

PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT PADA UMKM IPEMI (IKATAN PENGUSAHA MUSLIMAH INDONESIA) DI KECAMATAN TEMBALANG, SEMARANG

Muhammad Asrori^{1*}, Noor Suroija², Jati Nugroho³, Aditya Rizki S⁴

^{1,4}Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang,
Jl. Prof Sudarto Tembalang, Kota Semarang, 50275

^{2,3}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang,
Jl. Prof Sudarto Tembalang, Kota Semarang, 50275

*E-mail asrori007@yahoo.com

Abstract

In national development, the low participation of women in development is still a fundamental problem, in addition, discrimination against women is still found in education, economy, politics, health and socio-culture (Khusnul 2009:1). The Indonesian Muslim Entrepreneurs Association (IPEMI) is a community organization formed and established to increase the role and contribution of Muslim entrepreneurs in empowering the community's economy towards economic independence with an Indonesian personality and noble character. Ipemi is a forum for synergizing and developing business networks in facing global economic challenges. The Indonesian Muslim Entrepreneurs Association (IPEMI) in Tembalang District is an Entrepreneur (UMKM) in Tembalang District who are members of the Indonesian Muslim Entrepreneurs Association (IPEMI) who have various businesses in order to achieve their economic independence. Partner Problems: a). Production and human resource aspects: HR skills to carry out the production process are quite good but are not yet supported by adequate production facilities, the production results are in accordance with skills b). Marketing aspect: promotion is still not optimal so that it affects the number of sales of MSME products c). Financial administration aspect: There is still a lack of understanding and application of good financial management (including calculating COGS). The methods applied in this program are: a). Training, b). Mentoring c). Monitoring and feedback The planned activities/programs are: a) Training/ Mentoring for promotion through online/ digital marketing/market place (Tiktok/yoetube/FB/IG etc.) b). Training/ mentoring for financial management (including calculating COGS). The outputs produced are: (a). Availability of online/ digital marketing/ market place promotional media (Tiktok/yoetube/FB/IG etc.) (b). Skilled financial management (including calculating COGS). (c). Scientific articles in scientific journals or speakers at national seminars.

Keywords: UMKM, IPEMI

Abstrak

Dalam pembangunan nasional, rendahnya partisipasi perempuan dalam pembangunan masih menjadi masalah mendasar, disamping itu masih ditemukan diskriminasi terhadap perempuan seperti dalam pendidikan, ekonomi, politik, kesehatan dan sosial budaya (Khusnul 2009:1). Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI) merupakan organisasi kemasyarakatan yang dibentuk dan didirikan untuk meningkatkan peran dan kontribusi pengusaha muslimah dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat menuju kemandirian ekonomi yang berkepribadian Indonesia dan berakhlakul karimah. Ipemi menjadi wadah untuk melakukan sinergi dan pengembangan jaringan usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi global. Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI) wilayah Kecamatan Tembalang adalah Pengusaha (UMKM) di wilayah Kecamatan Tembalang yang tergabung dalam ikatan pengusaha muslimah indonesia (IPEMI) yang mempunyai berbagai usaha dalam rangka untuk menuju kemandirian ekonomi mereka. Permasalahan Mitra : a). Aspek produksi dan sumber daya manusia : Ketrampilan SDM untuk melaksanakan proses produksi cukup baik namun belum

didukung sarana produksi yang memadai, hasil produksinya sesuai dengan ketrampilan b). Aspek pemasaran : masih belum optimalnya promosi sehingga mempengaruhi jumlah penjualan produk UMKM c). Aspek administrasi keuangan: Masih minimnya pemahaman dan penerapan penataan manajemen keuangan yang baik (termasuk menghitung HPP). Metode yang diterapkan dalam program ini adalah : a). Pelatihan, b). Pendampingan c). Monitoring dan *feed back*. Kegiatan/ program yang direncanakan adalah : a) Pelatihan/ Pendampingan promosi melalui *online/ digital marketing/market place* (Tiktok/yoetube/FB/IG dll) b). Pelatihan/ pendampingan tata kelola keuangan (termasuk menghitung HPP). Luaran yang dihasilkan adalah : (a). Tersedianya media promosi *online/ digital marketing/ market place* (Tiktok/yoetube/FB/IG dll) (b). Terampilnya tata kelola keuangan (termasuk menghitung HPP). (c). Artikel ilmiah di jurnal ilmiah atau makalah di seminar nasional

Kata Kunci : UMKM, IPEMI

PENDAHULUAN

Analisis Situasi.

Dalam pembangunan nasional, rendahnya partisipasi perempuan dalam pembangunan masih menjadi masalah mendasar, disamping itu masih ditemukan diskriminasi terhadap perempuan seperti dalam pendidikan, ekonomi, politik, kesehatan dan sosial budaya (Khusnul 2009:1). Diskriminasi tersebut sebagai akibat dari kebudayaan, agama, norma dan adat istiadat yang berkembang dalam masyarakat, selain itu budaya patriarki yang menempatkan perempuan di posisi lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki (Djelantik 2008:240). Posisi tersebut berdampak pada peran perempuan yang hanya sebatas pada urusan domestik atau rumah tangga, sedangkan laki-laki mendapatkan peran public yang lebih luas, sehingga berakibat pada anggapan masyarakat bahwa perempuan tak perlu berpendidikan tinggi (Badan Pusat Statistik 2018:4)

Selain itu, kemiskinan yang menyebabkan kualitas sumberdaya perempuan lebih rendah dari laki-laki karena ketiadaan pendidikan dan keterampilan yang dimiliki perempuan sehingga ketika perempuan masuk ke pasar kerja cenderung akan berupah rendah dan masuk dalam sektor-sektor kerja pinggiran atau informal (Sofiani 2011:345). Pada akhirnya membuat perempuan tidak memiliki kebebasan untuk memilih pekerjaan karena terbatas oleh kemampuan yang dimilikinya. Adapun kemiskinan yang dialami 2 perempuan bersumber dari budaya patriarki yang berkembang dalam masyarakat yang memandang laki-laki berada pada posisi superior sedangkan perempuan subordinat (Mardiah 2019:83). Benturan peran mengurus rumah tangga dan keinginan perempuan untuk bekerja juga menjadi penyebab angka partisipasi kerja perempuan rendah. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) partisipasi perempuan dalam dunia kerja dapat diketahui dengan melihat angka Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK). Diperoleh data BPS tahun 2017 TPAK perempuan berada pada angka 50,89 sedangkan laki-laki berada pada angka 82,51. Data tersebut menunjukkan bahwa partisipasi kerja perempuan masih sangat sedikit dibandingkan dengan laki-laki (Badan Pusat Statistik 2018:4).

Mengingat potensi dan peran perempuan yang dapat dimaksimalkan, hal tersebut kemudian menjadi perhatian berbagai pihak mengenai pembangunan manusia khususnya terkait dengan status dan peranannya. Bersumber dari pembangunan berkelanjutan/Sustainable Development Goals (SDGs) salah satu tujuannya adalah meningkatkan kesetaraan gender dan memberdayakan kaum perempuan (Ishatono 2016). Memberdayakan perempuan artinya meningkatkan kualitas perempuan di berbagai aspek kehidupan. Munculnya gerakan perempuan merupakan upaya

mereka untuk memperjuangkan hak dan posisinya dalam masyarakat. Gerakan tersebut mampu menciptakan ruang gerak bagi perempuan serta menjadi wadah perempuan dalam mengembangkan kemampuannya. Gerakan yang saat ini banyak muncul dalam masyarakat adalah gerakan pemberdayaan perempuan yang diinisiasi oleh berbagai organisasi perempuan (Syafitri 2006:3).

Pemberdayaan kaum perempuan, termasuk di dalamnya organisasi perempuan sangat penting dan relevan untuk dikembangkan secara berkesinambungan. Pemberdayaan perempuan merupakan upaya yang menjadikan perempuan mampu menentukan pilihannya secara mandiri (Ruslan 2010:80). Konsep pemberdayaan perempuan ini menjadi titik terang dalam membebaskan diskriminasi terhadap perempuan, membebaskannya dari kemiskinan, kebodohan serta sejumlah faktor yang mampu menghambat pengembangan diri para perempuan. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Mardiah (2019) menyatakan bahwa pemberdayaan perempuan menjadi penting untuk mampu membantu perempuan dalam merencanakan program, mengatur 4 strategi dan mendapatkan peluang terhadap tantangan yang ada. Perempuan dapat membawa perubahan kualitas ekonomi keluarga maupun masyarakat

Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia atau yang disingkat IPEMI adalah sebuah organisasi kemasyarakatan yang dibentuk dan didirikan untuk meningkatkan peran dan kontribusi Pengusaha Muslimah dalam memberdayakan ekonomi masyarakat menuju kemandirian ekonomi yang berkepribadian Indonesia dan berakhlakul karimah. IPEMI memiliki kedudukan dan fungsi yang strategis, terutama untuk membantu pengembangan usaha-usaha para Muslimah sehingga dapat terus berkembang dan berkontribusi dalam pembangunan nasional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan IPEMI menjadi sangat penting bagi para Pengusaha Muslimah di Indonesia, karena IPEMI dapat menjadi wadah untuk melakukan sinergi dan pengembangan jaringan usaha termasuk untuk meningkatkan daya saing usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi global.

IPEMI memiliki kedudukan dan fungsi yang strategis, terutama untuk membantu pengembangan usaha-usaha para Muslimah, sehingga dapat terus berkembang dan berkontribusi dalam pembangunan nasional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, termasuk penguatan ekonomi para Jamaah Pengajian maupun komunitas Islami lainnya.

Keberhasilan Pengusaha-Pengusaha Muslimah, baik di tingkat daerah, nasional, maupun regional, diharapkan dapat menjadi inspirasi dan semangat bagi Muslimah-Muslimah lainnya untuk terus mengembangkan usaha dan berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis ekonomi kerakyatan.

Keberadaan IPEMI menjadi sangat penting bagi para Pengusaha Muslimah di Indonesia, karena IPEMI dapat menjadi wadah untuk melakukan sinergi dan pengembangan jaringan usaha, termasuk untuk meningkatkan daya saing usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi global.

Visi IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia) Menjadi organisasi pengusaha muslimah terbesar di Indonesia yang bermanfaat dan mandiri untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi muslimah dan masyarakat Indonesia pada umumnya, menuju kemandirian ekonomi yang berkepribadian Indonesia dan berakhlakul karimah.

Misi IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia). Untuk mencapai visi tersebut, maka misi yang akan dilakukan adalah: 1) Menyediakan dan menambah kesempatan usaha bagi para Muslimah. 2) Mengembangkan usah dari pengusaha muslimah dan mencetak pengusahapengusaha muslimah yang baru. 3) Membangun jaringan pemasaran nasional dan regional untuk meningkatkan penjualan produk-produk yang dihasilkan oleh penguaha muslimah yang menjadi anggota IPEMI dan mitra usaha IPEMI. 4) Melakukan edukasi dan pelatihan, serta mendorong pemanfaatan teknologi informasi maupun manajemen usaha modern dalam mengelola usaha muslimah dan organisasi komunitas Islam. 5) Meningkatkan kemandirian ekonomi majelis taklim dan organisasi komunitas Islam lainnya.

Tujuan IPEMI a. Mengembangkan usaha Muslimah, dan meningkatkan jumlah Pengusaha Muslimah di Indonesia. b. Membantu anggota-anggota IPEMI dalam hal: 1) Pengembangan dan peningkatan produksi 2) Memperluas jaringan usaha dan pemasaran 3) Memudahkan akses pembiayaan dan permodalan usaha 4) Meningkatkan akses penggunaan teknologi dan sumber daya manusia 5) Menambah wawasan tentang manajemen usaha 18 c. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat muslim khususnya dan masyarakat Indonesia umumnya. d. Meningkatkan peran dan kontribusi Pengusaha Muslimah dalam pembangunan nasional.

Syarat untuk menjadi anggota Ipemi adalah muslimah dengan kategori muslimah sudah menjadi pengusaha, muslimah yang baru kepingin jadi pengusaha dan muslimah yang hanya sekedar ingin menambah penghasilan..

Industri kecil mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dalam mewujudkan ekonomi masyarakat yang lebih baik. Pentingnya peranan industri kecil dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI

nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam Undang- Undang ini diatur bahwa pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan (Ridwan et al., 2014 dalam kusyairi dkk).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan bagian integral dunia usaha nasional mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya. Usaha kecil merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja serta memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat, dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas ekonomi pada khususnya (Djabbar & Baso, 2019 dalam kusyairi dkk).

Maka dari itu pemberdayaan dan pengembangan menjadi hal yang perlu dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan dengan strategi-strategi yang dirancang dengan matang sehingga keberadaan UMKM mampu menjangkau banyak masyarakat demi mewujudkan kemajuan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, kontribusinya dalam keberjalanan industri kreatif. Selain itu, UMKM juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan dengan sektor usaha lainnya, begitupun dengan kontribusinya yang dianggap penting dalam ekspor dan perdagangan (Departemen Koperasi, 2018).

Jumlah UMKM yang tercatat di keanggotaan IPEMI Kecamatan Tembalang sebanyak 30 UMKM dengan berbagai jenis usaha. Untuk saat ini dipandang aktif dan dipilih oleh ketua kelompok UMKM IPEMI sebanyak 10 UMKM seperti tabel 2 dibawah ini :

Tabel 1. Daftar UMKM IPEMI kecamatan Tembalang

No	Nama	Jenis Usaha	Mulai aktif di IPEMI
1	Ida Hendriyani, S.Pd, M.Hum	Jasa Pendidikan & Pelatihan	2022
2	Nila Primastuti, S.AB	Jasa Kecantikan	2022
3	Rika Wulandari, S.Psi, M.M	Pakaian/ Garment	2022
4	Ifatunnisa	Produk Aksesoris	2022
5	Wiwi Pamikatsih	Produk Craft	2022
6	Ratri Bintari Ekowati	Produk Craft	2022

7	Yanuar Dani Diyah Pangestu (Danai Diyah)	Kuliner/ makanan	2022
8	Heni Susilowati	Produk kesehatan/herbal	2022
9	Dewi	Kuliner	2022
10	Mardalena	Katering	2022

Sumber UMKM IPEMI, Kecamatan Tembalang

Permasalahan umum yang dialami oleh UMKM yang tergabung dalam IPEMI kecamatan Tembalang adalah : a). Ketrampilan SDM untuk melaksanakan proses produksi cukup baik namun belum didukung sarana produksi yang memadai, hasil produksinya sesuai dengan ketrampilan b).Masih belum optimalnya promosi sehingga mempengaruhi jumlah penjualan produk UMKM c) : Masih minimnya pemahaman dan penerapan penataan manajemen keuangan yang baik.

Saat ini secara umum pembinaan UMKM di kecamatan Tembalang dilakukan oleh dinas terkait yaitu Dinas Koperasi dan UMKM. Melalui Program Kemitraan Masyarakat ini diharapkan UMKM di Kecamatan Tembalang khususnya yang tergabung dalam IPEMI dapat berkembang lebih maju lagi.

Permasalahan Mitra

a). Gambaran umum dan kondisi existing mitra UMKM . Aspek produksi

UMKM yang tergabung dalam Kelompok Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI) di Kecamatan Tembalang saat ini yang aktif dan dipilih sebanyak 10 UMKM (daftar tabel 1), dengan berbagai hasil produknya.:

Aspek Pemasaran

Sebagian besar UMKM ini menjalankan aktivitas pemasaran dengan jangkauan masih terbatas dengan menjual langsung konsumen melalui pesanan atau pameran produk. Mereka belum optimal menggunakan media terkini (*online/market place* di sosial media). Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan menggunakan media tersebut. Pemasarannya masih dalam area yang terbatas.

Tabel 2. Jenis Media promosi.

No	Jenis Media	Keterangan
1	Papan nama di tempat produksi	Belum ada
2	Publikasi yang dilakukan oleh pemerintah (Dinas terkait)	Belum ada (pembinaan oleh dinas terkait sudah ada, namun terbatas)
3	Promosi di media sosial	Sebagian besar belum ada
4	Melalui packaging dan merek	Sebagian besar belum ada

Sumber : UMKM IPEMI

Dari data dan wawancara yang dilakukan di UMKM IPEMI di kecamatan Tembalang tersebut didapatkan kesimpulan bahwa aspek pemasaran pada UMKM IPEMI tersebut masih terdapat keterbatasan.

Dukungan Kelurahan sekitar Kecamatan Tembalang

Terjadi hubungan yang sinergis antara Kelurahan disekitar Kecamatan Tembalang yang masing masing kelurahan tersebut mempunyai kepadatan penduduk yang cukup padat sebagai potensi pemasaran di lingkungan sekitar.

Dukungan Industri Pariwisata terhadap UMKM IPEMI

Perkembangan kepariwisataan di kota Semarang signifikan akan mendukung meningkatkan produktivitas *home industry* maupun kerajinan sehingga secara otomatis akan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Aspek aspek finansial serta administrasi.

Dari aspek financial belum ada rencana untuk mengambil tambahan modal dari pihak luar. Sementara masih bisa diatasi oleh pihak pengelola sendiri menyesuaikan dengan pemasukan (*cash in flow*) yang ada. Tata kelola administrasi keuangannya juga belum tertata dengan baik. Masih terdapat kendala dalam menghitung harga pokok produk.

b). Rangkuman profil mitra dan kondisi existing mitra:

Tabel 3. Profil dan kondisi existing

Spesifikasi dan kondisi existing mitra	UMKM IPEMI Kec Tembalang
Produksi (Peralatan, Kapasitas, <i>In process control</i>) dan SDM (Kualifikasi dan jumlah, Peluang training)	Peralatan yang digunakan oleh UMKM adalah peralatan sederhana karena produknya sebagian adalah ketrampilan tangan dalam mendukung proses produksi.

	Kontrol kualitas produk ditentukan oleh kepuasan konsumen setelah membeli produk UMKM tersebut.
Produk (Jenis, Jumlah, Spesifikasi)	Jenis produk berupa : industry rumahan dengan berbagai jenis (lihat foto produk) dengan kuantitas sesuai dengan permintaan,
Manajemen (<i>Production planning, Accounting-Book keeping, Pola manajemen,</i>)	Perencanaan produksi, pembukuan, pola manajemen – belum terencana dan tertata baik.
Pemasaran (Pasar, Teknik pemasaran, Harga jual produk, Konsumen)	Pasar masih bersifat terbatas, teknik pemasarannya masih terbatas jangkauannya dan bersifat lokal, Konsumen masyarakat semarang dan sekitarnya. Harga bersaing.
Fasilitas (Ruang administrasi, Akses ke Jalan raya, Listrik, Telekomunikasi)	Fasilitas (ruang administrasi belum tersedia khusus. Akses ke jalan raya cukup dekat. Listrik tersedia, telekomunikasi melalui HP)
Finansial (Modal usaha)	Pemodalannya sekitar 100% adalah modal sendiri (perorangan)

Sumber : UMKM IPEMI, Kecamatan Tembalang.

METODE PELAKSANAAN.

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi dan solusi yang dilaksanakan , maka metode pelaksanaan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Metode Pelaksanaan

Solusi	Metode	Keterangan
Pendampingan /pelatihan tata kelola keuangan (termasuk HPP).	Pelatihan/pendampingan	Metode yang dilaksanakan dengan tahapan sesuai dengan <i>output</i> dan <i>out come</i> yang akan dicapai.
Promosi melalui marketing/market (Tiktok/yoetube/FB/IG dll)	Pelatihan/pendampingan digital/market place	Metode yang dilaksanakan dengan tahapan sesuai dengan <i>output</i> dan <i>out come</i> yang akan dicapai.

Partisipasi mitra dalam program kemitraan bagi masyarakat ini adalah bersifat aktif partisipatif dalam rangka mencari solusi permasalahan yang dihadapi mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang telah dilakukan adalah : Pada sabtu tanggal 07 September 2024 telah dilakukan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM IPEMI dilaksanakan di kampus Polines , Tembalang Semarang.

a. Pendampingan /pelatihan tata kelola keuangan :

Pendampingan / pelatihan ini mempunyai target, peserta pendampingan/pelatihan bisa memahami tata kelola keuangan secara sederhana. Sebagian peserta belum memahami dan belum ada pemisahan antara keuangan usaha UMKM dengan keuangan rumah tangga (pribadi). Dengan pendampingan ini peserta dapat

- Dapat mengetahui apakah bisnis anda menguntungkan atau justru merugikan
- Dapat membuat laporan keuangan yang diperlukan untuk memperoleh pendanaan dari pihak ketiga, misalnya dari Bank.
- Dapat menghitung harga pokok produksi

- UMKM menyusun laporan keuangan secara sederhana dimulai dari Pencatatan, Pengelompokan, Ihtisar dan Pelaporan.

Tabel. 5 Pencatatan

Tanggal	Reff	Uraian	Uang Masuk	Uang Keluar	Saldo
XX	XX	XX	XX	XX	XX
XX	XX	XX	XX	XX	XX

Tabel 6. Pengelompokan

Tgl	Aktivas							Pasiva	
	Kas	Piutang	Persediaan	Perlengkapan	Peralatan Sewa	Biaya	Kewajiban	Modal	
XX XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
XX XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	

Pelaporan

$$\text{Aktiva (Harta)} = \text{Pasiva (Hutang + Modal)}$$

- b. Pendampingan /pelatihan tata kelola pemasaran :

Pendampingan / pelatihan ini mempunyai target, peserta pendampingan/pelatihan bisa memproses hasil produksinya melalui media sosial khususnya tiktok dan media online lainnya sehingga pangsa pasarnya semakin meningkat. Dengan promosi melalui media sosial jangkauannya semakin meuas dan biaya promosi bisa dihemat,

Dengan pemasaran melalui tik tok ada manfaat yang dapat diperoleh :

- Menjangkau lebih banyak audiens sehingga target pasar lebih cepat
- Memiliki engagement/keterlibatan yang besar
- Konten yang disajikan lebih menarik dan kreatif
- Membuat bisnis tetap relevan dengan trend
- Menyediakan banyak format pilihan iklan
- Hemat biaya pengiklanan

KESIMPULAN

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi UMKM, pada tanggal 07 September 2024 telah dilakukan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM IPEMI wilayah Tembalang yang diikuti sekitar 15 UMKM. Dari kegiatan tersebut diperoleh pemahaman terhadap materi pelatihan dan pendampingan bidang pemasaran dan tata kelola keuangan.. Keberlanjutan program ini tentunya akan dipantau sehingga UMKM tersebut bisa meningkat kinerjanya dan menjadi penopang perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA.

- [1] Profil IPEMI.
- [2] Djelantik, Sukawarsini. 2008. "Gender Dan Pembangunan Dunia Ketiga." Dalam Jurnal Administrasi Publik.
- [3] Ishotono. 2016. "Sustainable Development Goals (SDGs) Dan Pengentasan Kemiskinan." Social Work Journal.
- [4] Khusnul, Khotimah. 2009. "Diskriminasi Gender Terhadap Perempuan Dalam Sektor Pekerjaan." Jurnal Studi Gender Dan Anak.
- [5] Mardiah, Siti. 2019. "Womenpreneur Alisa Khadijah Sebagai Agen Recovery Ekonomi Keluarga Dan Masyarakat Di Palembang." Jurnal Ekonomi Islam 10:81–104.