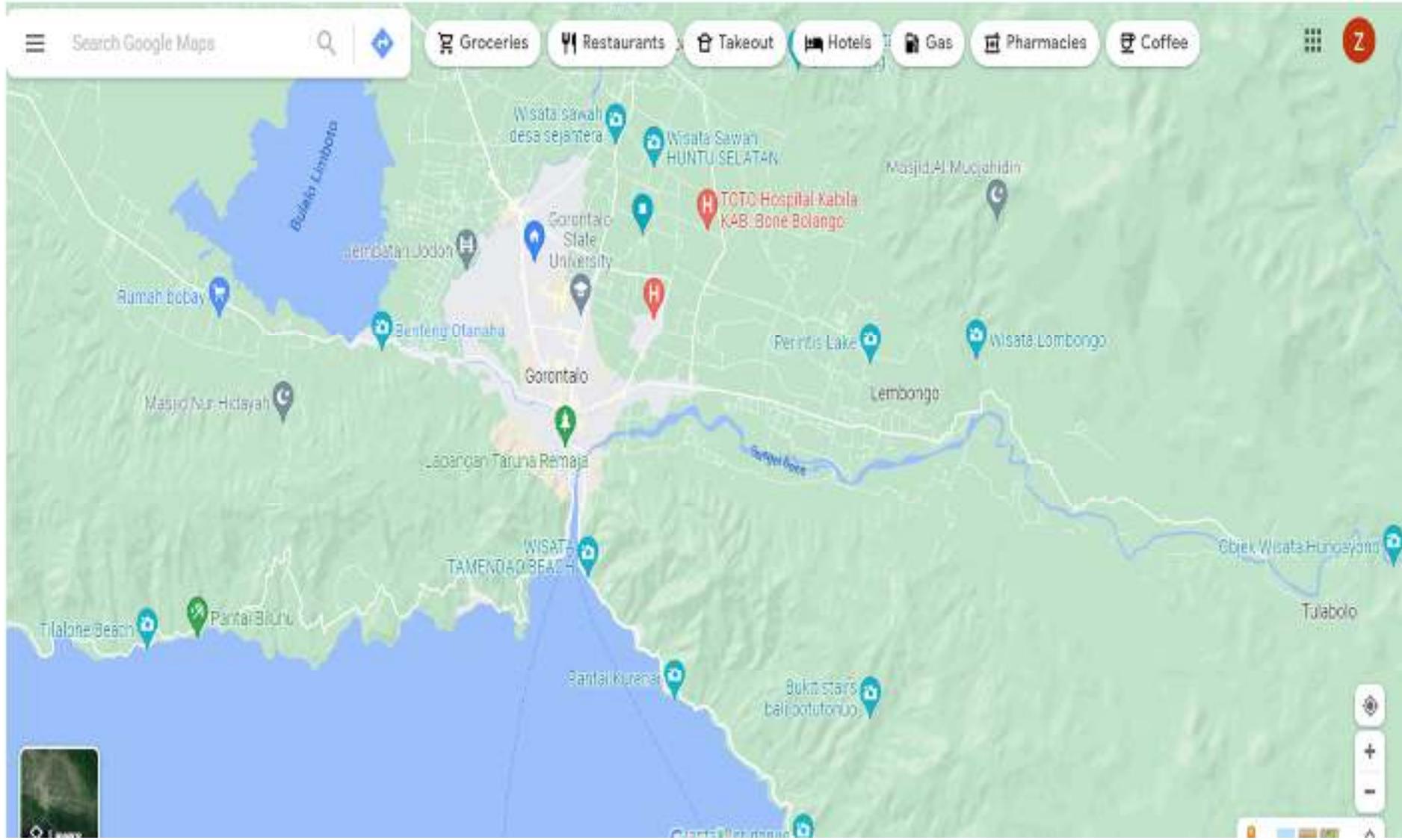
Pengetahuan tentang value chain memberikan pengetahuan kepada pengusaha maupun calon pengusaha IKM untuk memulai usaha dengan tahapan yang harus dilakukan sebelum memutuskan dalam membuat suatu produk sehingga memiliki

keunggulan dalam bersaing. Untuk mencapai keunggulan ini kepuasan konsumen menjadi target yang harus dicapai dalam membuat suatu produk. Analisis rantai nilai merupakan tahapan yang harus dilakukan oleh produsen sebelum memutuskan suatu produk. Analisis rantai nilai menyeluruh berfokus terhadap semua fungsi bisnis yang terkait dengan produk atau jasa, “mulai dari produk atau jasa tersebut lahir sampai produk atau jasa tersebut mati” tidak peduli apakah fungsi tersebut berada diluar organisasi. Berikut ini fungsi-fungsi bisnis tersebut.

1. Penelitian dan pengembangan (Litbang)
2. Perencanaan produk, jasa atau proses
3. Produksi
4. Pemasaran
5. Distribusi
6. Layanan Pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Hanafi, Mamduh M., Manajemen pemasaran, BPFE, Yogyakarta, 2004
- Hansen, R. Don dan Maryanne M. Mowen, 2007. *Managerial Accounting*. Edisi ke 8 Cincinnati, Ohio: South Western College Publishing.
- Hansen, R. Don, Maryanne Mowen, dan Liming Guan, 2009. *Cost Management, Accounting and Control*. Edisi ke 6. Cincinnati, Ohio: South Western College Publishing.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*. Edisi ke 14 New Jersey: Prentice Hall
- Riwayadi, 2016. Akuntansi Biaya “Pendekatan Tradisional dan Kontemporer”, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.
- <https://www.akudigital.com/bisnis-tips/strategi-pemasaran-online-marketing/>





PEMERINTAH KABUPATEN BONE BOLANGO
KECAMATAN KABILA BONE
DESA HUANGOBOTU

Jalan trans sulawesi.....

Nomor : 109/HBT-KB/II/2022 Huangobotu, 5 Maret 2022
Lampiran :.....
Sifat :
Perihal : Kesiediaan Menerima Kegiatan Pengabdian.

Kepada Yth,,
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo
Di
Tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan surat Nomor : B/1115/UN47.B8/PT.01.04/2022 tentang permohonan Rekomendasi Pengabdian kepada masyarakat kolaboratif oleh Dosen dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo (UNG) dengan judul **“Value Chain dan Pemasaran Digital Produk IKM di Desa Huangobotu Kecamatan Kabila Bone”** Maka dengan ini kami Pemerintah Desa Huangobotu, Kec Kabila Bone Kab Bone Bolango bersedia menerima kegiatan pengabdian yang dimaksud.

Demikian surat ini dibuat, atas kerjasama yang baik tak lupa diucapkan terimah kasih.

Kepala Desa Huangobotu



HI. SUKARDI RAHMAN



**DAFTAR HADIR
PELAKSANAAN PENGABDIAN KOLABORATIF**

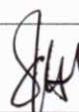
Judul :

Hari / Tanggal :

Pukul :

Tempat :

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1.	LISTA DARIPAN	KPIU	
2.	Haryati Haras	KPIUD	
3.	Wiwik BUDAHU	Masyarakat	
4.	Aswari Rahma	Masyarakat	
5.	Kesri Dafar	-	
6.	Tumma	"	
7.	SILVIANA DEBANDI	-	
8.	NINING Hulopi	- -	
9.	Rustii. Dedeto	- - -	
10.	SEIUI Rahman	Masyarakat	
11.	Lisna walabrara		
12.	Sitiada Mustafa		
13.	RENOL KADIR		
14.	AMAR LAKUDE	masyarakat	
15.	Agustina Karbu	k. kesa	

16	Pelin Sahidy		
17	Nonee Abdullah		
18	Amar Bayu		
19	Mohamad Fitri Hasan		
20	Hasan Abdullah KWO		



 Kepala Desa Muangsobo



 H. Sulcardi Rahman

TIM PELAKSANA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Jenderal Sudirman Nomor 6 Kota Gorontalo
Telepon (0435) 829713 Fax (0435) 829713, 821752
Laman: <http://www.ung.ac.id>

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
NOMOR : 597/UN47.B8/HK.04/2022

TENTANG
PENETAPAN DOSEN PELAKSANA
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT KOLABORATIF
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
SEMESTER GENAP T.A 2021/2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

Menimbang :

- a. Bahwa untuk menunjang Tridharma Perguruan Tinggi maka Dosen perlu melaksanakan Pengabdian pada Masyarakat;
- b. Bahwa berhubung dengan butir a di atas, maka perlu menerbitkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.

Mengingat :

1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 tahun 2005 tentang Dosen;
6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 11 Tahun 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Negeri Gorontalo;
7. Keputusan Rektor Universitas Negeri Gorontalo Nomor 372/H47.A2/DT/2009, tanggal 1 Mei 2009 tentang pemberian kuasa kepada Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana untuk atas nama Rektor menandatangani Surat Keputusan yang berkaitan dengan kegiatan akademik di lingkungan Fakultas dan Program Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo;
8. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 131/KMK.05/2009 tentang Penetapan Universitas Negeri Gorontalo pada Departemen Pendidikan Nasional sebagai Instansi Pemerintah yang menerapkan Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PK-BLU);

9. Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor : 32029/M/KP/2019 tanggal 24 September 2019 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Negeri Gorontalo Periode Tahun 2019-2023;

10. Surat Keputusan Rektor Universitas Negeri Gorontalo Nomor : 778/UN47/KP/2019, tanggal 22 November 2019 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.

Memperhatikan: Hasil Seleksi Proposal Pengabdian Kolaboratif Berbasis Kawasan Fakultas Ekonomi Tanggal 21 Maret 2022.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO TENTANG PENETAPAN DOSEN PELAKSANA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT KOLABORATIF FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO SEMESTER GENAP T.A 2021/2022

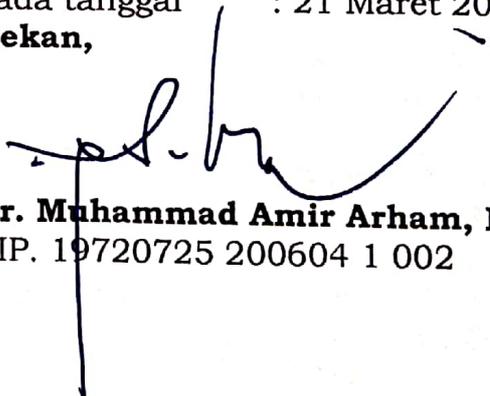
Pertama : Menetapkan Dosen yang nama-nama serta judul kegiatan Pengabdian pada Masyarakat Kolaboratif sebagaimana tercantum pada lampiran Surat Keputusan ini sebagai pelaksana Pengabdian pada Masyarakat Kolaboratif di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo;

Kedua : Bahwa nama-nama yang ditetapkan dengan Surat Keputusan ini bertugas melaksanakan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat sesuai dengan pedoman yang berlaku.

Ketiga : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab sampai dengan berakhirnya proses pelaksanaan kegiatan dengan catatan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Gorontalo
Pada tanggal : 21 Maret 2021

Dekan,


Dr. Muhammad Amir Arham, M.E
NIP. 19720725 200604 1 002

Tembusan Yth:

1. Rektor Universitas Negeri Gorontalo (sebagai laporan)
2. Wakil Rektor dilingkungan Universitas Negeri Gorontalo
3. Wakil Dekan dilingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo
4. Ketua Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Negeri Gorontalo
5. Ketua Jurusan dilingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo
6. Arsip

Lampiran : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo

Nomor : 597/UN47.B8/HK.04/2022

Tanggal : 21 Maret 2021

Tentang : Dosen Pelaksana Pengabdian pada Masyarakat Kolaboratif Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo Semester Genap T.A 2021/2022

NO	NAMA	PRODI	JUDUL PENGABDIAN
1	Dewi Indrayani Hamim, SE., MM (Ketua) Dr. Zaina Abidin Umar, M.Si (Anggota) Fahrul Rizki A. Rupu (Mahasiswa) Diva Revansyach Soga (Mahasiswa)	S1 Manajemen	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pengelolaan Limbah sagu Menjadi Produk yang Bernilai Ekonomis Desa Pilolianga Kecamatan Tila muta
2	Dr. Hais Dama, SE., M.Si Fitri Ramadhani (Mahasiswa) Hamdana (Mahasiswa)	S1 Manajemen	Pelatihan Pengelolaan Koperasi Berbasis Digital Menuju Koperasi Moderen di Kota Gorontalo
3	Dr. Hedy Vanni Alam, S.Pd., M.Si (Ketua) Valentina Monoarfa, SE., MM (Anggota) Meriyana F. Dunga, SE., MM (Anggota) Muthiah Syahidah (Mahasiswa) Zihan Putri M. Montu (Mahasiswa)	S1 Manajemen	Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Melalui Praktik Perhitungan Biaya Produksi Guna Penetapan Harga Jual Produk yang Ideal di Masa Pemulihan Ekonomi Pasca Covid 19
4	Zulkifli Boku, SE., Ak., M.Si (Ketua) Dr. Mahdalena, SE., M.Si (Anggota) Anas BIN Malik (Mahasiswa)	S1 Akuntansi	Value Chain dan Digital Marketing Produk IKM di Desa Huangobotu Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango
5	Mattoasi, S.Pd., M.Si., Ph.D (Ketua) Ronald S. Badu, SE., M.Si (Anggota) Sutan Muhammad Raihan (Mahasiswa) Suryadi Madjid (Mahasiswa)	S1 Akuntansi	Implementasi SAK-ETAP Dalam Meningkatkan Pengelolaan Keuangan UMKM di Desa Huangobotu Kecamatan Kabila Bone
6	Dr. Dra. Sri Endang Saleh, M.Si (Ketua) Irawati Abdul, SE., M.Si (Anggota) Sherli Fitriani (Mahasiswa) Moh. Faglyanto Kadir (Mahasiswa)	S1 Ekonomi Pembangunan	Sosialisasi Pentingnya Visualisasi Data Kependudukan Bagi Aparat Desa Timbuolo Tengah Kecamatan Botu Pingge Kabupaten Bonebolango
7	Meyko Panigoro, S.Pd., M.Pd (Kepala) Abdulrahim Maruwae, SE., M.Pd (Anggota) Wulan Mayasari Tambengi, S.Pd., M.Pd (Anggota) Febriyanti Igrisa (Mahasiswa) Anggita R. Suleman (Mahasiswa)	S1 Pend. Ekonomi	Penguatan Kompetensi Pedagogik Melalui Pengembangan Rubrik Penilaian Autentik Bagi Guru SMP Se Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato

NO	NAMA	PRODI	JUDUL PENGABDIAN
8	Prof. Dr. Ir. Syarwani Canon, M.Si (Ketua) Dr. Umin Kango, S.Pd., M.Si (Anggota) Abd. Yahyat Djuma (Mahasiswa) Raimanto Djaeni (Mahasiswa)	S1 Ekonomi Pembangunan	Peningkatan Produktivitas dan Pendapatan Masyarakat di Desa Timbuolo Tengah Kecamatan Botupingge Kabupaten Bone Bolango
9	Dr. Niswatin, S.Pd., SE., MSA (Ketua) Dr. Hedy Vanni Alam, S.Pd., M.Si (Anggota) Muhammad Fadli Mantali (Mahasiswa) Rizal Ambo (Mahasiswa)	S1 Akuntansi	Penguatan Keuangan UMKM Melalui Pelatihan SIAPIK (Sistem Informasi Pencatatatan Informasi Keuangan) Bagi UMKM di Kabupaten Boalemo
10	Roy Hasiru, S.Pd., M.Pd (Ketua) Dr. Radia Hafid, S.Pd., M.Si (Anggota) Fatmawaty Damiti, S.Pd., MSA (Anggota) Mohamad Kelvin Sulila (Mahasiswa) Nandri Lahay (Mahasiswa)	S1 Pend. Ekonomi	Implementasi Akuntansi Pendidikan Dalam Menujng Pengelolaan Keuangan Sekolah Bagi Pengelola Dana Bos Satuan Pendidikan SMP Kecamatan Marisa
11	Dr. Andi Yusniar Mendo, Se., MM(Ketua) Endi Rahman, SE., MM (Anggota) Eksalin Putri F. Hiola (Anggota) Qalfiansah Pasambuna (Mahasiswa)	S1 Manajemen	Pemberdayaan Kelompok Usaha Abon Ikan di Desa Doulan Kecamatan Bokat Kabupaten Buol Sulawesi Tengah
12	Yulinda L. Ismail, S.Pd., M.Si (Ketua) Agus Hakari Bokingo, S.Pd., M.Si (Anggota) Iksan Dalango (Mahasiswa) Muh. Gafar Maladjai (Mahasiswa)	S1 Manajemen	Training Creates The Idea:Produk dari Limba Pantai Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Botu Barani Kecamatan Kabila Bone
13	Hartati Tuli, SE., Ak., M.Si (Ketua) Dewi Indriyani Hamim, SE., MM (Anggota) Isnawati Nursan (Mahasiswa) Mohammad Yuda Olatapa (Mahasiswa)	S1 Akuntansi	Alternatif Pengelolaan Persediaan Ikan Bagi Nelayan di Desa Huango botu Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango
14	Selvi, SE., M.Si (Ketua) Idham Ishak, SE., M.Si (Anggota) Moh. Fadhel Karmoy (Mahasiswa) Aziza Alhasni (Mahasiswa)	S1 Manajemen	Pemberdayaan Perempuan Nelayan Melalui Pelatihan Dive rsifikasi Produk Olahan Ikan di Desa Bongo Kecamatan Bokat Kabupaten Buol

NO	NAMA	PRODI	JUDUL PENGABDIAN
15	Melizubaida Mahmud. S.Pd., M.Si (Ketua) Dr. Meyko Panigoro, S.Pd., M.Pd (Anggota) Nurhayati Tanggahu (Mahasiswa) Ruth Unaiya (Mahasiswa)	S1 Pend. Ekonomi	Edukasi Pengelolaan Arsip Bagi Tenaga Pendidik dan Kependidikan pada Satuan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di Kec. Marisa Kab. Pohuwato
16	Nilawaty Yusuf, SE., Ak., M.Si (Ketua) Nurharyati Panigoro S.Pd., M.Si (Anggota) Yahya Usman (Mahasiswa)	S1 Akuntansi	Pelatihan Pengelolaan Limbah Tulang Ikan Untuk Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Desa Botubarani Kecamatan Kabila Bone
17	Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd., M.Si (Ketua) Djoko L. Radji, S.Pd., M.Si (Anggota) Adhani Aulia Daud (Mahasiswa) Fidya Balu (Mahasiswa)	S1 Manajemen	Strategi Optimalisasi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Melalui Penguatan Sektor Pariwisata Desa Minanga Kabupaten Gorontalo Utara
18	Lukman Pakaya, S.Pd., MSA (Ketua) Ayu Rakhma Wuryandini, SE., MSA (Anggota) Agril Masri (Anggota)	S1 Akuntansi	Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Dengan Menggunakan Aplikasi SI APIK pada UKM di Desa Botubarani
19	Tri Handayani Amaliah, SE., Ak., M.Si (Ketua) Amir Lukum S.Pd., MSA (Anggota) Annisiah Bito (Mahasiswa)	S1 Akuntansi	Upaya Peningkatan Ekonomi Produktif Istri Nelayan di Desa Huangobotu Melalui Literasi Pemasaran Digital Terhadap Hasil Pengelolaan Sampah
20	Abdulrahim Maruwae, SE., M.Pd (Ketua) Ardiansyah (Anggota) Susanti Yasin (Mahasiswa) Pratiwi Sulistia Thalib (Mahasiswa)	S1 Pend. Ekonomi	Strategi Peningkatan Publikasi Ilmiah Pada Online Journal System (OJS) Dalam Menujang Profesionalisme Guru SMP di Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato

Dekan,


Dr. Muhammad Amir Arham, M.E
 NIP. 19720725 200604 1 002