

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



JUDUL:

**PENERAPAN PEMASARAN KONTEN UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK PADA UMKM
DI DESA BOTUTONUO KECAMATAN KABILA BONE
KABUPATEN BONE BOLANGO**

OLEH:

Ikhlas Ul Aqmal, M.A.

NIDN: 0029079208

Mattoasi, S.Pd., S.E., M.Si., P.hD.

NIDN: 0026117303

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**

2024

Judul	:	Penerapan Pemasaran Konten untuk Meningkatkan Kesadaran Merek pada UMKM di Desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango
Tematik *)	:	Kemandirian Ekonomi
Bidang Fokus RIRN **)		
		Energi
✓		Sosial Humaniora
		Kemaritiman
		Kesehatan
		Teknologi Informasi dan Komunikasi
		Pangan
		Material Maju
		Kebencanaan
		Transportasi
		Ketahanan dan Keamanan

**) Centang yang sesuai

Halaman Pengesahan

5/28/24, 3:29 PM

SISTEM INFORMASI PENGABDIAN

HALAMAN PENGESAHAN PENGABDIAN MANDIRI 2024

1. Judul Kegiatan : Penerapan Pemasaran Konten Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Pada Umkm Di Desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango
2. Lokasi : Desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango
3. Ketua Tim Pelaksana
 - a. Nama : Ikhlas Ul Aqmal, M.A.
 - b. NIP : 199207292024211001
 - c. Jabatan/Golongan : Asisten Ahli / 1
 - d. Program Studi/Jurusan : S1 Akuntansi / Akuntansi
 - e. Bidang Keahlian :
 - f. Alamat Kantor/Telp/Faks/E-mail :
 - g. Alamat Rumah/Telp/Faks/E-mail : -
4. Anggota Tim Pelaksana
 - a. Jumlah Anggota : 1 orang
 - b. Nama Anggota I / Bidang Keahlian : Mattoasi, S.Pd., S.E., M.Si Ph.D. /
 - c. Nama Anggota II / Bidang Keahlian : -
 - d. Mahasiswa yang terlibat : -
5. Lembaga/Institusi Mitra
 - a. Nama Lembaga / Mitra : Desa Botutonuo
 - b. Penanggung Jawab : Kepala Desa Botutonuo
 - c. Alamat/Telp./Fax/Surel : Jln. Trans Sulawesi Desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra (km) : 16,7 km
 - e. Bidang Kerja/Usaha : UMKM
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : 1 bulan
7. Sumber Dana : Biaya Sendiri
8. Total Biaya : Rp. 1.500.000,-

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

(Dr. Rafim Hineho, S.Pd., M.Si)
NIP. 197306181999031001

Gorontalo, 28 Mei 2024
Ketua

(Ikhlas Ul Aqmal, M.A.)
NIP. 199207292024211001

Mengetahui/Mengesahkan
Ketua LPM UNG

(Prof. Lanto Ningrayati, M.Kom., M.Kom., Ph.D)
NIP. 197201021998022001

<https://lpm.ung.ac.id/abdi.php>

1/1

Ringkasan

Judul yang diangkat pada pengabdian mandiri ini yaitu: “Alternatif pengelolaan persediaan melalui pembuatan Penerapan Pemasaran Konten untuk Meningkatkan Kesadaran Merek pada UMKM di Desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango.”

Kegiatan pengabdian mandiri ini bertujuan agar peserta UMKM ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman serta mampu menerapkan pemasaran konten sebagai strategi dalam peningkatan kesaran merek yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan mereka. Sasaran utama dari kegiatan pengabdian dengan waktu satu hari dan dilaksanakan dalam bentuk seminar oleh tim pelaksana pengabdian kepada para pelaku UMKM UMKM di desa Botutonuo kecamatan Kabila Bone kabupaten Bone Bolango provinsi Gorontalo yang

	dilakukan dalam 3 metode diantaranya: metode survei, metode sosialisasi, dan metode pendampingan. Kata Kunci: Pemasaran Konten, Kesadaran Merek, UMKM
Mitra Sasaran	Pelaku UMKM di desa Botutunuo kecamatan Kabila Bone kabupaten Bone Bolango
Mitra Pemberi Dana <i>(jika ada)</i>	Rp (in kind) Rp (in cash)
Jumlah Dosen Pelaksana	2 Orang
Dosen Pelaksana dan Asal Prodi	1. Ikhlas Ul Aqmal, M.A. (Akuntansi) 2. Mattoasi, S.Pd., S.E., M.Si., P.hD. (Akuntansi)
A. Pendahuluan	
<p>UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) mempunyai peran penting dalam perkembangan ekonomi negara. Tahun 2023 di Indonesia terdapat sebanyak sekitar 66 juta pelaku usaha UMKM. UMKM mempunyai andil sampai 61% dari PDB (Pendapatan Domestik Bruto) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sebanyak 117 juta pekerja (97%) dari jumlah tenaga kerja (Kadin.id, 2023). Hasil sensus ekonomi di Provinsi Gorontalo pada tahun 2023 menggambarkan total UMKM sebanyak 157.000 usaha. Jumlah UMKM di Kota Gorontalo menggambarkan peningkatan jumlah dari tahun ke tahunnya. Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo mencatat bahwa pada tahun 2019 ada 10.817 jumlah UMKMnya, dan di tahun berikutnya tahun 2020 ada 11.640 UMKM. Di Provinsi Gorontalo usaha mikro dan kecil masih mendominasi dunia usaha. Sebaran total UMKM tersebut sejalan dengan sebaran total penduduk baik itu dari kalangan penduduk kelas bawah maupun kelas menengah.</p> <p>Melihat total UMKM yang terdata, signifikansi UMKM dalam kontribusinya terhadap perekonomian bangsa sangatlah penting, lapangan kerja tercipta, terdorongnya pertumbuhan ekonomi dilihat dari PDB, serta terjadi pemerataan penghasilan masyarakat. Hal tersebut seiring dengan pendapat yang dipaparkan oleh Arifqi dan Junaedi (2021) bahwa UMKM dapat menjadi pijakan harapan peningkatan sistem perekonomian dari masyarakat. Namun dewasa ini, mayoritas UMKM mengalami tantangan dalam hal pemasaran produk usaha mereka. Mereka acap kali tidak mempunyai pengetahuan atau akses yang memadai tentang strategi pemasaran terkini seperti pembuatan konten yang menarik, penggunaan media sosial kurang dipahami, dan pengelolaan brosur produk usaha secara efektif.</p> <p>Peningkatan pemakaian media sosial dan internet, perilaku pelanggan telah mengalami perubahan. Konsumen condong mencari layanan/produk melalui daring dan mempercayai usaha yang mempunyai keberadaan yang konsisten di media sosial maupun media daring lainnya. Saat ini, jika dilihat tren konsumen semakin banyak konsumen berpindah ke media daring untuk menemukan dan memperoleh produk/jasa yang diinginkan. Oleh sebab itu, bagi UMKM penting</p>	

untuk mempunyai keberadaan yang konsisten di media sosial dan media daring yang lain. Sangat disayangkan, banyak pelaku UMKM mungkin tidak mempunyai akses pengetahuan ataupun pemahaman dalam menggunakan kemampuan pemasaran digital tersebut (Paramita dan Surur, 2022; Muslimin et al., 2022). Untuk mampu meningkatkan kinerja, harus menyediakan prediksi yang akurat terhadap keadaan lingkungan sehingga dapat menyeleksi tindakan tepat yang dilakukan (Aqmal dan Soewarno, 2018)

Pemasaran konten menghadirkan peluang terbaru bagi pelaku UMKM untuk meyasar pangsa pasar mereka secara daring. Tetapi peluang tersebut juga hadir dengan rintangan yang baru pula seperti adanya persaingan yang lebih ketat dan hasrat akan kebutuhan terhadap pengetahuan teknologi dan keterampilan dalam pemasaran konten yang lebih kuat (Faried et al., 2022; Dewi et al., 2022). Optimalisasi pemasaran melalui pembuatan konten yang menarik dan informatif merupakan kunci dalam meningkatkan kunjungan suatu UMKM. Dengan cara ini, UMKM bisa menghadirkan konsumen yang lebih banyak dan luas, membangun peningkatan kesadaran merek, dan meningkatkan pula penjualan produk usahanya.

Banyak UMKM belum mempunyai pemahaman yang baik akan sistem dalam mengoptimalkan pemasaran konten UMKMNya dengan menggunakan media sosial. Lebih lanjut, pelaku UMKM mungkin mempunyai akses yang terbatas akan sumber daya, termasuk dana dan waktu untuk memperoleh dukungan profesional (Gunawan dan Ramdani, 2023; Habibi et al., 2022; Mandasari et al., 2019). Pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan tentunya mempunyai peran yang amat sangat penting terhadap kesejahteraan UMKM. Pengabdian masyarakat ini dilandasi oleh kebutuhan mendesak guna menyokong UMKM dalam menghadapi rintangan dan tantangan dalam pemasaran konten di era digital saat ini. Peran UMKM sangatlah penting dalam perekonomian daerah sekitarnya, adanya lapangan kerja, dan tentunya kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di pelbagai wilayah. Tetapi, banyak pelaku UMKM masih memiliki hambatan dalam pemasaran konten produk atau jasa mereka, terutama di dalam mengikuti perkembangan dunia digital saat ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Penerapan Pemasaran Konten untuk Meningkatkan Kesadaran Merek pada UMKM di Desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango”

B. Permasalahan dan Solusi

B.1 Permasalahan Prioritas (*dikaitkan dengan Bidang Fokus Tematik dan Bidang Fokus RIRN*)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian ditemukan masalah yaitu:

1. Belum optimalnya peran UMKM dikarenakan kapasitas pemasaran konten UMKM kurang memadai membutuhkan penguatan pengetahuan dalam meningkatkan kesadaran merek pada UMKM.

B.2 Solusi

Berdasarkan permasalahan di atas maka ditetapkan solusi sebagai berikut :

1. Melalui edukasi dengan program sosialisasi kepada objek sasaran pengabdian.
2. Luaran kegiatan kepada masyarakat ini adalah pengetahuan dan pemahaman UMKM tentang penerapan pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek. Luaran selanjutnya adalah mempublikasikan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam jurnal nasional sehingga masyarakat khususnya UMKM dan Pemerintah Desa dapat menggunakan sebagai dasar pengambilan keputusan mengenai pentingnya penerapan pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek pada UMKM.

C. Metode

1. Persiapan

Tahap Persiapan yang dilakukan meliputi :

- a) Survei Lokasi;
- b) Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran, penyusunan bahan atau materi sosialisasi serta penunjang lainnya serta penunangan lainnya seperti surat menyurat, spanduk, daftar hadir, konsumsi, transportasi dan lain-lain.

2. Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan yang dilakukan meliputi :

- a) Mengidentifikasi kebutuhan yang ada hubungannya dengan program Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo
- b) Menyusun proposal (merumuskan materi yang akan diberikan.
- c) Melaksanakan kegiatan pengabdian
- d) Memenuhi kelengkapan administrasi
- e) Menyusun laporan

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini sebagai berikut:

- a) Metode ceramah digunakan oleh pemateri untuk menjelaskan materi yang berkaitan dengan penerapan pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek pada UMKM.
- b) Metode diskusi dan sharing digunakan untuk memperdalam materi bahasan baik bentuk tanya jawab secara perorangan maupun perwakilan peserta.
- c) Bimbingan teknis pendampingan pembuatan konten kreatif dan informatif untuk produk UMKM menggunakan teknik fotografi dan desain grafis untuk meningkatkan kualitas gambar, menjadwalkan pemasaran konten secara teratur di media sosial masing-masing UMKM, dan pemberian takarir (*caption*) deskripsi produk terkait harga dan kontak UMKM.

- d) Monitoring dan evaluasi keberhasilan pemasaran konten dalam meningkatkan kesadaran merek pada UMKM.
3. Evaluasi dalam kegiatan ini dilaksanakan dalam empat tahap yakni:
- Mengukur peningkatan penjualan UMKM setelah penerapan program
 - Melakukan survei pelanggan terhadap kesadaran konten UMKM yang terlibat dalam program.
 - Menganalisis hasil evaluasi untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.
 - Mengadakan pertemuan dengan pemilik UMKM untuk mendengar umpan balik mereka dan merencanakan perbaikan program berdasarkan masukan tersebut.
4. Rencana Keberlanjutan Program
- Terkait perencanaan jangka panjang dengan mitra, diharapkan jalinan kerjasama di bidang Tridharma Perguruan Tinggi ini tetap dilaksanakan secara beruntun di setiap periode yang telah ditentukan khususnya menyangkut Edukasi/Sosialisasi/Pelatihan bagi UMKM di desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango sebagai perwujudan penyampaian tanggungjawab sosial dan ekonomi kepada pemerintah desa dan masyarakat desa.

D. Jadwal Pelaksanaan dan Rangkuman Anggaran

Pelaksanaan pelatihan ini pada awal bulan Mei 2024 terkait survei lapangan, sedangkan pelaksanaan kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan pada minggu terakhir bulan Mei tahun 2024 di ruang kantor desa di desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone kabupaten Bone Bolango provinsi Gorontalo.

No	Nama Kegiatan	Waktu
1	Persiapan	09.00 – 09.15 WITA
2	Pembukaan	09.15 – 09.45 WITA
3	Pembacaan Doa	09.45 – 10.00 WITA
4	Materi	10.00 – 11.30 WITA
5	Tanya Jawab	13.30 – 13.45 WITA
6	Penutup	13.45 – 14.00 WITA

Adapun rincian anggaran yang dipakai pada pengabdian mandiri ini adalah:

No	Jenis Pembelanjaan	Jumlah Dana	
		PT	Mitra
1	Honorarium Narasumber/Pemateri	0	
2	Bahan Habis Pakai dan Peralatan	700.000	
3	Perjalanan	500.000	
4	Publikasi, Laporan	300.000	
	Total	Rp. 1.500.000	

E. Luaran dan Target Capaian

Luaran dan target capaian :

- a. Luaran kegiatan kepada masyarakat ini adalah pengetahuan dan pemahaman UMKM tentang penerapan pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek. Luaran selanjutnya adalah mempublikasikan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam jurnal nasional sehingga masyarakat khususnya UMKM dan Pemerintah Desa dapat menggunakan sebagai dasar pengambilan keputusan mengenai pentingnya penerapan pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek pada UMKM.
- b. Target peningkatan dari sisi akademis, kegiatan pengabdian pada para pemilik usaha mikro ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan tambahan untuk mendukung peningkatan ekonomi masyarakat.

F. Tim Pelaksana Dosen

No	Nama	Institusi / Asal Prodi	Posisi Dalam Tim	Uraian Tugas
1	Ikhlas UI Aqmal, M.A.	UNG / Akuntansi	Ketua	Menentukan ide dan koordinasi pelaksanaan serta pelaporan
2	Mattoasi, S.Pd., S.E., M.Si., P.hD.	UNG / Akuntansi	Anggota	Membantu koordinasi pelaksanaan serta pelaporan

G. Hasil

Pelatihan ini berangkat dari adanya fakta pada UMKM di Desa Botutonuo pada saat ini bahwa rendahnya pengetahuan terkait pemasaran konten yang tentunya dapat meningkatkan kesadaran merek dalam aktivitas usaha yang digeluti. Di mana menurut kepala desa setempat, bahwasanya para pelaku UMKM memasarkan produk mereka dengan konten yang apa adanya, “foto seadanya, kemudian diposting di sosial media masing-masing tanpa memperhatikan menarik tidaknya takarir/caption yang diberikan”. Jika dilihat dengan adanya pengetahuan dan penerapan yang baik terhadap pemasaran konten bisa menolong pelaku UMKM dalam tercapainya keberhasilan usahanya. Pelatihan ini dilaksanakan dengan maksud untuk membantu pelaku UMKM yang ada di Desa Botutonuo untuk mempunyai kemampuan dan pemahaman dalam penerapan pemasaran konten usahanya. Oleh sebab itu pelatihan ini memfokuskan pada penambahan pengetahuan dan pemahaman untuk pelaku UMKM tentang perlunya pemanfaatan pemasaran konten dalam meningkatkan kesadaran merek serta fokus pada peningkatan kecakapan pelaku UMKM dalam membuat konten yang menarik para konsumennya.

Kegiatan pengabdian ini yang menjadi peserta pelatihan adalah para pelaku UMKM yang berada di Desa Botutonuo. Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan pengajaran dalam hal pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek. Pengabdian kepada masyarakat ini diinginkan bisa memperoleh manfaat dalam aspek pengembangan kompetensi para pelaku UMKM di wilayah Desa Botutonuo untuk menghadirkan konten menarik kemudian konten tersebut dipasarkan yang tentunya dapat meningkatkan kesadaran merek usaha mereka.

Berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan, penulis membuat simpulan bahwasanya pelaku UMKM condong belum paham akan apa yang dimaksud pemasaran konten, konten yang menarik itu seperti apa, dan apa itu kesadaran merek. Mereka hanya melakukan pemasaran konten di media sosial masing-masing ala kadarnya, asal jepret posting. Oleh sebab itu, tim pengabdian memberikan penjelasan beserta contohnya bagaimana membuat konten dan bagaimana pemasaran konten itu. Lebih lanjut dijelaskan apa dampak dari adanya pemasaran konten yang dilakukan. Konten yang dibuat para pelaku UMKM sekadar foto produk jualan, mau itu miring, kurang dari aspek pencahayaan, latar yang apa adanya, caption/takarir yang panjang kali lebar di mana poin inti susah diperoleh dari para konsumen. Padahal pemasaran konten yang baik sangat penting dalam rangka meningkatkan kesadaran merek usaha. Konsumen akan lebih mudah mengingat produk UMKM dengan konten-konten dan cara pemasaran yang baik dan benar.

H. Diskusi

Dalam prosesnya, program ini dilaksanakan dengan melakukan analisa kendala pemasaran UMKM melalui tanya jawab langsung bersama para pelaku UMKM. Setelah mengetahui kendala-kendala yang dialami, selanjutnya dilakukan proses pengenalan konten-konten yang dapat menarik antusias pelanggan. Lebih lanjut, aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan di smartphone disarankan untuk diinstall untuk memudahkan dalam membuat konten. Memberikan pemahaman dalam penggunaan takarir/caption yang informatif dan tidak membosankan pembacanya. Para pelaku UMKM mengaku setelah dilakukan proses-proses di atas, merasa bergairah dan bersemangat dalam penerapan pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek usahanya. Hal tersebut tidak lain merupakan pengaruh dari adanya pengetahuan akan pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek pada UMKM.

I. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian penerapan pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek pada UMKM adalah langkah permulaan dalam menginisiasi penerapan strategi pemasaran yang lebih baik dan terarah, ini dapat dilihat dari kesesuaian dengan kondisi masa kini. Tetapi strategi dalam peningkatan kesadaran merek tentunya bukanlah hal yang bisa digapai dalam kurun waktu yang cepat, para pelaku UMKM perlu melakukan usahanya secara berkesinambungan, adanya peningkatan frekuensi dalam pemasaran, dan

menggunakan media promosi yang mudah dan banyak diakses oleh para konsumen saat sedang mencari informasi tentang produk jualannya. Setelah memiliki konten promosi, berikutnya UMKM bisa menciptakan konten promosi yang lain dengan mengangkat tema terkini yang lagi viral, yang sedang digandrungi oleh para pelanggan. Tentunya, selain meningkatkan pemasaran konten, tidak lupa pula para pelaku UMKM perlu melihat keberadaan poin lain pada *customer journey*, misalkan pemasaran konten pada *ecommerce* yang lebih teratur dan memberikan diskon di hari-hari tertentu. Setelah pengabdian ini dilaksanakan, akan ada kemungkinan kegiatan pengabdian selanjutnya, akan dijalin kerjasama antar UMKM bersama mahasiswa generasi Z dan milenial yang akan membantu membuat konten sesuai usia mereka.

J. Daftar Pustaka

- Dewi M., Hubeis M., dan Riani E. 2022. Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT Madani Food, Jakarta). *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*. Vol. 15 No. 1. Hal. 77-83.
- Fariied, F. S., Suparwi, Rahma A. D., Hananto, P. B., Setiawan D., Kusumawati, L. Q. 2022. Pengenalan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Desa Kuncen. *SIDOLUHUR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. Vol. 02, No. 02. Hal. 237-241.
- Gunawan, A., dan Ramdani, D. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing pada UMKM Omah Branded. *Jurnal Jumbiku*. Vol 3. No. 1. Hal. 39-45.
- Habibi N. S., Fitrianti R. N., Efendi J., dan Kasanova R. 2022. Pengembangan Pemasaran Produk UMKM di Desa Larangan Tokol Jawa Timur. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*. Volume. 6, No. 3. Hal. 2275-2288.
- Kadin Id. 2024. *UMKM Indonesia*. Diakses dari <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia>
- Mandasari, D. J., Widodo J., dan Djaja S. 2019. Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*. Volume 13 Nomor 1.
- Muslimin, Zainuddin Z., dan Saputra M. K. 2022. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha UMKM Sederhana. *Sutra Journal of Economic and Business*. Volume 3. Nomor 2. Edisi Oktober.
- Paramita, P. D. dan Surur A. M. 2022. Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM Melalui Inovasi Sosial Media Marketing Pada Pelaku Usaha Keripik di Desa Domas. *E-Journal Al-Dzahab*. Vol. 3, No.1 Maret 2022 Hal. 21-31.

K. Lampiran

1. Biodata pengusul
2. Peta dan gambaran lokasi, jarak dari Perguruan Tinggi Pengusul ke Lokasi Mitra
3. Dokumentasi Kegiatan

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Pengusul

Ketua

A. Identitas

Nama : Ikhlas UI Aqmal, M.A.
NIP : 199207292024211001
NIDN : 0029079208
Tempat, Tanggal Lahir : Kepulauan Selayar, 29 Juli 1992
Jenis Kelamin : Laki-laki
Status Perkawinan : Kawin
Agama : Islam
Golongan : X
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Gorontalo
Alamat Kantor : Jln. Jenderal Sudirman No. 6 Kota Gorontalo
Alamat e-mail : ikhlasulaqmal@ung.ac.id
No. HP : 085335653304

B. Riwayat Pendidikan

	Sarjana	Magister	Doktoral
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Negeri Makassar	Universitas Airlangga	-
Tahun Masuk- Tahun Lulus	2010-2014	2016-2018	
Bidang Ilmu	Pendidikan Akuntansi	Akuntansi	-
Judul Tugas Akhir (skripsi/ tesis/ disertasi)	Penerapan PSAK 102 (Revisi 2007) tentang Pembiayaan Murabahah pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Makassar	Dampak Mediasi <i>Psychological Capital</i> dan <i>Job Relevant Information</i> pada Pengaruh <i>Budget Participation</i> Terhadap <i>Job Performance</i>	-
Nama Pembimbing/ Promotor	1. Azwar Anwar, SE., M.Si., Ak., CA. 2. Drs. H. Abd. Rijal, M.Si.	Dr. Noorlailie Soewarno, SE., MBA., CMA., CA., Ak.	-

C. Publikasi Artikel Ilmiah

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1.	<i>The Mediating Impact of Psychological Capital and Job Relevant Information</i>	International Journal of Managerial	Volume 6, Issue 11, Hal. 1-14, Tahun 2018

	<i>on the Influence of Budget Participation against Job Performance</i>	Studies and Research (IJMSR)	
2.	Penerapan PSAK 102 tentang Pembiayaan Murabahah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Makassar	El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam	Volume 5, No 6, Hal. 1380-1396, Tahun 2024

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

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 29 April 2024



IKHLASUL AQMAL, M.A.
NIP. 199207292024211001

Anggota

IDENTITAS DIRI

Nama : Mattoasi, S.Pd., SE., M.Si., Ph.D
NIP : 197311262005021002
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat dan Tanggal Lahir : Pammase, 26 November 1973
Status Perkawinan : Kawin
Agama : Islam
Golongan/Pangkat : Lektor/IIIc
Bidang Keilmuan : Akuntansi Sektor Publik
Email : mattoasi@ung.ac.id
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Gorontalo

RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL

Jenjang	Gelar	Bidang Studi	Perguruan Tinggi	Tahun Lulus
S-1	S.Pd	Pendidikan IPS	STKIP Gorontalo	1999
S-2	M.Si	Akuntansi	Universitas Padjadjaran	2004
S-3	Ph.D	Akuntansi	Universitas Utara Malaysia	2018

PENGALAMAN PENELITIAN DALAM 5 TAHUN TERAKHIR

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan
1.	2020/2021	Penerapan Informasi Akuntansi Manajemen Dalam Meningkatkan Efektifitas Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Melalui Dana Desa Di Kabupaten Bone Bolango Provinsi Gorontalo	Kolaborasi Mandiri
2.	2021/2022	Pengaruh Return On Equity (ROE) Dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sector Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019	Instiusi Lain
3.	2022/2023	Pengeruh Return On Asset (ROA) Dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan	Mandiri

		Manufaktur Sub Sector Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019	
4.	2023/2024	Efektifitas Pengelolaan Dana Desa Dalam Meningkatnya Pembangunan Pedesaan Di Desa Huntu Kabupaten Bone Bolango	Mandiri

**PENGALAMAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DALAM 5 TAHUN TERAKHIR**

No	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan
1.	2020/2021	Pelatihan Pengelolaan Kelapa Menjadi Minyak murni (VCO) untuk menghasilkan penghasilan masyarakat di masa pandemic covid-19	Perguruan Tinggi
2.	2021/2022	Manajemen Kas kecil usaha mikro kecil dan menengah desa botibarani kecamatan kabila bone kabupaten bone bolango	PNBP
3.	2021/2022	Efektifitas peneglolaan UMKM dalam meningkatkan kemandirian desa di desa huongobotu kecamatan kabila bone kabupaten bone bolango	Mandiri
4.	2022/2023	Implementasi SAK ETAP dalam meingkatkan pengelolaan keuangan UMKM di desa huangobotu	PNBP/BLU UNG
5.	2022/2023	Pelatihan Usaha kreatif pengolahan kelapa dan pengemasannya dalam upayah meningkatkan ekonomi masyarakat desa popayato kecamatan popayato kabupaten pohuwato	PNBP
6.	2023/2024	Pelatihan manajemen kas pada UMKM di desa botutonuo kecamatan kabila bone kabupaten bone bolango	Mandiri

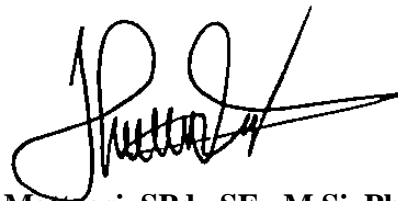
PENGALAMAN MENJADI PEMBICARA			
No	Tahun	Judul	Kegiatan
S	2023	Pelatihan Keuangan Bagi Bumdes “Zansidar” Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango	Pengabdian Pada Masyarakat
2.	2023	Pendampingan Pelatihan Pembuatan Bakso Dan Nugget Ikan Dalam Upayah Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Nelayan	Pengabdian Pada Masyarakat
3.	2023	Langga Sebagai Pembentuk Karakter Akuntansi	Kuliah Pakar Teman 10
4.	2023	Pengukuran Kinerja Menggunakan Pendekatan Balance Scorecard Study Kasus Pada Erby Shop	Pemakalah Teman 10

RIWAYAT ANGGOTA PROFESI			
No	Nama Organisasi	Peran	Periode Keanggotaan
1.	Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia Komisariat Universitas Negeri Gorontalo	Sekretaris I	2023-2026

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

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

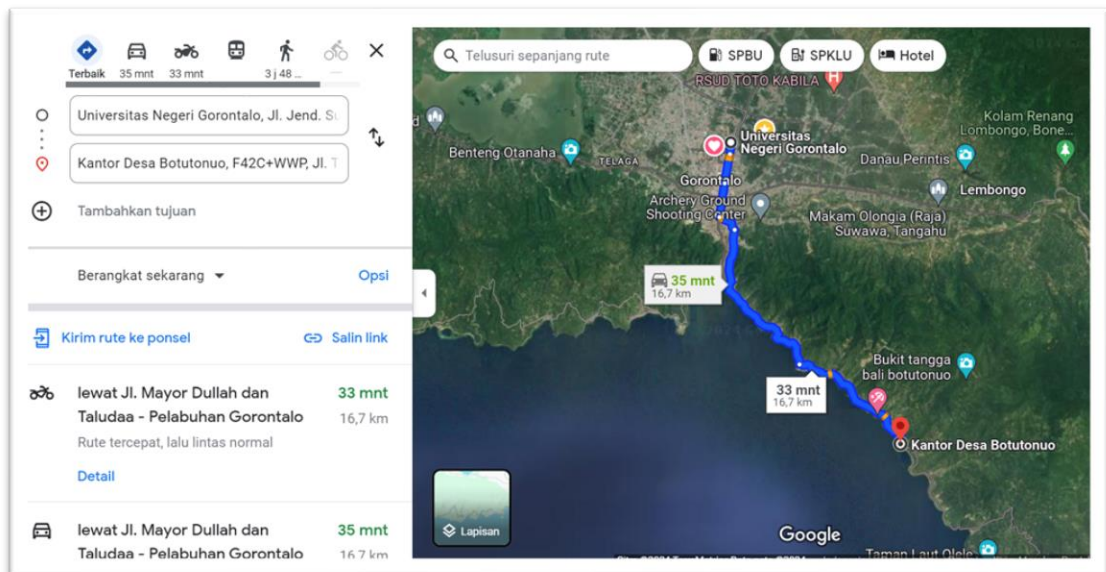
Gorontalo, 30 April 2024



Mattoasi, SPd., SE., M.Si., Ph.D

Nip. 197311262005021002

Lampiran 2. Lokasi Kegiatan



Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Jenderal Sudirman Nomor 6 Kota Gorontalo
Telepon (0435) 829713 Fax (0435) 829713, 821752
Laman: <http://www.ung.ac.id>













Daftar Hadir Peserta Kegiatan Pengabdian Masyarakat Prodi S1 Akuntansi

Kegiatan : Pengabdian Masyarakat Di desa Botutonuo

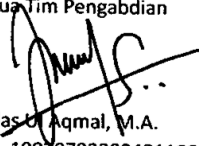
Judul Kegiatan : Penerapan Pemasaran Konten untuk Meningkatkan Kesadaran Merek
pada UMKM di Desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone
Bolango.

Tanggal : 07 Mei 2024

No	Nama Peserta	Nama UMKM	Jabatan	Tanda Tangan
1	Romy Kamba	Maudin	Mary	
2	Manang Bahu Kute	"	"	
3	STW Calongi	"	"	
4	MERS DEPUAGE	"	"	
5	HESAMP KASAB.	"	"	
6	NONA KAMBA	"	"	
7	JEZRI AMARYA	"	"	
8	YOLAN RATNI	"	"	
9	ISHAK KAMBA			
10	Mandra Hulopi			
11	Aliteron prouno			
12	Magdalena gano	"	"	
13	mar-yun bahay	"	"	
14	Risna pamedo	"	"	

No	Nama Peserta	Nama UMKM	Jabatan	Tanda Tangan
15	Syurrah	Mandiri	MM	
16	Zenab Nando	Mandiri	Magyarabat	
17	Latifa Kaulu	l.	"	
18	RISMA MAFIDI	- / -	- / -	
19	Abd Kadir Hulopi			
20	KLONAN HABI			
21	FITRA HULOPi			
22	HABIDA UPINA			
23	DJAFAR ZAID			
24	Maryam . Paduho			
25	Asria Sakubati			
26	Rastika mooduto			
27	/			
28				
29				
30				

Gorontalo, 07 Mei 2024
Ketua Tim Pengabdian


Ikhlās Aqmal, M.A.
NIP. 199207922024211001



