

**LAPORAN**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)**



**PELATIHAN *BRANDING* DAN *DIGITAL MARKETING* PRODUK OLAHAN  
IKAN BAGI NELAYANDI KP. MUARA DESA MUARA BINUANGEUN KEC.  
WANASALAM KABUPATEN LEBAK, MALINGPING, BANTEN**

Tim Pengusul:

**Ketua**

Dr. Sunarta S.E., MM (NIDN: 0316018004)

**Anggota:**

Emardial Ulza, SE., M.A (NIDN: 0306039001)

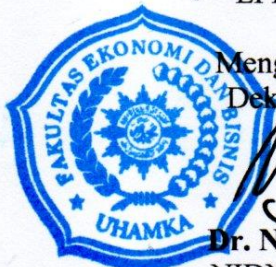
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
TAHUN 2019**



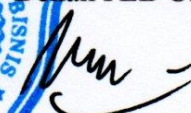
## HALAMAN PENGESAHAN PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT

Judul : Pelatihan *Branding* Dan Digital *Marketing* Produk Olahan Ikan Bagi Nelayan Di Kp. Muara Desa Muara Binuangeun Kec. Wanasalam Kabupaten Lebak, Malingping, Banten  
Mitra Program : Kelompok Nelayan Di Malingping, Banten

1. Jenis Mitra : Mitra Non Produktif
2. Sumber Daya IPTEK : Rekayasa Sosial
3. Ketua Tim Pengusul
  - a. Nama : Dr. Sunarta, S.E., M.M
  - b. NIDN : 0322116301
  - c. Jabatan/Golongan : Lektor
  - d. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/ Manajemen
  - e. Perguruan Tinggi : UHAMKA
  - f. Bidang Keahlian : Manajemen Pemasaran
  - g. Alamat Kantor/Telp/Faks/Surel : Jl. Raya Bogor, KM 23, No. 99, Jak-Tim / (021)87796977
  - h. Alamat Rumah/Telp/Faks/Surel : sunarta@uhamka.ac.id
8. Anggota Tim Pengusul
  - a. Jumlah Anggota : Dosen 1 Orang
  - b. Nama Anggota I/bidang keahlian : Emaridial Ulza MA/ Manajemen
  - c. Jumlah Mahasiswa yang terlibat : 1 orang
  - d. Alumni yang terlibat : 1 orang
  - e. Staff pendukung yang terlibat : 1 orang
9. Lokasi Kegiatan/Mitra
  - a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Malingping, Jawa Barat, Banten
  - b. Kota/ Kabupaten : Jawa Barat
  - c. Provinsi : Banten
  - d. Jarak PT ke Lokasi Mitra : 100 km
  - e. Alamat Kantor/Telp/Faks/Surel :
6. Luaran yang dihasilkan : 1) Publikasi vision.co.id, Publikasi koranmu dan Jurnal Syukur
7. Jangka waktu Pelaksanaan : 3 Bulan
8. Biaya Total :
  - LPPM UHAMKA : Rp. 8.000.000,- (Delapan Juta Rupiah)

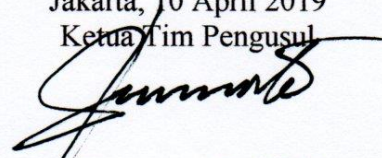


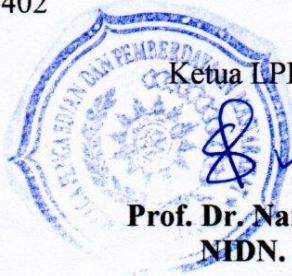
Mengetahui,  
Dekan FEB UHAMKA

  
**Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M**  
NIDN 0305057402

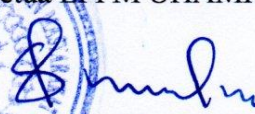
Jakarta, 10 April 2019

Ketua Tim Pengusul

  
**Dr. Sunarta, SE., M.M.**  
NIDN. 0322116301



Ketua LPPM UHAMKA

  
**Prof. Dr. Nani Solihati., M.Pd**  
NIDN. 0029116401





**SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN  
PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN PADA MASYARAKAT**

Nomor : 942/H.04.02/2019

Tanggal : 22 Mei 2019

Pada hari ini Rabu Tanggal Dua Puluh Dua Mei Dua Ribu Sembilan Belas (22-05-2019) yang bertanda tangan dibawah ini :

1. **Prof. Dr. Nani Solihati, M.Pd.** bertindak untuk dan atas nama Lembaga Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA.
2. **Dr. Sunarta S.E., MM** bertindak untuk dan atas nama penerima bantuan biaya pelaksanaan Pengabdian dan Pemberdayaan Pada Masyarakat yang selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.

Kedua belah pihak bersama-sama telah sepakat mengadakan perjanjian pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat dengan ketentuan sebagai berikut :

**Pasal 1**

PIHAK PERTAMA memberikan tugas kepada PIHAK KEDUA dan PIHAK KEDUA bersedia menerima tugas dari PIHAK PERTAMA untuk melaksanakan Pengabdian Pada Masyarakat dengan judul :

**“Pelatihan Branding dan Gital Marketing Abon Ikan Bagi Nelayan Di Malingping,  
Banten”**

1. PIHAK PERTAMA memberi bantuan biaya Pengabdian Pada Masyarakat tersebut pada pasal 1 sebesar Rp. 8.000.000,- (Delapan Juta Rupiah).
2. Pembayaran bantuan tersebut pada ayat (1) dilakukan dua tahap, yaitu :
  - a. Tahap pertama sebesar Rp. 3.000.000,- (Tiga Juta Rupiah) dibayarkan setelah surat perjanjian ini ditandatangani oleh dua belah pihak.
  - b. Tahap kedua sebesar Rp. 5.000.000,- (Lima Juta Rupiah) dibayarkan setelah PIHAK KEDUA menyerahkan Laporan Hasil Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat kepada PIHAK PERTAMA.

**Pasal 3**

**KETENTUAN PELAKSANAAN**

1. PIHAK KEDUA diwajibkan melaksanakan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat seperti tersebut pada pasal 1 dengan sungguh-sungguh dan penuh rasa tanggung jawab.

2. PIHAK KEDUA wajib dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini menjunjung tinggi/menjaga wibawa dan citra positif Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
3. PIHAK KEDUA harus menyelesaikan Pengabdian Pada Masyarakat tersebut pada pasal 1 dalam kurun waktu 3 (Tiga) bulan terhitung sejak tanggal surat ini ditandatangani.
4. Paling lambat tanggal 11 September 2019, PIHAK KEDUA wajib menyampaikan tentang:
  - a. Hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dalam Bentuk CD
  - b. Luaran wajib/ Artikel Ilmiah
  - c. Luaran Tambahan
  - d. Pertanggung jawaban biaya berikut bukti pengeluaran yang sah, dan asli
5. Apabila waktu Pengabdian Pada Masyarakat sudah berakhir dan telah jatuh tempo seperti yang telah ditetapkan pada ayat (4), PIHAK KEDUA belum menyerahkan laporan hasil pekerjaan seluruhnya kepada PIHAK PERTAMA, maka PIHAK KEDUA dikenakan denda sebesar 1% (satu persen) setiap hari keterlambatan dari nilai surat perjanjian pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat ini.
6. Apabila disebabkan satu dan lain hal PIHAK KEDUA tidak bisa melaksanakan kegiatan tersebut pada pasal 1, maka PIHAK KEDUA wajib mengembalikan/mengganti seluruh biaya yang telah diberikan oleh PIHAK PERTAMA

Pasal 4  
PENUTUP

Hal yang belum diatur dalam perjanjian ini akan ditentukan oleh kedua belah pihak secara musyawarah.

PIHAK PERTAMA



**Prof. Dr. Nani Solihati, M.Pd**  
NIDN: 0029116401

PIHAK KEDUA,



**Dr. Sunarta S.E., MM.**  
NIDN: 0316018004

Mengetahui,  
Wakil Rektor II,



**Drs. Zamah Sari, M.Ag**  
NIDN: 00317076603

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, berkat rahmat dan hidayat Allah SWT. Akhirnya kami dapat menyelesaikan tugas PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat). Tugas ini merupakan salah satu tugas Tri Dharma Perguruan dimana dosen dapat mengeksplorasi diri dan bersosialisasi dengan masyarakat. Sekaligus menanamkan nilai-nilai religiusitas, membentuk generasi penerus yang berkepribadian dan berakhlak mulia, serta bertakwa terhadap Allah SWT. Kami menyadari bahwa sebagai manusia yang memiliki keterbatasan, tentu hasil tugas kami ini tidak luput dari kekurangan. Dengan semangat kami dapat menyelesaikan tugas ini semoga bapak/ibu dapat memakluminya.

Pengabdian Kepada Masyarakat di bawah lembaga LPPM UHAMKA merupakan kegiatan yang mengintegrasikan Catur Dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah ke dalam satu paket program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui pendekatan pemberdayaan. Demikianlah proposal ini dibuat.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jakarta, 9 April 2019

Penulis

## **RINGKASAN**

Upaya peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pelaku utama/pelaku usaha kelautan dan perikanan, berupa perubahan perilaku baik pengetahuan, sikap maupun keterampilan, tidak dapat dilakukan dalam waktu sesaat, akan tetapi merupakan pendidikan sepanjang hidup (*long life education*).perubahan kedudukan pelaku utama dari penerima pesan dan pengguna teknologi menjadi mitra aktif dalam kegiatan penelitian, pengembangan jaringan desiminasi teknologi dan usahanya. Untuk menjawab permasalahan penelitian perikanan tersebut di atas diperlukan Penyuluh Perikanan yang profesional serta kompeten dibidangnya yang mampu memberikan pelayanan prima, salah satunya melalui model unit percontohan penyuluhan perikanan di tingkat lapangan berbasis teknologi terekomendasi sebagai kegiatan kewirausahaan bagi kelompok penyuluh perikanan. Berkenaan dengan hal tersebut, sangat perlu dilakukan penelitian/pengkajian tentang Pengembangan Pengolahan, Pengemasan, Branding dan Pemasaran Produk Hasil Perikanan dalam rangka Pengembangan Teknologi Percontohan/Pengembangan Kewirausahaan produk olahan ikan di Kp. Muara Desa Muara Binuangeun Kec. Wanasalam Kabupaten Lebak, Malingping, Banten

**Kata Kunci :** Perikanan, Kualitas SDM, Pengembangan Teknologi

## DAFTAR ISI

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                                  | ii        |
| SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN .....                                        | iii       |
| RINGKASAN .....                                                           | v         |
| KATA PENGANTAR .....                                                      | vi        |
| DAFTAR ISI .....                                                          | vii       |
| DAFTAR TABEL .....                                                        | ix        |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                       | x         |
| <b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>                                           | <b>1</b>  |
| 1.1. Analisis Situasi .....                                               | 1         |
| 1.2. Permasalahan Mitra .....                                             | 2         |
| <b>BAB 2. SOLUSI DAN LUARAN .....</b>                                     | <b>3</b>  |
| 2.1. Solusi yang ditawarkan .....                                         | 3         |
| 2.2. Target Luaran .....                                                  | 4         |
| <b>BAB 3. METODE PELAKSANAAN .....</b>                                    | <b>5</b>  |
| 3.1 Tahapan atau Langkah-Langkah Pelaksanaan Solusi yang Ditawarkan ..... | 5         |
| 3.2 Waktu Pelaksanaan Kegiatan .....                                      | 7         |
| 3.3 Metode Pelaksanaan Kegiatan .....                                     | 7         |
| <b>BAB 4. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI .....</b>                            | <b>8</b>  |
| 4.1 Kelayakan Perguruan Tinggi .....                                      | 8         |
| 4.2 Kualifikasi Tim Pelaksana dan Tugas Dalam Pelaksanaan Kegiatan .....  | 9         |
| <b>BAB 5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI .....</b>                         | <b>10</b> |
| 5.1 Hasil Kegiatan .....                                                  | 10        |
| 5.2 Luaran Yang Tercapai .....                                            | 11        |
| 5.3 Persiapan .....                                                       | 12        |
| 5.2 Jadwal Acara .....                                                    | 12        |
| <b>BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                  | <b>14</b> |
| 6.1 Kesimpulan .....                                                      | 14        |
| 6.2 Saran .....                                                           | 14        |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                      | 15        |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                     | 16        |
| Lampiran 1. Realisasi Anggaran.....                                       | 17        |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 2. Slide Materi Seminar.....                           | 18 |
| Lampiran 3. Personalia Tenaga Pelaksana dan Kualifikasinya..... | 26 |
| Lampiran 4. Luaran Jurnal.....                                  | 30 |
| Lampiran 5. Foto dan Publikasi Kegiatan.....                    | 32 |
| Lampiran 6. Daftar Peserta.....                                 | 47 |
| Lampiran 7. Bukti Transaksi.....                                | 48 |
| Lampiran 8. Surat Pernyataan Kesiapan Mitra .....               | 57 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                      | hal |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. <i>Rondown</i> kegiatan .....                                     | 7   |
| 2. Arah, Rencana dan Prioritas, Unggulan Pengabdian Masyarakat ..... | 8   |

## DAFTAR GAMBAR

|                      | hal |
|----------------------|-----|
| 1. Peta Lokasi ..... | 10  |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Analisis Situasi**

Pengembangan bisnis kelautan dan perikanan berbasis pelaku utama merupakan salah satu tantangan dalam Pengembangan Industrialisasi Kelautan dan Perikanan, hal tersebut dikarenakan keterbatasan akses pelaku utama terhadap informasi teknologi, permodalan, pasar, modal rendah, kurang respon terhadap inovasi, akses pada informasi relatif rendah dan sumberdaya merupakan kendala dalam pencapaian program pembangunan masyarakat. Untuk itu upaya mengoptimalkan sumber daya manusia dan sumber daya alam pada tingkat pelaku utama, perlu didukung dengan ketersediaan paket teknologi kelautan dan perikanan tepat guna dan sarana penunjang yang memadai. Penyelenggaraan penyuluhan perikanan diharapkan mampu menjadi katalisator bagi upaya pembangunan perekonomian masyarakat, khususnya dalam mewujudkan visi pembangunan kelautan dan perikanan. Upaya peningkatan kualitas SDM pelaku utama/pelaku usaha kelautan dan perikanan, berupa perubahan perilaku baik pengetahuan, sikap maupun keterampilan, tidak dapat dilakukan dalam waktu sesaat, akan tetapi merupakan pendidikan sepanjang hidup (*long life education*). Penyuluhan perikanan sebagai salah satu pendidikan non formal memegang peranan penting dalam upaya peningkatan kualitas SDM pelaku utama/pelaku usaha kelautan dan perikanan baik berfungsi sebagai mediator, motivator maupun fasilitator. Para penyuluh perikanan tersebut perlu memiliki kapasitas dan kemampuan yang tinggi dalam melaksanakan fungsi tersebut. 2 Untuk itu, diperlukan fasilitas yang mampu meningkatkan pengetahuan, kemauan, dan kemampuan menjalankan bisnis perikanan sesuai dengan potensi di wilayahnya kerjanya, dan sesuai dengan kelayakan baik dari aspek teknis maupun ekonomis. Keberhasilan penyuluh dalam melaksanakan tugas tersebut disamping untuk menambah pendapatan, juga

diharapkan dapat dicontoh oleh pelaku utama dan pelaku usaha di wilayah kerjanya dalam peningkatan pendapatannya, pada era bisnis perikanan yang semakin kompetitif. Berdasarkan pemikiran di atas, diperlukan karakteristik penyuluhan perikanan masa depan, yang di dalamnya memuat pergeseran paradigma seperti: pendekatan top down menjadi bottom up; peran mengajar dan membina menjadi konsultan pemandu, fasilitator dan mediator; serta perubahan kedudukan pelaku utama dari penerima pesan dan pengguna teknologi menjadi mitra aktif dalam kegiatan penyuluhan, pengembangan jaringan desiminasi teknologi dan usahanya. Untuk menjawab permasalahan penyuluhan perikanan tersebut di atas diperlukan Penyuluh Perikanan yang profesional serta kompeten dibidangnya yang mampu memberikan pelayanan prima, salah satunya melalui model unit percontohan penyuluhan perikanan di tingkat lapangan berbasis teknologi terekomendasi sebagai kegiatan kewirausahaan bagi kelompok penyuluh perikanan. Berkenaan dengan hal tersebut, sangat perlu dilakukan penelitian/pengkajian tentang Pengembangan Pengolahan, Pengemasan dan Pemasaran Produk Hasil Perikanan dalam rangka Pengembangan Teknologi Percontohan/Pengembangan Kewirausahaan Abon ikan di daerah Malingping, Banten

## **1.2. Permasalahan Mitra Dan Penentuan Prioritas Masalah**

Pada umum Kelompok Nelayan pasti memiliki masalah yang serius maupun tidak, mereka membutuhkan pendamping untuk mengembangkan berupa produk olahan ikan dan serta mampu memasarkan secara digital marketing produk olahan ikan dihasilkan melalui teknologi yang semakin pesat. Sehingga kelompok nelayan dapat menghasilkan produk bersaing serta meningkatkan kesejahteraan masing-masing anggota.

## **BAB 2.**

### **TARGET DAN LUARAN**

#### **2.1 Target**

Program pengabdian yang kami jalani ini merupakan suatu program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang memiliki target untuk memberikan pemahaman kepada Kelompok Nelayan akan pentingnya menghasilkan produk olahan ikan yang higienis dan bersaing dengan produk lainnya, Serta mampu memasarkan secara digital. Sehingga terbentuk kelompok nelayan profesional dan bersaing di pasaran. Adapun solusi yang dapat kami tawarkan kepada mitra dalam kegiatan pelatihan ini antara lain :

##### **1. Memberikan Mindset dan Pengetahuan Terkait Komunikasi Pemasaran Digital**

Memberikan pengetahuan dan cara pandang yang baru sehingga mampu menjalankan kewirausahaan dengan baik, memahami pasar, membuat satu merek produk yang menarik dan kompetitif, bersaing dengan etis, mengoperasikan computer untuk membuat desain merk dan laporan keuangan.

##### **2. Memberikan Skill dalam Mengkomunikasikan Merek dan Produk Melalui Media Digital**

Meningkatkan penjualan produk dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang strategi pemasaran yang baik dengan memanfaatkan media sosial yang ada sehingga produk-produk dapat dikenal masyarakat dan meningkatkan potensial konsumen.

##### **3. Melakukan Pelatihan Labelisasi Kemasan Dan Pendaftaran Produk Industri Rumah Tangga (PIRT)**

Terbatasnya kemampuan berwirausaha serta terbatasnya pengetahuan tentang manajemen pemasaran terutama tentang branding menjadi kendala yang serius dalam mengembangkan wilayah pemasaran sehingga. Disisi lain dapat menyebabkan kurang optimalnya pengembangan potensi produsen produk yang dihasilkan.



#### **4. Melakukan Komunikasi Pemasaran Digital yang Sudah Dilakukan.**

melakukan penyuluhan pembekalan tentang pentingnya kemasan dan desain produk serta strategi pemasaran sesuai dengan produk dan kondisi mitra. Sehingga mendapatkan tambahan pengetahuan dan informasi pentingnya jiwa wirausaha yang tidak cepat merasa puas saat berwirausaha dengan memanfaatkan fasilitas media digital/online yang ada.

#### **2.2 Luaran Hasil Kegiatan**

Adapun *output* yang ingin dicapai dari kegiatan program pengabdian yang dibuat ini merupakan suatu program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang memiliki tujuan Pelatihan penyiapan kemasan yang higienis dan proses pengemasan produk serta untuk memberikan pemahaman kepada para nelayan dalam membangun usaha yang profesional dan bersaing di pasar global. Sehingga dapat mewujudkan kelompok nelayan terkemuka di Kp. Muara Desa Muara Binuangeun Kec. Wanasalam Kabupaten Lebak, Malingping, Banten secara khusus dan Global secara umum. Terkait hal-hal sebagai berikut :

1. Dapat menghasilkan sebuah konsep dalam membangun usaha yang professional dan bersaing di pasar global.
2. Bisa menghasilkan prinsip-prinsip terkait pentingnya membuat produk dengan kemasan dan merk yang menarik.
3. Dapat membangun merk yang kreatif yang dapat menimbulkan rasa penasaran konsumen untuk membeli.
4. Dapat membentuk mindset baru untuk menjadi wirausaha dengan memiliki perubahan yang berkemajuan.
5. Bisa menghasilkan suatu merk yang dikaitkan dengan *Benefit* sehingga konsumen langsung dapat mengetahui manfaat apa yang dirasakan setelah menggunakan produk tersebut.

## BAB 3

### METODOLOGI PELAKSANAAN

#### 3.1 Tahapan atau Langkah-langkah Pelaksanaan Solusi yang Ditawarkan

1. Untuk Poin (1) pada solusi diatas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Meminta data kepada mitra terkait kondisi usaha yang sudah dan sedang berlangsung.
- Memberikan materi mengenai “***Mekanisme Strategi Pemasaran Guna Peningkatan Penjualan Barang Dan Jasa***”
- Membuka sesi tanya-jawab serta diskusi terkait kondisi usaha dan perkembangan nya.
- Mengoreksi kekeliruan-kekeliruan yang terdapat dalam sistem usaha tersebut.
- Membuat komitmen kepada seluruh pelaku kelompok nelayan / sumber daya yang ada agar bisa menjalankan rumusan baru tersebut dengan konsisten
- Menetapkan skala indikator keberhasilan terhadap pelaksanaan rumusan masalah tersebut

2. Untuk Poin (2) Pada solusi diatas dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Meminta data kepada mitra terkait program-program usaha yang sudah dan sedang berlangsung.
- Memberikan materi mengenai “***Pengenalan Packaging dan Branding sebagai Strategi Pemasaran dalam Kegiatan Usaha***”.
- Membuka sesi tanya jawab serta menggali jauh lebih dalam sejauh mana pengembangan usaha yang sudah ada dan sedang berlangsung.
- Mengkoreksi kekeliruan-kekeliruan yang terdapat dalam sistem tersebut.
- Membuat indikator mutu dan kualitas pada produk yang akan dihasilkan.
- Membuat komitmen kepada seluruh pelaku kelompok nelayan / sumber daya yang ada.

- Menetapkan skala indikator keberhasilan terhadap pelaksanaan rumusan sistem yang akan dibuat

3. Untuk poin (3) dan (4) pada solusi diatas dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Meminta data terkait program-program pelatihan, Pendidikan dan pengembangan yang pernah dilaksanakan oleh mitra.
- Memberikan pemahaman tentang pentingnya membuat produk dengan kemasan dan merk yang menarik.
- Memberikan syarat keamanan dan Standar Operasional Prosedur (SOP) berkaitan dengan program pemasaran bagaimana membuat kemasan yang unik, kreatif sehingga berbeda dengan pesaing.
- Merumuskan indikator pelatihan, Pendidikan dan pengembangan yang ideal guna meningkatkan mutu dan kualitas.
- Menetapkan skala indikator keberhasilan terhadap pelaksanaan rumusan yang telah dibuat.
- Melakukan evaluasi tiga bulan berikutnya setelah program tersebut berjalan.

### 3.2 Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Adapun waktu pelaksanaan kegiatan “**Pelatihan *Branding Dan Digital Marketing* Produk Olahan Ikan Bagi Nelayan Di Kp. Muara Desa Muara Binuangeun Kec. Wanasalam Kabupaten Lebak, Malingping, Banten**” ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. Rundown Acara**

| No | Waktu         | Materi                                                                                          | Narasumber    |
|----|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1  | 08.30 - 09.00 | Registrasi peserta                                                                              | Panitia       |
| 2  | 09.00 -10.00  | Pembukaan<br>- Sambutan-sambutan                                                                | -             |
| 3  | 10.00 - 11.30 | <b><i>Mekanisme Strategi Pemasaran Guna Peningkatan Penjualan Barang dan Jasa</i></b>           | Ulza          |
| 4  | 11.30 - 12.30 | Coffe Break                                                                                     | All           |
| 5  | 12.30 - 14.00 | <b><i>Pengenalan Packaging Dan Branding Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Kegiatan Usaha</i></b> | Sunarta& Budi |
| 6  | 14.00 -14.10  | Penutup                                                                                         |               |

### 3.3 Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan ini nantinya akan kami sajikan dengan metode *exploration*, yaitu menggali satu atau beberapa aspek khusus suatu topik. Kemudian mendiskusikannya, mempelajari mencari alternatif solusinya dan mengevaluasi. Kami juga akan menggunakan metode *sharing of ideas, procedure give and teka*, yaitu suatu diskusi yang selaras dengan memberikan pandangan-pandangan di mana seluruh peserta bisa ikut berpartisipasi.

## BAB IV

### KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

#### 4.1 Kelayakan perguruan tinggi

Lembang pengabdian pada masyarakat (LPPM) sebagai unit pelayanan teknis dalam implementasi catur darma perguruan tinggi muhammadiyah, LPPM UHAMKA memiliki tata organisasi sebagaimana tertuang dalam statuta dan resstra UHAMKA, dalam kegiatannya LPPM UHAMKA mendukung program pengabdian dan pemberdayaan kepada masyarakat melalui fasilitas program kepada civitas akademika di lingkung UHAMKA untuk melaksanakan pengabdian dan pemberdayaan kepada masyarakat, dan tahun 2016 UHAMKA mengucurkan dana sebesar Rp. 1.569.500.00 ( satu milyar lima ratus tujuh puluh sembilan juta ratus ribu rupiah)

Penguatan dan kominten LPPM UHAMKA ditunjukkan seperti pada tabel berikut:

**Tabel 2. Arah, Rencana dan Prioritas, unggulan pengabdian msayarakat**

| Arahan kebijakan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Rencana dan Prioritas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Unggulan UHAMKA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lembaga pengabdian dan pemberdayaan masyarakat ( LPPM) universitas Prof. DR. HAMKA sebagai institusi pelaksana terdepan dalam pengabdian dan pembrdayaan kepada masyarakat. Sebagai lembaga terdepan dalam pengabdian dan pemberdayaan masyarakat LPPM UHAMKA memiliki kebijakan dalam peningkatkan kualitas dan kuantitas hasil, kualitas isi, peningkatan kualitas proses, termasuk peningkatan kualitas pendanaan dan pembiayaan pengabdian dan pemberdayaan pada masyarakat berdasarkan standar nasional yang tetapkan kemristekdikti. | Peningkatan standar pengabdian bertujuan mewadhi bidang-bidang pengabdian seiring tren isu global seperti masyarakat ekonomi asean, isu gender, radikalisme agama, bahaya narkoba, bencana, teknologi informasi dan lingkungan. Selain membuat pengabdian berbsis isu global. Juga peka terhadap isu nasional dengan bidang tema seperti poros maritim, swasembada pangan, pembangunan desa, reformasi budaya, pendidikan serta isu kewilayahan dimana UHAMKA berencanaan wilayah/penataan ruang kota, reklamasi pesisir | 1. Pendidikan<br>2. Karakter dan kearifan, lokal<br>3. Sains dan teknologi ramah lingkungan terbarukan dan terintegrasi,<br>4. Pengalaman nilai- nilai al islam dan kemuhammadiyah untuk kualitas hidup berkembang bagi masyarakat, dan<br>5. Kajian sosial humaniora, ekonomi dalam pengembangan ilmu dan perdamaian sebagai jawaban atas permasalahan yang ada dimasyarakat |

|  |                                                                                                                       |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | pengentasan kemiskinan ,<br>serta pemberdayaan dan<br>revialisasi ranting dan<br>cabang persyarikatan<br>Muhammadiyah |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

Sumber: Renstasi LPPM tahun 2016- 2020

### 2.3 Kualifikasi tim pelaksana dan tugas pelaksanaan kegiatan

#### Kualifikasi tim pelaksana

Penguruan tinggi muhammadiyah memiliki tugas untuk melaksanakan catur dharma perguruan tinggi yaitu pngajaran, pengabdian, penelitian dan kemuhammadiyah. Dengan PKM di bagi Nelayan Di Kp. Muara Desa Muara Binuangeun Kec. Wanasalam Kabupaten Lebak, Malingping, Bantendiharapkan PKM ini bisa melaksanakan dua catur dharma perguruan tinggil sekaligus. Yaitu pengabdian dan kemuhammadiyah. Tim sesuai dengan bidang studi yang telah dilakukan di pengabdian pada masyarakat, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA telah memberikan lulus terbaik yang sudah bekerja di instansi negeri maupun swasta yang sudah memberikna pengabdian bagi kelanjutan perkembangan ekonomi bangsa. Tim pelaksana adalah 3 orang dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA . Adapun personal dari PKM ini adalah terdiri dari satu anggota yang melitupi:

1. Dr. Sunarta, SE., MM menjadi dosen Manajemen di FEB UHAMKA sekaligus paham mengenai produk olahan.
2. Emardial Ulza menjadi dosen Manajemen di FEB UHAMKA sekaligus memahami strategi pasar.
3. Budi permana yusuf menjadi dosen Manajemen Pemasaran di FEB UHAMKA sekaligus pakar *branding* produk.

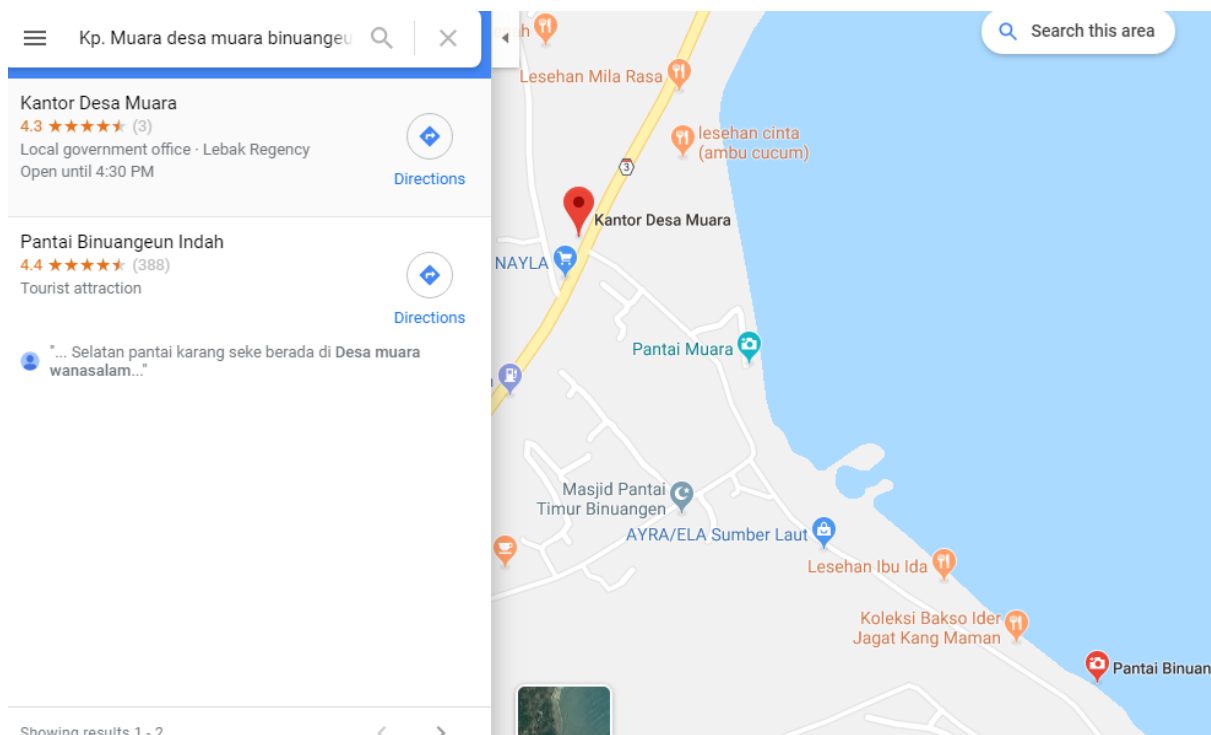
## BAB V

### HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

#### 5.1 PELAKSANAAN KEGIATAN

Waktu pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami jalankan di Lokasi pengabdian kepada masyarakat berada di Kp. Muara desa muara binuangeun kec. Wanasalam kabupaten lebak, Malingping, Banten. Lokasi berada di tengah-tengah kawasan padat penduduk dan perumahan baru.

Bisa dilihat dari Google Map di bawah ini



Gambar 1. Peta Lokasi

Waktu Pelaksanaan ini dimulai dari kegiatan persiapan hingga evaluasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Sasaran program kreatifitas dosen bidang pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang berjudul diatas ditujukan kepada Para Nelayan di Kp. Muara Desa Muara Binuangeun Kec. Wanasalam Kabupaten Lebak, Malingping, Banten. Acara ini telah dilakukan hari jumat, 12 Juli 2019 di balai Kp. Muara Desa Muara Binuangeun yang diikuti para kelompok nelayan, Pelatihan ini disajikan secara interaktif dan



efektif, pelatihan ini menggunakan metode Pendidikan Orang Dewasa (POD) dengan pendekatan partisipatif. Teknik yang digunakan adalah : curah pendapat, *roll play* dan simulasi. Dengan cara seperti ini diharapkan peserta menjadi bergairah, termotivasi dan tidak mudah lelah serta bosan. Materi pelatihan (*in house training*) disesuaikan dengan jenis pilihan paket pelatihan.

## 5.2 Luran Yang Tercapai

Waktu pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang kami jalani di Kp. Muara Desa Muara Binuangeun Kec. Wanasalam Kabupaten Lebak, Malingping, Banten. Waktu Pelaksanaan ini dimulai dari kegiatan persiapan, survei pendahuluan, pemantapan, pelaksanaan kegiatan hingga pelaporan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Sasaran program kreatifitas dosen bidang pengabdian masyarakat yang berjudul diatas ditujukan kepada kelompok Nelayan yang berada di Kp. Muara Desa Muara Binuangeun Kec. Wanasalam Kabupaten Lebak, Malingping, Banten. Acara ini dilakukan hari jumat, 12 Juli 2019 di balai Kp. Muara Desa Muara Binuangeun.

Agar pendidikan dan pelatihan yang disajikan interaktif dan efektif, PKM ini menggunakan metode Pendidikan Orang Dewasa (POD) dengan pendekatan partisipatif. Teknik yang digunakan adalah: curah pendapat, diskusi kelompok & diskusi pleno, *roll play* dan simulasi. Dengan cara seperti ini diharapkan peserta menjadi bergairah, termotivasi dan tidak mudah lelah serta bosan. Materi pelatihan (*in house training*) disesuaikan dengan jenis pilihan paket pelatihan, agenda pelatihan terlampir.

1. Mengadakan penyampaian materi serta diskusi bersama peserta mengenai **Pengenalan Packaging dan Branding sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha.**
2. Menyelenggarakan sesi Tanya Jawab untuk Melepas Rasa keingintahuan para peserta Pelatihan.
3. Memberikan Simulasi Terkait Materi-materi yang telah disampaikan.

### 5.3 Persiapan

Persiapan yang dilakukan berupa perencanaan pembuatan proposal kegiatan yang disusun berdasarkan kebutuhan lapangan. Kami membagi tugas berdasarkan keahlian dan kapasitas tim. Persiapan awal yang dilakukan dengan melakukan survei pendahuluan dan pemantapan kegiatan dengan mitra. Kemudian kami melakukan analisa lapangan berdasarkan kebutuhan sosial yang ada di mitra. Kami memetakan lokasi yang akan dijadikan sasaran pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

### 5.4 Jadwal Acara

Adapun Jadwal acara akan dilaksanakan pada hari jumat, 12 Juli 2019 sebagai rincian sebagai berikut:

Dalam pelaksanaan kegiatan ini kami melakukan perjalanan dari rumah dengan menggunakan kendaraan pribadi. Pada pelatihan ini persiapan yang telah dilakukan selama satu bulan. Dalam perjalanan untuk mencapai lokasi. Kami melakukan survey pra pelaksanaan untuk melihat persiapan yang akan dilakukan.

Selanjutnya melakukan rapat penentuan persiapan pelaksanaan kegiatan pada hari H dengan kelompok nelayan Kp. Muara Desa Muara Binuangeun. Dalam rapat ini diputuskan kesiapan pelaksanaan pelatihan 100 persen. Adapun hasil dari rapat ini memutuskan untuk pemateri menjadi dua bagian diantaranya:

1. Dr. Sunarta, SE.,M.M berbicara tentang **“Pengenalan Packing dan Branding Sebagai Strategi Pemasaran dalam Kegiatan Usaha ”**
2. Emardial Ulza., MA berbicara tentang **“Mekanisme Strategi Pemasaran guna Peningkatan Penjualan Barang dan Jasa”**.

Kegiatan ini dilaksanakan selama satu hari pada hari jumat, 12 Juli 2019. Sebelum pelaksanaan dimulai panitia sudah melakukan perekrutan peserta dari kelompok Nelayan di Kp. Muara Desa Muara Binuangeun. Pada pelaksanaan pembukaan semua peserta sudah berada

dilokasi dengan sigap mereka duduk dalam persiapan yang sangat matang. Pembukaan yang telah dipersiapkan panitia.

Pada saat pelaksanaan acara dimulai pukul 08.30 yang diawali dengan registrasi peserta yang dilakukan panitia. Dilanjutkan pembukaan dengan sambutan sumbutan pada 09.00-10.00 WIB, Sesi Pertama, pada 10.00-11.30 WIB pemberian materi yang disampaikan oleh Emariadial Ulza berbicara tentang . Pada materi ini disampaikan **“Mekanisme Strategi Pemasaran Guna Peningkatan Penjualan Barang dan Jasa”**.

Dilanjutkan dengan coffe break dan Sholat pada 11.30-12.30 WIB dengan santai, lalu dilanjutkan sesi kedua. Pada 12.30-14.00 WIB Dengan pemateri Dr. Sunarta, SE., M.M menyampaikan **“Pengenalan *Packaging* dan *Branding* sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha**”. Teknologi dan informasi yang semakin berkembang akan mendorong orang untuk menciptakan peluang-peluang yang sangat menguntungkan bagi para wirausaha dengan pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi.

Dalam tahap ini bagaimana mereka diberikan pemahaman tentang pentingnya membuat produk dengan kemasan dan merk yang menarik. pendekatan ini dilakukan dengan memberikan teori-teori yang berkaitan dengan pentingnya membuat kemasan dan merk yang konsumen tertarik untuk membeli. membuat kemasan yang memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan dimana bisa melindungi produk agar tetap bersih, kemasan yang berkaitan dengan program pemasaran (bagaimana membuat kemasan yang unik, kreatif sehingga berbeda dengan pesaing), dengan membuat kemasan yang unik, yang mempunyai daya tarik visual (warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak) dan daya tarik fungsional (dapat melindungi produk, mudah dibuka atau ditutup kembali untuk disimpan, porsi yang sesuai untuk produk makanan, dapat digunakan kembali (reusable), mudah dibawa, memudahkan pemakai untuk menghabiskannya serta dengan rumuskan dan dibentuk. Menambah kepercayaan para konsumen terhadap produk yang akan dihasilkan.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Para kelompok nelayan Kp. Muara Desa Muara Binuangeun dalam melakukan usahanya masih dijalankan secara alamiah dan mengandalkan naluri berdagang yang mereka miliki, namun melalui pelatihan yang diberikan terdapat perkembangan pemahaman dari mereka terhadap pentingnya kemasan dan merk serta pembukan. Namun demikian pemahaman terhadap materi yang diberikan masih relatif lambat.

#### **6.2 Saran**

Dalam acara Pelatihan ini perlunya melibatkan semua pihak khususnya yang sudah atau sedang berlangsung melakukan usaha yang lebih banyak Sehingga adanya pengoptimalan untuk penyampaian keluhan dari para pelaku yang baru akan memulai melaksanakan suatu usaha . Dimana keluhan dari para pelaku usaha secara optimal akan memudahkan dalam Pengimplementasian dari materi yang telah disampaikan serta mengatuhi kebutuhan-kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh para warga dalam pembelajaran mengelola suatu bisnis dengan memanfaatkan media digital yang ada

## DAFTAR PUSTAKA

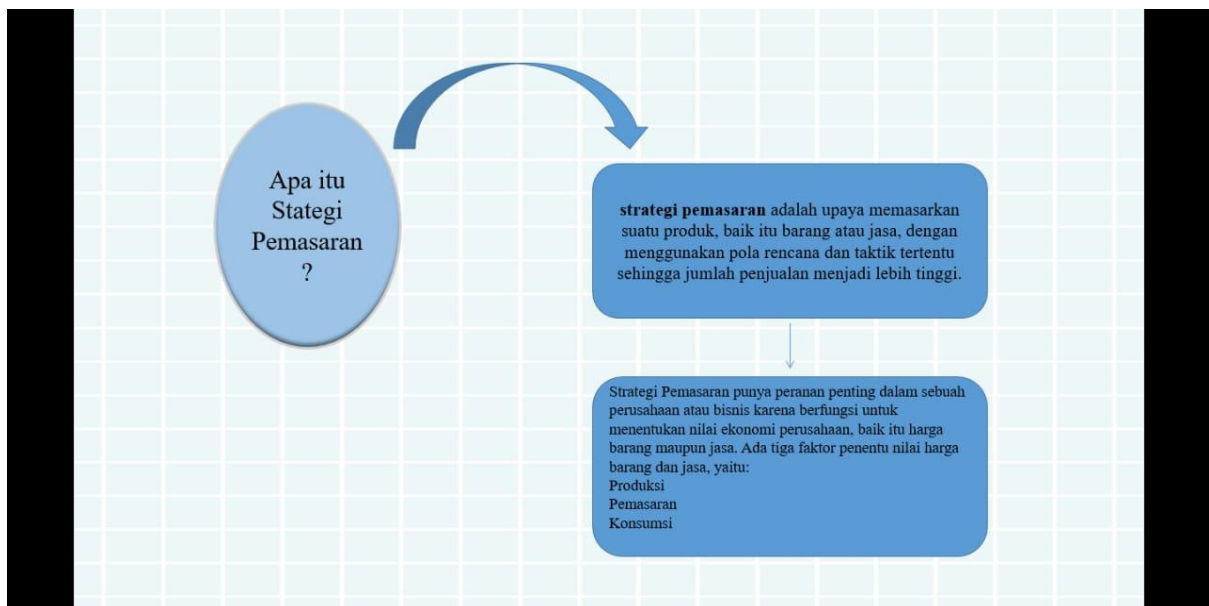
- A.Shim, Terence, 2003, Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan. 2018. New Wave Marketing: The World is Still Around, The Market Is Already Flat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat Supriyono. 2010. Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Suparmi, 2013, IbM Kalurahan Penggaron Lor Melalui Pemberdayaan PKK Dalam Pembuatan Jajanan Sehat Dengan Pewarna Alami, Semarang

# Lampiran

## Lampiran 1. Justifikasi Anggaran

Besar rencana anggaran biaya untuk melaksana kegiatan pengabdian pada masyarakat (PKM) diperlihatkan pada bawah berikut:

| <b>1. HONORARIUM</b>                  |                  |        |                    |                                       |
|---------------------------------------|------------------|--------|--------------------|---------------------------------------|
| Item Honor                            | Volume           | Satuan | Honor (Rp)         | Total (Rp)                            |
| 1. Honorarium Ketua                   | 1                | Orang  | 750.000            | 750.000                               |
| 2. Honorarium anggota                 | 2                | Orang  | 500.000            | 1.000.000                             |
| 3. Honor Pembantu Pelaksana           | 2                | Orang  | 300.000            | 600.000                               |
|                                       |                  |        |                    | <b>Sub Total: Rp 2.350.000</b>        |
| <b>2. BELANJA BAHAN HABIS PAKAI</b>   |                  |        |                    |                                       |
| Item Bahan                            | Volume           | Satuan | Harga Satuan (Rp)  | Total (Rp)                            |
| 1. Banner                             | 1                | unit   | 750.000            | 750.000                               |
| 2. Seminar kit                        | 20 buah          | Buah   | 20.000             | 400.000                               |
| 3. <i>Photo copy</i> materi pelatihan | 25               | Paket  | 3.000              | 75.000                                |
| 4. Pengadaan proposal                 | 5 buah           | Buah   | 30.000             | 150.000                               |
| 5. Alat Tulis Kantor                  | <i>Tentative</i> |        | 100.000            | 100.000                               |
| 6. Sertifikat peserta                 | 20 lembar        | Lembar | 5.000              | 100.000                               |
| 7. Plakat untuk pihak SMK/mitra       | 1 buah           | Buah   | 150.000            | 150.000                               |
|                                       |                  |        |                    | <b>Sub Total: 1.725.000</b>           |
| <b>3. PERJALANAN</b>                  |                  |        |                    |                                       |
| Item Bahan                            | Volume           | Satuan | Harga (Rp)         | Total (Rp)                            |
| Mobil (2 hari)                        | 4                | buah   | 500.000 (per hari) | 2.000.000                             |
| Bensin                                | <i>tentative</i> |        | 600.000            | 750.000                               |
| Tol                                   | <i>tentative</i> |        | 300.000            | 300.000                               |
| Parkir                                | <i>tentative</i> |        |                    | 125.000                               |
| Konsumsi                              | <i>tentative</i> | porsi  | 250.000            | 750.000                               |
|                                       |                  |        |                    | <b>Sub Total Rp3.925.000</b>          |
|                                       |                  |        |                    | <b>Total Keseluruhan Rp 8.000.000</b> |







### Strategi Pemasaran yang Efektif

#### KONSISTENSI

Konsistensi dibutuhkan pada semua area marketing. Tujuannya agar dapat membantu mengurangi biaya marketing serta meningkatkan efektivitas penciptaan merek.

#### PERENCANAAN

Dalam menjalankan konsep marketing untuk usaha kecil, maka perlu perencanaan yang matang agar memperoleh banyak pelanggan. Karena itu, luangkan waktu sebanyak mungkin untuk merencanakan strategi marketing yang efektif, anggaran marketing yang dibutuhkan, serta konsep-konsep lainnya agar usaha kecil Anda dapat berkembang dengan pesat.

## MARKETING MIX

Marketing mix pada umumnya dijelaskan sebagai produk, harga, tempat serta promosi. Sebagai pengusaha, tentunya Anda perlu memutuskan secara spesifik produk atau jasa, berapa harga yang sesuai, bagaimana dan dimana Anda akan mendistribusikan produk yang Anda butuhkan, serta bagaimana cara agar orang lain dapat mengetahui mengenai produk apa yang sedang Anda tawarkan. Anda juga dapat menggunakan jasa perusahaan digital marketing untuk memasarkan produk Anda. Salah satunya adalah perusahaan *Logique Digital Indonesia* yang telah menangani dan mempromosikan produk serta jasa berbagai rekan bisnisnya hingga berhasil dan berkembang.

## WEBSITE OPERATION

Sekarang ini, semua usaha bisnis membutuhkan website untuk memberikan informasi mengenai produk yang sedang Anda tawarkan, sebab hampir 60 persen konsumen yang datang mendapatkan informasinya melalui internet. *Logique Digital Indonesia* juga menyediakan jasa pembuatan website bagi produk Anda.

## BRANDING

Branding merupakan proses yang menentukan apakah konsumen menerima produk dari perusahaan yang membuatnya. Usaha kecil tentunya membutuhkan brand, mulai dari gambar, logo serta produk unggulan yang dihasilkannya agar dapat dikenal oleh masyarakat sehingga semakin berkembang. Untuk melakukan branding, *Logique Digital Indonesia* siap membantu Anda dalam proses desain brand yang ingin Anda buat, mulai dari gambar, logo serta berbagai bentuk desain lainnya.

## SNS

SNS operation merupakan salah satu strategi yang menggunakan media sosial untuk melakukan promosi dan iklan. Melakukan hal ini cukup mudah, Anda hanya perlu membuat suatu akun media sosial dan melakukan promosi dengan konten yang menarik. Jika perlu gunakan juga media yang berbayar untuk meningkatkan tingkat kunjungan ke media sosial Anda, seperti Keyword Planner, Facebook Ads, Twitter Ads, Instagram Ads dan lain-lain.

## CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Untuk dapat menciptakan konsumen yang loyal dan konsisten, tentu membutuhkan pengelolaan hubungan yang baik dengan para pelanggan. Anda tentunya tidak mau pelanggan Anda lari ke perusahaan lainnya. Karena itu, buatlah pengelolaan hubungan yang baik dengan pelanggan, seperti membuat kartu member khusus pelanggan dan memberikan potongan harga bagi para member tersebut. *Logique Digital Indonesia* juga menyediakan jasa layanan pembuatan sistem manajemen pelanggan (CRM) atau sistem manajemen keanggotaan berskala besar.

## MOBILE MARKETING

Dengan meningkatnya pengguna ponsel pintar dan tablet tentunya membuat pesan pemasaran dan konten untuk platform mobile merupakan suatu keharusan. Hal itu dikarenakan semakin banyaknya konsumen yang melihat konten, menerima email serta membeli produk menggunakan smartphone ini.

Thank  
you

# MATERI 2

## *Packaging* sebuah produk

- *Packaging* sebuah produk merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi banyaknya penjualan atau minatnya konsumen terhadap produk tersebut. Kebanyakan beberapa pengusaha di luar sana berpikir bahwa kualitas sebuah produk dan cara pemasaran jauh lebih diutamakan untuk meningkatkan penjualan, dibandingkan fokus pada *packaging* produk.
- Padahal beberapa unsur yang mempengaruhi penjualan produk seperti kualitas produk, pelayanan, pemasaran, dan *packaging* juga saling mendukung satu sama lain.
- Jadi, belum tentu juga jika produk dengan kualitas yang bagus maka akan banyak peminatnya, kecuali bila konsumen tersebut benar-benar membutuhkannya. *Packaging* suatu produk inilah yang mungkin perlu Anda pikirkan sebagai bagian dari strategi pemasaran.

# Fungsi sebuah *packaging* produk

## 1. Daya Tarik

Umumnya banyak perusahaan melakukan sebuah riset terlebih dahulu tentang skema warna, desain, maupun jenis pada sebuah *packaging* produk yang akan dipasarkannya. Hal ini dilakukan agar tingkat pemasaran produknya jauh lebih luas lagi.

## 2. Promosi

Sebuah *packaging* produk juga berperan penting dalam memberikan informasi produk seperti, manfaat, kegunaan, tagline, maupun cara pembuatan.

Semuanya bisa dicantumkan pada desain *packaging* agar konsumen tahu tentang manfaat dari produk tersebut, yang terpenting janganlah menyampaikan semuanya hingga desain menjadi penuh dan malah membuat konsumen menjadi jenuh melihatnya.

## 3. Mendukung Keputusan Berbelanja

Anda sebagai pemilik produk bebas mencantumkan informasi apapun yang nantinya bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan membeli produk Anda. Akan tetapi jangan terlalu berlebihan dalam menyampaikan seluruh informasi yang Anda miliki.

## 4. Diferensiasi

*Packaging* juga bisa dijadikan sebagai identitas bagi sebuah produk, misalnya ada beberapa produk A dan B yang ditata rapi pada sebuah toko, produk tersebut secara fungsi sama, dan bisa dikatakan hampir sama, namun karena *packaging*-nya berbeda bisa jadi konsumen akan lebih cenderung memilih produk yang memiliki *packaging* yang menarik menurutnya.

# Pengertian Brand

Brand (merek) adalah nama, tanda, istilah, simbol, desain, kata, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang ditujukan untuk mengidentifikasi dan membedakan antara produk dan jasa yang satu dengan yang lain.

Elemen-elemen yang menentukan tingkat kepercayaan konsumen terhadap sebuah brand adalah:

1. Janji yang diberikan sesuai dengan kenyataan meskipun hal ini tidak dinyatakan dengan jelas, tetapi menjadi salah satu faktor utama kesuksesan sebuah brand.
2. Memberikan kepribadian tersendiri terhadap pengguna brand. Unique Selling Proposition (USP). Munculnya sebuah brand sebagai dasar untuk membedakan perusahaan, produk, atau layanannya dengan perusahaan, produk atau layanan lainnya.



# Fungsi Branding

untuk menanamkan image dan citranya di masyarakat, bahkan konsumennya, jika perusahaan tersebut memiliki produk yang mereka jual, sehingga dengan adanya branding (merek dagang atau corporate identity) diharapkan brand atau merek Anda akan selalu diingat oleh masyarakat atau konsumennya dalam jangka waktu yang lama.

Fungsi branding secara detail dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Pembeda**  
Suatu produk akan memiliki perbedaan dengan pesaingnya bila memiliki brand yang kuat, sehingga sebuah brand dapat dengan mudah dibedakan dari brand yang lain.
2. **Promosi dan Daya Tarik**  
Produk yang memiliki brand akan dengan mudah dipromosikan dan menjadi daya tarik. Promosi sebuah brand akan dengan mudah mempromosikan produknya dengan menampilkan logo brand tersebut.
3. **Pembangun Citra, Pemberi Keyakinan, Jaminan Kualitas, dan Prestise**  
Sebuah brand juga berfungsi membentuk citra dengan memberi alat pengenalan pertama kepada masyarakat. Keyakinan, kualitas, dan prestise sebuah produk akan melekat dalam sebuah brand dari pengalaman dan informasi dari produk tersebut.
4. **Pengendali Pasar**  
Pasar akan mudah dikendalikan oleh brand yang kuat. Brand tersebut akan menjadi peringatan bagi para kompetitornya untuk mengambil setiap langkah yang diambilnya. Di samping itu, masyarakat akan dengan mudah diberi informasi tambahan dengan adanya brand yang diingat olehnya.

The Power of PowerPoint | thepopp.com

5

# Tujuan Branding

1. Mampu menyampaikan pesan dengan jelas
2. Memastikan kredibilitas Anda
3. Mampu menghubungkan target pasar atau konsumen secara emosional
4. Mampu menggerakkan atau memotivasi konsumen
5. Memastikan terciptanya kesetiaan pelanggan

The Power of PowerPoint | thepopp.com

6

# Unsur-unsur Branding

Unsur terpenting dari suatu brand adalah nama dagang atau merek. Namun demikian brand tidak cukup bila hanya didukung dengan lambang atau simbol identitas visual yang secara konsisten dan sistematis diterapkan pada berbagai media pendukung komunikasi pemasaran suatu brand.

Unsur-unsur branding adalah:

1. Nama Merek.
2. Logo: logo, logotype, monogram, bendera.
3. Penampilan visual: desain kemasan, desain produk, desain seragam, desain bangunan, desain kendaraan.
4. Juru bicara: pesohor, tokoh pendiri, tokoh perusahaan, atau tokoh ciptaan.
5. Kata-kata: akronim, nama panggilan, slogan, tagline, jingle.
6. Suara: lagu, icon bunyi/nada, lagu tematik.

The Power of PowerPoint | thepopp.com

7

# TERIMAKASIH

### Lampiran 3. Biodata Ketua Peneliti Dan Anggota Tim Pengusul

#### Biodata ketua Tim

##### I. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Dr. Sunarta, S.E., M.M
2. NIDN : 0322116301
3. Status Dosen : Tetap Persyarikatan UHAMKA
4. Jabatan Akademik : Lektor
5. Tempat/Tanggal Lahir : Gunung Kidul, 22 November 1963
6. Alamat Rumah : -
7. No. handphone : 081911290480
8. Alamat Kantor : Jl Raya Bogor Km 23 No 90 Fly over Pasar Rebo Jakarta Timur
9. Telepon/Faks : 081911290480
10. Email : [sunarta@uhamka.ac.id](mailto:sunarta@uhamka.ac.id)
11. Pendidikan Utama

| Jenjang | Tempat                   | Tahun | Bidang Studi          | Gelar |
|---------|--------------------------|-------|-----------------------|-------|
| S1      | Universitas Satya Negara |       | Manajemen             | SE    |
| S2      | STIE Kusumanegara        |       | Manajemen             | MM    |
| S3      | Universitas Brawijaya    |       | Doktor Ilmu Manajemen | DR    |

##### 12. Riwayat pekerjaan

Dosen universitas muhammadiyah prof. dr. Hamka

##### 13. bidang pengajaran

- manajemen pemasaran (3 sks)
- manajemen sumber daya manusia (3 sks)
- kewirausahaan (3 sks)

##### 14. Jabatan Akademik : Asisten Ahli

##### 15. Penelitian :

| No | Judul Penelitian                                                                                                   | Tahun         |                |               | Ketua/<br>Anggota | Sumber Biaya |    |             |                          | Jumlah Rupiah  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|---------------|-------------------|--------------|----|-------------|--------------------------|----------------|
|    |                                                                                                                    | 2010/<br>2011 | 2011 /<br>2012 | 2012/<br>2013 |                   | Sendiri      | PT | Kemendiknas | Sumber lain,<br>Sebutkan |                |
| 1  | Kiat Sukses Seorang Entrepreneur (Studi Entrepreneurship Soetrisno Bachir Dalam Perspektif Hermeneutika Gadameran) | V             |                |               | Anggota           |              | V  |             |                          | Rp. 15.000.000 |
| 2  | Studi Kajian: Gaya Kepemimpinan Wanita Pada Usaha Kecil Menengah Di Tangerang Selatan.                             |               | V              |               | Anggota           |              | V  |             |                          | Rp. 7.500.000  |
| 3  | Pengembangan Sistem Komunikasi                                                                                     |               |                |               |                   |              |    |             |                          | Rp. 14.000.000 |



|  |                                                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | Pemasaran Terpadu Nelayan Binuangeun Lebak Banten |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

16. Pengabdian kepada Masyarakat:

| No | Judul Kegiatan                                                                                                                  | Tahun         |                |               | Ketua/<br>Anggota | Sumber Biaya |    |             |                          | Jumlah Rupiah  |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|---------------|-------------------|--------------|----|-------------|--------------------------|----------------|
|    |                                                                                                                                 | 2010/<br>2011 | 2011 /<br>2012 | 2012/<br>2013 |                   | Sendiri      | PT | Kemendiknas | Sumber lain,<br>Sebutkan |                |
| 1  | Pelatihan Pembuatan <i>Packaging</i> Dan <i>Branding</i> Produk Umkm Kelompok Wanita Tani (Pwt) Kelurahan Ciracas Jakarta Timur |               | V              |               | Anggota           |              | V  |             |                          | Rp. 12.000.000 |
|    | Pelatihan <i>Branding</i> Dan <i>Digital Marketing</i> Abon Ikan Bagi Nelayan Di Malingping, Banten                             |               |                |               |                   |              |    |             |                          | Rp. 8.000.000  |

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

Jakarta, 8 April 2019

Ketua,



Dr. Sunarta, SE., M.M.

## Biodata Anggota Tim

### II. Identitas Diri

1. Nama lengkap dan gelar : Emaridial Ulza SE., MA
2. Tempat/Tanggal lahir : Koto Dua Lama/06 Maret 1990
3. Jenis Kelamin : laki laki
4. NIDN/Pangkat/Golongan : 0306039001/Asisten Ahli.
5. Jurusan/Fakultas/Universitas : Manajemen/FEB UHAMKA
6. Pekerjaan/Jabatan Sekarang : Dosen/Tenaga Pengajar
7. Bidang Keahlian : Manajemen Proyek
8. Alamat : Jalan Kayu Jati II gang VIII RT.04 RW. 04. Kel. Rawamangun Kec. Pulogadung , Jaktim
9. Agama : Islam
10. Riwayat Pendidikan :

| Jenjang | Tempat                                         | Tahun | Bidang Studi     | Gelar |
|---------|------------------------------------------------|-------|------------------|-------|
| S1      | Fakultas Ekonomi Universitas Jambi             | 2012  | Manajemen        | SE    |
| S2      | National Research Tomsk Polytechnic University | 2016  | Manajemen Proyek | MA    |

### 11. Publikasi ilmiah

| No. | Tahun | Judul Artikel                                                                                                                                                                                                                             | Nama Jurnal                                          |
|-----|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 1.  | 2014  | Повышение качества обслуживания людей с ограниченными возможностями [ <i>Improving the quality of care for people with disabilities</i> ], <i>International Student Scientific Conference in Achinsk</i>                                  | Science Index Russia                                 |
| 2.  | 2015  | Паблик рилейшнз как способ увеличения имиджа проекта в строительстве для компании в условиях кризиса ( <i>[Public relations as way to improve image of infrastructure construction project in Sungai Penuh (AIR PANAS SEMURUP LLC)]</i> ) | economic science applied research                    |
| 3.  | 2014  | Вирусный маркетинг [Viral Marketing], Institute of Management- Economic                                                                                                                                                                   | Institute of Management – Economic development       |
| 4.  | 2016  | Система интегрированных маркетинговых коммуникаций для компании AIR-PANAS SEMURUP на рынке Индонезии [ <i>Integrated marketing communications system for Air Panas Semurup company on Indonesian market</i> ]                             | National Research Tomsk Polytechnic University Press |
| 5   | 2012  | Perception of the local TV viewer toward “ Potret Jambi” talk show program that was broadcasted by JekTV                                                                                                                                  | UNJA Press                                           |

13. Pengalaman sebagai Instruktur, Penyaji, moderator dan konsultan

| No | Jenis Kegiatan                                                                      | Tempat                                          | Tahun            |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------|
| 1. | Sebagai Peneliti di Son Institute dan pemateri tentang komunikasi pemasaran terpadu | Son Institute Jakarta Timur                     | 2017 sd sekarang |
| 2. | Sebagai Pemateri Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan                               | Lembaga Kajian Himpunan Pemuda Kerinci Se Dunia | 2016 sd sekarang |

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

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Program Pengabdian Kepada Masyarakat.

Jakarta, 8 April 2019  
Anggota,



(Emaridial Ulza., MA)

## **PELATIHAN *BRANDING* DAN *DIGITAL MARKETING* ABON IKAN BAGI NELAYAN DI MALINGPING, BANTEN**

Oleh

Sunarta

[Sunarta@uhamka.ac.id](mailto:Sunarta@uhamka.ac.id)

Emaridial Ulza

[EmaridialUlza@uhamka.ac.id](mailto:EmaridialUlza@uhamka.ac.id)

Budi pramana yusuf

[Budipramanayusuf@uhamka.ac.id](mailto:Budipramanayusuf@uhamka.ac.id)

### **Abstraak**

Upaya peningkatan kualitas SDM pelaku utama/pelaku usaha kelautan dan perikanan, berupa perubahan perilaku baik pengetahuan, sikap maupun keterampilan, tidak dapat dilakukan dalam waktu sesaat, akan tetapi merupakan pendidikan sepanjang hidup (long life education).perubahan kedudukan pelaku utama dari penerima pesan dan pengguna teknologi menjadi mitra aktif dalam kegiatan penelitian, pengembangan jaringan desiminasi teknologi dan usahanya. Untuk menjawab permasalahan penelitian perikanan tersebut di atas diperlukan Penyuluh Perikanan yang profesional serta kompeten dibidangnya yang mampu memberikan pelayanan prima, salah satunya melalui model unit percontohan penyuluhan perikanan di tingkat lapangan berbasis teknologi terekomendasi sebagai kegiatan kewirausahaan bagi kelompok penyuluh perikanan. Berkenaan dengan hal tersebut, sangat perlu dilakukan penelitian/pengkajian tentang Pengembangan Pengolahan, Pengemasan, Branding dan Pemasaran Produk Hasil Perikanan dalam rangka Pengembangan Teknologi Percontohan/Pengembangan Kewirausahaan Abon ikan di daerah Malingping, Banten.

**Kata Kunci :** Perikanan, Kualitas SDM, Pengembangan Teknologi

### **PENDAHULUAN**

Penyuluhan perikanan sebagai salah satu pendidikan non formal memegang peranan penting dalam upaya peningkatan kualitas SDM pelaku utama/pelaku usaha kelautan dan perikanan baik berfungsi sebagai mediator, motivator maupun fasilitator. Para penyuluh perikanan tersebut perlu memiliki kapasitas dan kemampuan yang tinggi dalam melaksanakan fungsi tersebut. 2 Untuk itu, diperlukan fasilitas yang mampu meningkatkan pengetahuan, kemauan, dan kemampuan menjalankan bisnis perikanan sesuai dengan potensi di wilayahnya kerjanya, dan sesuai dengan kelayakan baik dari aspek teknis maupun ekonomis. Keberhasilan penyuluh dalam melaksanakan tugas tersebut disamping untuk menambah pendapatan, juga diharapkan dapat dicontoh oleh pelaku utama dan pelaku usaha di wilayah kerjanya dalam peningkatan pendapatannya, pada era bisnis perikanan yang semakin kompetitif. Berdasarkan pemikiran di atas, diperlukan karakteristik penyuluhan perikanan masa depan, yang di dalamnya memuat pergeseran paradigma seperti: pendekatan top down menjadi bottom up; peran mengajar dan membina menjadi konsultan pemandu, fasilitator dan mediator; serta perubahan kedudukan pelaku utama dari penerima pesan dan pengguna teknologi menjadi mitra aktif dalam kegiatan penyuluhan, pengembangan jaringan desiminasi teknologi dan usahanya. Untuk menjawab permasalahan penyuluhan perikanan tersebut di atas diperlukan Penyuluh Perikanan yang profesional serta kompeten dibidangnya yang mampu memberikan pelayanan prima, salah satunya melalui model unit percontohan penyuluhan perikanan di tingkat lapangan berbasis teknologi terekomendasi sebagai kegiatan kewirausahaan bagi

kelompok penyuluh perikanan. Berkenaan dengan hal tersebut, sangat perlu dilakukan penelitian/pengkajian tentang Pengembangan Pengolahan, Pengemasan dan Pemasaran Produk Hasil Perikanan dalam rangka Pengembangan Teknologi Percontohan/Pengembangan Kewirausahaan Abon ikan di daerah Malingping, Banten

## **METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan dengan metode berbasis kelompok yang dilakukan secara komprehensif yang mampu menginventarisasi seluruh aspek materi yang akan disampaikan. Kegiatan ini nantinya akan disajikan dengan metode *exploration*, yaitu menggali satu atau beberapa aspek khusus suatu topik. Kemudian mendiskusikannya, mempelajari mencari alternatif solusinya dan mengevaluasi serta menggunakan metode *sharing of ideas, procedure give and take*, yaitu suatu diskusi yang selaras dengan memberikan pandangan-pandangan di mana seluruh peserta bisa ikut berpartisipasi

## **HASIL**

pemahaman tentang pentingnya membuat produk dengan kemasan dan merk yang menarik. membuat kemasan yang memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan dimana bisa melindungi produk agar tetap bersih, kemasan yang berkaitan dengan program pemasaran (bagaimana membuat kemasan yang unik, kreatif sehingga berbeda dengan pesaing), dengan membuat kemasan yang unik, yang mempunyai daya tarik visual (warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak) dan daya tarik fungsional (dapat melindungi produk, mudah dibuka atau ditutup kembali untuk disimpan, porsi yang sesuai untuk produk makanan, dapat digunakan kembali (*reusable*), mudah dibawa, memudahkan pemakai untuk menghabiskannya serta dengan rumuskan dan dibentuk. Menambah kepercayaan para konsumen terhadap produk yang akan dihasilkan oleh para pelaku UMKM Nelayan di Malingping, Banten.

## **KESIMPULAN**

Para nelayan di daerah Malingping, Banten dalam melakukan usahanya masih dijalankan secara alamiah dan mengandalkan naluri berdagang yang mereka miliki, namun melalui pelatihan yang diberikan terdapat perkembangan pemahaman dari mereka terhadap pentingnya kemasan dan merk serta pembukuan sehingga menghasilkan yang lebih menarik para konsumen. Namun demikian pemahaman terhadap materi yang diberikan masih relatif lambat.

## Lampiran 5. Publikasi Media Sosial dan Foto Foto Kegiatan



Lebak--Kegiatan ini dilaksanakan selama satu hari pada hari Jumat 12 Juli 2019. Sebelum pelaksanaan dimulai

Lebak--Kegiatan ini dilaksanakan selama satu hari pada hari Jumat 12 Juli 2019. Sebelum pelaksanaan dimulai panitia sudah melakukan perekrutan peserta dari para Nelayan di daerah Malingping, Banten. Pada pelaksanaan pembukaan semua peserta sudah berada di lokasi dengan sigap mereka duduk dalam persiapan yang sangat matang. Pembukaan yang telah dipersiapkan panitia.

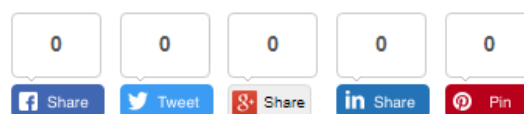
Pada saat pelaksanaan acara dimulai pukul 08.30 yang diawali dengan registrasi peserta yang dilakukan panitia. Dilanjutkan pembukaan pada 09.00-11.30 WIB, Sesi Pertama, pemberian materi yang disampaikan oleh Emardial Ulza berbicara tentang . Pada materi ini disampaikan "Mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan barang dan jasa".

Dilanjutkan dengan sesi kedua. Dengan pemateri Dr. Sunarta, SE.,M.M menyampaikan "Pengertian Packaging dan Branding sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha". Teknologi dan informasi yang semakin berkembang akan mendorong orang untuk menciptakan peluang-peluang yang sangat menguntungkan bagi para wirausaha dengan pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi.

Dalam tahap ini bagaimana mereka diberikan pemahaman tentang pentingnya membuat produk dengan kemasan dan merk yang menarik. pendekatan ini dilakukan dengan memberikan teori-teori yang berkaitan dengan pentingnya membuat kemasan dan merk yang konsumen tertarik untuk membeli. membuat kemasan

para wirausaha dengan pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi.

Dalam tahap ini bagaimana mereka diberikan pemahaman tentang pentingnya membuat produk dengan kemasan dan merk yang menarik. pendekatan ini dilakukan dengan memberikan teori-teori yang berkaitan dengan pentingnya membuat kemasan dan merk yang konsumen tertarik untuk membeli. membuat kemasan yang memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan dimana bisa melindungi produk agar tetap bersih, kemasan yang berkaitan dengan program pemasaran (bagaimana membuat kemasan yang unik, kreatif sehingga berbeda dengan pesaing), dengan membuat kemasan yang unik, yang mempunyai daya tarik visual (warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak) dan daya tarik fungsional (dapat melindungi produk, mudah dibuka atau ditutup kembali untuk disimpan, porsi yang sesuai untuk produk makanan, dapat digunakan kembali (reusable), mudah dibawa, memudahkan pemakai untuk menghabiskannya serta dengan rumuskan dan dibentuk. Menambah kepercayaan para konsumen terhadap produk yang akan dihasilkan



## TAG BERITA

#malingping

#wirausaha

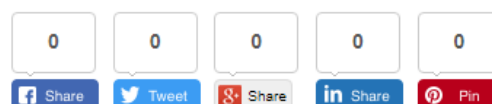


Visione.co.id

Search



digunakan kembali (reusable), mudah dibawa, memudahkan pemakai untuk menghabiskannya serta dengan rumuskan dan dibentuk. Menambah kepercayaan para konsumen terhadap produk yang akan dihasilkan



## TAG BERITA

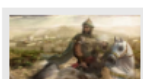
#malingping

#wirausaha

## Berita Terkait



Ragam Kelompok  
Wanita Tani (PWT)  
Kelurahan...



4 PANGlima  
PENYERU ISLAM  
RAHMATAN  
LIL'ALAMIN



Knitting Kreatif  
Bagi Remaja  
Millenial Desa...



Menguatkan  
Kemampuan  
Bahasa Inggris  
Bagi...



Pemberdayaan  
Ekonomi  
Masyarakat  
Melalui...









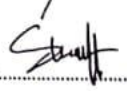
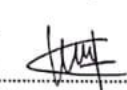
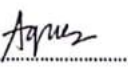
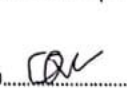
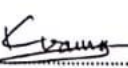
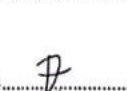
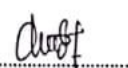
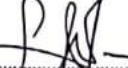
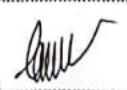
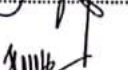
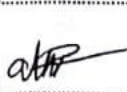




Lampiran 6. Daftar Hadir

|                                                                                   |                                                                                                                                           |                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
|  | <b>DAFTAR HADIR</b>                                                                                                                       | No. Form : .....<br>No. BPLU : ..... |
| <b>UNIVERSITAS</b>                                                                | FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS<br>UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA<br>Jl. Raya Bogor Km. 23 No. 99 Flyoper, Pasar Rebo Jakarta Timur |                                      |
| <b>PERIODE :</b>                                                                  | Hari, tanggal : Jum'at . 12 Juli 2019<br>Waktu : 08.00 - selesai<br>Acara : Pengabdian Kepada Masyarakat                                  |                                      |

| NO | NAMA                 | JABATAN | TANDA TANGAN                                                                              |
|----|----------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Rizki Damayanti      |         | 1.      |
| 2  | Putri Affah Sari     |         | 2.     |
| 3  | Moh. Ihsan Rizaldi   |         | 3.      |
| 4  | APRIATNA GARUL ANWAR |         | 4.     |
| 5  | Jitki                |         | 5.      |
| 6  | Setyo Nugroho        |         | 6.     |
| 7  | DISJA PRASONGKO      |         | 7.      |
| 8  | SANDY WIDODO         |         | 8.    |
| 9  | AGUS SETIAWAN        |         | 9.    |
| 10 | CAHYO SASONGKO       |         | 10.  |
| 11 | Munir Astuti         |         | 11.   |
| 12 | Budi Santoso         |         | 12.  |
| 13 | Susan Kusumawati     |         | 13.   |
| 14 | ZULFIKAR             |         | 14.  |
| 15 | Fidisy               |         | 15.   |
| 16 | Suci Shanty Maharani |         | 16.  |
| 17 | Yadi                 |         | 17.   |
| 18 | Imah                 |         | 18.  |
| 19 | dadot                |         | 19.   |
| 20 | LIUS                 |         | 20.  |

Jakarta, .....

## Lampiran 7. Bukti Transaksi

[illegible][illegible][illegible]

Tuan  
Toko

Tuan  
Toko

Tuan  
Toko

Edi Jayu  
Blok M

Blot M

NOTA NO. ....

[illegible]

Jumlah Rp. 150,000

### Tanda Terima

Hormat kami,

Hormat kami,

Tuan  
Toko

Tuan  
Toko

Tuan  
Toko

Karib 1

Ciracas, Jaktim

NOTA NO. ....

[illegible]

|            |         |
|------------|---------|
| Jumlah Rp. | 175,000 |
|------------|---------|

## Tanda Terima

Hormat kami,

Hormat kami,









No. \_\_\_\_\_

Telah terima dari \_\_\_\_\_

Uang sejumlah \_\_\_\_\_

Untuk pembayaran \_\_\_\_\_

Tyga Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah

Bersin

\_\_\_\_\_

Jakarta, 14 Juli 2015

Stump

(Mgida Usrid Nur)

PAPERLINE



No. \_\_\_\_\_

Telah terima dari \_\_\_\_\_

Uang sejumlah \_\_\_\_\_

Untuk pembayaran \_\_\_\_\_

Dua Juta Rupiah

Mobil (2 hari)

\_\_\_\_\_

Jakarta, 14 Juli 2015

Stump

(Mgida Usrid Nur)

PAPERLINE



No. \_\_\_\_\_

Telah terima dari LPPM UHANKA

Uang sejumlah lima Ratus Ribu Rupiah

Untuk pembayaran Honor Pembantu Pelaksana

Jakarta, 13 Juli 2019

Rp. 500.000,-

Arif Ahmad

PAPERLINE

No. \_\_\_\_\_

Telah terima dari LPPM UHANKA

Uang sejumlah lima Ratus Ribu Rupiah

Untuk pembayaran Honorarium Anggata

Jakarta, 13 Juli 2019

Rp. 500.000,-

Kauli Primaria Gusut

PAPERLINE



No. \_\_\_\_\_

Telah terima dari \_\_\_\_\_

Uang sejumlah \_\_\_\_\_

Untuk pembayaran \_\_\_\_\_

Lima Ratus Ribu Rupiah

Honorarium Anggota.

Jakarta. 13 Juli 2019.

Rp. 500.000,-

Emandiel Ulza.

PAPERLINE

No. \_\_\_\_\_

Telah terima dari \_\_\_\_\_

Uang sejumlah \_\_\_\_\_

Untuk pembayaran \_\_\_\_\_

LPPM UHAMKA

Tyguh Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah

Honorarium Ketua.

Jakarta, 13 Juli 2019.

Rp. 150.000,-

Summa

PAPERLINE





No. \_\_\_\_\_

Telah terima dari

Uang sejumlah

Untuk pembayaran

LPPM UHANKA

Tujuh Ratus Lima Ratus Ribu Rupiah

Konsumsi

Jakarta, 14 Juli 2019

Mus-

Muhammad Ican

Rp. 750.000,-

PAPERLINE



No. \_\_\_\_\_

Telah terima dari

Uang sejumlah

Untuk pembayaran

LPPM UHANKA

Tiga Ratus Ribu Rupiah

Honor Pembantu Pelaksana

Rp. 300.000,-

Mu-

Muhammad Ican

PAPERLINE

Lampiran 8. Surat pernyataan Kesediaan Mitra

**Lampiran 4. Surat Pernyataan Kesediaan Mitra**

**SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA DARI MITRA**

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Bu bedah  
Jabatan : Ketua Kelompok Pengolahan Hasil Ikan  
Alamat : Malingping, Banten , Jawa Barat

Dengan ini menyatakan **Bersedia untuk Bekerjasama dengan Pelaksanaan Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat dalam pelatihan *branding* dan digital *marketing* abon ikan bagi nelayan di malingping, banten**

Nama Ketua Tim Pengusul : Dr. Sunarta SE., MM  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Bersama ini pula kami nyatakan dengan sebenarnya bahwa di antara pihak Mitra Usaha Kecil/Pelaksana atau Kelompok dan Pelaksana Kegiatan Program tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur pemaksaan di dalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Banten, 14 April 2019

Yang menyatakan,

  
  
Bu Bedah