

**LAPORAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN  
JURUSAN MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH**

**STRATEGI MARKETING DAN KEUANGAN DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
(Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing  
Desa Kedungrejo Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir  
Praktik Pengalaman Lapangan Jurusan Manajemen Keuangan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Oleh:

**CHUSNUL HIDAYAH**

**NIM. 12406183176**

Dosen Pembimbing Lapangan :  
**Hj. Amalia Nuril Hidayati, M.Sy.**

**JURUSAN MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN TULUNGAGUNG**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN**

Laporan akhir Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung ini telah di setujui dan disahkan pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 31 Agustus 2021  
Di : Tulungagung  
Judul Laporan : Strategi Marketing dan Keuangan dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing Desa Kedungrejo Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)

**MENYETUJUI**

Dosen Pembimbing Lapangan



**Hj. Amalia Nuril Hidayati, M.Sy.**

**NIP. 198407132014032002**

**MENGESAHKAN**

a.n. Dekan

Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

**Siswahyudianto, M.M.**

**NIDN. 2015068402**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Manajemen Keuangan Syariah dengan judul “*Strategi Marketing dan Keuangan dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing Desa Kedungrejo Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)*” yang dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2021 sampai dengan 13 Agustus 2021.

Shalawat serta salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya ke jalan yang benar dan diridhai Allah SWT.

Sehubungan dengan pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) dan terselesaikannya penyusunan Laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini, penulis tidak lepas dari bimbingan, bantuan maupun arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Maftukhin, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Siswahyudianto, M.M., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
4. Hj. Amalia Nuril Hidayati, SE., M.Sy. selaku Ketua Jurusan Manajemen Keuangan Syariah serta Dosen Pembimbing Lapangan.
5. Ibu Desi Safitri selaku pemilik UMKM Desi Printing.
6. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan Laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini.

Penulis berharap semoga Laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini dapat berguna dan bermanfaat baik bagi penulis maupun semua pihak yang membutuhkannya di masa yang akan datang. Penulis menyadari bahwa Laporan

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran diharapkan demi sempurnanya laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini.

Tulungagung, 23 Agustus 2021



**Chusnul Hidayah**

**NIM. 12406183176**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Dasar Pemikiran .....	1
B. Tujuan dan Kegunaan .....	2
C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan .....	3

### **BAB II : PELAKSANAAN PRAKTIK**

A. Profil Lembaga .....	4
B. Pelaksanaan Praktik .....	5
C. Permasalahan di lapangan.....	6
D. Tanggapan dari Pihak Lembaga Tempat Praktik.....	6

### **BAB III : PEMBAHASAN**

A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .....	7
B. Manajemen Pemasaran .....	7
C. Manajemen Keuangan .....	8
D. Strategi Pemasaran .....	8
E. Analisis Strategi Pemasaran dan Keuangan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desi Printing.....	10

### **BAB IV : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	14
B. Saran-saran .....	14

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Dasar Pemikiran

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian yang paling utama dari perekonomian suatu negara atau daerah, khususnya di Indonesia. Perkembangan sektor UMKM menambah arti penting bagi upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat kemiskinan pada suatu negara. Pertumbuhan dan perkembangan di sektor UMKM juga seringkali diartikan menjadi indikator keberhasilan pembangunan, terutama di negara-negara dengan pendapatan per kapita yang rendah.

Meningkatnya jumlah pelaku UMKM mengakibatkan persaingan UMKM di Indonesia menjadi semakin sengit. Masing-masing UMKM membutuhkan inovasi-inovasi baru dalam kegiatan produksi yang disesuaikan dengan kondisi maupun kebutuhan masyarakat. Selain itu, adanya pandemi Covid-19 juga menjadi suatu tantangan bagi pelaku usaha.

Faktor-faktor tersebut mengharuskan pelaku UMKM memiliki strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang tepat agar volume penjualan dan kondisi keuangan tetap stabil. Sebagai usaha dalam bidang produksi dan jasa, UMKM Desi Printing di Desa Kedungrejo memiliki strategi pemasaran yaitu dengan tidak hanya menjual produk melalui *offline* saja melainkan melalui media sosial seperti *whatsapp* dan *facebook* serta *marketplace* pada *shopee*.

Dengan menggunakan metode penjualan melalui media sosial, UMKM Desi Printing dapat menjangkau konsumen lebih luas dan dapat melakukan transaksi dengan mudah dan efisien. Namun, dilakukannya strategi tersebut belum cukup untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi pada UMKM. UMKM Desi Printing saat ini masih mengalami penurunan omset sejak pandemi yang mempengaruhi pengelolaan keuangan dan proses produksi.

Berdasarkan analisis di atas, maka peneliti mengambil judul penelitian **“Strategi Marketing dan Keuangan dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing Desa Kedungrejo Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)”**

## **B. Tujuan dan Kegunaan**

### **1. Tujuan**

Tujuan dari penelitian Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini adalah untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh UMKM Desi Printing mengenai strategi pemasaran dan keuangan dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM.

### **2. Kegunaan**

#### **a. Bagi mahasiswa Praktik Pengalaman Lapangan**

- 1) Menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang strategi pemasaran dan keuangan.
- 2) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah didapatkan.
- 3) Sebagai pengalaman bagi mahasiswa yang dapat dimanfaatkan di dunia kerja.

#### **b. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

- 1) Sebagai media penyerapan informasi yang bermanfaat untuk penyesuaian kurikulum dengan perkembangan kebutuhan di lapangan.
- 2) Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

#### **c. Bagi UMKM Desi Printing**

Sebagai bahan evaluasi bagi lembaga dalam mengatasi kendala atau permasalahan di lapangan, sehingga dapat dijadikan acuan dan pertimbangan.

### **C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

#### **1. Waktu Pelaksanaan**

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Gelombang II mahasiswa jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dilaksanakan pada 13 Juli sampai 13 Agustus 2021 dengan melakukan observasi dan wawancara di lembaga atau UMKM desa masing-masing.

#### **2. Tempat Pelaksanaan**

Tempat pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di UMKM Desi Printing Desa Kedungrejo, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur.



## **BAB II**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK**

#### **A. Profil Lembaga**

##### 1. Identitas UMKM

- a. Nama UMKM : Desi Printing
- b. Pemilik UMKM : Ibu Desi Safitri
- c. Alamat : RT 02 RW 07, Dusun Johorejo,  
Desa Kedungrejo, Kecamatan Tanjunganom,  
Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
- d. Nomor telepon : 085335050801
- e. Email : umidesi150614@gmail.com
- f. Tahun berdiri : 2016

##### 2. Letak Geografis

UMKM Desi Printing terletak di Desa Kedungrejo, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Lokasi UMKM Desi Printing ini berada di sebelah barat SDN 4 Kedungrejo dan dekat dengan rumah warga sekitar serta beberapa sekolah lain, sehingga lokasi UMKM Desi Printing cukup strategis dan mudah dijangkau. Masyarakat di Desa Kedungrejo sebagian besar berprofesi sebagai petani, sedangkan beberapa yang lain ada pula pedagang, peternak, dll.

Adapun batas wilayah Desa Kedungrejo, yaitu:

- a. Sebelah Barat : Desa Sambirejo
- b. Sebelah Timur : Desa Waung
- c. Sebelah Utara : Desa Warujayeng
- d. Sebelah Selatan : Desa Jambi

##### 3. Sejarah Berdirinya UMKM Desi Printing

UMKM Desi Printing mulai didirikan sejak Oktober 2016 yang sudah berjalan hampir 5 tahun ini. Pada saat wawancara Ibu Desi mengatakan bahwa:

*“Ide usaha ini muncul dari teman saya di facebook yang menjual desain logo hanya bermodalkan handphone dan juga paket data. Beliau menjual per logo dengan harga Rp. 30.000 saat itu. Kebetulan saya mengikuti jejak beliau dan ide dari beliau saya kembangkan menjadi sebuah logo yang tidak hanya untuk logo foto tetapi juga bisa diaplikasikan disemua media misalnya dicetak di kertas hangtag, dibanner, stiker, gelas dll.”<sup>1</sup>*

Oleh karena itu, Ibu Desi memutuskan untuk mendirikan usaha desain logo tersebut. Dengan bertambahnya minat dan kebutuhan masyarakat, Ibu Desi mulai mengembangkan usahanya dengan tidak hanya mendesain logo namun juga menambah produk-produk lain seperti pembuatan Undangan, Fotocopy, Cetak Foto, Banner, Stiker, Nota, Brosur, Buku Yasin, Pigura, ATK, dll.

#### 4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi UMKM Desi Printing belum ada, karena untuk saat ini semua kegiatan dikelola dan diatur oleh Ibu Desi yang dibantu oleh suami.

### **B. Pelaksanaan Praktik di UMKM Desi Printing**

Pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Gelombang II IAIN Tulungagung dilaksanakan pada tanggal 13 Juli sampai 13 Agustus 2021 di lembaga atau UMKM desa masing-masing karena adanya pandemi Covid-19, sehingga Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) menggunakan metode observasi dan wawancara ke lembaga dengan tetap mematuhi aturan protokol kesehatan. Pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini bertempat di UMKM Desi Printing Desa Kedungrejo, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur.

Adapun kegiatan-kegiatan yang saya lakukan selama pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di UMKM Desi Printing yaitu:

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Desi Safitri, (selaku pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing), pada tanggal 17 Juli 2021

1. Melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM Desi Printing.
2. Menemukan permasalahan atau kendala di lapangan yang dihadapi oleh UMKM Desi Printing.
3. Mengambil dokumentasi di UMKM Desi Printing mulai dari produk, lokasi, proses produksi, dll.
4. Menyusun tugas akhir laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL).
5. Membuat video hasil Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) yang akan diupload ke *youtube*.

### **C. Permasalahan di Lapangan**

Permasalahan atau kendala di lapangan yang dihadapi oleh UMKM Desi Printing berkaitan dengan adanya pandemi Covid-19 yang ada sejak awal tahun 2020. Masa pandemi ini sangat mempengaruhi perekonomian, usaha maupun kegiatan masyarakat dan UMKM Desi Printing menjadi salah satu usaha yang terkena dampak dari pandemi Covid-19.

Berdasarkan hasil pengamatan dari kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL), UMKM Desi Printing menghadapi beberapa kendala meliputi omset dari penjualan yang menurun karena adanya pandemi sekaligus pemberlakuan PSBB hingga PPKM, pengelolaan keuangan yang masih secara manual dan tenaga kerja yang masih minim.

### **D. Tanggapan dari Pihak Lembaga Tempat Praktik**

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Desi Printing, tanggapan Ibu Desi mengenai kendala penurunan omset penjualan agar usaha tetap berjalan yaitu dengan melakukan beberapa upaya seperti memaksimalkan strategi pemasaran yang dilakukan secara *offline* maupun secara *online* dan berusaha untuk lebih mencermati apa yang diminati oleh masyarakat pada umumnya. Sedangkan, pada pengelolaan keuangan beliau melakukan secara manual yang dirasa cukup karena pengelolaan keuangannya dikelola oleh beliau sendiri.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dikelola oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha dalam mikro, kecil dan menengah. Sedangkan pengertian UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam undang-undang.<sup>2</sup>

2. Ciri-Ciri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM memiliki perbedaan karakteristik dalam pelaksanaannya, karena karakteristik inilah yang dapat membedakan antara UMKM dan usaha lainnya karena UMKM terdiri dari berbagai jenis usaha. Adapun ciri-ciri dari UMKM, yaitu:

- a. Barang dagangan yang dapat berubah-ubah
- b. Dapat berpindah-pindah lokasi
- c. Belum mempunyai administrasi organisasi

#### **B. Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran adalah upaya dalam perencanaan, penerapan meliputi kegiatan mengarahkan, mengorganisasikan, mengkoordinir, serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran suatu organisasi agar dapat mencapai tujuannya secara efektif dan efisien.

Menurut Philip Kotler manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang

---

<sup>2</sup>Hadion Wijoyo, Aris Ariyanto, Fery Wongso, dkk., *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*, (Solok : Insan Cendekia Mandiri, 2021), hlm. 4

ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>3</sup>

Fungsi dari manajemen pemasaran adalah dapat menentukan besar kecilnya peluang penguasaan pasar dan besar kecilnya ancaman yang dihadapi melalui kegiatan analisis, yaitu analisis yang dilakukan untuk memahami pasar dan lingkungan pemasarannya.

### **C. Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan adalah kegiatan pengelolaan keuangan pada perusahaan yang berkaitan dengan upaya menggunakan dan mencari dana secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Suad Husnan manajemen keuangan adalah manajemen tentang fungsi-fungsi dari keuangan.

Manajemen keuangan memiliki tiga fungsi utama, yaitu: fungsi pendanaan yang dibentuk dari aktivitas pencarian dana, fungsi operasional, fungsi investasi yang dibentuk dari aktivitas menggunakan dana.

Adapun tiga hal utama ruang lingkup manajemen keuangan meliputi keputusan keuangan (*financial decision*), keputusan investasi (*investment decision*), kebijakan deviden (*dividend policy*).

### **D. Strategi Pemasaran**

#### **1. Pengertian Strategi Pemasaran**

Menurut Chandra (2002:93), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Yuda Supriatna, Yoga Adiyanto dan Deni Sunaryo, *Induksi Manajemen Pemasaran*. (Surabaya: Penerbit Qiara Media, 2019), hlm. 5

<sup>4</sup>Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, dan Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29 No.1, 2015, hlm. 61

Program pemasaran terdiri dari kegiatan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, termasuk mengubah harga, merancang promosi khusus, memodifikasi kampanye iklan, menentukan pilihan saluran distribusi, dsb.

## 2. Macam-Macam Strategi Pemasaran

### a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah dasar untuk mengetahui adanya beberapa segmen yang berbeda dari setiap pasar. Pada setiap segmen pasar terdapat pembeli-pembeli dengan kebutuhan yang berbeda, pola pembelian yang berbeda, dan tanggapan yang berbeda terhadap berbagai penawaran.

### b. Penentuan Posisi Pasar

Penentuan posisi pasar adalah strategi yang bertujuan untuk memposisikan diri di benak konsumen yang menyangkut strategi untuk membangun kepercayaan, kemampuan, dan keyakinan pelanggan.

### c. Strategi Memasuki Pasar

Strategi memasuki pasar adalah penentuan bagaimana perusahaan memasuki segmen pasar yang dituju sesuai dengan kemampuan perusahaan. Untuk memasuki segmen pasar yang dituju, perusahaan memiliki strategi yaitu dengan mengakuisisi perusahaan lain, mengembangkan perusahaan sendiri, dan bekerjasama dengan perusahaan lain.

### d. Strategi *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan gabungan dari empat unsur-unsur inti dari perusahaan. Menurut Sofjan Assauri, unsur-unsur yang digunakan dalam strategi *marketing mix* (bauran pemasaran), meliputi:

- 1) Strategi produk
- 2) Strategi harga
- 3) Strategi penyaluran (distribusi)

#### 4) Strategi promosi

##### e. Strategi Penentuan Waktu

Apabila perusahaan mengalami pergerakan yang terlalu cepat atau terlalu lambat, perusahaan mungkin saja tidak dapat mencapai tujuannya. Oleh sebab itu, perencanaan dalam menentukan waktu yang tepat sangat penting untuk perusahaan karena digunakan dalam melaksanakan program pemasaran perusahaan tersebut.

### **E. Analisis Strategi Pemasaran dan Keuangan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desi Printing**

Pada awal tahun 2020 muncul pandemi Covid-19 yang menyebar secara luas ke seluruh dunia. Adanya pandemi tersebut mengakibatkan berbagai sektor terkendala, terutama pada UMKM di sektor perekonomian. Sebelum masa pandemi, penjualan pada UMKM Desi Printing milik Ibu Desi ini terus mengalami peningkatan penjualan karena tingginya minat masyarakat terhadap produk yang diproduksi. Namun, sejak awal adanya pandemi sampai saat ini UMKM Desi Printing masih mengalami penurunan omset penjualan yang berdampak pada kegiatan usaha. Selain terdampak Covid-19, UMKM Desi Printing juga memiliki kendala pada manajemen keuangannya seperti halnya pengelolaan keuangan yang masih dilakukan secara manual.

Dalam menghadapi kendala tersebut, UMKM Desi Printing perlu untuk melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran dan keuangan yang telah dilakukan. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan dalam kegiatan usaha, yaitu:

1. Memaksimalkan penjualan melalui media sosial dan *marketplace*

Ibu Desi sebagai pemilik UMKM Desi Printing menjelaskan bahwa:

*“Sejauh ini kakak lewat offline, online lewat Facebook dan Whatsapp saja. Untuk reseller saya menyediakan reseller undangan yang saat ini alhamdulillah sudah 7 orang. Namun dikarenakan tenaga kerja*

yang masih minim dan ditambah dengan musim pandemi, jadi kami berusaha agar lebih mencermati apa yang diminati masyarakat pada umumnya. Undangan jelas tidak diperbolehkan”<sup>5</sup>

Pada wawancara selanjutnya Ibu Desi menambahkan:

“Untuk saat ini onlinennya selain menggunakan Facebook dan Whatsapp menggunakan marketplace dan Shopee, sementara masih itu. Kalau offline kita menggunakan sistem reseller kepada siapa saja yang ingin bergabung mencari tambahan uang jajan”<sup>6</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dalam melancarkan penjualan pada masa pandemi ini Ibu Desi memasarkan produk tidak hanya di toko beliau saja melainkan melalui media online seperti media sosial di Facebook dan Whatsapp serta menggunakan marketplace pada Shopee. Beliau juga melayani pembelian secara Cash On Delivery (COD) bagi yang menginginkan. Dengan adanya strategi tersebut, pihak UMKM dapat memperluas jangkauan pemasarannya sehingga lebih dikenal masyarakat dan memudahkan dalam melakukan proses jual beli apalagi melihat situasi dan kondisi saat ini.

## 2. Membuka sistem *reseller*

Seperti yang sudah dijelaskan oleh beliau pada wawancara sebelumnya, selain menggunakan media *online* Ibu Desi juga membuka peluang pada sistem *reseller* bagi konsumen yang ingin menambah pemasukan. Jadi, sistem *reseller* ini tidak hanya menguntungkan bagi pihak UMKM, namun menguntungkan juga bagi masyarakat dimana saat ini masih dalam masa pandemi dan banyak orang-orang yang penghasilannya menurun maupun *Work From Home (WFH)*. Untuk saat ini *reseller* dari usaha beliau sendiri sudah sebanyak 7 orang.

---

<sup>5</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Desi Safitri, (selaku pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing), pada tanggal 17 Juli 2021

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Desi Safitri, (selaku pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing), pada tanggal 22 Juli 2021



3. Mencermati minat masyarakat

Ibu Desi selalu mencermati minat masyarakat. Hal ini diperlukan agar pelanggan selalu datang setiap kali membutuhkan apa yang mereka cari karena pihak UMKM juga berusaha untuk menyediakan barang atau produk-produk yang lengkap setiap harinya.

4. Menjaga kualitas produk

Pihak UMKM perlu menjaga kualitas bahan dan produk. Dalam memperhatikan kualitas bahan maupun produk dapat dengan cara memeriksa bahan dan alat yang digunakan agar produk tetap terjamin dan terjaga kualitasnya. Dengan strategi tersebut, masyarakat akan tetap tertarik karena mereka yakin dengan kualitas dari produk yang akan dibeli.

5. Berhubungan baik dengan pembeli

Selain memperhatikan terkait dengan produksi, pihak UMKM perlu untuk tetap berhubungan baik dengan pembeli. Pihak UMKM harus mengutamakan pelayanan dengan baik ke pembeli, menjaga komunikasi dengan pembeli maupun menanggapi keluhan dari pembeli, dsb.

Sedangkan pada strategi manajemen keuangan, UMKM Desi Printing dapat melakukan beberapa cara sebagai berikut:

1. Memilah dana untuk modal usaha dan kebutuhan pribadi

Mengenai pengelolaan keuangan Ibu Desi menjelaskan bahwa:  
*“Kakak mengatur keuangan secara manual, jadi jika ada dana masuk lalu terkumpul, kakak belikan bahan baku atau alat tulis kembali dan sisanya untuk mencukupi kebutuhan keluarga”<sup>7</sup>*

Memilah dana untuk modal dan kebutuhan pribadi merupakan hal penting dalam melakukan usaha untuk menghindari risiko, dimana risiko tersebut dapat mempengaruhi perkembangan pada usaha. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Desi, apabila dana terkumpul beliau

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Desi Safitri, (selaku pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing), pada tanggal 17 Juli 2021

mengutamakan dana sebagai modal yang akan dibelanjakan bahan atau produk untuk kebutuhan usaha dan sisanya digunakan untuk kebutuhan pribadi.

2. Mengatur pengeluaran setiap pembelian

Pada kegiatan usaha, pihak UMKM perlu untuk mengatur pengeluaran setiap melakukan pembelian dalam membelanjakan kebutuhan usaha. Pemilik UMKM harus memperhatikan kebutuhan yang paling diutamakan supaya keuangan UMKM terkelola dengan stabil.

3. Melakukan pencatatan setiap bertransaksi

Melakukan pencatatan dalam kegiatan usaha tidak bisa dilewatkan. Ibu Desi menjelaskan bahwa beliau mengelola keuangan sendiri masih dengan cara manual yang dicatat setiap ada pemasukan maupun pengeluaran pada kegiatan usaha. Dengan melakukan pencatatan tersebut pemilik UMKM dapat mengendalikan keuangan pada UMKM, mengetahui perubahan dari kondisi keuangan dan mengetahui laba rugi usaha.

Dengan adanya strategi pemasaran dan keuangan diatas yang dapat dilakukan oleh UMKM Desi Printing pada masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, sehingga dapat mengurangi risiko penurunan omset penjualan. Selain itu, penjualan dan keuangan pada UMKM akan berada dalam kondisi stabil dan kegiatan usaha juga akan berjalan dengan lancar serta mampu bersaing dengan UMKM lainnya.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pada awal masa pandemi Covid-19 hingga saat ini, UMKM Desi Printing mengalami penurunan omset dari penjualan yang disebabkan adanya pandemi serta pemberlakuan PSBB sampai PPKM, sehingga menghambat kegiatan usaha pada UMKM Desi Printing. Oleh karena itu, pihak UMKM memerlukan strategi untuk menghadapi kendala tersebut agar penjualan dan keuangan pada UMKM tetap dalam kondisi stabil.

Dalam menghadapi kendala tersebut, UMKM Desi Printing perlu untuk melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran dan keuangan yang telah dilakukan. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan dalam kegiatan usaha, yaitu: memaksimalkan penjualan melalui media sosial dan *marketplace*, membuka sistem *reseller*, mencermati minat masyarakat, menjaga kualitas produk, dan berhubungan baik dengan pembeli. Sedangkan pada strategi manajemen keuangan, UMKM Desi Printing dapat melakukan beberapa cara meliputi: memilah dana untuk modal usaha dan kebutuhan pribadi, mengatur pengeluaran setiap pembelian, melakukan pencatatan setiap bertransaksi.

#### **B. Saran-saran**

1. Untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pengelola PPL

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diharapkan dapat menjaga hubungan baik dengan pihak instansi atau lembaga tempat dilaksanakannya Praktik Pengalaman Lapangan (PPL), sehingga dapat menjalin kerjasama yang berkelanjutan dan pihak lembaga berkenan untuk menerima mahasiswa Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) selanjutnya.

2. Untuk UMKM Desi Printing

UMKM Desi Printing diharapkan agar memaksimalkan, menganalisis maupun mengevaluasi terkait dengan strategi pemasaran yang telah dijalankan dan meningkatkan strategi pengelolaan keuangan.

3. Untuk mahasiswa sebagai peserta PPL

Mahasiswa sebagai peserta PPL diharapkan agar dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah diperoleh dari pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) pada perkuliahan maupun dunia kerja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alansori, Apip, Erna Listyaningsih. 2020. *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Yogyakarta: ANDI.
- Irfani, Agus S. 2020. *Manajemen Keuangan dan Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kamaluddin, Apiaty, Patta Rapanna. 2017. *Administrasi Bisnis*. Makassar: CV Sah Media.
- Safitri, Desi. Pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing. *Wawancara*. pada tanggal 17 Juli 2021.
- Safitri, Desi. Pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing. *Wawancara*. pada tanggal 18 Juli 2021.
- Safitri, Desi. Pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing. *Wawancara*. pada tanggal 22 Agustus 2021.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Supriatna, Yuda, Yoga Adiyanto dan Deni Sunaryo. 2019. *Induksi Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Wibowo, Dimas Hendika, Zainul Arifin dan Sunarti. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 29 No.1.
- Wijaya, David. 2017. *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT Grasindo.
- Wijoyo, Hadion, Aris Ariyanto, Fery Wongso, dkk. 2021. *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Solok : Insan Cendekia Mandiri.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**LAPORAN KEGIATAN HARIAN**  
**PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) GELOMBANG II**  
**JURUSAN MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG**  
**TAHUN 2021**

Pada tanggal 13 Juli sampai tanggal 13 Agustus Tahun 2021, bertempat di UMKM Desi Printing Desa Kedungrejo Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk, telah dilaksanakan PPL Jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung gelombang II Tahun 2021 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Chusnul Hidayah  
NIM : 12406183176  
Jurusan : Manajemen Keuangan Syariah  
Lembaga PPL : UMKM Desi Printing

<b>NO</b>	<b>HARI/TANGGAL</b>	<b>URAIAN KEGIATAN</b>
1.	Selasa, 13 Juli 2021	Mereview Pendalaman Materi PPL Gelombang II Tahun Akademik 2020-2021
2.	Rabu, 14 Juli 2021	Melanjutkan review Pendalaman Materi PPL Gelombang II Tahun Akademik 2020-2021
3.	Kamis, 15 Juli 2021	Mencari referensi laporan PPL dari gelombang sebelumnya di website Laboratorium FEBI
4.	Jum'at, 16 Juli 2021	Menghubungi pihak narasumber terkait dengan wawancara yang akan dilakukan
5.	Sabtu, 17 Juli 2021	Menyusun pertanyaan yang akan ditanyakan ke narasumber
6.	Minggu, 18 Juli 2021	Melakukan wawancara dengan narasumber melalui <i>Whatsapp</i>
7.	Senin, 19 Juli 2021	Melanjutkan wawancara dengan narasumber melalui <i>Whatsapp</i>
8.	Selasa, 20 Juli 2021	Menentukan judul laporan PPL yang

		disesuaikan dengan permasalahan di lapangan
9.	Rabu, 21 Juli 2021	Mengajukan judul laporan PPL ke DPL
10.	Kamis, 22 Juli 2021	Menyusun laporan PPL bagian Cover dan Lembar Pengesahan
11.	Jum'at, 23 Juli 2021	Menyusun laporan PPL bagian Kata Pengantar dan Daftar Isi
12.	Sabtu, 24 Juli 2021	Menyusun laporan PPL bagian BAB I Dasar Pemikiran
13.	Minggu, 25 Juli 2021	Menyusun laporan PPL bagian BAB I Tujuan dan Kegunaan
14.	Senin, 26 Juli 2021	Menyusun laporan BAB I bagian Waktu dan Tempat
15.	Selasa, 27 Juli 2021	Judul laporan PPL telah disetujui oleh DPL
16.	Rabu, 28 Juli 2021	Menyusun dan menganalisis informasi yang didapat mengenai UMKM Desi Printing
17.	Kamis, 29 Juli 2021	Menyusun laporan PPL BAB II bagian Profil Lembaga
18.	Jum'at, 30 Juli 2021	Menyusun laporan PPL BAB II bagian Pelaksanaan Praktik, Permasalahan di Lapangan dan Tanggapan dari Pihak Lembaga Tempat Praktik
19.	Sabtu, 31 Juli 2021	Melihat kembali susunan laporan PPL dari gelombang sebelumnya dari website Laboratorium FEBI
20.	Minggu, 1 Agustus 2021	Mencari sumber materi sebagai bahan referensi untuk teori-teori yang mendukung
21.	Senin, 2 Agustus 2021	Menyusun laporan PPL BAB III bagian kajian teori
22.	Selasa, 3 Agustus 2021	Melanjutkan menyusun laporan PPL BAB III bagian kajian teori
23.	Rabu, 4 Agustus 2021	Melanjutkan menyusun laporan PPL BAB III bagian Analisis Hasil Temuan Studi
24.	Kamis, 5 Agustus 2021	Melakukan pengecekan laporan PPL pada bagian yang sudah selesaikan



25.	Jum'at, 6 Agustus 2021	Menyusun laporan PPL BAB IV bagian Kesimpulan dan Saran
26.	Sabtu, 7 Agustus 2021	Melakukan pengecekan kembali untuk penyusunan laporan PPL pada bagian yang sudah selesai
27.	Minggu, 8 Agustus 2021	Mempelajari materi yang akan disampaikan di video dan menyiapkan konsep video dari hasil PPL
28.	Senin, 9 Agustus 2021	Melakukan kunjungan ke UMKM Desi Printing
29.	Selasa, 10 Agustus 2021	Melampirkan dokumentasi dan melengkapi bagian-bagian yang kurang
30.	Rabu, 11 Agustus 2021	Membuat video dari hasil PPL
31.	Kamis, 12 Agustus 2021	Melanjutkan edit video dari hasil PPL
32.	Jum'at, 13 Agustus 2021	Melakukan pengecekan kembali laporan PPL
33.	Sabtu, 14 Agustus 2021	Melampirkan hasil review Pendalaman Materi PPL Gelombang II Tahun Akademik 2020-2021
34.	Kamis, 19 Agustus 2021	Konsultasi mengenai laporan PPL
35.	Minggu, 22 Agustus 2021	Melanjutkan wawancara dengan narasumber melalui <i>Whatsapp</i> untuk melengkapi laporan PPL
36.	Senin, 23 Agustus 2021	Melengkapi laporan PPL

Tulungagung, 23 Agustus 2021






**Chusnul Hidayah**

**NIM. 12406183176**

**BUKTI BIMBINGAN MAHASISWA PPL GELOMBANG II**  
**“JURUSAN MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH”**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG**  
**TAHUN 2021**

Nama : Chusnul Hidayah  
 NIM : 12406183176  
 Jurusan : Manajemen Keuangan Syariah  
 DPL : Hj. Amalia Nuril Hidayati, M.Sy.  
 Lembaga PPL : UMKM Desi Printing  
 Alamat Lembaga PPL : RT 02 RW 07, Desa Kedungrejo, Kecamatan  
 Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk  
 Judul Laporan : Strategi Marketing dan Keuangan dalam Meningkatkan  
 Volume Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil  
 dan Menengah Desi Printing Desa Kedungrejo Kecamatan  
 Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)

No.	Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	Bimbingan DPL	Paraf
1.	27 Juli 2021	Konsultasi judul laporan PPL “Strategi Marketing dan Keuangan dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desi Printing Desa Kedungrejo Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)”	Memasukkan teori manajemen pemasaran dan manajemen keuangan, macam-macam strategi pemasaran yang diantaranya menggunakan strategi <i>marketing mix</i> (bauran pemasaran) pada pembahasan	

2.	22 Agustus 2021	Konsultasi laporan PPL	Pembahasan perlu diperdalam dengan menyebutkan strategi pemasaran dan keuangan yang dilakukan UMKM Desi printing dan disesuaikan dengan teori yang ada	
3.	25 Agustus 2021	Konsultasi laporan PPL yang telah direvisi	Disetujui	

Tulungagung, 31 Agustus 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Lapangan



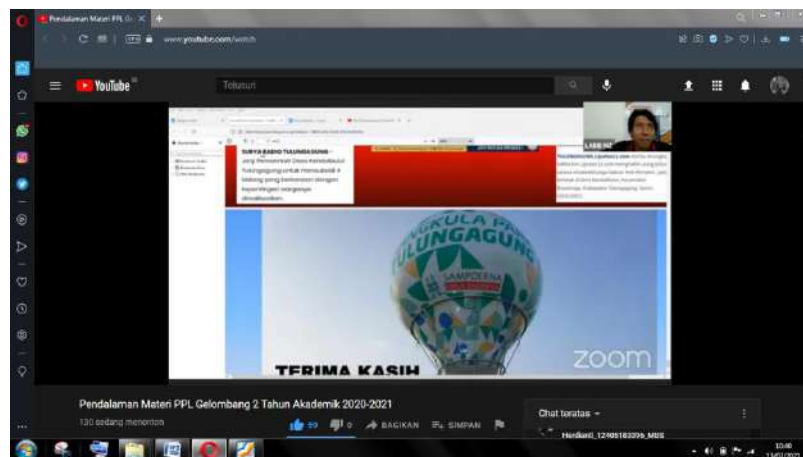
**Hj. Amalia Nuril Hidayati, M.Sy.**

**NIP. 198407132014032002**

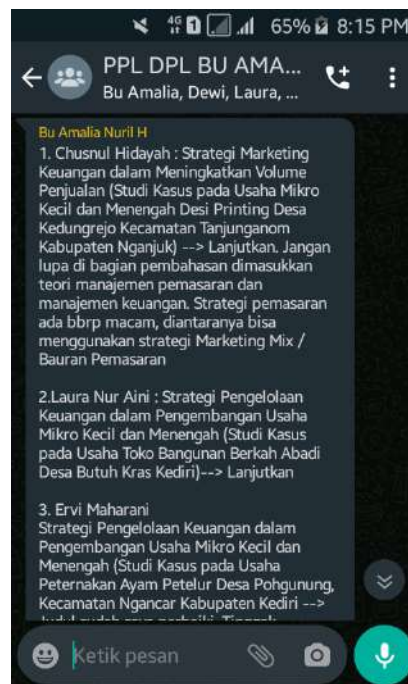
# DOKUMENTASI KEGIATAN

## PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL)

1. Pembukaan dan Pendalaman Materi Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Gelombang 2 Tahun Akademik 2020-2021



2. Konsultasi dengan DPL berkaitan dengan judul laporan



3. Foto bersama Ibu Desi pemilik UMKM Desi Printing



4. Proses desain dan editing foto



5. Beberapa produk yang dipasarkan



**CETAK KARTU VAKSIN 2 SISI** **HANYA 6000**

**PESAN 1 SAJA BISA**

**Sertifikat Vaksinasi COVID-19**

**Sertifikat Vaksinasi COVID-19**

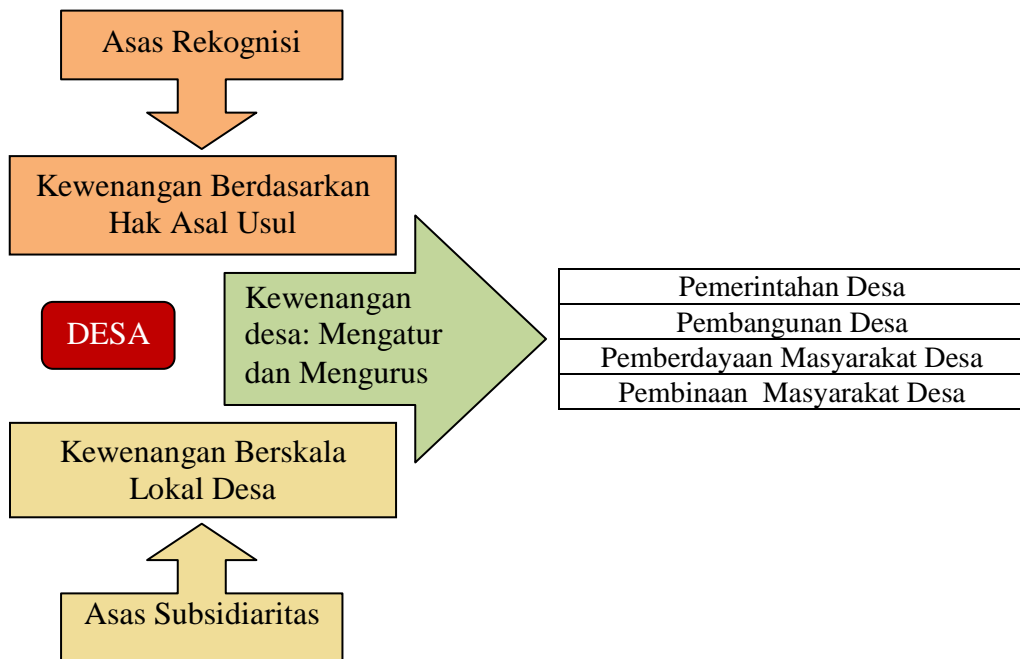
**- BAHAN KERTAS PVC - KERTAS TEBAL (SEPERTI KTP) - CETAK 2 SISI - KERTAS TEBAL - MUDAH BIBAGIA - TINTA TIDAK LUNTUR**

SILAKAN LANGSUNG PESAN DI **DESI PRINTING** WA. **085335050801**

**RESUME PENDAHULUAN MATERI**  
**PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) GELOMBANG II**  
**TAHUN AKADEMIK 2020-2021**

**PEMATERI I : Bapak Anang Mustofa, SE (Kepala Desa Kendalbulur)**

**A. Visi Kedaulatan Desa**



Kedaulatan adalah kewenangan untuk mengatur dan mengurus dirinya sendiri. Hal ini tampak tegas disebutkan dalam definisi Desa menurut UU Desa yaitu bahwa Desa dalam batas wilayahnya berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan urusan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal-usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

<b>Komponen</b>	<b>UU No. 32/2004 – PP No. 72/2005</b>	<b>UU tentang Desa No. 06 Tahun 2014</b>
Dasar konstitusi	UUD 1945 Pasal 18 ayat 7	UUD 1945 Pasal 18 B ayat 2 dan Pasal 18 ayat 7
Visi Misi	Tidak ada	Negara melindungi dan memberdayakan desa agar menjadi kuat, maju, mandiri, dan demokratis sehingga dapat menciptakan landasan yang kuat dalam melaksanakan pemerintahan dan pembangunan menuju masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera
Asas	Desa menjadi bagian dari desentralisasi	Asas utama: rekognisi dan subsidiaritas
Kedudukan	Desa berada dalam sistem pemerintahan daerah kabupaten atau kota	Desa berada dalam wilayah kabupaten atau kota
Musyawarah desa	Tidak ada	Sebagai forum bersama (pemerintah desa, BPD dan masyarakat) yang diselenggarakan BPD untuk menyepakati hal-hal strategis

## **B. Perubahan Paradigma “Desa Membangun”**

1. Pertama, pemberian kewenangan berdasarkan asas rekognisi dan subsidiaritas. Rekognisi berarti pengakuan dan penghormatan terhadap eksistensi desa. Sedangkan subsidiaritas berarti penggunaan kewenangan skala lokal.



2. Kedua, kedudukan desa sebagai pemerintahan berbasis masyarakat, yaitu campuran dari komunitas yang mengatur dirinya sendiri (*self governing community*) dan pemerintahan lokal (*local self goverment*).
3. Ketiga, desa berperan sebagai subjek pembangunan, bukan lagi objek pembangunan. Artinya desa merupakan aktor utama dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan desa termasuk pendirian pengembangan BUM Desa.

### **C. Hak Asal Usul**

Hak asal usul adalah hal yang merupakan warisan yang masih hidup dan prakarsa desa atau prakarsa masyarakat desa sesuai dengan perkembangan kehidupan masyarakat, antara lain:

1. Sistem organisasi masyarakat adat
2. Kelembagaan
3. Pranata dan hukum adat
4. Tanah kas desa, serta
5. Kesepakatan dalam kehidupan masyarakat desa

### **D. Kewenangan Lokal Berskala Desa**

Kewenangan lokal berskala desa merupakan kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat desa yang telah dijalankan oleh desa atau mampu dan efektif dijalankan oleh desa atau yang muncul karena perkembangan desa dan prakarsa masyarakat desa, antara lain:

1. Tambatan perahu
2. Pasar desa
3. Tempat lingkungan
4. Pos pelayanan terpadu
5. Sanggar seni dan belajar
6. Perpustakaan desa
7. Embung desa
8. Pengelolaan air minum pedesaan dan pemandian umum

9. Saluran rigasi
10. Sanitasi
11. Jalan desa

#### **E. Hakekat dan Tujuan Pembangunan Desa**

1. Meningkatkan kualitas hidup manusia
2. Meningkatkan pelayanan publik di desa
3. Penanggulangan kemiskinan menjadikan masyarakat desa sebagai subjek pembangunan

Tujuan pembangunan desa tersebut dapat dicapai melalui:

1. Peningkatan pelayanan dasar
2. Pembangunan dan pengembangan sarana dan prasarana desa
3. Pembangan potensi ekonomi lokal di desa
4. Pemanfaatan SDA dan lingkungan hidup berkelanjutan

#### **F. Kebijakan dan Strategi dalam RPJMN 2020-2024**

Percepatan pembangunan desa secara terpadu untuk mendorong transformasi sosial, budaya dan ekonomi desa yang didukung dengan:

1. Tata kelola pemerintahan yang baik melalui peningkatan kapasitas aparatur desa, pendampingan, peran serta masyarakat desa yang inklusif.
2. Penetapan batas desa.
3. Pengembangan desa wisata, desa digital dan produk unggulan desa dan kawasan perdesaan, pengembangan BUMDesa/BUMDes Bersama.
4. Peningkatan pelayanan dasar desa.
5. Optimalisasi pemanfaatan dana desa untuk mendorong kegiatan produktif, memberdayakan masyarakat desa termasuk membiayai pendamping lokal desa.
6. Penguatan peran kecamatan sebagai pusat perubahan dan pertumbuhan, serta pembinaan dan pengawasan desa.

### **G. Siklus Perencanaan Pembangunan Desa**

1. Diawali dengan adanya Visi Misi KADES
2. Penyusunan RPJM Desa
3. Penyusunan RKP Desa
4. Pelaksanaan pembangunan
5. Pemantauan pengawasan
6. Perencanaan pembangunan

### **H. Program pada Pembangunan Desa**

Adapun contoh visi misi dari Bapak Anang Mustofa, SE ketika masih menjadi calon kepala desa Kendalbulur 2019-2025, yaitu: Pembangunan lapangan desa Kendalbulur menjadi prioritas pembangunan desa dengan konsep lapangan wisata untuk selanjutnya pengelolaan dan pengembangannya dilakukan oleh BUMDES dan menjadikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai lembaga yang mengelola produktivitas usaha masyarakat serta sebagai lembaga dalam meningkatkan pendapatan asli desa (PAD).

Setelah Bapak Anang Mustofa, SE menjabat menjadi kepala desa Kendalbulur, beliau benar-benar menjalankan visi misi yang telah beliau janjikan yang terdiri dari program:

1. Desa wisata (pembangunan lapangan wisata sebagai program prioritas RPJMdesa sebagai upaya peningkatan BUMDesa dan Penambahan PADesa). Adapun program yang telah dibangun adalah Nangkula Park.
2. Desa digital sebagai upaya peningkatan pelayanan warga.

Manfaat digitalisasi desa:

- a. Mewujudkan Kemudahan Pengerjaan Administrasi dan Pelayanan Masyarakat Desa
- b. Menyajikan kenyamanan interaksi administrasi, informasi dan komunikasi warga dalam satu genggaman

- c. Menjadikan BUMDesa sebagai pengendali potensi ekonomi desa yang mampu meningkatkan pendapatan asli desa (PADes).
3. Adanya program SADEWA (Santunan dari desa untuk warga Kendalbulur).

**PEMATERI II : Bapak Haris Susianto, SH., M.Si (Kepala Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Blitar)**

**A. Tugas Pokok dan Fungsi DISNAKER (Peraturan Bupati Blitar Nomor 56 Tahun 2016)**

Tugas Pokok DISNAKER yaitu, membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang diberikan kepada kabupaten di bidang ketenagakerjaan dan transmigrasi.

Fungsi DISNAKER meliputi:

1. Perumusan kebijakan bidang ketenagakerjaan dan transmigrasi
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang ketenagakerjaan dan transmigrasi
3. Pelaksanaan evaluasi pelaporan
4. Pelaksanaan administrasi dinas
5. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati

**B. Isu Strategis Ketenagakerjaan di Kabupaten Blitar**

1. Kualitas kompetensi tenaga kerja perlu ditingkatkan
2. Kualifikasi tenaga kerja masih banyak yang belum bisa diterima
3. Ketersediaan informasi pasar kerja belum optimal
4. Penerapan dan penegakan hukum norma ketenagakerjaan belum optimal
5. Konflik ketenagakerjaan antara pengusaha dengan pekerja/buruh

### **C. 20 Jenis Pelayanan Publik**

1. Rekomendasi izin Pendirian Lembaga Pelatihan Kerja (LPK/ Balai Latihan Kerja Luar Negeri (BLKLN)
2. Pencatatan Serikat Pekerja/Serikat Buruh
3. Pengesahan Peraturan Perusahaan (PP)
4. Pendaftaran Perjanjian Kerja Bersama (PKB)
5. Peyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial Melalui Mediator/Perantara Hubungan Industrial
6. Pelayanan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT)
7. Pencatatan Lembaga Kerja Sama (LKS) Bipartit
8. Pelaporan Jenis Pekerjaan Penunjang Dalam Pemborongan Pekerjaan
9. Pendaftaran Perjanjian Pemborongan Pekerjaan
10. Pendaftaran Perjanjian Penyediaan Jasa Pekerja/Buruh;
11. Pencatatan Perjanjian Kerja Dalam Penyediaan Jasa Pekerja/Buruh
12. Penerbitan Kartu Pencari Kerja/Kartu AK-1/Kartu Kuning
13. Penerbitan Tanda Daftar Bursa Kerja (BKK)
14. Penerbitan Rekomendasi Kantor Cabang Perusahaan penempatan Pekerja Migran Indonesia (P3MI)
15. Rekomendasi Tempat Penampungan Calon Pekerja Migran Indonesia (CPMI)
16. Rekomendasi Passport Calon Pekerja Migran Indonesia
17. Pelayanan informasi Pasar Kerja
18. Rekomendasi Izin Lembaga Penempatan Tenaga Kerja Swasta (LPTKS) berskala Provinsi Jawa Timur
19. Rekomendasi Lembaga Penempatan Tenaga Kerja Swasta (LPTKS) berkala Kabupaten Bitar
20. Pelayanan Permohonan informasi Publik

#### **D. Pelatihan Kewirausahaan**

1. Pelatihan usaha
2. Sarana/modal
3. Pendampingan
4. Pemasaran

#### **E. Pelatihan Berbasis Kompetensi**

1. *Attitude* (Sikap)
2. *Skills* (Keterampilan)
3. *Knowledge* (Pengetahuan)

#### **F. Penempatan Transmigran**

1. Pendaftaran dan seleksi
2. Pelatihan calon transmigran
3. Pelaksanaan penempatan

#### **G. Dampak Pandemi**

1. Penempatan tenaga kerja ke luar negeri dihentikan
2. Penempatan tenaga kerja dalam negeri melalui kegiatan Job Fair atau Bursa Kerja tidak bisa diselenggarakan
3. Perusahaan merumahkan karyawannya (mendapat bantuan sosial)
4. Penempatan transmigran ke 3 lokasi yang dikhawatirkan ditunda

#### **H. Kegiatan yang Dilaksanakan**

1. Pendataan Pekerja Migran Indonesia yang baru pulang dari luar negeri (cuti/habis kontrak)
2. Melakukan koordinasi pengawasan bersama Dinas Kesehatan dan pemerintah desa setempat
3. Pendataan karyawan perusahaan terdampak Covid-19 untuk mendapat bantuan sosial
4. Monitoring dan pengawasan tenaga kerja asing di Kabupaten Blitar

5. Pelaksanaan Monev Perusahaan Penempatan Pekerja Migran Indonesia Swasta di Kabupaten Blitar
6. Fasilitas dan pemberian informasi tentang program Kartu Prakerja

**I. Kebijakan Antisipasi Kedepan**

1. Penguatan koordinasi dalam rangka pengawasan kepulauan PMI dari luar negeri
2. Pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan kepada masyarakat sehingga dapat mengurangi intensitas kontak langsung (aplikasi Job Fair, aplikasi Hubungan Industrial)
3. Monitoring dan pembinaan kepada perusahaan, PPTKPS, LPKS, BKK, TKA di Kabupaten Blitar