

LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

“Green Digital Marketing In Small And Medium Enterprises”

**(Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand Dan Di Ban Kong Por
Sufficiency Economy Learning Center, District Phra Nakhon Si Ayutthaya
Province, Thailand.)**



Oleh :

No.	Nama	Jabatan	NIDN/NIM/KTP
1.	Nico Lukito,SE.MM.CMA.	Ketua/Dosen	NIDN: 0306017004
2.	Dr. Maria Ariesta Utha,SE.MM.	Sekretaris/Dosen	NIDN: 0327038101
3.	Dr. Hermanto Yaputra,SE.MM.CMA.	Publikasi, HKI/Dosen	NIDN: 0309067209
4.	Dr. Yolanda Masnita Siagian, SE.MM. CIRR.CMA.CPM.	Anggota/Dosen	NIDN: 0323066801
5.	Dr. Husna Leila Yusran,SE.MM.CMA. CPM.	Anggota/Dosen	NIDN: 0313106903
6.	Prof.Dr. Asep Hermawan, M.Sc.	Anggota/Dosen	NIDN: 0317085801
7.	Dr. Kurniawati,SE.MM.CPMA.CMA.	Anggota/Dosen	NIDN: 0316097001
8.	Dr. Renny Risqiani,SE.MM.CPMA.CMA.	Anggota/Dosen	NIDN: 0301106701
9.	Romdhoni,S.Kom,MH.	Anggota/Tendik	KTP:3171010311690001
10.	Siti Murdiah,S.Kom.	Anggota/Tendik	KTP:3174104404690016
11.	Ihsanul Walideni,SM.	Anggota/Mahasiswa	NIM: 122012211009

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRISAKTI
JAKARTA
2023**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala ridhoNya sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) *International Community Service* ini telah dapat diselenggarakan dengan baik. PkM ini bertema: “*Green Digital Marketing In Small And Medium Enterprises*” PkM ini dilakukan di *Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand* dan di *Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand*. Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya Dharma Pengabdian kepada Masyarakat. Kegiatan PkM ini dilaksanakan oleh Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Universitas Trisakti. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan peran Perguruan Tinggi khususnya Program Studi Magister Manajemen FEB Universitas Trisakti dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat internasional melalui kegiatan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) agar masyarakat lokal disana dapat meningkatkan produktivitasnya, sehingga dapat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan bahkan bisa dikembangkan diluar negeri. Ucapan terimakasih kami ucapkan kepada seluruh pihak yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan PkM ini. Terutama kepada pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, serta *Valaya Alongkorn Rajabath University under the Royal Patronage (VRU) Pathum Thani, Thailand*, sehingga kegiatan PkM ini dapat terselenggara dengan baik. Akhirnya, semoga kegiatan PkM ini memberikan manfaat yang berharga serta nilai tambah untuk berbagai pihak dan semoga kegiatan-kegiatan PkM Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Universitas Trisakti selanjutnya akan semakin baik penyelenggaraan serta kontribusinya bagi masyarakat dalam negeri dan luar negeri.

Jakarta, 30 April 2023

TIM PKM MM FEB Universitas Trisakti

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk untuk menunjang peningkatan dan pemberdayaan kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan untuk lebih meningkatkan pemahaman dan kesadaran peserta akan pentingnya lebih memahami dan pemanfaatan *green digital marketing* guna memperluas pemasaran, sehingga diharapkan UMKM dapat kompetitif di pasar. Kegiatan dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan. PkM ini dilakukan di *Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand* dan di *Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand*. Roti Sai Mai dikenal sebagai permen yang dibungkus roti atau permen kapas di Ayutthaya, merupakan makanan penutup dari Thailand. Makanan penutup ini bernuansa Islami yang disajikan dengan membungkus permen kapas dengan roti manis. *Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center* merupakan prakarsa dari Yang Mulia Raja Bhumibol Adulyadej, Raja Rama IX. Pusat Pembelajaran Ekonomi Kecukupan "*Ban Kong Por*" Merupakan tempat yang idenya dari Raja Rama IX yang memprakarsai teori pertanian baru dengan ekonomi kecukupan, cukup untuk hidup, cukup untuk makan dan cukup untuk digunakan, untuk beradaptasi dalam kehidupan. Para pelaku UMKM di Thailand didalam menggunakan *green digital marketing* harus tahu menggunakannya sebagai sarana pemasaran guna memperluas pangsa pasar. Program pelatihan bagi UMKM ini berlangsung selama 2 hari. Para peserta penyuluhan dan pelatihan ini berjumlah 40 orang. Program penyuluhan dan pelatihan ini mendapat tanggapan peserta yang sangat baik, dimana hal ini dapat dilihat dari antusiasnya para peserta dalam mengajukan berbagai pertanyaan pada sesi tanya jawab, bagaimana cara terdaftar di toko *online* atau media sosial, bagaimana cara membuat akunnya, *digital marketing* yang mana paling banyak digunakan, bagaimana pemanfaatan media sosial (medsos), bagaimana cara memasukkan di media sosial dan di toko *online* untuk memperluas pemasaran produk dan jasanya. |

Green Digital Marketing, UMKM, Roti Sai Mai, Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center |

ABSTRACT

This Community Service Activity aims to support the improvement and empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) activities and to further increase participants' understanding and awareness of the importance of better understanding and utilizing green digital marketing to expand marketing, so that it is hoped that MSMEs can competitive in the market. Activities carried out in the form of counseling and training. This Community Service Activity was conducted at Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand and at the Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand. Sai Mai bread, known as bun-wrapped candy or cotton candy in Ayutthaya, is a Thai dessert. This Islamic dessert is served by wrapping cotton candy in a sweet bun. Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center is an initiative of His Majesty King Bhumibol Adulyadej, King Rama IX. Sufficiency Economics Learning Center "Ban Kong Por" It is a place whose idea was from King Rama IX who initiated a new theory of agriculture with an economy of sufficiency, enough to live, enough to eat and enough to use, to adapt in life. MSMEs in Thailand in using green digital marketing must know how to use it as a marketing tool to expand market share. This training program for MSMEs lasts for 2 days. The participants of this counseling and training were 40 people. This counseling and training program received very good participant responses, which can be seen from the enthusiasm of the participants in asking various questions in the question and answer session, how to register in online stores or social media, how to create an account, which digital marketing is the most widely used, how to use social media, how to include it on social media and in online stores to expand the marketing of its products and services.write abstract here |

Green Digital Marketing, MSMEs, Roti Sai Mai, Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center |

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
BAB 2 PELAKSANAAN KEGIATAN	4
BAB 3 KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	7
BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	10
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN (REKOMENDASI)	12
DAFTAR PUSTAKA	13
Lampiran 1: Foto Pelaksanaan Kegiatan (minimal 4 foto)	14
Lampiran 2: Bukti Luaran	19
Lampiran 3: Surat Tugas (minimal dari Dekan)	21
Lampiran 4: Surat SPJ (perjalanan) yang sudah tanda tangan masyarakat/ institusi yang dikunjungi/ Berita acara kegiatan tanda tangan kedua belah pihak.	25
Lampiran 5: Absensi	27
Lampiran 6: Gambar/poster/peta (yang tidak masuk dalam laporan-jika ada)	31
Lampiran 7: Materi/modul/poster pelaksanaan/angket dsb (jika ada)	33
Lampiran 8: Scan/copy KTM mahasiswa dan KTP Alumni	43
Lampiran 9: Bukti integrasi dengan penelitian, Dikjar, dan PKM (Program Kreativitas Mahasiswa)	45

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang sering juga disebut usaha sektor informal, merupakan bagian yang penting dari kegiatan perekonomian suatu negara. Bahkan tidak dapat disangkal lagi bahwa usaha mikro, kecil dan menengah mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar, tidak terkecuali di Indonesia maupun di luar negeri. Sektor ini juga dikenal sebagai katup pengaman perekonomian karena terbukti dapat diandalkan ketika perekonomian negara dilanda krisis. Dari berbagai kajian, pengetahuan dan ketrampilan seringkali menjadi kendala yang cukup besar dan menghambat perkembangan dan pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah. Banyak pelaku usaha UMKM yang belum mengetahui, memahami apalagi mempraktekkan ilmu manajemen dalam pengelolaan usahanya. Sebagian lebih mengandalkan tekad saja, sebagian lagi hanya sekedar melanjutkan usaha kecil orang tuanya dengan upaya seadanya, sebagian lagi karena merasa tidak ada pilihan lain.

Di era modern seperti saat ini, bisnis *digital* menjadi sangat penting dan wajib dipelajari oleh semua UMKM. Sebab bisnis yang tidak mau bergerak ke dunia *digital* tidak akan bisa bertahan melawan arus teknologi dan persaingan dari usaha-usaha lain. Tidak sedikit UMKM dan perusahaan yang harus tutup karena terlambat berevolusi ke dunia yang baru. Untungnya, UMKM tidak perlu mengalami ketakutan yang sama sebab rata-rata bisnis baru yang dimulai saat ini sudah pasti disertai dengan *platform digital*.

Bisnis *digital* menjadi harapan untuk masa depan yaitu: 1. Menjangkau target pasar lebih luas, 2. Data lebih akurat dan cepat, 3. Bertujuan jangka panjang, 4. Potensi penghasilan tanpa batas. Untuk itu para pelaku UMKM dalam menggunakan *digital marketing* harus tahu menggunakannya sebagai sarana pemasaran memperluas pangsa pasar: 1. Mulai dengan tujuan yang jelas, 2. Kenali target, 3. Ciptakan konten menarik, 4. Jadwal posting yang baik, 5. Cara sederhana untuk tetap berkomunikasi dengan pelanggan, 6. Rencanakan anggaran, 7. Cara mengawasi kegiatan di media social. Beberapa strategi berjualan pada toko *online*: 1. Pilih nama toko yang mudah diingat, 2. Gunakan logo dan desain branding yang unik dan menarik, 3. Gunakan foto yang menarik dan jelas, 4. Gunakan deskripsi produk yang menarik dan jelas, 5. Gunakan berbagai macam atau berbagai variasi kurir/ekspedisi.

Mendasarkan pada hal tersebut, maka tim PKM dari Program Studi Magister Manajemen, FEB Universitas Trisakti merancang suatu penyuluhan dan pelatihan yang mencakup aspek-aspek tersebut bagi pelaku UMKM di *Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand*. *Roti Sai Mai* (Bahasa Thai) "*sai mai*" secara harfiah berarti "tali sutera" juga dikenali sebagai gula-gula kapas Ayutthaya. Makanan ini merupakan makanan pencuci mulut Asia Tenggara dari Thailand. Roti ini diadaptasi dari benua kecil India yang membuat pencuci mulut ini dengan membungkus gula-gula kapas dalam roti manis. *Roti Sai Mai* tersedia di gerai jalanan di Thailand, yang sering dijual oleh penjual Muslim. (https://ms.wikipedia.org/wiki/Roti_sai_mai, 2023). Resep tersebut awalnya dibawa ke Kerajaan Ayutthaya oleh para pedagang Muslim, yang memproduksi dan memasarkan manisan tersebut di kalangan masyarakat. Makanan penutup yang lezat ini biasa dijual di warung pinggir jalan baik di kota maupun di pedesaan. Ini merupakan camilan manis berbentuk seperti permen kapas yang digulung dalam lembaran roti setipis kertas. Rasa roti yang sedikit asin sangat cocok dipadukan dengan permen kapas yang manis dan lembut. Roti sangat tipis dan berwarna putih atau hijau. Warna hijau dari daun pandan dan beberapa roti ditaburi wijen. *Roti Sai Mai* adalah makanan penutup dengan pengaruh Islam karena resepnya diwarisi dari kalangan Muslim Ayutthaya. Permen ini banyak dibuat dan dijual

oleh pedagang muslim sebelum menyebar ke publik saat ini. (<https://www.wisatathailand.id/page/blog/roti-sai-mai-camilan-manis-khas-ayutthaya>, 2020)

Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand. *“Economic development must be done step by step. It should begin with the strengthening of our economic foundation, by assuring that the majority of our population has enough to live on...Once reasonable progress has been achieved, we should then embark on the next steps, by pursuing more advanced levels of economic development.”* *“Being a tiger is not important. The important thing is for us to have a sufficient economy. A sufficient economy means to have enough to support ourselves...we have to take a careful step backward...each village or district must be relative self-sufficient.”* His Majesty King Bhumibol Adulyadej. (<https://www.chaipat.or.th/eng/concepts-theories/sufficiency-economy-new-theory.html>)

Ban Kong Por dibangun di atas sebidang tanah milik Amarin Sensathien, seorang warga provinsi Ayutthaya yang bertekad untuk berbagi pengetahuan tentang Pertanian Teori Baru berdasarkan filosofi Ekonomi Kecukupan yang didirikan oleh Raja Rama IX. Secara gratis, pengunjung bisa melihat dengan mata kepala sendiri bagaimana tanah seluas 3,5 rai itu terbagi menjadi tambak, ladang, areal pertanian, areal peternakan, dan areal pemukiman. Pusat ini juga menawarkan kegiatan pertanian bagi pengunjung. (<https://www.businesseventsthailand.com/en/communities/thailand-7-mice-magnificent-themes/treasured-team-building/812-sufficiency-economy-learning-center-ban-kong-por>, 2023)

Penyuluhan dan pelatihan ini ditujukan agar para pelaku UMKM memiliki bekal pengetahuan, wawasan dan juga ketrampilan yang cukup dan mendasar tentang pengembangan *digital marketing* sebagai modal kesuksesan usaha dan meningkatkan kesejahteraan.

1.2. Masalah

Berdasarkan latar belakangnya, maka masalah pelaku UMKM dapat diidentifikasi menjadi lebih spesifik sehingga dapat diupayakan untuk mencari penyelesaiannya adalah: Bagaimana pemanfaatan *green digital marketing* bagi para pelaku UMKM guna memperluas pemasaran?

1.3. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai oleh kegiatan penyuluhan dan pelatihan *green digital marketing* ini adalah:

1. Peserta lebih bersemangat untuk menghasilkan ide, kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan produk dan atau jasa yang semakin dikenal oleh masyarakat.
2. Peserta lebih kreatif dalam penggunaan *green digital marketing* untuk memasarkan produk dan atau jasa dari UMKM.

1.4. Manfaat

1. Bagi Pelaku UMKM: Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM untuk menunjang peningkatan dan pemberdayaan kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ini untuk lebih meningkatkan pemahaman dan kesadaran peserta akan pentingnya lebih memahami dan pemanfaatan *green digital marketing* guna memperluas pemasaran, sehingga diharapkan UMKM dapat kompetitif di pasar.
2. Bagi Tenaga Pengajar: Bagi Dosen atau tenaga pengajar, dengan adanya kegiatan

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini akan semakin menambah peran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Universitas Trisakti dalam memberikan kontribusi akan ilmu pengetahuan yang ada di lingkungan kampus ke masyarakat luas, khususnya terkait pelaku UMKM baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

3. Bagi Pemerintah Provinsi Phra Nakhon Si Ayutthaya, Thailand: Berperan serta dalam mendukung, membina, memajukan dan mengembangkan UMKM

1.5. Pendekatan Pemecahan Masalah

Pendekatan dengan melakukan dialog dalam bentuk pemberian materi kemudian pelatihan dan dilanjutkan tanya jawab/diskusi permasalahan yang dihadapi peserta pelaku UMKM dalam pemanfaatan *green digital marketing*.

1.6. Khalayak Sasaran

Peserta penyuluhan dan pelatihan adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) yang merupakan binaan *Valaya Alongkorn Rajabath University under the Royal Patronage (VRU) Pathum Thani, Thailand*, di *Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand* dan di *Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand*. Peserta yang hadir pada kegiatan ini sebanyak 40 orang.

1.7. Pembagian Kerja Pelaksana

Tabel 1.1 Pembagian Tugas Kerja Pelaksana

No	Nama	Tugas
1.	Nico Lukito,SE.MM.CMA.	Membuat Laporan PkM.
2.	Dr. Maria Ariesta Utha,SE.MM.	Mengumpulkan Berkas Laporan.
3.	Dr. Hermanto Yaputra,SE. MM.CMA.	Mengurus luaran dan HKI.
4.	Dr. Yolanda Masnita Siagian,SE.MM.CIRR, CMA, CPM..	Pemberi materi tentang UMKM.
5.	Dr. Husna Leila Yusran, SE.MM.CMA.CPM.	Pemberi materi tentang UMKM.
6.	Prof.Dr. Asep Hermawan, M.Sc.	Pemberi materi tentang <i>digital marketing</i> untuk UMKM.
7.	Dr. Kurniawati,SE.MM.CPMA.CMA.	Pemberi materi tentang <i>digital marketing</i> untuk UMKM.
8.	Dr. Renny Risqiani,SE.MM.CPMA.CMA.	Pemberi materi tentang <i>digital marketing</i> untuk UMKM.
9.	Romdhoni,S.Kom,MH.	Dokumentasi (foto).
10.	Siti Murdiah,S.Kom.	Menyebarkan kuesioner
12.	Ihsanul Walideni,SM.	Membuat tabulasi kuesioner.

BAB 2. PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1. Persiapan Kegiatan

Aktivitas-aktivitas pra-pelaksanaan bahkan telah dimulai Januari tahun 2023 dengan koordinasi dari Komite PkM. Selanjutnya koordinasi lebih diintensifkan berupa pertemuan-pertemuan serta survei-survei dengan waktu sebagai berikut :

Gambar 2.1
Diagram Alur Pelaksanaan Kegiatan PkM



Persiapan kegiatan dilakukan dengan memperhatikan seluruh calon peserta penyuluhan dan pelatihan, yaitu: para pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) yang merupakan binaan *Valaya Alongkorn Rajabath University under the Royal Patronage (VRU) Pathum Thani, Thailand*, di *Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand* dan di *Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand*. Pemahaman ini diperlukan untuk memastikan materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Kemudian, narasumber membagi kelompok sesuai dengan bidang keahliannya dan mulai menyusun materi penyuluhan dan pelatihan.

2.2. Materi Kegiatan

Materi kegiatan secara umum adalah informasi dan pengetahuan terkait tentang: “*Green Digital Marketing In Small And Medium Enterprises*” PkM ini dilakukan di *Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand* dan di *Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand*. Adapun yang menjadi sasaran pesertanya adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) yang merupakan binaan *Valaya Alongkorn Rajabath University under the Royal Patronage (VRU) Pathum Thani, Thailand*. Dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Susunan Acara
Kegiatan PkM UMKM Roti Sai Mai dan Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand.
Senin-Selasa, 6-7 Maret 2023

Senin, 6 Maret 2023

Jam	Kegiatan	PIC
08.45-09.00	Registrasi Peserta	TIM PkM MM FEB
09.00-11.00	<i>Green Digital Marketing In Small And Medium Enterprises</i> “ <i>Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand</i> ”	TIM PkM MM FEB
11.00-11.30	Peserta Tanya Jawab	TIM PkM MM FEB
11.30-11.45	Penutupan Dengan Foto Bersama	TIM PkM MM FEB

Selasa, 7 Maret 2023

Jam	Kegiatan	PIC
08.30-08.45	Registrasi Peserta	TIM PkM MM FEB
08.45-10.45	<i>Green Digital Marketing In Small And Medium Enterprises</i> “ <i>Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand</i> ”	TIM PkM MM FEB
10.45- 11.15	Peserta Tanya Jawab	TIM PkM MM FEB
11.15-11.30	Penutupan Dengan Foto Bersama	TIM PkM MM FEB

2.3. Pelaksanaan / Metode Pelaksanaan

Teknologi pelaksanaan yang digunakan adalah melalui teknik penyuluhan. Teknologi penyuluhan adalah cara-cara atau tahapan kegiatan dalam melaksanakan suatu metode secara terperinci sehingga metode tersebut efektif dan efisien. Penyuluhan dan pelatihan ini dilaksanakan pada Senin dan Selasa, 6 - 7 Maret 2023 pukul 08.45-11.45. Penyuluhan dan pelatihan ini dilaksanakan oleh tim pelaksana PkM FEB-Universitas Trisakti yaitu: TIM FEB Prodi Magister Manajemen.

BAB 3. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

3.1. Deskripsi (kemampuan Prodi dan Fak serta Universitas dalam bidang PkM selama 3 tahun terakhir, dukungan material dan kebijakan, merujuk LED, renstra/renop/roadmap pengelola)

Universitas Trisakti yang dikenal sebagai Kampus Pahlawan Reformasi adalah salah satu-satunya Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang didirikan oleh Pemerintah Republik Indonesia, melalui surat Keputusan Menteri PTIP Nomor: 014/dar Tahun 1965, Pada 9 November 1965. Pada saat ini Universitas Trisakti mempunyai 9 Fakultas dan 47 Prodi yang semuanya telah terakreditasi baik nasional maupun internasional. Rekognisi Universitas Trisakti ditunjukkan dengan akreditasi institusi A dari BAN-PT sejak 2017; Three Star University versi QS Stars 2020; Akreditasi A untuk Perpustakaan Trisakti; mempunyai 106 mitra di luar negeri dan 376 mitra dalam negeri.

Visi Universitas Trisakti adalah “Menjadi Universitas yang andal, berstandar internasional dengan tetap memperhatikan nilai-nilai lokal dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan budaya untuk meningkatkan kualitas hidup dan peradaban”. Misi ketiga adalah meningkatkan peran serta Universitas Trisakti dalam mendukung kebutuhan masyarakat dan industri melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM).

Universitas Trisakti memiliki Lembaga Penelitian dan Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) yang dilengkapi dengan DRPMU, DRPMF, dengan 38 Pusat Studi, Pusat Inkubasi, 91 laboratorium, studio/galeri, sarana olah raga, dan kebun percontohan. Kegiatan penelitian dan PkM tiga tahun terakhir adalah 683 penelitian dan 1187 pengabdian dari hibah internal maupun eksternal, 9 diantaranya mendapat hibah DRPM; 1008 publikasi pada jurnal nasional dan internasional. Luaran lebih dari 200 terdiri paten, paten sederhana, hak cipta, desain industri, buku, dan ipteks lainnya. USAKTI mendorong dosen untuk selalu melibatkan mahasiswa dalam kegiatan PkM. Sistem penjaminan mutu internal telah berjalan dalam setiap kegiatan akademik dan non akademik untuk peningkatan mutu.

Lahan kampus yang memadai, seluas 92.780 m², yang tersebar di Kampus Grogol A, B, F (Cempaka Putih), Menara Batavia (Karet Tengsin), Mega Kuningan (Kuningan, Jakarta Selatan), Sentul (Kabupaten Bogor). Jumlah dosen tetap berpendidikan pascasarjana adalah 1017, dibantu 884 tendik mempunyai dengan rasio dosen:mahasiswa sangat ideal 1:20.6.

Pada masa pandemi ini Pimpinan Universitas melalui SKR mendorong civitas akademika Universitas Trisakti terlibat dalam program penanggulangan Covid-19 baik mandiri, bersama masyarakat maupun pemerintah. Pada Maret 2020 Universitas Trisakti melaksanakan WFH dan membentuk Trisakti Crisis Center Covid-19 (TCCC) untuk mengkoordinir kegiatan penanggulangan Covid-19. LPM Universitas Trisakti telah melakukan lebih dari 30 re-focusing kegiatan PkM dan merubah kegiatan Kuliah Usaha Mandiri- Ilmu Teknologi Terapan (KUM-ITT)/KKN menjadi program membantu masyarakat melalui start up UKM untuk mendukung perekonomian masyarakat yang terdampak Covid-19.

Penyetaraan dan pengakuan kegiatan dosen dan mahasiswa yang terkait dengan upaya penanggulangan wabah pandemik Covid19 dimanapun sebagai kegiatan PkM atau kredit KUM-ITT. Banyak program dalam penanggulangan covid-19 yang dilakukan USAKTI antara lain Pelatihan penyemprotan disinfektan mandiri secara swadaya di wilayah sekitar kampus; PkM peduli pedagang kecil UMKM BLU PLAZA Bekasi dengan membantu dan melatih pemasaran online; melaksanakan bantuan APD; Sembako melalui Trisakti Peduli dan TCCC. Re-focusing Kuliah Usaha Mandiri - Ilmu Teknologi Terapan (KUM-ITT TEMATIK) mendapatkan 12

aplikasi start up dan permainan yang sudah diujicobakan ke masyarakat dan siap untuk implementasi dalam waktu dekat. Percepatan pembuatan Sistem Informasi Manajemen Penelitian dan Pengabdian (SIMPPM) merupakan bagian untuk mempercepat proses administrasi PkM pada masa Pandemi.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat berdasar pada topik/roadmap yang diberikan dari Universitas dimana setiap tahun disesuaikan dengan lingkungan yang berubah dalam pemberian dan pendampingan materi sesuai yang dibutuhkan masyarakat di sekitar wilayah Universitas Trisakti. Teknis pelaksanaan diserahkan ke masing-masing Fakultas, dimana setiap fakultas memiliki dewan yang mengelola bidang Penelitian dan PkM yaitu tim DRMPF. Kegiatan PkM masing-masing Fakultas semua mengacu pada roadmap Universitas dengan disesuaikan masing-masing bidang fakultasnya, seperti FEB akan berfokus menangani tentang hal-hal, masalah terkait akuntansi, manajemen operasi, keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, koperasi, kewirausahaan. Mulai isi Diskripsi di sini...

3.2. Kualifikasi Tim (roadmap individu pelaksana dan tugasnya)

Tim pelaksana terdiri dari bidang konsentrasi yaitu: Manajemen Pemasaran jadi memiliki latar kompetensi yang mendukung dalam pemberian pelatihan tentang PkM ini bertema *“Green Digital Marketing In Small And Medium Enterprises”* PkM ini dilakukan di *Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand* dan di *Ban Khong Pho Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand*. Adapun yang menjadi sasaran pesertanya adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) yang merupakan binaan *Valaya Alongkorn Rajabath University under the Royal Patronage (VRU) Pathum Thani, Thailand*.

Tabel 1.3 Kualifikasi/Kepakaran Tim PkM

No	Nama	Kepakaran	Tugas
1.	Nico Lukito,SE.MM.CMA.	Manajemen Pemasaran	Ketua
2.	Dr. Maria Ariesta Utha,SE.MM.	Pembangunan Berkelanjutan	Sekretaris
3.	Dr. Hermanto Yaputra,SE.MM.CMA.	Manajemen Pemasaran	Publikasi Dan HKI
4.	Dr. Yolanda Masnita Siagian,SE.MM.CIRR.CMA.CPM(Asia).	Manajemen Pemasaran	Anggota
5.	Dr. Husna Leila Yusran,MM.	Manajemen Pemasaran	Anggota
6.	Prof.Dr. Asep Hermawan, M.Sc.	Manajemen Pemasaran	Anggota
7.	Dr. Kurniawati,SE.MM.CPAM (Asia). CMA.	Manajemen Pemasaran	Anggota
8.	Dr. Renny Risqiani,SE.MM.CPMA (Asia). CMA.	Manajemen Pemasaran	Anggota

3.3. Fasilitas Perguruan Tinggi Pendukung kegiatan

Universitas Trisakti memiliki Lembaga yang menangani dan mengelola kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yaitu Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPM), dimana perannya memberikan panduan *roadmap* kegiatan PkM universitas, yang menjadi panduan bagi Fakultas-fakultas di Universitas Trisakti, dan membantu menjembatani lokasi / sasaran

(kerjasama UKM/UMKM yang merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). PkM ini dilakukan di *Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand* dan di *Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center. District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand*, untuk melakukan kegiatan PkM bagi tim dosen pelaksana PkM masing-masing Fakultas. Kegiatan PkM yang pelaksanaannya melibatkan lintas Fakultas dikoordinasi oleh LPM, sedangkan yang melibatkan pelaksanaan lintas prodi dikoordinir oleh dewan DRMPF-FEB.

Tabel 1.4 Fasilitas Perguruan Tinggi Pendukung PkM

No	Nama Fasilitas	Catatan
1	FEB-Laboratorium Komputer	Laboratorium/Studio

BAB 4. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

4.1. Hasil Yang Dicapai Oleh Peserta, Komunitas, dan Pelaksana

Kegiatan ini memberikan hasil, di antaranya:

A. Hasil Peserta.

Peserta sudah mulai mencoba menerapkan memasarkan produknya secara *online* lewat media sosial antara lain: *Whatsapp, Facebook, Instagram* dll, dan juga memasarkan lewat toko *online* dinegara tersebut.

B. Hasil Komunitas

Kegiatan penyuluhan ini meningkatkan kerjasama kelembagaan, yaitu: Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Trisakti dan *Valaya Alongkorn Rajabath University under the Royal Patronage (VRU) Pathum Thani. Thailand*. Kerjasama ini memperkuat hubungan yang baik dengan komunitas setempat, terutama para pelaku UMKM yang merupakan binaan VRU.

C. Hasil Pelaksana

Magister Manajemen FEB melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang merupakan salah satu dari Tridarma Perguruan Tinggi. Untuk para narasumber yang terlibat, yaitu para dosen, kegiatan ini bermanfaat untuk sarana pembelajaran dan berbagi, serta memahami kondisi nyata para pelaku usaha. |

4.2. Evaluasi: Tingkat ketercapaian hasil, dampak, manfaat kegiatan, tolok ukur /tes yang dipakai, sebelum dan setelah

Secara keseluruhan peserta sangat antusias terhadap materi yang diberikan dan banyak yang berpartisipasi dalam sesi diskusi dan masih banyak yang bertanya tentang materi setelah acara selesai. Hal ini menunjukkan bahwa para peserta memiliki keinginan untuk menjadi lebih baik dan lebih berhasil dalam menjalankan usaha yang sudah memiliki usaha dan ingin mengelola usahanya lebih baik, menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas serta menerapkan *digital marketing* baik menggunakan media sosial maupun lewat toko *online*. |

4.3. Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Kegiatan penyuluhan dimulai dengan pemaparan secara singkat teori-teori yang ada sesuai dengan modul yang diberikan yaitu: “*Green Digital Marketing In Small And Medium Enterprises*”. Setelah teori disampaikan, dilanjutkan dengan tanya jawab yang berlangsung hidup dan partisipatif. Banyak peserta yang berpartisipasi memberikan masukan atau mengungkapkan permasalahan yang tengah dihadapi untuk didiskusikan upaya pemecahannya, ataupun memberikan tanggapan serta masukan bagi penyelenggara masalah-masalah yang berkaitan dengan usaha: bagaimana pemanfaatan digital marketing, bagaimana cara membuat akun di toko online, bagaimana cara memasukkan di media sosial untuk memperluas pemasarannya.

Adanya diskusi diatas diharapkan mampu membuka wawasan serta cara pandang baru bagi pelaku UMKM tentang pentingnya memahami, pentingnya *green digital marketing* dan penggunaan pemasaran bijak dengan media sosial (medsos). Peserta semakin mengerti mengenai promosi dimana sangat menentukan keberhasilan produk atau jasa tersebut di pasaran. Salah satunya sekarang bisa dengan memasarkan secara *online* lewat media sosial (medsos) atau menggunakan toko *online*.

Faktor pendukung dari kegiatan ini adanya dukungan dari pelaku usaha UMKM yang merupakan binaan *Valaya Alongkorn Rajabath University under the Royal Patronage (VRU) Pathum Thani, Thailand*, yang sudah mengumpulkan UMKM dibawah binaannya, sedangkan faktor penghambatnya adalah kurangnya waktu pelatihan, diskusi, *sharing* dan bahasa dengan pelaku UMKM di Thailand sehingga pemberian materi tidak maksimal. |

4.4. Luaran yang Dihasilkan

Luaran dalam bentuk karya ilmiah lainnya dalam bentuk poster kegiatan pelaksanaan PkM yang didaftarkan ke HKI.

Tabel 1.5 Luaran Yang Dihasilkan

No	Kategori Luaran	Jenis Luaran	Deskripsi
1.	Publikasi di Jurnal	Nasional Terakreditasi	Submit di Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera, Trisakti.
2.	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Hak Cipta	" <i>Green Digital Marketing In Small And Medium Enterprises</i> ".

4.5. Integrasi dengan Penelitian, Dikjar dan Program Kreativitas Mahasiswa

Materi pelatihan ini sejalan dengan matakuliah yang diampu oleh para dosen, baik dari materi manajemen pemasaran dan akuntansi. Para narasumber juga dibantu oleh beberapa mahasiswa yang ikut berbagi pengalamannya dalam mengelola organisasi pada saat menjalankan usahanya. Secara lebih detail, integrasi dengan dikjar adalah:

Tabel 1.6 Integrasi Dengan Penelitian, Dikjar dan Kreativitas Mahasiswa.

No	Kegiatan	Deskripsi
1.	Penelitian	Melakukan penelitian tentang pemanfaatan <i>green digital marketing</i> bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) guna memperluas pemasaran produk dan jasa.
2.	Dikjar	Membuat modul tentang penerapan <i>green digital marketing</i> bagi UMKM.
3.	Kreativitas Mahasiswa	Memberikan pelatihan cara memasarkan produk secara <i>online</i> baik menggunakan media sosial maupun lewat toko <i>online</i> bagi UMKM, membuat inovasi-inovasi produk dan jasa.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN (REKOMENDASI)

Kegiatan PkM penyuluhan dan pelatihan ini berlangsung baik dan lancar. Adapun yang menjadi sasaran pesertanya adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) yang merupakan binaan *Valaya Alongkorn Rajabath University under the Royal Patronage (VRU) Pathum Thani, Thailand* yaitu: *Roti Sai Mai Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand* dan di *Ban Kong Por Sufficiency Economy Learning Center, District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand*. Para peserta penyuluhan dan pelatihan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) cukup aktif bertanya dan penyuluh menjawab berbagai pertanyaan dengan berdiskusi.

Beberapa hal yang menjadi kesimpulan dalam penyuluhan dan pelatihan ini:

1. UMKM *Roti Sai Mai* sudah berjalan 4 tahun.
2. Jumlah karyawan yang bekerja lebih dari 10 orang.
3. Promosi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial, televisi, radio, iklan cetak, dll.
4. Sudah menggunakan media sosial didalam pemasaran produk antara lain dengan *Whatsapp, Instagram, Facebook, Twiter, Youtube* dll.
5. Target konsumennya umur diatas 5 tahun.
6. Kebanyakan penjualannya paling banyak dalam 1 hari lebih dari 15 produk.
7. Menjaga kualitas dari produk yang dibuat sehingga *brand* dapat dipertahankan lebih.
8. Mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan penyuluhan dan pelatihan PkM tersebut mengatakan setuju.
9. Kegiatan penyuluhan dan pelatihan PkM ini meningkatkan pengetahuan peserta mengatakan setuju dan peserta puas mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan PkM ini mengatakan setuju

Beberapa saran yang dapat dilakukan adalah:

1. Memberikan pelatihan akses pemasaran baik produk dan jasa, melakukan pendampingan usaha, serta menghubungkan beberapa usaha yang terkait untuk saling bekerjasama dan bekerja sama dengan beberapa toko online dinegara tersebut.
2. Memberikan pelatihan usaha dan strategi bagaimana berkomunikasi melalui media sosial.
3. Peningkatan penjualan dapat dimulai dengan memperkenalkan usaha di sekitarnya dulu, melalui teman/sahabat, atau jaringan-jaringan lain yang sudah ada, sebelum mulai memperkenalkan usaha di wilayah yang lebih luas.
4. Melakukan acara kebersamaan antar UMKM, mengikuti acara-acara UMKM dan terus mengembangkan jejaring usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Arafah, Willy (2022). Peranan UMKM Bagi Perekonomian DKI Jakarta, Kebijakan Strategi, Digital Marketing Dan Model Bisnis UMKM. Paper SOSPERDA No.13 Tahun 2013. DPRD DKI Jakarta.

Baringer, Bruce, R., & Ireland, R. Duane. (2016). Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures. Fifth Edition, Pearson.

Boone, Louis E., & Kurtz, David L.(2019). Contemporary Marketing. 18th Edition Singapore: Cengage Learning Asia Pte Ltd.

Chaffey David (2015), Digital Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice, Pearson, 6th Edition.

Chaffey, David & Ellis Fiona (2016), Digital Marketing: Strategy, Implementation dan Practice, Pearson, 6th Edition

Hisrich, Robert, D., Peters, Michael, P., & Shepherd, Dean, A. (2020). Entrepreneurship. 11th Edition, McGraw-Hill Educational Edition

Kotler, Philip & Keller, K. Lane. (2016). Marketing Management. 15th Global Edition: Pearson.

Kotler, Kertajaya, Setiawan (2017), Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, Wiley & Son, Inc., Hoboken, New Jersey

Makmur & Thahier, Rohana. (2015). Inovasi dan Kreativitas Manusia, Bandung : PT. Refika Aditama.

Scarborough, Norman, M & Cornwall, Jeffrey, R. (2015). Entrepreneurship and effective small business management, 11th, Global EditioMulai isi Daftar di sini... |

<https://www.wisatathailand.id/page/blog/roti-sai-mai-camilan-manis-khas-ayutthaya>

https://ms.wikipedia.org/wiki/Roti_sai_mai

<https://www.chaipat.or.th/eng/concepts-theories/sufficiency-economy-new-theory.html>

<https://www.businesseventsthailand.com/en/communities/thailand-7-mice-magnificent-themes/treasured-team-building/812-sufficiency-economy-learning-center-ban-kong-por>

Lampiran 1. Foto Pelaksanaan Kegiatan (minimal 4 foto)











Lampiran 2. Bukti Luaran


REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN
CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202350074, 27 Juni 2023

Pencipta
Nama : Nico Lukito, SE, MM, CMA, Dr. Maria Ariesta Utha, SE, MM dkk
Alamat : Perumahan Mahkota Simprug B7 No. 12 Gaga, Larangan, Tangerang, Banten, 15154, Tangerang, Banten, 15154
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : Universitas Trisakti
Alamat : Sentra HKI Universitas Trisakti, Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Trisakti Gedung M Lantai 11, Jl. Kyai Tapa No. 1 Grogol, Jakarta Barat 11440, Jakarta Barat, DKI JAKARTA 11440
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : Karya Tulis Lainnya
Judul Ciptaan : GREEN DIGITAL MARKETING IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 6 Maret 2023, di Thailand

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.

Nomor pencatatan : 000483008

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri


Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002



Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Nico Lukito, SE, MM, CMA	Perumahan Mahkota Simprug B7 No. 12 Gaga, Larangan, Tangerang, Banten, 15154
2	Dr. Maria Ariesta Utha, SE, MM	Perumahan Buana Gardenia, Buana Mega 1 Blok B2, No. 43 RT 007 RW 004 Pinang Kota Tangerang, Provinsi Banten, 15142
3	Dr. Hermanto Yaputra, SE, MM	Jl. Tambora Raya No. 55a RT 002 RW 002 Tambora, Jakarta Barat, 11220
4	Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM, CIRR, CMA, CPM	Jl. Darmawangsa V No. 6 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12160
5	Dr. Husna Leila Yusran, MM, CMA, CPM	Kh. Mas Mansyur 25-A Blok I.45.1.3 RT 006 RW 011 Kebon Kacang, Tanah Abang, Jakarta Pusat 10240
6	Prof.Dr. Asep Hermawan, MSc	Jl. Batu VII No. 17D Bandung, Jawa Barat 40266
7	Dr. Kurniawati, SE, MM.	Komplek Sandang No. 1A Palmerah, Jakarta Barat 11480
8	Dr. Renny Risqiani, SE, MM	Jl. Pedagangan No. 3 Bintaro, Jakarta Selatan 12330
9	Romdhoni	Jl. Batu Tulis XIV No.7 RT 008 RW 002 Kebon Kelapa, Gambir, Jakarta Pusat 10120
10	Siti Murdiah	Karawaci Residence B7 No.8 RT 005 RW 032 Desa Bojong Nangka, Kelapa Dua, Tangerang 15811
11	Ihsanul Walidaeni	Jl. KH. Wahid Hasyim GG Masjid Nurussalam No. 33 RT 005 RW 004 Jurangmangu Timur, Pondok Aren, Tangerang Selatan 15222



Lampiran 3. Surat Tugas (minimal dari Dekan)



UNIVERSITAS TRISAKTI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Kampus A, Jalan Kyai Tapa, Grogol Jakarta Barat 11440
Telp. 021-5663232 Pes. 8308 Fax. 5644270
Website : www.feb.trisakti.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 09/DL/3-03/FEB/1/2023

- Dasar : 1. SKR Nomor : 177/SKR/BSDM/USAKTI/IX/1997 tanggal 15-08-1997 ketentuan keikutsertaan karyawan Usakti dalam pertemuan ilmiah
2. SKR Nomor : 040/USAKTI/SKR/II/1998 tanggal 27-02-1998 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Beban Tugas Institusional Dosen Biasa Usakti.
3. Surat undangan mengikuti worksop bagi dosen dan tendik dari pimpinan Universitas Rajabath Thailand

dengan ini Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

M E N U G A S K A N

Kepada : Nama Terlampir

Untuk : Hadir mengikuti Workshop dan International Community Service

Hari/Tanggal : Minggu – Kamis : 5 – 9 Maret 2023

Tempat : Thailand

Demikian surat tugas ini dikeluarkan agar dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan penuh tanggung jawab, serta kepada yang bersangkutan dapat memberikan laporan kepada Wakil Dekan I.

Dikeluarkan di : Jakarta
Pada tanggal : 25 Januari 2023

Dekan,

Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM,CIRR

Disampaikan kepada :

Masing-masing yang bersangkutan

Tembusan :

1. Ka. Prodi MM FEB USAKTI
2. Kasubag. Adm SDM FEB USAKTI

Paraf/NIK :

WD 1/1954	Kaprodi/1396
	

LAMPIRAN 1 : SURAT UNDANGAN VALAYA ALONGKORN RAJABATH UNIVERSITY

Valaya Alongkorn Rajabhat University
under the Royal Patronage (VRU),
Pathum Thani, Thailand
13180
18th January 2023

ATTN: Professor Farrah Margareta, Ph.D
Email: azepl7@gmail.com/asephermawan@trisakti.ac.id

**Head of Master of Management Department,
Faculty of Economics & Business,
Universitas Trisakti, Indonesia**

Professor. Farrah Margareta, Ph.D

On behalf of Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage (VRU), Pathum Thani, Thailand, I would like to cordially invite you to attend the workshops on management and cultural exchange at Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, which will be held on 6-7 March 2023. Your activities will consist of international community service and SME Workshops.

We are delighted that you will come to our university and look forward to meeting you.

Sincerely,
Assoc.Prof.Dr.Sombat Kotchasit
President of VRU

**LAMPIRAN 2 : DAFTAR PESERTA WORKSHOP DAN INTERNATIONAL
COMMUNITY SERVICE
PATHUM TANI, THAILAND 5 – 9 MARET 2023**

NO	NAMA	JABATAN	KETERANGAN
1.	Dr. Khomsiyah, Ak,MM	WR 2	
2.	Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM	Dekan FEB	
3.	Dr. Husna Leila Yusran, MM	WD 1	
4.	Dr. Titik Aryati, Ak,M.Si,CA	WD 2	
5.	Abu Bakar Arif,SE, MM	WD 3	
6.	Prof. Dr Asep Hermawan, M.Sc	WD 4	Koordinator Acara/Penghubung
7.	Prof. Farah Margaretha, ME,Ph.D	Kaprodi MM	
8.	Dr. Kurniawati, MM	Sekprodi MM	
9.	Dr. Renny Risqiani, MM	Dosen MM	
10.	Dr. B. Medina Nilasari, MM	Dosen MM	
11.	Dr. Hermanto Yaputra, MM	Dosen MM	
12.	Dr. Maria Ariesta Utha, MM	Dosen MM	
13.	Dr.Yosephina Endang Purba, MSc.	Dosen MM	
14.	Dr. Febria Nalurita, MM	Dosen MM	
15.	Dr. Kristian Chandra, MM	Dosen MM	Koordinator Tim PKM I
16.	Nico Lukito, SE,MM	Dosen MM	Koordinator Tim PKM II
17.	Sasantyarini, SE, MM	Tendik	
18.	Siti Mardiah, SKom	Tendik	
19.	Romdhoni,SKom,MH	Tendik	
20.	Amir Hamjah	Tendik	
21.	Melda Nur Hasnah, S.Pus	Tendik	
22.	Muhammad Arief Kurniawan	Tendik	
23.	Ulfi Naria Rahmawati, SM	Tendik	Koordinator pembuatan laporan kegiatan
24.	Ihsanul Walidaeni, SM	Tendik	

**LAMPIRAN 3 : TIM INTERNASIONAL COMMUNITY SERVICE (PKM)
PATHUM TANI, THAILAND 5 – 9 MARET 2023**

JABATAN	PKM I (Digital Marketing)	PKM II (Fintek/Pendanaan)
Ketua	Nico Lukito, SE,MM	Dr. Kristian Chandra, MM
Sekretaris	Dr. Maria Ariesta Utha, MM	Dr. Febria Nalurita, MM
Publikasi dan HKI	Dr. Hermanto Yaputra, MM	Dr. Yosephina Endang Purba ,MSc.
Anggota	1. Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM	1. Dr. Khomsiyah, Ak,MM
	2. Dr. Husna Leila Yusran, MM	2. Dr. Titik Aryati, Ak,M.Si,CA
	3. Prof. Dr Asep Hermawan, M.Sc	3. Abu Bakar Arif,SE, MM
	4. Dr. Kurniawati, MM	4. Prof. Farah Margaretha, ME,Ph.D
	5. Dr. Renny Risqiani, MM	5. Dr. B. Medina Nilasari, MM
	6. Romdhoni,S.Kom,MH	6. Sasantyarini, SE, MM
	7. Siti Mardiah, S.Kom	7. Muhammad Arief Kurniawan
	8. Ulfi Naria Rahmawati,SM	8. Melda Nur Hasnah, S.Pus
	9. Ihsanul Walidaeni, SM	9. Amir Hamjah
	10. Mahasiswa	10. Mahasiswa

Lampiran 4. Surat SPJ (perjalanan) yang sudah tanda tangan masyarakat/ institusi yang dikunjungi/ Berita acara kegiatan tanda tangan kedua belah pihak.



CERTIFICATE

Number:

We hereby inform that the Master of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Trisakti has held Community Service (PKM) on:

Day/Date : 6 – 7 March 2023.
Location : Roti Sai Mai, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand.
Event : Counseling and Training.

The names of the lecturers and extension members are as follows:

1. Nico Lukito, SE.MM.	Chairman
2. Dr. Maria Ariesta Utha, MM.	Secretary
3. Dr. Hermanto Yaputra, MM.	Publications And Intellectual Property Rights
4. Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM.	Member
5. Dr. Husna Leila Yusran, MM.	Member
6. Prof. Dr. Asep Hermawan, M.Sc.	Member
7. Dr. Kurniawati, MM.	Member
8. Dr. Renny Risqiani, MM.	Member
9. Romdhoni, S. Kom, MH.	Member
10. Siti Mardiah, S. Kom.	Member
11. Ulfi Naria Rahmawati, SM.	Member
12. Ihsanul Walideni, SM.	Member

Counseling was aimed at **Roti Sai Mai Small Medium Enterprises In Phra Nakhon Si Ayutthaya Province Thailand**, with the theme **"GREEN DIGITAL MARKETING IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES"**

Thus we make this certificate so that it can be used properly. We thank you for your attention.

Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, 06 March 2023


(Thawatporn G.)

Lampiran 5. Absensi

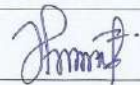


LIST OF ATTENDEES
INTERNATIONAL COMMUNITY SERVICE
MASTER OF MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS TRISAKTI
AT ROTI SAI MAI PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE THAILAND
6 – 7 MARCH 2023

Date And Time	:	6 – 7 MARCH 2023
Place	:	ROTI SAI MAI, PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE THAILAND.
Community Service Title	:	GREEN DIGITAL MARKETING IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

TEAM INTERNATIONAL COMMUNITY SERVICE.

NO	NAME	POSITION	PHONE NUMBER	SIGNATURE
1.	Nico Lukito,SE.MM.	Chairman	081806221011	
2.	Dr. Maria Ariesta Utha,MM.	Secretary	081280090010	
3.	Dr. Hermanto Yaputra,MM.	Publications And Intellectual Property Rights	08111895018	
4.	Dr. Yolanda Masnita Siagian,MM.	Member	0816702751	
5.	Dr. Husna Leila Yusran,MM.	Member	081318000940	
6.	Prof.Dr. Asep Hermawan, M.Sc.	Member	08161321855	
7.	Dr. Kurniawati,MM.	Member	081289777165	

8.	Dr. Renny Risqiani,MM.	Member	0811 0801067	
9.	Romdhoni,S.Kom,MH.	Member	08121000925	
10.	Siti Murdiah,S.Kom.	Member	0812 09768110	
11.	Ulfi Naria Rahmawati,SM.	Member	082213682109	
12.	Ihsanul Walideni,SM.	Member	087772214008	
13.		Member		



LIST OF ATTENDEES
INTERNATIONAL COMMUNITY SERVICE
MASTER OF MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS TRISAKTI
AT ROTI SAI MAI PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE THAILAND
6 – 7 MARCH 2023

COMMUNITY SERVICE PARTICIPANTS

NO.	NAME	PHONE NUMBER	SIGNATURE
1.	Dr. Tharatpam Grace	093-1326618	Tharatpam G.
2.	Dr. Kamouwat Ph.	094-7581985	K. Phewat
3.	Namngear Kongsomboon	0988416434	Namngear.
4.	Jitrawadee Teanthong	064-631-2624	Jitrawadee
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			



LIST OF ATTENDEES
INTERNATIONAL COMMUNITY SERVICE
MASTER OF MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS TRISAKTI
AT ROTI SAI MAI PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE THAILAND
6 FEBRUARY 2023

COMMUNITY SERVICE PARTICIPANTS

NO.	NAME	PHONE NUMBER	SIGNATURE
1.	Assistance Prof. Dr. Thanatpon Anue	093-1328618	Thanatpon G.
2.			
3.			
4.	Aoy	065-3308114	Aoy
5.	Kai	80649-9019	Kai
6.	Nit	806499019	Nit
7.	NUT	080-6634413	NUT
8.	Da	080-6634413	Da
9.	Chonthicha	098-5072162	Chon
10.	Jittima	065-6954809	Jittima
11.	Paru	065-6954809	Paru
12.	Ma	092-496847	Ma

13.	Na	098-8088360.	Na
14.			
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			

Lampiran 6. Gambar/poster/peta (yang tidak masuk dalam laporan-jika ada)





TIM PkM

Nico Lukito, SE, MM, CMA,
Dr. Maria Ariesta Utha, MM,
Dr. Hermanto Yaputra, MM,
Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM,
Dr. Husna Leila Yusran, MM,
Prof. Dr. Asep Hermawan, M.Sc.

Dr. Kurniawati, MM,
Dr. Renny Risqiani, MM,
Romdhoni, S. Kom, MH,
Siti Mardiah, S. Kom,
Ihsanul Walidani, SM.

GREEN DIGITAL MARKETING IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

LATAR BELAKANG

Bisnis digital menjadi sangat penting dan wajib dipelajari oleh semua entrepreneur. Bisnis sekarang ini mau tidak mau bergerak ke dunia digital untuk bertahan melawan arus teknologi dan persaingan dari usaha-usaha lain. Banyak pelaku-pelaku usaha yang harus tutup karena terlambat berevolusi ke dunia yang baru, dunia yang menggunakan teknologi digital. Keadaan saat ini entrepreneur baru tidak perlu mengalami ketakutan yang sama sebab rata-rata bisnis baru yang dimulai saat ini sudah pasti disertai dengan platform digital. Bisnis digital menjadi harapan di masa depan yaitu:

1. Memperluas target pasar baik di dalam negeri maupun luar negeri,
2. Data lebih akurat dan cepat,
3. Bertujuan jangka panjang,
4. Potensi penghasilan tanpa batas.

Selain di Indonesia, bisnis digital juga berkembang di negara-negara Asia Tenggara khususnya di Thailand. Roti Sai Mai merupakan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di daerah Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand yang dikenal sebagai pembuat permen yang dibungkus roti atau permen kapas di Ayutthaya, merupakan makanan penutup dari Thailand. Makanan penutup ini bernuansa Islami yang disajikan dengan membungkus permen kapas dengan roti manis.

Ban Khong Pho Sufficiency Economy Learning Center di District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand. Merupakan prakarsa dari Yang Mulia Raja Bhumibol Adulyadej, Raja Rama IX. Pusat Pembelajaran Ekonomi Kekurangan "Ban Khong Pho" merupakan tempat yang idenya dari Raja Rama IX yang memprakarsai teori pertanian baru dengan ekonomi kekurangan, cukup untuk hidup, cukup untuk makan dan cukup untuk digunakan, untuk Para pelaku UMKM di Thailand didalam menggunakan digital marketing harus tahu mengu-

1. Memperkenalkan produk, mengingatkan kembali, memberi informasi baru,
2. Siapa saja yang akan menjadi pelanggan baru dan pelanggan tetap,
3. Menciptakan konten menarik,
4. Jadwal posting konten yang baik,
5. Menjawab semua pertanyaan dan komen, memberikan reaksi sederhana,
6. Rencanakan anggaran,
7. Mengawasi kegiatan di sosial media, jangan dibiarkan berjalan sendiri, lihat fasilitas untuk mengawasi konten

Strategi-strategi untuk memasarkan produk di marketplace:

1. Pilih nama online store yang mudah diingat,
2. Gunakan logo dan desain branding yang unik dan menarik,
3. Gunakan foto yang menarik dan jelas,
4. Gunakan deskripsi produk yang menarik dan jelas,
5. Gunakan berbagai macam atau berbagai variasi kurir/ekspedisi.

WAKTU DAN TEMPAT

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan dari tanggal 6 – 7 Maret 2023 di Thailand.

Kegiatan PKM dilaksanakan di Pusat Komunitas Produsen Roti Sai Mai, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand dan di Ban Khong Pho Sufficiency Economy Learning Center di District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand.

PESERTA

Peserta kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) adalah Karyawan Produsen Roti Sai Mai, jumlah karyawan total 80 orang, namun yang hadir adalah 40, sisa nya bekerja pada shift berikutnya, Dosen Prodi Magister Manajemen FEB Universitas Trisakti, beberapa mahasiswa baik mahasiswa Prodi MM dan mahasiswa Walaya Alongkorn Rajabath University, Pathum Thani, Thailand. Sebagian besar para peserta adalah pemilik usaha, karyawan, dosen Prodi MM dan mahasiswa lokal.



METODE PALAKSANAAN



KESIMPULAN

Kegiatan PKM penyuluhan dan pelatihan ini berlangsung baik dan lancar. Adapun yang menjadi sasaran pesertanya adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM), di pusat komunitas produsen Roti Sai Mai di daerah Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand yang dikenal sebagai pembuat permen yang dibungkus roti atau permen kapas di Ayutthaya. Serta di Ban Khong Pho Sufficiency Economy Learning Center di District: Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand. Merupakan tempat yang idenya dari Raja Rama IX yang memprakarsai teori pertanian baru dengan ekonomi kekurangan, cukup untuk hidup, cukup untuk makan dan cukup untuk digunakan, untuk beradaptasi

Beberapa hal yang menjadi kesimpulan dalam penyuluhan dan pelatihan ini:

1. Roti Sai Mai sudah berjalan lebih dari 4 tahun,
2. Jumlah karyawan lebih dari 10 orang,
3. Produk yang terjual dalam sehari lebih dari 15 produk,
4. Promosi dilakukan baik di media cetak maupun media sosial,
5. Konsumennya kebanyakan berumur lebih dari 5 tahun,
6. Dengan menjaga kualitas dari produk yang dibuat sehingga brand dapat dipertahankan lebih

Lampiran 7. Materi/modul/poster pelaksanaan/angket dsb(jika ada)

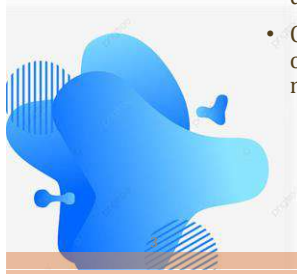


Green Marketing

Green mix 1. Product 2. Price 3. Place 4. Promotion	Green Tools • Eco-Label • Eco Branding	Key green marketing challenges are as follows: • New Concept • New Factor • Sustainability
--	---	---

Green Marketing & Technology Acceptance Model Theory (TAM)

- The Technology Acceptance Model is a model that provides a better understanding of the use and adoption of information technology
- The TAM model shows that when a user is presented with a new technology, it will influence decisions regarding how and when the technology is used.
- These factors are;
 1. perceived usefulness (PU) and
 2. perceived ease of use (PEOU).
- Consumers of environmentally friendly products with the help of technology can determine which products are environmentally friendly and good for use.
- Organizations can modify services so they are easy to use. With the help of technology, organizations can provide information regarding products/services according to customer needs and this will increase customer trust and loyalty.



Khusus buat yang ingin jadi pengusaha atau pengusaha yang ingin menambah penjualan...



Pemasaran Digital

- Jadi Pemasaran Digital itu Apa ?
- Macamnya apa saja ?

5

PEB - Universitas Trisakti

Digital Marketing

Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produk atau jasa mereka melalui jaringan internet dan dalam berbagai bentuk media komunikasi digital lainnya.



PEB - Universitas Trisakti

Macam-macam Digital Marketing



Tahap dalam Pemasaran Digital



Rencanakan Media sosial yang akan digunakan



- **Instagram**
 - Feed
 - Story
 - Reel
 - Live
- **Facebook**
 - Events
 - Groups
 - Newsfeed
 - Gaming
 - Videos
 - Shopping
- **Youtube**
 - Short
 - Video
 - Live
 - Post
- **Tiktok**
 - Video
 - Tiktok Ads
- **Whatsapp**
 - Post
 - Status
- **Twitter**

Tips

- Pelajari ciri khas masing masing Media Sosial (termasuk ukuran gambar/video)
- Jangan hanya posting tapi pelajari impact setelah posting
- Banyak bersabar dan banyak mencoba

Gunakan alat yang memadai untuk membuat konten



- Alat apa yang akan kita gunakan:
 - Komputer/Laptop, sangat rekomendasi karena kemampuan dan penggunaan yang lebih nyaman
 - Tetapi susah mendapatkan software aplikasi yang Gratis
- Smartphone
 - Praktis dan banyak aplikasi gratis untuk konten creator
 - Kamera cukup bagus untuk dapat digunakan foto produk
 - Tetapi bekerja dengan layar yang kecil membuat cepat lelah serta spec rendah membatasi pekerjaan

Materi konten yang menarik



- Foto
 - Buat semenarik mungkin dengan Teknik yang baik.
- Video pendek maupun Panjang
 - Bila tidak dapat menghasilkan gambar yang sangat bagus, usahakan suaranya bagus.
- Narasi
 - Gunakan kalimat yang mudah dimengerti serta disesuaikan dengan target audience

11

FEB - Universitas Trisakti

Membuat akun pada marketplace yang ada



	Marketplace	Pengunjung Bulanan
#1	Tokopedia	157.233.300
#2	Shopee	132.776.700
#3	Lazada	24.686.700
#4	Bukalapak	23.096.700
#5	Orami	19.953.300
#6	Bibli	16.326.700
#7	Ralali	8.883.300
#8	Zalora	2.776.700
#9	JD.ID	3.823.300
#10	Bhinneka	2.360.000
#11	Sociolla	1.456.700
#12	Jakmall	825.000
#13	Matahari	737.800
#14	Jakarta Notebook	697.200
#15	Mapclub	662.000

- Buatlah Akun pada Marketplace yang ada
- Pilihlah yang sesuai dengan karakteristik produk yang dijual

12

FEB - Universitas Trisakti

Kelebihan Online Marketplace



Tips Berjualan pada Marketplace

- Pilih nama toko yang mudah diingat
- Gunakan Logo Dan Desain Branding Yang Unik Dan Menarik
- Gunakan berbagai macam atau berbagai variasi kurir/ekspedisi
- Gunakan Deskripsi Produk yang Menarik dan Jelas
- Gunakan Foto yang menarik dan Jelas
- Harga Bersaing
- Respon Cepat Ketika ada yang Bertanya
- Gunakan Fitur Iklan di marketplace
- Promosi ditempat lain

Evaluasi setiap postingan pada Media Sosial maupun Online Marketplace

- Pergunakan fasilitas engagement yang ada pada setiap media social
- Buat juga akun pada Google, selain gratis juga membantu kita untuk tampil pada mesin pencari
- Kelebihan lain dari akun pada google adalah memberikan analytic yang kita butuhkan dalam berusaha

Kesimpulan

1. Kondisi global serta ancaman krisis ekonomi seharusnya dipandang sebagai sebuah kesempatan dan peluang untuk usaha dengan skala yang kecil.
2. Menggunakan Platform digital merupakan sebuah keharusan. Digital bukan hanya milik perusahaan yang sudah besar, seharusnya UMKM juga dapat ikut dalam penggunaannya secara lebih agresif lagi.
3. Media Sosial sudah menyediakan sarana untuk melakukan pemasaran, sedangkan online marketplace memfasilitasi hal-hal yang diperlukan dalam menjalankan bisnis.





QUESTIONNAIRE
INTERNATIONAL COMMUNITY SERVICE
MASTER OF MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS TRISAKTI
AT ROTI SAI MAI PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE THAILAND
6 – 7 MARCH 2023

Date And Time	: 6 – 7 MARCH 2023
Place	: ROTI SAI MAI, PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE THAILAND.
Community Service Title	: GREEN DIGITAL MARKETING IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Business Owner Name	:	
Age	:	
Phone Number	:	
Business Location	:	

Question Community Service:

No	Question	Answer
1.	Berapa lama sudah berjualan Roti Sai-Mai ini? <i>How long have you been selling this Roti Sai Mai?</i>	A. < 1 Year B. 2 Year C. 3 Year D. 4 Year E. > 4 Year
2.	Berapa jumlah karyawan? <i>How many employees?</i>	A. < 5 Person B. 6-10 Person C. 11-15 Person D. > 15 Person
3.	Berapa banyak produk yg dapat terjual dalam 1 hari? <i>How many products can be sold in 1 day?</i>	A. < 5 Products B. 6 – 10 Products C. 11 – 15 Products D. > 15 Products
4.	Apa ada peningkatan penjualan dalam 3 tahun ini? <i>How many products can be sold in 1 day?</i>	A. Yes B. No
5.	Bagaimana promosi yang dilakukan saat ini? <i>How is the promotion currently being carried out?</i>	A. No promotions. B. Promotion in print media. C. Promotion on Radio and TV D. Promotion on Social Media. E. Other promotions.
6.	Apakah sudah menggunakan Sosial Media? <i>Have you used Social Media?</i>	A. Yes B. No
7.	Kalau sudah menggunakan Sosial Media apa saja yang digunakan? <i>If you already use Social Media, what do you use?</i>	A. Instagram B. Facebook C. Youtube D. Whatsapp E. Twitter F. Others
8.	Siapa target konsumennya (umur) ? <i>Who is the target consumer (age)?</i>	A. < 5 Year B. 5-17 Year C. 18 -25 Year D. >25 Year

9.	Bagaimana kalau produk tidak habis dalam 1 hari, diapakan? <i>What if the product doesn't run out in 1 day, what happens?</i>	A. Resale Tomorrow. B. Products made differently C. Discarded D. Others
10.	Bagaimana cara mempertahankan penjualan/<i>brand</i> sampai saat ini? <i>How to maintain sales/brand until now?</i>	

Lampiran 8. Scan/copy KTM mahasiswa dan KTP Alumni

**PROVINSI DKI JAKARTA
JAKARTA PUSAT**

NIK : 3171010311690001

Nama : ROMDHONI
 Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 03-11-1989
 Jenis Kelamin : LAKI-LAKI Gol. Darah : B
 Alamat : JE BATU TULIS XIV NO.7
 RT/RW : 008 / 002
 Kel/Desa : KEBON KELAPA
 Kecamatan : GAMBIR
 Agama : ISLAM
 Status Perkawinan : KAWIN
 Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA
 Kewarganegaraan : WNI
 Berlaku Hingga : 03-11-2016



JAKARTA PUSAT
20-11-2011

[Signature]

**PROVINSI BANTEN
KABUPATEN TANGERANG**

NIK : 3174104404690016

Nama : SITI MURDIAH
 Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 04-04-1989
 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : O
 Alamat : KARAWACI RESIDENCE B7 NO. 8
 RT/RW : 005/032
 Kel/Desa : BOJONG NANGKA
 Kecamatan : KELAPA DUA
 Agama : ISLAM
 Status Perkawinan : KAWIN
 Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA
 Kewarganegaraan : WNI
 Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP



TANGERANG
11-01-2023

[Signature]



CS Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 9. Bukti integrasi dengan penelitian, Dikjar, dan PKM (Program Kreativitas Mahasiswa)

 UNIVERSITAS TRISAKTI JAKARTA	Dokumen Level: RPS	Kode/No: DU1.2.4-KUR-04.RPS/
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		Tanggal dikeluarkan: 20 Agustus 2021
PROGRAM STUDI MANAJEMEN		No. Revisi: 0

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) MATA KULIAH: MANAJEMEN PEMASARAN

Digunakan untuk melengkapi:		Kurikulum Operasional Program Studi	
PROSES	PENANGGUNG JAWAB		
	Nama	Jabatan	Tandatangan
1. Perumusan	Dr. Renny Risqiani	Koordinator Mata Kuliah	
2. Pemeriksaan	Dr. Wahyuningsih ME., MPhil.	Tim Kurikulum	
3. Persetujuan	Sri Yanti Kusumastuti SE., MSi.	Ketua Jaminan Mutu Fakultas	
4. Penetapan	Prof. Farah Margaretha ME., PhD.	Ketua Program Studi Magister Manajemen	
5. Pengendalian	Sasanyarni, SE, MM	Ketua Sekreariat Magister Manajemen	

Kode/No:DU1.2.4-KUR-04.RPS/EMU

UNIVERSITAS
TRISAKTI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS
JURUSAN/PROGRAM STUDI MANAJEMEN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

NAMA MATA KULIAH	KODE MK	Jenis MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
MANAJEMEN PEMASARAN	EMU	Matakuliah Wajib	3	II	20 Agustus 2021

Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi)				
	P1	Menguasai teori dan metode terbaru yang terkait dalam bidang manajemen yang diperoleh dalam proses pembelajaran dengan memperhatikan perkembangan bisnis kekinian			
	P2	Mampu menganalisis dan mengevaluasi peluang dan tantangan bisnis serta berbagai isu dalam bisnis secara kritis, baik lingkup nasional maupun internasional.			
	KK1	Mampu menetapkan tujuan organisasi, menyusun rencana strategi, serta mengembangkan strategi komunikasi dan interaksi yang efektif pada pemangku kepentingan			
	KK2	Mampu mengambil keputusan dan merekomendasikan solusi pada level manajerial melalui pendekatan interdisipliner dan multidisiplin ilmu.			
	S1	Berperilaku etis, bertanggung jawab dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.			
	S2	Berjiwa kewirausahaan, memiliki kemampuan memimpin dan bekerjasama dalam tim lintas fungsi dan budaya.			
	CPMK (Capaian Pembelajaran Lulusan yang Dibebankan pada Mata Kuliah)				
	CPMK1	Mahasiswa mampu menguasai teori dan metode terbaru yang terkait di bidang manajemen serta mampu menyusun ide, hasil pemikiran, dan argumentasi secara bertanggung jawab dan berintegritas berdasarkan etika akademis (P1, S1)			
	CPMK2	Mahasiswa mampu menetapkan dan menganalisis tujuan organisasi, mengevaluasi peluang dan tantangan bisnis dari berbagai isu dalam lingkup nasional maupun internasional (P2, KK1)			
	CPMK3	Mahasiswa mampu menyusun rencana strategi, mengevaluasi dan memberikan solusi pada level manajerial berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang pernah didapatkan (KK1, KK2)			
	CPMK4	Mahasiswa mampu mengembangkan diri pada bidang manajemen yang telah diperoleh selama masa studi untuk perubahan lingkungan yang sangat dinamis (KK3)			

	CPMK5	Mahasiswa diharapkan mampu untuk selalu berperilaku etis, bertanggung jawab, disiplin dan memiliki kepekaan sosial dan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan agar lingkungannya mampu berkelanjutan untuk lebih baik lagi (S1)
	CPMK6	Mahasiswa mampu memimpin dan bekerjasama dalam tim lintas fungsi dan budaya serta memiliki jiwa wirausaha dalam mengembangkan usahanya (S2)
	CPMK7	Mahasiswa mampu mengevaluasi dan menganalisis peluang dan tantangan bisnis dalam berbagai dinamika yang ada, agar suatu saat mampu untuk bersaing dan tangguh dalam menghadapi permasalahan (P2)
	Sub CPMK1	Mahasiswa mampu memahami manajemen pemasaran melalui pemahaman terkait definisi pemasaran dalam realitas terkini dan menganalisis serta mengevaluasi strategi perencanaan pemasaran
	Sub CPMK2	Mahasiswa mampu mendapatkan pengetahuan dan wawasan baru terkait pemasaran dengan melakukan evaluasi metode pemasaran permintaan, pengumpulan data, dan analisa riset pemasaran
	Sub CPMK3	Mahasiswa mampu menganalisis tentang bagaimana menciptakan hubungan loyalitas jangka panjang dengan pelanggan, dan mengevaluasi <i>consumer</i> maupun <i>business markets</i> serta analisis mendalam untuk melakukan penetrasi/masuk ke pasar global (P1, P8, KU1)
	Sub CPMK4	Mahasiswa dapat menganalisis segmentasi dan target pasar, serta memahami <i>brand positioning</i> dan juga ekuitas merek beserta keunggulan kompetitif pemimpin pasar
	CPMK5	Mahasiswa mampu menganalisa strategi suatu produk dan layanan, serta analisa terkait strategi penentuan harga dan program kerja
	CPMK6	Mahasiswa mampu menganalisa dan mengevaluasi saluran pemasaran yang terintegrasi termasuk analisis terkait saluran distribusi seperti <i>retail</i> , <i>wholesaler</i> , maupun logistik
	CPMK7	Mahasiswa mampu menganalisa dan mengevaluasi komunikasi pemasaran yang terintegrasi. Pertama, <i>mass communications</i> seperti periklanan, promosi penjualan, <i>event</i> , dan hubungan masyarakat. Kedua, <i>digital communications</i> yaitu media sosial, <i>online</i> , dan <i>mobile</i> . Ketiga, <i>personal communications</i> seperti <i>personal selling</i> maupun pemasaran berbasis <i>database</i>
	CPMK8	Mahasiswa mampu menganalisa dan mengevaluasi pemasaran yang bersifat holistik dan berorientasi pada kesuksesan jangka panjang

Diskripsi SingkatMK	Mata kuliah Manajemen Pemasaran bertujuan untuk memahami cara perusahaan mencapai tujuan pemasarannya dengan menentukan target pasar dan menggunakan strategi serta taktik untuk mendesain, menyampaikan dan mengkomunikasikan nilai yang ditawarkan agar mendapatkan keuntungan untuk perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan memilih target pasar yang tepat, menciptakan nilai dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen, membangun merek yang kuat, mendesain penawaran pasar, memahami strategi untuk menyampaikan nilai dan mengkomunikasikannya kepada konsumen serta menciptakan pertumbuhan jangka panjang dengan berbagai tipe produk keuangan dan turunannya, yang diimplementasikan dalam praktik bisnis serta berbagai alat manajemen risiko, sehingga dengan demikian akan memiliki pengalaman belajar dalam melakukan pengambilan keputusan keuangan seorang manajer pada situasi-situasi tertentu yang dihadapi.
----------------------------	---

Bahan Kajian / Pokok Bahasan	1. Definisi pemasaran dalam konteks terkini dan pengembangan perencanaan strategi pemasaran. 2. Pengumpulan informasi, peramalan permintaan, dan pembahasan tentang riset pemasaran. 3. Pembahasan terkait hubungan jangka panjang dengan pelanggan, analisa pasar konsumen maupun bisnis serta penetrasi pasar global. 4. Identifikasi segmentasi dan target pasar, pembahasan terkait ekuitas dan <i>positioning</i> merek. 5. Strategi produk/layanan, dan pengenalan pada pasar baru serta strategi penentuan harga. 6. Desain dan manajemen saluran pemasaran yang terintegrasi beserta saluran distribusi 7. Komunikasi pemasaran yang terintegrasi di mana penekanan pembahasan pada komunikasi <i>mass</i> dan <i>digital</i> serta komunikasi berbasis <i>data base</i> dan secara langsung. 8. Pemasaran holistik yang berorientasi pada kesuksesan organisasi di masa depan.				
Referensi	<table border="1"> <tr> <td>Utama</td><td> 1. Kotler, P. Keller, K. (2016). Marketing Management, 15e, Pearson. 2. Kotler, P. Keller, K, Swee Hoon Ang, Chin Tiong Tan, Siew Meng Leong (2018). Marketing Management : an Asian Perspevtive, Pearson </td></tr> <tr> <td>Pendukung</td><td>1. Artikel Jurnal/ Studi Kasus</td></tr> </table>	Utama	1. Kotler, P. Keller, K. (2016). Marketing Management, 15e, Pearson. 2. Kotler, P. Keller, K, Swee Hoon Ang, Chin Tiong Tan, Siew Meng Leong (2018). Marketing Management : an Asian Perspevtive, Pearson	Pendukung	1. Artikel Jurnal/ Studi Kasus
Utama	1. Kotler, P. Keller, K. (2016). Marketing Management, 15e, Pearson. 2. Kotler, P. Keller, K, Swee Hoon Ang, Chin Tiong Tan, Siew Meng Leong (2018). Marketing Management : an Asian Perspevtive, Pearson				
Pendukung	1. Artikel Jurnal/ Studi Kasus				
Media Pembelajaran	<table border="1"> <tr> <td>Perangkat lunak:</td><td>Perangkat keras:</td></tr> <tr> <td>PowerPoint, Video, Zoom</td><td>Whiteboard, Notebook & LCD Projector</td></tr> </table>	Perangkat lunak:	Perangkat keras:	PowerPoint, Video, Zoom	Whiteboard, Notebook & LCD Projector
Perangkat lunak:	Perangkat keras:				
PowerPoint, Video, Zoom	Whiteboard, Notebook & LCD Projector				
Nama Dosen Pengampu	1. Dr. Luki Adiati Pratomo 2. Dr. Renny Risqianni				
Mata Kuliah Prasyarat					

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria & Bentuk Penilaian	Indikator Penilaian	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Penjelasan tentang penyelenggaraan perkuliahan matakuliah Manajemen Pemasaran (Aturan-aturan dan metode penilaian)							
1	Mahasiswa mampuMendapatkan pemahaman secara komprehensif terkait definisi pemasaran.	1. Definisi pemasaran dalam realita terkini. 2. Inti konsep pemasaran. 3. Pembahasan terkait fenomena perkembangan teknologi, globalisasi, dan responsibilitas sosial. 4. Nilai pelanggan dan pemasaran.	Pembelajaran aktif dan diskusi.	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	Membaca dan mendiskusikan, Marketing Management.	Kriteria: Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	Kehadiran,ketepatan waktu, keikutsertaan, frekuensi kontribusi, kualitas kontribusi.	3%
2	Menganalisa berbagai pendekatan dan strategi perencanaan perusahaan, lalu melakukan evaluasi pada berbagai strategi pemasaran.	1. Perencanaan strategis perusahaan beserta divisi-divisi terkait. 2. Analisa pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT. 3. Pemasaran berbasis konten.	Pembelajaran aktif dan diskusi.	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	Membaca dan mendiskusikan, , serta mengerjakan tugas ttg Rencana dan Strategi Pemasaran	Kriteria: Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	Kehadiran,ketepatan waktu, keikutsertaan, frekuensi kontribusi, kualitas kontribusi.	3%
3	Mahasiswa mampu memperoleh pengetahuan dan wawasan terbaru yang berhubungan dengan metode peramalan, pengumpulan data, dan riset pemasaran.	1. Komponen-komponen terkait pemasaran modern berbasis sistem informasi. 2. Kecerdasan pemasaran.	Pembelajaran berbasis masalah (studi kasus)	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	Membaca dan mendiskusikan, serta mengerjakan tugas 2, studi kasus terkait riset pemasaran.	Kriteria: Rubrik penilaian ketrampilan penalaran kuantitatif dan kualitatif Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	• Kehadiran,ketepatan waktu, keikutsertaan, frekuensi kontribusi, kualitas kontribusi,keputusan terkait hasil analisis	3%

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
TrisaktiRPSManajemenPemasaran - 2021

		3. Analisis lingkungan makro. 4. Cakupan riset pemasaran. 5. Proses dalam riset pemasaran.					studi kasus riset pemasaran.	
4	Mahasiswa mampu menganalisa hubungan loyalitas jangka panjang pelanggan. Menganalisa dan mengevaluasi <i>consumer</i> maupun <i>business markets</i> . Analisa mendalam untuk melakukan penetrasi/masuk ke pasar global.	1. Cara membangun/menciptakan nilai pelanggan, kepuasan, dan loyalitas. 2. <i>Customer life-time value</i> . 3. Manajemen hubungan dengan pelanggan. 4. Perilaku konsumen. 5. Proses keputusan pembelian. 6. Pasar bisnis dan pasar konsumen. 7. Penetrasi untuk masuk ke pasar global.	Pembelajaran berbasis masalah (studi kasus)	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	Membaca dan mendiskusikan,, serta mengerjakan tugas 'perilaku konsumen'.	Kriteria: Rubrik penilaian ketrampilan penalaran kuantitatif dan kualitatif Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	- Ketepatan menjelaskan, dan menganalisa <i>customer life time value</i> beserta manajemen hubungan pelanggan. - Kemampuan mengambil keputusan dan kesimpulan terkait studi kasus perilaku konsumen.	3%
5	Mahasiswa mampu memahami, dan menganalisa konsep dasar pemasaran yaitu segmentasi, target pasar, dan <i>brand positioning</i>	1. Identifikasi segmentasi pasar. 2. Identifikasi target pasar. 3. <i>Brand positioning</i> .	Pembelajaran aktif, diskusi, dan mengerjakan MCQ	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	• Membaca dan mendiskusikan,, dan mengerjakan Studi kasus STP	Kriteria: Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	Ketepatan menjelaskan, memahami, dan menganalisa kasus	3%
6	Mahasiswa mampu memahami, dan menganalisa konsep dasar pemasaran yaitu ekuitas merek dan keunggulan kompetitif	1. Membangun ekuitas merek. 2. Mengukur ekuitas merek. 3. Ekuitas pelanggan. 4. Strategi keunggulan kompetitif di pasar.	Pembelajaran aktif, diskusi, contoh dan pembahasan	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	• Membaca dan mendiskusikan, Studi kasus, 'Ekuitas Merek'	Kriteria: Rubrik penilaian ketrampilan penalaran kuantitatif dan kualitatif Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	- Ketepatan menjelaskan, memahami, dan menganalisa ekuitas merek. - Kemampuan mengambil	3%

							keputusan terkait studi kasus ekuitas merek.	
7	PRESENTASI DAN TUGAS (40%)							
8	UTS (30%)							
9	Mahasiswa mampu menganalisis secara mendalam strategi yang diterapkan suatu produk ataupun layanan	1. Pengklasifikasian dan karakteristik produk. 2. Hubungan antara merek dengan produk. 3. Kemasan, label, dan jaminan produk. 4. Hakikat layanan. 5. Pengelolaan kualitas layanan.	Pembelajaran aktif, dan diskusi	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	• Membaca dan mendiskusikan,,	Kriteria: penilaian partisipasi dalam kelas	Kehadiran, ketepatan waktu, keikutsertaan, frekuensi kontribusi, kualitas kontribusi.	3%
10	Mahasiswa mampu memahami, menganalisa, dan mengevaluasi cara untuk masuk ke dalam suatu pasar/ <i>market</i> baru. Mendapatkan pemahaman terkait pengembangan strategi penentuan harga.	1. Tantangan untuk masuk ke pasar baru. 2. Tantangan pengembangan produk/ layanan baru. 3. Strategi penentuan harga. 4. Psikologi harga. 5. Adaptasi harga.	Pembelajaran berbasis masalah (studi kasus) Menyusun paper untuk dipresentasikan pada pertemuan ke-14	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	• Membaca dan mendiskusikan,, dan mengerjakan studi kasus terkait strategi penentuan harga	Kriteria: Rubrik penilaian ketrampilan penalaran kuantitatif dan kualitatif. Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	• Kemampuan menganalisa cara efektif untuk pengembangan produk baru. • Ketepatan dalam analisa dan evaluasi beberapa strategi penentuan harga.	3%

11	Mahasiswa mampu menganalisa dan mengevaluasi saluran pemasaran yang terintegrasi termasuk analisis terkait saluran distribusi seperti <i>retail</i> , <i>wholesaler</i> , maupun logistik	1. Berbagai macam saluran pemasaran. 2. Peran saluran pemasaran. 3. Pengelolaan saluran pemasaran. 4. Integrasi saluran pemasaran dengan sistem. 5. Pemasaran berbasis <i>e-commerce</i> 6. <i>Retailing, wholesale</i>, dan logistik.	Pembelajaran aktif, diskusi, contoh kasus atau pembahasan kasus riil	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	• Membaca dan mendiskusikan, dan mengerjakan tugas terkait integrasi saluran pemasaran	Kriteria: Rubrik penilaian ketrampilan penalaran kuantitatif dan kualitatif. Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas	• Ketepatan dalam melakukan analisa dan evaluasi integrasi saluran pemasaran. • Ketepatan dalam menjelaskan, menganalisa, dan mengevaluasi saluran distribusi.	3%
12	Mahasiswa mampu menganalisa dan mengevaluasi komunikasi pemasaran yang terintegrasi	1. Peran komunikasi pemasaran. 2. Bauran komunikasi pemasaran. 3. Pengembangan komunikasi efektif. 4. Memilih komunikasi pemasaran. 5. Pengelolaan komunikasi pemasaran yang terintegrasi.	Pembelajaran berbasis masalah (studi kasus)	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	• Membaca dan mendiskusikan, dan mengerjakan studi kasus terkait integrasi komunikasi pemasaran	Kriteria: Rubrik penilaian ketrampilan penalaran kuantitatif dan kualitatif. Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	• Ketepatan dalam menganalisa strategi integrasi komunikasi pemasaran. • Kemampuan dalam menganalisa dan mengevaluasi desain komunikasi pemasaran.	3%
13	Mahasiswa mampu menganalisa dan mengevaluasi <i>mass communications</i> seperti periklanan, promosi penjualan, <i>event</i> , dan hubungan masyarakat	1. Pengembangan dan pengelolaan program periklanan. 2. Promosi penjualan. 3. <i>Event activation</i>. 4. Hubungan masyarakat.	Pembelajaran aktif, dan diskusi.	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	• Membaca dan mendiskusikan, mengerjakan study kasus terkait promosi	Kriteria: Rubrik penilaian ketrampilan penalaran kuantitatif dan kualitatif. Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	• Ketepatan dalam menganalisa strategi integrasi komunikasi pemasaran. • Kemampuan dalam menganalisa dan mengevaluasi desain komunikasi pemasaran	3%

14	Mahasiswa mampu menganalisa dan mengevaluasi konsep <i>digital</i> dan <i>personal communications</i> .	1. Pemasaran berbasis <i>online</i> . 2. Pemasaran berbasis media sosial. 3. Komunikasi <i>word of mouth</i> . 4. Pemasaran berbasis <i>mobile</i> . 5. Konsep pemasaran secara langsung.	Pembelajaran aktif, diskusi, contoh kasus, dan pembahasan	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	• Membaca dan mendiskusikan, menganalisis kasus terkait promosi	Kriteria: Rubrik penilaian ketrampilan penalaran kuantitatif dan kualitatif. Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas	• Ketepatan dalam menganalisa strategi integrasi komunikasi pemasaran. • Kemampuan dalam menganalisa dan mengevaluasi desain komunikasi pemasaran	3%
15	Mahasiswa mampu menganalisa dan mengevaluasi pemasaran yang bersifat holistik dan berorientasi pada kesuksesan jangka panjang	Presentasi Kelompok mengenai tugas.	Presentasi mahasiswa per kelompok	TM: 3x(50") BT: 3x(60") BM: 3x(60")	• Melakukan presentasi hasil makalah kelompok	Kriteria: Rubrik penilaian ketrampilan penalaran kuantitatif dan kualitatif. Rubrik penilaian partisipasi dalam kelas.	• Nilai presentasi kelompok	3%
16	Ujian Akhir Semester							30%

Catatan:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodi yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. CPL yang dibebankan pada matakuliah adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah matakuliah yang terdistribusi ke setiap ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. CPL Matakuliah (CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada matakuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahasan materi pembelajaran matakuliah tersebut.
4. Sub-CPL Matakuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran matakuliah tersebut.
5. Kriteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Trisakti RPS Manajemen Pemasaran - 2021

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202350074, 27 Juni 2023

Pencipta

Nama : Nico Lukito, SE, MM, CMA, Dr. Maria Ariesta Utha, SE, MM dkk

Alamat : Perumahan Mahkota Simprug B7 No. 12 Gaga, Larangan, Tangerang, Banten, 15154, Tangerang, Banten, 15154

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : Universitas Trisakti

Alamat : Sentra HKI Universitas Trisakti, Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Trisakti Gedung M Lantai 11, Jl.Kyai Tapa No. 1 Grogol, Jakarta Barat 11440, Jakarta Barat, DKI JAKARTA 11440

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : Karya Tulis Lainnya

Judul Ciptaan : GREEN DIGITAL MARKETING IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 6 Maret 2023, di Thailand
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.

Nomor pencatatan : 000483008

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Nico Lukito, SE, MM, CMA	Perumahan Mahkota Simprug B7 No. 12 Gaga, Larangan, Tangerang, Banten, 15154
2	Dr. Maria Ariesta Utha, SE, MM	Perumahan Buana Gardenia, Buana Mega I Blok B2, No. 43 RT 007 RW 004 Pinang Kota Tangerang, Provinsi Banten, 15142
3	Dr. Hermanto Yaputra, SE, MM	Jl. Tambora Raya No. 55a RT 002 RW 002 Tambora, Jakarta Barat, 11220
4	Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM, CIRR, CMA, CPM	Jl. Darmawangsa V No. 6 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12160
5	Dr. Husna Leila Yusran, MM, CMA, CPM	Kh. Mas Mansyur 25-A Blok I.45.1.3 RT 006 RW 011 Kebon Kacang, Tanah Abang, Jakarta Pusat 10240
6	Prof.Dr. Asep Hermawan, MSc	Jl. Batu VII No. 17D Bandung, Jawa Barat 40266
7	Dr. Kurniawati, SE. MM.	Komplek Sandang No. 1A Palmerah, Jakarta Barat 11480
8	Dr. Renny Risqiani, SE, MM	Jl. Pedagangan No. 3 Bintaro, Jakarta Selatan 12330
9	Romdhoni	Jl. Batu Tulis XIV No.7 RT 008 RW 002 Kebon Kelapa, Gambir, Jakarta Pusat 10120
10	Siti Murdiah	Karawaci Residence B7 No.8 RT 005 RW 032 Desa Bojong Nangka, Kelapa Dua, Tangerang 15811
11	Ihsanul Walidaeni	Jl. KH. Wahid Hasyim GG Masjid Nurussalam No. 33 RT 005 RW 004 Jurangmangu Timur, Pondok Aren, Tangerang Selatan 15222





UNIVERSITAS TRISAKTI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Kampus A, Jalan Kyai Tapa, Grogol Jakarta Barat 11440

Telp. 021-5663232 Pes. 8308 Fax. 5644270

Website : www.feb.trisakti.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 09/DL/3-03/FEB/1/2023

- Dasar :
1. SKR Nomor : 177/SKR/BSDM/USAKTI/IX/1997 tanggal 15-08-1997 ketentuan keikutsertaan karyawan Usakti dalam pertemuan ilmiah
 2. SKR Nomor : 040/USAKTI/SKR/II/1998 tanggal 27-02-1998 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Beban Tugas Institusional Dosen Biasa Usakti.
 3. Surat undangan mengikuti worksop bagi dosen dan tendik dari pimpinan Universitas Rajabath Thailand

dengan ini Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

M E N U G A S K A N

Kepada : Nama Terlampir

Untuk : Hadir mengikuti Workshop dan International Community Service

Hari/Tanggal Minggu – Kamis : 5 – 9 Maret 2023

Tempat : Thailand

Demikian surat tugas ini dikeluarkan agar dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan penuh tanggung jawab, serta kepada yang bersangkutan dapat memberikan laporan kepada Wakil Dekan I.

Dikeluarkan di : Jakarta
Pada tanggal : 25 Januari 2023



Dekan,

Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM,CIRR

Disampaikan kepada :

Masing-masing yang bersangkutan

Tembusan :

1. Ka. Prodi MM FEB USAKTI
2. Kasubag. Adm SDM FEB USAKTI

Paraf/NIK :

WD 1/1954	Kaprodi/1396

LAMPIRAN 1 : SURAT UNDANGAN VALAVA ALONGKORN RAJABATH UNIVERSITY

Valaya Alongkorn Rajabhat University
under the Royal Patronage (VRU),
Pathum Thani, Thailand
13180
18th January 2023

ATTN: Professor Farrah Margareta, Ph.D
Email: azepl7@gmail.com/asephermawan@trisakti.ac.id

**Head of Master of Management Department,
Faculty of Economics & Business,
Universitas Trisakti, Indonesia**

Professor. Farrah Margareta, Ph.D

On behalf of Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage (VRU), Pathum Thani, Thailand, I would like to cordially invite you to attend the workshops on management and cultural exchange at Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, which will be held on 6-7 March 2023. Your activities will consist of international community service and SME Workshops.

We are delighted that you will come to our university and look forward to meeting you.

Sincerely,
Assoc.Prof.Dr.Sombat Kotchasit
President of VRU

**LAMPIRAN 2 : DAFTAR PESERTA WORKSHOP DAN INTERNATIONAL
COMMUNITY SERVICE
PATHUM TANI, THAILAND 5 – 9 MARET 2023**

NO	NAMA	JABATAN	KETERANGAN
1.	Dr. Khomsiyah, Ak,MM	WR 2	
2.	Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM	Dekan FEB	
3.	Dr. Husna Leila Yusran, MM	WD 1	
4.	Dr. Titik Aryati, Ak,M.Si,CA	WD 2	
5.	Abu Bakar Arif,SE, MM	WD 3	
6.	Prof. Dr Asep Hermawan, M.Sc	WD 4	Koordinator Acara/Penghubung
7.	Prof. Farah Margaretha, ME,Ph.D	Kaprodi MM	
8.	Dr. Kurniawati, MM	Sekprodi MM	
9.	Dr. Renny Risqiani, MM	Dosen MM	
10.	Dr. B. Medina Nilasari, MM	Dosen MM	
11.	Dr. Hermanto Yaputra, MM	Dosen MM	
12.	Dr. Maria Ariesta Utha, MM	Dosen MM	
13.	Dr. Yosephina Endang Purba, MSc.	Dosen MM	
14.	Dr. Febria Nalurita, MM	Dosen MM	
15.	Dr. Kristian Chandra, MM	Dosen MM	Koordinator Tim PKM I
16.	Nico Lukito, SE,MM	Dosen MM	Koordinator Tim PKM II
17.	Sasantyarini, SE, MM	Tendik	
18.	Siti Mardiah, SKom	Tendik	
19.	Romdhoni,SKom,MH	Tendik	
20.	Amir Hamjah	Tendik	
21.	Melda Nur Hasnah, S.Pus	Tendik	
22.	Muhammad Arief Kurniawan	Tendik	
23.	Ulfi Naria Rahmawati, SM	Tendik	Koordinator pembuatan laporan kegiatan
24.	Ihsanul Walidaeni, SM	Tendik	

**LAMPIRAN 3 : TIM INTERNASIONAL COMMUNITY SERVICE (PKM)
PATHUM TANI, THAILAND 5 – 9 MARET 2023**

JABATAN	PKM I (Digital Marketing)	PKM II (Fintek/Pendanaan)
Ketua	Nico Lukito, SE,MM	Dr. Kristian Chandra, MM
Sekretaris	Dr. Maria Ariesta Utha, MM	Dr. Febria Nalurita, MM
Publikasi dan HKI	Dr. Hermanto Yaputra, MM	Dr. Yosephina Endang Purba ,MSc.
Anggota	1. Dr. Yolanda Masnita Siagian, MM	1. Dr. Khomsiyah, Ak,MM
	2. Dr. Husna Leila Yusran, MM	2. Dr. Titik Aryati, Ak,M.Si,CA
	3. Prof. Dr Asep Hermawan, M.Sc	3. Abu Bakar Arif,SE, MM
	4. Dr. Kurniawati, MM	4. Prof. Farah Margaretha, ME,Ph.D
	5. Dr. Renny Risqiani, MM	5. Dr. B. Medina Nilasari, MM
	6. Romdhoni,S.Kom,MH	6. Sasantyarini, SE, MM
	7. Siti Mardiah, S.Kom	7. Muhammad Arief Kurniawan
	8. Ulfi Naria Rahmawati,SM	8. Melda Nur Hasnah, S.Pus
	9. Ihsanul Walidaeni, SM	9. Amir Hamjah
	10. Mahasiswa	10. Mahasiswa