

No. 019/SAVVY/PKM-COVID19.04.20

Sertifikat



*Abdimas Online
Video Conferencing via Google Meet*

"Strategi Mempertahankan Bisnis UMKM Jawa Timur di Tengah Pandemi COVID-19"

TO. Nafisah Yuliani S.Pt. MM
As a Speaker

Jakarta, 19 April 2020

Savvy Project Director



Diana Novita, ST, MM

Supported by.





Pengabdian
Masyarakat
dengan UMKM Surabaya
Berbasis **Online**
Menggunakan Media Video Conference
Google Meet

Tim Dosen Abdimas



Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu Tri Dharma yang harus dan wajib dilakukan oleh para dosen. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sering kami lakukan selama ini biasanya adalah memberikan pelatihan-pelatihan atau penyuluhan-penyuluhan kepada masyarakat umum dan para UMKM pada khususnya yang ada di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Tetapi karena saat ini negara kita tengah mengalami pandemi global Covid-19 dan pemerintah tengah memberlakukan PSBB maka kegiatan pengabdian kali ini kami lakukan secara *online* melalui *video conference* Google Meet.

Pengabdian kali ini kami mengunjungi UMKM yang berada di Surabaya, Jawa Timur. Dengan tema bagaimana UMKM bertahan di tengah pandemi Covid-19 yang saat ini tengah menjangkiti Indonesia. Di dalam buku ini, akan diulas banyak sekali strategi-strategi yang bisa digunakan untuk bertahan dalam menghadapi pandemi Covid-19, beberapa model kemasan yang mampu menarik minat konsumen untuk berbelanja, dan masih banyak lagi. Selain itu, juga disajikan materi mengenai inovasi di dalam berdagang. Semoga dengan adanya buku ini, mampu memberikan suatu sudut pandang bagi para dosen dalam melakukan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu ABDIMAS. Walaupun negara tengah mengalami pandemi Covid-19 tetapi kami para dosen tetap mampu dan mau melaksanakan Tri Dharma yang menjadi kewajiban kami sebagai dosen di negara Republik Indonesia ini.



Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
Jl. Rajawali, Gang Elang 6 No.3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581
Telp/Fax : (0274) 4533427
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)
cs@deepublish.co.id @penerbitbuku_deepublish
Penerbit Deepublish www.penerbitbukudeepublish.com



**PENGABDIAN MASYARAKAT DENGAN UMKM
SURABAYA BERBASIS ONLINE MENGGUNAKAN
MEDIA VIDEO CONFERENCE GOOGLE MEET**

PENGABDIAN MASYARAKAT DENGAN UMKM SURABAYA BERBASIS ONLINE MENGGUNAKAN MEDIA VIDEO CONFERENCE GOOGLE MEET

Tim Dosen Abdimas

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

PENGABDIAN MASYARAKAT DENGAN UMKM SURABAYA BERBASIS
ONLINE MENGGUNAKAN MEDIA VIDEO CONFERENCE GOOGLE MEET

Tim Dosen Abdimas

Desain Cover :
Dwi Novidiantoko

Sumber :
www.shutterstock.com

Tata Letak :
Titis Yuliyanti

Proofreader :
Avinda Yuda Wati

Ukuran :
x, 130 hlm, Uk: 14x20 cm

ISBN :
978-623-02-1244-4

Cetakan Pertama :
Juli 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2020 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoarjo, Ngaglik, Sleman
Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581
Telp/Faks: (0274) 4533427
Website: www.deepublish.co.id
www.penerbitdeepublish.com
E-mail: cs@deepublish.co.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah buku pengabdian kepada masyarakat di lingkungan Asosiasi Dosen Indonesia ADI telah selesai disusun. Pengabdian masyarakat yang merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah bagian yang sering kurang mendapat perhatian, namun dengan selesainya buku pengabdian kepada masyarakat ini kita berharap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat dilakukan dengan baik. Kegiatan pengabdian masyarakat kali ini adalah dengan metode *online*. Abdimas yang dilakukan secara *online* dengan sebuah UMKM yang ada di daerah Surabaya, Jawa Timur. Kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat secara *online* karena saat ini negara kita tengah mengalami pandemi COVID-19 yang terjadi secara global. Tidak hanya wilayah Jakarta saja, tetapi juga daerah-daerah lain di seluruh Indonesia. Oleh karena itulah, kami melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara *online* melalui media *video conference* via Google Meet. Abdimas atau pengabdian kepada masyarakat yang kami lakukan secara daring atau *online* ini masih tetap mengusung metode *abdimas* konvensional yaitu *sharing knowledge* kepada para UMKM dan memberikan beberapa gambaran solusi atas permasalahan-permasalahan yang mereka keluhkan. Harapannya, ADI sebagai Komunitas dosen-dosen Indonesia, mampu menjawab problem masyarakat oleh para *civitas* akademika melalui program pengabdian. Agar program PKM tepat sasaran, seyogiannya pihak pemerintah daerah melalui Bappeda melakukan koordinasi tentang peta masalah yang dihadapi masing-masing daerah dan memiliki SDM unggul dapat ikut serta berpartisipasi membangun

daerah berdasarkan keilmuan yang dimiliki para dosen, baik bidang keagamaan, pendidikan, hukum, psikologi maupun sosial, serta sains dan teknologi. Dengan selesainya buku Pengabdian kepada Masyarakat, diharapkan adanya masukan, saran dan juga kritik dari para pembaca agar buku ini menjadi lebih baik.

Jakarta, April 2020
SAVVY Project Manager

Diana Novita, S.T., M.M.
NIDN. 0305097802

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 Purwawacana.....	1
BAB 2 Profil UMKM di Surabaya	3
BAB 3 Strategi Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19	9
BAB 4 Strategi UMKM Agar Tetap Survival di Tengah Pandemi Covid-19	14
BAB 5 Pentingnya <i>Branding</i> untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	21
BAB 6 Promosi Efektif di Tengah Pandemi Covid-19	28
BAB 7 Tingkat Kesadaran Hukum Berdasarkan Nilai- Nilai Pancasila dan Pengaruhnya terhadap Perekonomian UMKM Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19	43
BAB 8 Tusuk Sate Sederhana Mudah dan Murah.....	63

BAB 9 Kemasan Produk UMKM.....	68
BAB 10 Pencatatan/Pembukuan dan Insentif Pajak UMKM.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	95
PROFIL PENULIS.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Semua dalam Genggaman Tangan Anda	26
Gambar 6.1 Sektor Industri Pemenang Di Tengah Pandemi Covid-19	32
Gambar 6.2 Media Sosial yang Sering Digunakan 2020	36
Gambar 6.3 Aplikasi Media Sosial dalam Sebuah <i>Smartphone</i>	38
Gambar 6.4 Macam-Macam Usaha yang Ada di Media Sosial	42
Gambar 8.1 Tusuk Dayung Impor	64
Gambar 8.2 Kanan Impor, Kiri Lokal.....	65
Gambar 8.3 Tusuk Sate Dayung dan Dayung Lokal	65
Gambar 8.4 Kemasan Tusuk Sate Dayung Impor	66
Gambar 8.5 Tusuk Sate Dayung Bambu.....	66
Gambar Flayer Acara Abdimas <i>Online</i>	102

BAB I Purwawacana

Saya tahu tidak ada orang-orang hebat kecuali mereka yang memiliki pengabdian besar pada kemanusiaan.

Voltaire
Penulis dan filsuf dari Perancis 1694-1778

Indonesia sebagai negara Kepulauan yang besar dan luas ini, tentunya sangat memiliki keragaman budaya, keragaman bermasyarakat, keragaman beragama, keragaman wilayah dan masih banyak sekali keragaman yang ada di negara tercinta ini. Indonesia juga saat ini termasuk dalam salah satu negara yang termasuk mengalami pandemi COVID-19. Dengan adanya pandemi ini di negara kita, banyak sekali memberikan dampak bagi negara Indonesia terutama dari segi ekonomi penduduknya. Penduduk yang biasa sehari-hari berdagang, kini mulai sepi karena aturan-aturan yang dibuat oleh pemerintah demi mengurangi penyebaran virus COVID-19 tersebut.

Ekonomi masyarakat menurun. Pendapatan harian makin tidak bisa terduga lagi. Dari satu sisi, peraturan pembatasan yang dicanangkan pemerintah memberikan beban hidup yang makin berat bagi masyarakat. Pengeluaran rutin tidak juga berkurang.

Kondisi seperti ini yang menjadikan perekonomian masyarakat menengah ke bawah semakin sulit dan mereka mencoba bertahan di tengah serbuan pandemi COVID-19 ini. Di dalam buku ini, kami ingin membicarakan tentang para masyarakat bawah yang berprofesi sebagai pedagang mencoba bertahan hidup di dalam keterpurukan pandemi COVID-19 dengan mengangkat permasalahan sebagai berikut.

- a. Bagaimana para UMKM dapat bertahan di tengah himpitan pandemi COVID-19?
- b. Bagaimana caranya dagangan selalu laku dan ramai?

Dengan menjawab pertanyaan tersebut di atas, membuat kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat secara *online* pada masyarakat berpenghasilan rendah. Kami menyadari bahwasanya substansi yang terkandung di dalam buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itulah, kami butuhkan masukan dan kritiknya atas buku ini. Insyaallah di kemudian hari akan dapat menjadi buku yang cukup layak untuk menjadi panduan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan kami jalani di tahun-tahun berikutnya.

BAB 2

Profil UMKM di Surabaya

Pengabdian masyarakat yang kali ini kami jalankan adalah melalui media daring atau *online* dikarenakan kondisi dan situasi yang tidak memungkinkan bagi kami untuk melakukan kegiatan secara tatap muka karena negara kita, Indonesia tengah dihadapkan pada pandemi global, COVID-19. Pengabdian masyarakat yang kami lakukan secara *online* menggunakan media *video conference* yang dirilis oleh Google Meet dengan beberapa pelaku UMKM di wilayah Surabaya. Para UMKM ini merupakan ibu-ibu rumah tangga yang melakukan kegiatan perdagangan di pasar ataupun di suatu lokasi sebagai lokasi kedai ataupun warung mereka. Tetapi sejak pandemi global ini, terpaksa mereka melakukan kegiatan perdagangan hanya di rumah saja.

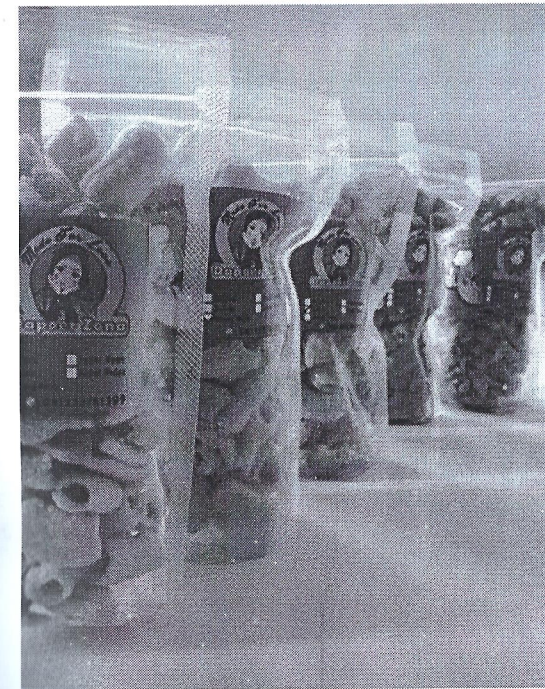
Dari hasil wawancara yang kami lakukan sebelumnya sebagai proses pendekatan dan pengenalan permasalahan yang mereka hadapi, kesimpulan yang kami dapatkan adalah mereka tidak tahu bagaimana proses *branding* dan inovasi serta *packing* atas produk-produk mereka sehingga mereka tidak mampu bersaing dengan pedagang rumahan yang terlebih dahulu sudah memahami medan dunia *online*. Sementara, para UMKM ini, mereka terbiasa di suatu kondisi dunia nyata di mana yang mereka hadapi adalah para konsumen yang datang dan mampir ke warung ataupun lapak mereka di pasar-pasar tradisional.

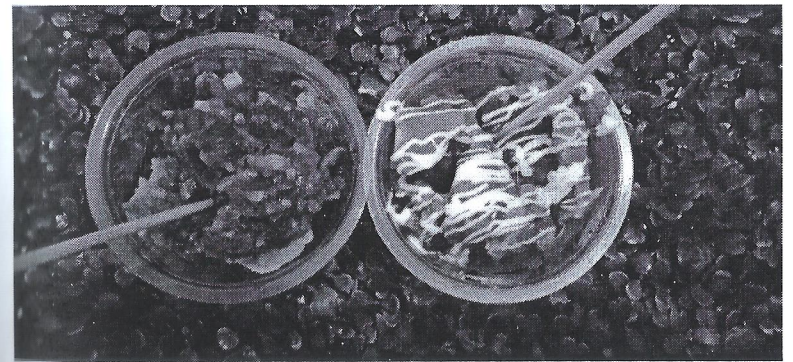
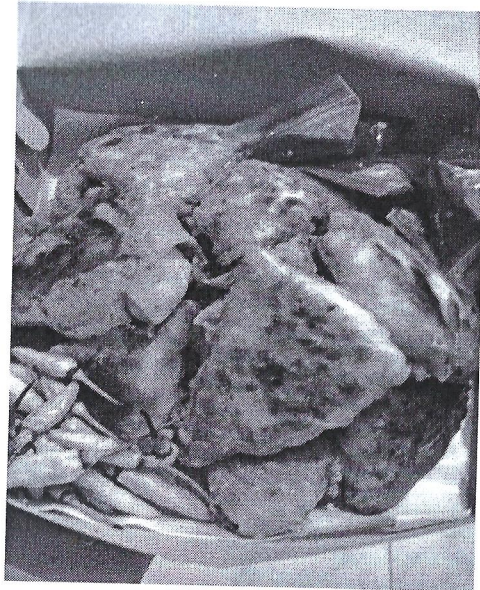
Melalui media pengabdian masyarakat yang kami lakukan secara *online* ini, kami harapkan kami dapat memberikan sedikit cercah cahaya bagi mereka agar tetap mampu bertahan di tengah pandemi global yang terjadi saat ini. Pengabdian masyarakat ini kami lakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut.

1. Pencarian dan pengenalan kondisi dan permasalahan UMKM. Proses ini kami lakukan dengan metode *interview* sebagai pengumpulan datanya.
2. Setelah mengenal dan memahami permasalahan mereka, kami mencoba mendeskripsikan tema dan topik pembahasan yang dapat memberikan mereka solusi atau secercah harapan bagi usaha mereka. Proses ini kami lakukan dengan berdiskusi dan merumuskan tema dan topik bahasan sebagai bagian dari pengantar kegiatan pengabdian masyarakat.
3. Membuat kesepakatan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan pihak UMKM.
4. Memutuskan waktu dan media *online* yang akan kami gunakan sebagai bentuk dari implementasi kegiatan pengabdian masyarakat kami ini.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kami kali ini, bisa dikatakan insidental. Karena sifatnya yang tidak lama dari perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan.

Berikut akan kami tampilkan produk-produk yang dihasilkan oleh para UMKM yang mereka coba tawarkan melalui perdagangan konvensional:





814 9:00

kaosbetaindonesia 57 Postingan 64 Pengikut 346 Mengikuti

dapurjautha 27 Postingan 23 Pengikut 39 Mengikuti

Kaos Beta Indonesia
Pakaian (Akses)
Best Price n Best Material
Produk berkualitas dari SBY
* WA 0813 3572 8322
Real Plot 100%
kontak.com/@betaindonesia

Dapur Jautha
Produk/Layanan
Dapur Jautha Cookies and Drinks
Sinom Rempah, Wedang Secang
WA 081335728322

Edit Profil Promosi

Baru Minuman Segar



BAB 3

Strategi Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19

Dr. (Cand) Drs. Ir. Edison H. Manurung, M.M., M.T., M.H., IICD, CST.
(Univ. Mpu Tantular)

Herlina Nainggolan, S.Psi., M.Psi.
(Univ. Mpu Tantular)

Ir. Kasimir Sawito, M.Si.
(Univ Mpu Tantular)

Nurul Giswi Karomah, S.Pd., M.A.
(Poltek LP3I Jakarta)

Husnin Nahry Yarza, M.Si.
(Univ.Muhammadiyah Prof. Dr. Sutomo)

Nafisah Yuliani
(UPI YAI)

Ratnasartika Aprilyani, M.Si, Psikolog

Ir. Agus Purba, M.M.

Sebuah ilustrasi, beberapa hari yang lalu, adik saya menghubungi saya. Adik saya pelaku UMKM di Medan yaitu penjahit kebaya. Selang beberapa saat setelah saling komunikasi karena jarak domisili yang jauh, akhirnya kami memutuskan untuk melakukan *video call*. Di *video call* tersebut, adik saya sang pelaku UMKM ini bercerita tentang betapa beratnya menjalankan bisnis sebagai UMKM di tengah pandemik Corona (COVID-19). Dia bercerita betapa dirinya tertekan karena tidak pernah memperhitungkan akan adanya pandemik

COVID-19. Banyak di antara pelaku UMKM yang sudah memproyeksikan permintaan yang akan meningkat di tahun 2020, mengambil kredit perbankan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperbanyak persediaan (*inventory*), dan mempersiapkan berbagai strategi pemasaran yang jitu. Namun, akhir Februari lalu hingga saat ini muncullah pandemik COVID-19. Anjuran *social distancing* dan *work from home*, membuat struktur permintaan masyarakat berubah jauh dari sebelumnya.

Dampaknya, para pelaku UMKM tidak lagi banyak pengunjung atau pemesan, pengusaha konveksi, restoran tidak lagi banyak kedatangan pelanggan, pengusaha transportasi kehilangan banyak penumpang, dan masih banyak lagi, yang kalau disebutkan satu per satu membuat miris.

Inilah situasi riil yang terjadi di Indonesia, di mana menangani wabah COVID-19 adalah sebuah dilema yang nyata. Sedikit banyak kita memahami betapa dilematiknya keputusan yang diambil pemerintah untuk menangani COVID-19 ini. Di satu sisi jika menerapkan ketegasan penuh atau *suppression*, seperti yang disampaikan oleh Menteri Keuangan Sri Mulyani bahwa Indonesia cukup terhantam keras dengan penyebaran virus Corona. Tidak hanya kesehatan manusia, virus ini juga mengganggu kesehatan ekonomi di seluruh dunia. Sektor UMKM, adalah sektor yang paling pertama terdampak wabah COVID-19. Berkaca pada krisis tahun 1998, sektor ini cenderung aman. Namun, sekarang situasinya berbeda. Sektor UMKM adalah sektor yang juga terpukul. Padahal, selama ini biasanya menjadi *safety net*. Sekarang mengalami pukulan yang sangat besar, karena adanya restriksi kegiatan ekonomi dan sosial yang memengaruhi kemampuan UMKM, yang biasanya resilin, bisa menghadapi kondisi. Tahun 1997-1998, justru UMKM masih *resilience*. Sekarang ini dalam COVID ini, UMKM terpukul

paling depan karena ketiadaan kegiatan di luar rumah oleh seluruh masyarakat. Juga Tomas Pueyo dalam artikelnya *Coronavirus: The Hammer and the Dance*, kita mungkin dapat mengontrol persebaran corona dalam waktu satu, dua bulan, namun itu berarti perlu pengorbanan UMKM sekitar tiga, empat minggu untuk vakum. Artinya, tidak ada pendapatan sama sekali, bahkan selalu rugi karena terus-menerus akan ada pengeluaran seperti biaya sewa dan karyawan. Jika UMKM memutuskan untuk *layoff*, maka akan banyak pengangguran. Dengan semakin banyaknya pengangguran, tentunya akan menambah masalah baru.

Sebaliknya, jika pemerintah agak kendor dalam penanganan COVID-19, sudah tentu masa pemulihan akibat COVID-19 ini menjadi lama. Dengan begitu, UMKM pun akan merasakan tantangan yang jauh lebih lama yang bahkan tidak dapat diprediksi kapan COVID-19 akan berakhir. Hal ini tentunya juga sangat sulit. Pemerintah saat ini berupaya untuk memberikan insentif dan keringanan bunga kredit untuk UMKM, namun tentu juga banyak UMKM yang memilih jalan tanpa hutang, di mana banyak UMKM yang akan tidak tersentuh oleh stimulus pemerintah. ***Ketika bergantung pada peran pemerintah bukan solusi, maka kemandirian UMKM dalam menghasilkan solusi akan menjadi kunci.*** Jadi, strategi apa yang harus dilakukan untuk mempertahankan bisnis bagi UMKM di tengah pandemi Corona COVID-19 ini? Begitu pertanyaan yang timbul dalam benak kita, yang meminta pandangan dari sudut akademisi. Terpacu untuk memberikan sedikit kontribusi konkrit berupa masukan untuk para pelaku UMKM yang terdampak pandemi Covid-19.

Sebagai dosen, saya memiliki asumsi bahwa tidak ada solusi atau strategi baku yang bisa di berikan, karena UMKM di

Indonesia itu sangat beragam. Dari sisi aset, juga ada yang baru ratusan juta, hingga sudah miliaran rupiah banyaknya. Belum lagi jika kita berbicara dari sisi *value chain* dan *supply chain*, maka sektor yang berbeda juga akan membutuhkan strategi yang berbeda-beda. Jika dirinci, sektor-sektor yang beraneka ragam ini begitu banyak bentuknya: mulai dari pertanian, perikanan, konveksi, perdagangan, makanan dan minuman, jasa perhotelan, perakitan, dan masih banyak lagi.

Sehingga, saran kepada para pelaku UMKM untuk bertahan di tengah pandemi COVID-19 ini adalah *mempelajari bagaimana caranya menghasilkan strategi yang tepat, mengeksekusi, dan mengevaluasi strategi tersebut secara berkala* sesuai dengan bidang bisnisnya masing-masing. Salah satu teknik yang baik untuk para pelaku UMKM adalah menghasilkan strategi yang tepat untuk menghasilkan strategi yang tepat guna menjawab perubahan strategi. Artinya ilustrasi di atas, di mana adik saya selaku pengusaha konveksi dengan spesialisasi penjahit kebaya, bias berubah menjadi penjahit masker, di mana saat ini kebutuhan akan masker sangat tinggi.

Perubahan strategi pada ilustrasi ini tentu didasari dari tekanan dan pertanyaan oleh setiap pelaku UMKM, yaitu informasi dan komunikasi, sumber daya manusia (SDM), produk dan Jasa, jaringan kunci, teknologi dan data, pemasaran dan penjualan, serta distribusi.

Dari ilustrasi di atas menunjukkan perubahan strategi yang dulunya menjahit kebaya menjadi menjahit masker, di mana saat ini kebutuhan akan masker sangat tinggi. Di sisi lain, pemilik usaha pun harus memutar otak untuk memastikan keuangan usahanya tetap sehat dan bisa bertahan di masa sulit ini. Dan juga bagaimana strategi yang hemat agar produk atau jasa pelaku UMKM tetap dapat terjangkau dengan mudah oleh masyarakat,

di tengah COVID-19 melalui kolaborasi efektif yang dapat dilakukan dengan distributor, *reseller*, atau agen bahkan dengan ojol dan pengiriman titipan kilat.

Mempelajari bagaimana caranya menghasilkan strategi yang tepat, mengeksekusi, dan mengevaluasi strategi akan mempertahankan bisnis UMKM di tengah pandemi COVID-19, selamat mencoba.

4. Wajib pajak dengan penghasilan yang dikecualikan sebagai objek pajak.

Bayar PPh Final 0,5% lebih mudah melalui PajakPay. PPh dapat dibayar melalui kantor pos/bank persepsi termasuk segala fasilitas yang disediakan oleh Lembaga tersebut seperti ATM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, R., and Darma, G.S. 2015. Strategi Marketing Mix, Yield Management, Customer Satisfaction and Occupancy Rate. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 12 (1): 92-115.
- Agung, N.F.A., and Darma, G.S. 2019. Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*. 4 (1): 743-747.
- Amirullah & Sri Budi Cantika. 2002. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anonim. 2014. *Rumpuk dan Sejarah Kemasan*. Diakses melalui: <http://www.greenpack.co.id/>. 16 April 2020.
- Bambu/The Technology Process and Used of Bamboo, *Jurnal Riset Industri Hasil Hutan*, Vol.7, No.1, p.45 –52.
- Bank Indonesia. 2012. *PBI No 14/22/PBI/2012*. retrifed from: <file:///C:/Users/USER/Downloads/Profil%20Bisnis%20U MKM.pdf>,
- Haris Swastha D.H. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.
- Haris Swastha D.H. dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Irawan, Dimas. 2019. *Mau Daftar Go-Food? Ini Dia Caranya! [Step by Step]*. <https://www.sepulsa.com/>. (Diunduh tanggal 15 April 2020)
- Statistik.com 2/5/19 <https://ekonomi.bisnis.com/>.

- BPS. 1999. *Statistical Yearbook of Indonesia 1998*. Jakarta: Biro Pusat Statistik.
- Brilio. 2019. *Fakta mengejutkan soal pengguna media-sosial di Indonesia*. <https://www.liputan6.com/>. (Diunduh 16 April 2020).
- Carr, Cales T. and Rebecca A. Hayes. 2015. *21 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli (Lengkap)*. <https://www.seputarpengetahuan.co.id>. (Diunduh 17 April 2020).
- Cermati.com. 2016. *Manfaat Pajak Bagi Masyarakat dan Negara*. <https://www.cermati.com/>.
- Chalid, S. Y. 2009. *Kandungan radikal bebas sate padang dan sate madura di sekitar kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. *Jurnal Valensi*. 1, No.4, p.198-207.
- Charles. 2019. *Bingung Mau Promosi di Media Sosial Mau*. <https://kumparan.com/>. (Diunduh 15 April 2020).
- Damaledo, Yandri Daniel. 2019. *Cara Daftar Jadi Mitra GoFood Secara Online Beserta Panduan*. <https://tirto.id/>. (Diunduh tanggal 15 April 2020)
- Damanhuri, Didin S. 2000. *Demensi Ekonomi Politik Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 115, No.1. Sidarsono, 1993.
- Decode Economic & Financial Consulting. 2020. *Decoding Economics of Covid-19: Potentials Winners & Losers in the Shot Term in Egypt*. <https://dcodeefe.com/>. (Diunduh 17 April 2020)
- Dewi Meisari Haryanti dan Isnati Hidayah. *UMKM Indonesia*. retrifed from: <https://www.ukmindonesia.id/>
- Dirjen Pajak: *Penurunan Tarif PPh UMKM Garis Puncaknya Rp 1,5 Triliun*, <https://katadata.co.id/>. (Diunduh 17 April 2020)
- Effendi A. 2015. *Teknologi Pengolahan dan Manfaat*.
- Fadilah, L. 2020. *Cara Mengatur Profil Bisnis Di WhatsApp Business*. <https://androbuntu.com/> (Diunduh 16 April 2020)
- Fahmi, Irham. 2010. *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Fatimah, Nur. 2019. *Panduan Lengkap Mendaftarkan Kafe dan Restoran ke Grabfood*. <https://pelayananpublik.id/>. (Diunduh 15 April 2020)
- Fazzams. 2017. *Faktor Penyebab Dagangan Tidak Laku*. <https://muamala.net/>. (Diunduh 14 April 2020)
- Heliany, Ina. 2019. *Kebijakan Publik dalam Pelayanan Hukum di Kota Bekasi*, De'Jure, Vol 4 no 1. retrifed from: <https://journal.unsika.ac.id/>.
- Ibrahim, Syarif. *Pengenaan PPh Final Untuk Wajib Pajak Dengan Peredaran Bruto Tertentu*. Kajian Badan Kebijakan Fiskal, <https://www.kemenkeu.go.id/>, diakses 15 Mei 2020.
- International Monetary Fund. *Global Financial Stability Report*. 2020. *Pemerintah Bebaskan Pajak UMKM Selama 6 Bulan*, retrifed from: <https://katadata.co.id/>.
- Irawan, Handi. 2003. *Prinsip-prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Elek Media Komputindo.
- Iwan Wirya. 1999. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Iwan. 1999. *Kemasan yang Menjual. Menang Bersaing Melalui Kemasan*. Cetakan Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Iyami, Dwi H. 2019. *Berapa Pengguna Internet di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/>. (Diunduh 17 April 2020)

- Kaelan. 2007. *Pendidikan Kewarganegaraan*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2010. *Renstra (Rencana Strategis) Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2010-2014*. Jakarta.
- Keputusan Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana Nomor 13.A Tahun 2020 tentang Perpanjangan Status Keadaan Tertentu Darurat Bencana Wabah Penyakit Akibat Virus Corona di Indonesia.
- Koperasi dalam Teori dan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Penerbit PT Indeks.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Adi Zakaria Afif. Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga..
- Mahardhika, Wayan, B., dan Sunariani, Ni Nyoman. 2019. *Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram*. <http://journal.undiknas.ac.id> (Diunduh 17 April 2020)
- Marcella. 2015. *10 Manfaat Media Sosial untuk Bisnis*. <https://www.progresstech.co.id/> (Diunduh 16 April 2020)
- Muctar, S. Nurif, M. 2015. Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Komunitas. *Jurnal Sosial Humaniora*. Volume 8 No 2, November 2015. Diakses melalui: <http://oaji.net/>.
- Muhtiyatul Azizah. 2020, Dampak Virus Corona Terhadap Perekonomian Global, retrifed from: <https://data.bps.go.id/>
- Online Pajak. 2018. *7 Point Penting dalam PP 23/2018 tentang PPh Final 0,5%*. <https://www.online-pajak.com/>
- Pangestika, Widya. 2019. *Contoh dan tahapan dalam membuat Pembukuan Sederhana*. <https://www.jurnal.id/>.
- Pasha, A. R. 2018. *WhatsApp Business, Aplikasi yang Tepat untuk Para Pebisnis*. <https://www.cermati.com/> (Diunduh 16 April 2020)
- Pohan, Chairil Anwar. 2017. *Pembahasan Komprehensif Pengantar Perpajakan*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- PP Nomor 23/2018 tentang Kebijakan Perpajakan UMKM.
- Rahmawan, Arry. 2020. *Strategi mempertahankan bisnis untuk umkm di tengah-pandemi corona-covid-19*. <https://arryrahmawan.net/> (Diunduh 16 April 2020)
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Salam, Muhammad A.K. 2020. *Perilaku Produksi Di Tengah Krisis Global Akibat Pandemi Covid-19 dan Memanfaatkan Media Online Facebook Sebagai Alternatif Pasar*. <http://eprints.umsida.ac.id/>. (Diunduh 17 April 2020)
- Sawitri. <http://ikm.kemenperin.go.id/>.
- Setiawan, S. 2020. *Pengertian Promosi-Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli*. <https://www.guru-pendidikan.co.id/> (Diunduh 14 April 2020)
- Sorta Tobing, 2020, *Efek Domino Penetapan PSBB di Jakarta ke Dunia Usaha*, retrifed from: <https://katadata.co.id/>.
- Subiyono. 1989. Teknologi Tepat Guna di Pedesaan. *Cakrawala Pendidikan*, No. 1 Tahun VIII, p19-28.
- Sucipta, T., Suriasih, K, Kencana, P.K.T. 2017. *Pengemasan Pangan: Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif, dan Efisien*. Bali: Udayana University Press.

- Sudisman, U., & Sari, A. 1996. *Undang-Undang Usaha kecil 1995 dan Peraturan Perkoperasian*. Jakarta: MitraInfo.
- Sulaiman, F. 2020. *Hai pelaku UKM ini 5 strategi hadapi dampak covid-19*. <https://www.wartaekonomi.co.id/> (Diunduh 14 April 2020)
- Surat Edaran Menteri Kesehatan Nomor HK/02/01/MENKES/202/2020 Tahun 2020 tentang Protokol Isolasi Diri Sendiri Dalam Penanganan Coronavirus Disease (COVID-19).
- Susetyarsi, T. 2012. Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang* Volume 4 No 3 Edisi Oktober 2012.
- Susila, W.R., Ernawati, M. 2007. Penggunaan Analytical Hierarchy Process untuk penyusunan prioritas penelitian. *Jurnal Informatika Pertanian*, Vol. 16 No.2, Surabaya.
- Sutan Syahrir Zabda. 2016. "Aktualisasi Nilai-nilai Pancasila sebagai Dasar Falsafah Negara dan Implementasinya Dalam Pembangunan Karakter Bangsa". *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Vol 26, No.2, Hal. 106-11.
- Suwarno Widodo. 2011. "Implementasi Bela Negara Untuk Mewujudkan Nasionalisme". *CIVIS*, Vol I, No 1, Hal 11-31.
- Syarief, R. dan A. Irawati. 1988. *Pengetahuan Bahan Industri untuk Industri*. Pertama. Jakarta: PT. Mediatama.
- Tim GoBiz. 2019. *10 Cara Daftar GoFood Online Mudah*. <https://gobiz.co.id/> (Diunduh tanggal 15 April 2020)

- Tim GrabFood. 2019. *Alur Pendaftaran Untuk Menjadi Partner GrabFood*. <https://food-merchant-help.grab.com/> (Diunduh tanggal 15 April 2020)
- Undang-Undang Dasar Tahun 1945.
- Undang-Undang No 6 Tahun 2018 Tentang Keekarantinaan Kesehatan
- Undang-Undang No. 20 Tahun 1982 Tentang Ketentuan Pokok Pertahanan dan Keamanan Negara Republik Indonesia.
- Undang-Undang No. 29 Tahun 1954 Tentang Pokok-Pokok Perlawanan Rakyat.
- Undang-Undang No. 3 Tahun 2002 Tentang Pertahanan Negara.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- UU No. 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana.
- UU No. 4 Tahun 1984 tentang Wabah Penyakit Menular.
- Wiyancoko. <http://ikm.kemenperin.go.id/>.
- Zahir, Fakhri. 2020. *Cara Daftar GO-FOOD Online, Mudah!*. <https://ruanglaptop.com/> (Diunduh tanggal 15 April 2020).

DOKUMENTASI

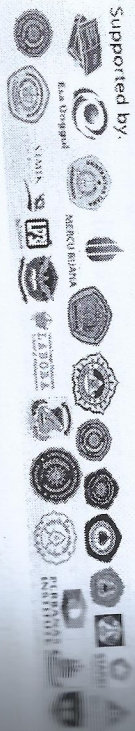
Sawvy
ABDIMAS ONLINE

Pengabdian Masyarakat Bersama Civitas
Akademisi Asosiasi Dosen Indonesia

Dengan Tema:

"Bagaimana UMKM Jawa Timur bertahan ditengah Pandemi COVID19"

Minggu, 19 April 2020
Video Conference Google Meet
Pukul 10.00 - 12.00 WIB



Gambar Flayer Acara Abdimas Online

DAFTAR HADIR PESERTA DOSEN PADA KEGIATAN
ABDIMAS ONLINE DENGAN UMKM JAWA TIMUR

Minggu 19 April 2020

NO	NAMA PESERTA	TANDA TANGAN
1	Diana Novita	
2	Christina Verawaty Situmorang	
3	Kusuma Haiti	
4	Nur Ismawati	
5	Nur Syamsiah	
6	Petrus Dwi Ananto Pamungkas	

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu Tri Dharma yang harus dan wajib dilakukan oleh para dosen. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sering kami lakukan selama ini biasanya adalah memberikan pelatihan-pelatihan atau penyuluhan-penyuluhan kepada masyarakat umumnya dan para UMKM pada khususnya yang ada di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Tetapi karena saat ini negara kita tengah mengalami pandemi global Covid-19 dan pemerintah tengah memberlakukan PSBB maka kegiatan pengabdian kali ini kami lakukan secara *online* melalui *video conference* Google Meet.

Pengabdian kali ini kami mengunjungi UMKM yang berada di Surabaya, Jawa Timur. Dengan tema bagaimana UMKM bertahan di tengah pandemi Covid-19 yang saat ini tengah menjangkiti Indonesia. Di dalam buku ini, akan diulas banyak sekali strategi-strategi yang bisa digunakan untuk bertahan dalam menghadapi pandemi Covid-19, beberapa model kemasan yang mampu menarik minat konsumen untuk berbelanja, dan masih banyak lagi. Selain itu, juga disajikan pilihan materi mengenai inovasi di dalam berdagang. Semoga dengan adanya buku ini, mampu memberikan suatu sudut pandang bagi para dosen dalam melakukan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu ABDIMAS. Walaupun negara tengah mengalami pandemi Covid-19 tetapi kami para dosen tetap mampu dan mau melaksanakan Tri Dharma yang menjadi kewajiban kami sebagai dosen di negara Republik Indonesia ini.



Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
Jl. Rajawali, Gang Elang 6 No.3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581
Telp/Fax : (0274) 4533427
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)
cs@deepublish.co.id @penerbitbuku_deepublish
Penerbit Deepublish www.penerbitbukudeepublish.com

Kategori : Partisipasi Sosial

ISBN 978-623-02-1844-4



9 786230 212444