
Pemanfaatan Google Analytics Sebagai *Marketing Tools* Bagi Pelaku Umkm Di Kabupaten Kubu Raya

Ayu Umyana¹⁾ | Akhmad Yani²⁾ | Ana Fitriana³⁾ | Harry Setiawan⁴⁾ | Rahma Maulidia⁵⁾
^{1,2,3,4,5)}Universitas Tanjungpura
ayuumyana@ekonomi.untan.ac.id | akhmad.yani@ekonomi.untan.ac.id |
anafitriana@ekonomi.untan.ac.id | harrysetiawan@ekonomi.untan.ac.id |
rahma.maulidia@ekonomi.untan.ac.id

Abstrak: UMKM dapat dikatakan sebagai tulang punggung ekonomi di Negara kita yang terbukti banyak menyelamatkan Indonesia dari krisis keuangan khususnya yang terjadi pada tahun 1998 dan 2008. Hal tersebut masih berlangsung hingga saat ini. Akan tetapi, dibalik peranannya yang begitu besar masih terdapat banyak permasalahan yang dialami pada UMKM itu sendiri. Permasalahan tersebut juga dipicu oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah karena lemahnya kemampuan UMKM dalam bersaing. Hal ini disebabkan karena kurangnya digitalisasi dalam proses bisnis yang dilakukan. Masih banyak para pelaku usaha yang tidak memahami proses bisnis secara digital. Untuk menjadi sebuah “Bisnis yang Digital” terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian para pelaku usaha salah satunya adalah aspek pemasaran atau marketing. Selain itu, bagi bisnis yang telah “Menjadi Digital”, penting untuk mempertahankan atau memperkuat posisinya dihadapan para kompetitor lain. Strategi tersebut dapat ditempuh dengan memperkuat data. Hal ini berkaitan dengan data analitik. Dengan data, memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengidentifikasi model dan memetakan berbagai peluang guna mengurangi risiko dari setiap inovasi serta mempercepat proses pengambilan keputusan. Salah satu tools yang dapat digunakan adalah Google Analytics. Google Analytics sendiri merupakan sebuah platform marketing yang disediakan oleh Google untuk dapat membantu pelaku usaha khususnya dalam mengumpulkan data baik yang bersumber dari aplikasi atau traffic web. Nantinya data tersebut diolah dan dapat digunakan untuk kebutuhan digital marketing. Dengan Google Analytics, para pelaku usaha akan mendapat gambaran tentang demografi customer hingga data interaksi customer terhadap konten yang disajikan.

Kata Kunci: UMKM, Data Analitik, Strategi Pemasaran, Bisnis Digital, demografi pelanggan

Pendahuluan

Pengguna internet aktif di Indonesia tercatat mencapai 196,7 juta orang atau 73,7 persen, hal ini menjadikan Indonesia menjadi negara terbesar ke tiga pengguna *internet* se-Asia. Data yang dikumpulkan oleh *Polling* Indonesia bersama Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) ini juga menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 25,5 juta dari tahun 2019 (APJII 2020 Q2). Ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah berkeinginan untuk mengakses informasi dengan mudah melalui *Internet*. *Internet* sendiri dipergunakan untuk berbagai hal, seperti mencari informasi, berbagi data, bekerja, sampai mengiklankan produk.

UMKM dapat dikatakan sebagai tulang punggung ekonomi di Negara kita yang terbukti banyak menyelamatkan Indonesia dari krisis keuangan khususnya yang terjadi pada tahun 1998 dan 2008, yang mana ditengah banyaknya Perusahaan besar yang gulung tikar, UMKM mampu menyerap tenaga kerja yang akhirnya mampu mengangkat pertumbuhan perekonomian Indonesia pada masa itu. Tidak hanya itu, hal ini berlanjut hingga saat ini. Menurut Data Kementerian Koperasi dan UMKM, pada tahun 2022 kontribusi UMKM terhadap PDB tercatat mencapai angka sekitar 61% dan mampu menyerap 97% tenaga kerja berdasarkan angkatan kerja Indonesia.

Namun, meskipun UMKM memiliki peranan yang luar biasa dalam mendorong pertumbuhan perekonomian, hal yang perlu kita sadari adalah membangun sebuah bisnis kecil tidaklah mudah. Terlebih pada tahun-tahun pertama dijalankannya sebuah bisnis. Tak sedikit pelaku UMKM yang gulung tikar dikarenakan berbagai faktor. Selain permasalahan pada manajemen keuangan yang tidak

profesional, faktor lain yang juga mempengaruhi adalah kemampuan persaingan yaitu bagaimana pelaku usaha mampu merespon setiap keunggulan kompetitif yang dimilikinya.

Salah satu penyebab lemahnya kemampuan dalam bersaing adalah kurangnya digitalisasi dalam proses bisnis yang dilakukan. Minimnya pengetahuan tentang digital marketing/E-Commerce yang dialami oleh pelaku UMKM merupakan salah satu kendala dalam memasarkan produk (Harahap, dkk, 2021). Di era digital seperti saat ini, hampir semua orang secara aktif menggunakan media sosial. Terlebih jika kita berada pada posisi sebagai end user dalam hal ini customer atau pelanggan yang mulai terbiasa melakukan transaksi atau aktivitas belanja secara daring. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pada dasarnya pelanggan telah secara aktif menggunakan media digital sebagai sarana untuk melakukan transaksi atau aktivitas bisnis. Namun, hal ini tidak sepenuhnya berlaku dikalangan para pelaku usaha. Masih banyak para pelaku usaha yang tidak memahami proses bisnis secara digital. Namun, hal ini dapat dimengerti, kebanyakan para pelaku usaha masih banyak mengalami kebingungan dalam menjalankan proses bisnis secara digital itu sendiri, apakah harus memulai dari membuat website ataukah dengan membuat software/aplikasi (Haryanti, dkk, 2019).

Untuk menjadi sebuah “Bisnis yang Digital” terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian para pelaku usaha. Hal yang paling sederhana adalah berkaitan dengan aspek pemasaran atau marketing. Menjadi sebuah “Bisnis yang Digital” mendorong para pelaku usaha untuk terlibat pemanfaatan media sosial seperti Facebook Ads, Tiktok Ads, dan berbagai platform lainnya. Kemudian, aspek operasi yang mencakup pengelolaan persediaan, manajemen tenaga kerja, pencatatan laporan keuangan dan transaksi penjualan hingga pembayaran pajak. Dan terakhir, aspek produk yang berarti bahwa sebagai pelaku usaha perlu berpikir bagaimana dapat memberikan sesuatu yang berbeda (value added) untuk pelanggannya. (Agustian, dkk, 2020).

Bagi bisnis yang telah “Menjadi Digital”, perlu bagi para pelaku usaha untuk mempertahankan atau memperkuat posisinya dihadapan para kompetitor lain. Strategi tersebut dapat ditempuh dengan memperkuat data (Aldisa, dkk, 2022). Ketersediaan data, analisa dan rekapan, seluruh komponen tersebut memiliki tujuan yang positif yaitu untuk menghindari proses pengambilan keputusan bisnis yang tidak terukur atau tidak reliabel.

Melalui data analitik, membantu para pelaku usaha untuk dapat meninjau kembali aktivitas penjualannya, apakah mengalami kenaikan atau penurunan, mengetahui persediaan atau barang yang paling cepat out of stock atau bahkan produk apa yang menjadi pilihan banyak pelanggan. Salah satu perusahaan consulting bisnis terbesar, McKinsey and Company, melalui riset yang dilakukannya menyebutkan bahwa perusahaan yang menggunakan analisa data sebagai dasar proses dalam pengambilan keputusan bisnis, sangat lebih mungkin mendapatkan profit yang lebih besar.

Dengan bantuan data, pelaku usaha akan terfasilitasi dalam menentukan arah bisnis dan menentukan keputusan yang lebih terukur yang memiliki risiko tinggi. Demi mencapai keputusan yang tepat, para pelaku usaha dapat menggunakan data analitik untuk mengukur dan menilai opsi hingga memperkirakan nilai yang dicapai serta mempermudah pelaku usaha untuk meninjau hasil dan menyesuaikan pengambilan keputusan. Dengan kata lain, adanya data analitik memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengidentifikasi model dan memetakan berbagai peluang guna mengurangi risiko dari setiap inovasi serta mempercepat proses pengambilan keputusan.

Salah satu tools yang dapat digunakan adalah Google Analytics. Google Analytics sendiri merupakan sebuah platform marketing yang disediakan oleh Google untuk dapat membantu pelaku usaha khususnya dalam mengumpulkan data baik yang bersumber dari aplikasi atau traffic web. Nantinya data tersebut diolah dan dapat digunakan untuk kebutuhan digital marketing. Dengan Google Analytics, para pelaku usaha akan mendapat gambaran tentang demografi customer hingga data interaksi customer terhadap konten yang disajikan.

A. Permasalahan

Penyebab lemahnya kemampuan dalam bersaing adalah kurangnya digitalisasi dalam proses bisnis yang dilakukan. Di era digital seperti saat ini, hampir semua orang secara aktif menggunakan media sosial. Terlebih jika kita berada pada posisi sebagai end user dalam hal ini customer atau pelanggan yang mulai terbiasa melakukan transaksi atau aktivitas belanja secara daring. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pada dasarnya pelanggan telah secara aktif menggunakan media digital sebagai sarana untuk

melakukan transaksi atau aktivitas bisnis. Namun, hal ini tidak sepenuhnya berlaku dikalangan para pelaku usaha. Masih banyak para pelaku usaha yang tidak memahami proses bisnis secara digital. Namun, hal ini dapat dimengerti, kebanyakan para pelaku usaha masih banyak mengalami kebingungan dalam menjalankan proses bisnis secara digital itu sendiri, apakah harus memulai dari membuat website ataukah dengan membuat software/aplikasi

Realisasi Kegiatan

Melalui kegiatan PKM ini, permasalahan yang telah diuraikan diatas disolusikan dengan pelatihan bagaimana caranya meningkatkan optimalisasi pemanfaatan *Google Analytics* sebagai *marketing tools* bagi pelaku UMKM dikabupaten kuburaya.

A. Solusi

Secara sistematis keterkaitan antara masalah, solusi dan luaran yang diharapkan dari kegiatan ini ditampilkan pada tabel 1 berikut:

Tabel 2.1. Masalah, Solusi dan Luaran Kegiatan PKM

Masalah	Solusi	Luaran
1. Tidak mengetahui / memahami target market.	1. Pemanfaatan Google Analytics	1. Dengan mempelajari <i>Google Analytics</i> membantu pelaku usaha mengetahui demografi dan perilaku pengunjung website.

B. Target Luaran

Adapun target capaian luaran yang diharapkan dapat dicapai pada akhir kegiatan adalah kemampuan menggunakan fitur google analytics oleh masing-masing peserta.

Tabel 2.2. Jenis Luaran dan Indikator Capaian

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1	Laporan PKM	Ada
2	PPT materi	Ada
3	Dokumentasi kegiatan	Ada

Realisasi kegiatan pengabdian masyarakat berisi tentang deskripsi kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, seperti : lokasi pengabdian masyarakat, waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, keanggotaan/ tim pengabdian masyarakat, serta dokumentasi kegiatan dalam bentuk materi dan foto kegiatan pengabdian masyarakat.

Hasil

Adapun pelaksanaan Kegiatan PKM “Pemanfaatan Google Analytics Sebagai Marketing Tools Bagi Pelaku Umkm Di Kabupaten Kubu Raya” Dalam rangka menambah wawasan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan fitur *online internet marketing*, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura (PKM FEB UNTAN) bekerjasama dengan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan, dan Perindustrian Kabupaten Kubu Raya dan PT. Bank Kalbar Cabang Kuburaya dalam menyelenggarakan kegiatan seminar ini.

Kegiatan dilaksanakan pada :

Hari : Jum'at, 15 September 2023

Pukul : 15.00 - selesai

Lokasi : Aula PT. Bank Kalbar Cabang Kuburaya



Gambar 1 Penyampaian Materi Kinerja Bisnis dan Optimalisasi Digital

Peserta seminar berjumlah 100 peserta yang merupakan para pelaku UMKM di Kabupaten Kubu Raya. Kegiatan ini dibuka langsung oleh Dr. Ramadhania, S.E., M.Si. selaku perwakilan Tim PKM FEB UNTAN yang membahas pentingnya peran UMKM dalam kontribusi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM dapat meningkatkan perekonomian dengan membuka kesempatan kerja untuk banyak pihak. Pada sesi ini, berfungsi untuk meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM akan pentingnya peran mereka dalam memajukan perekonomian Indonesia. Sesi ini akan meningkatkan semangat dan motivasi untuk mengembangkan bisnis kedepannya.

Dilanjutkan oleh Kepala Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan, dan Perindustrian Kabupaten Kubu Raya, yaitu ibu Dr. M. Norasari Arani sekaligus memberikan kata sambutan terkait pemanfaatan fitur google analytics untuk para pelaku UMKM. Pada sesi ini, membahas pentingnya para pelaku UMKM untuk memahami pemanfaatan bisnis digital. Pertumbuhan UMKM akan didorong dengan meningkatkan pemahaman pentingnya pemanfaatan program analisis berbasis digital untuk menunjang strategi-strategi bisnis. Kurniawan (2019) menyebutkan bahwa terdapat tiga masalah klasik yang dihadapi UMKM, yaitu pemasaran, ketersediaan bahan baku, dan manajemen. Pemasaran merupakan salah satu masalah yang dihadapi UMKM, dan Google Analytics dapat menjadi tools untuk mengatasi masalah tersebut.

Seminar ini akan menambah pengetahuan untuk para pelaku UMKM, mengingat begitu pentingnya pemahaman yang luas terkait dengan pemasaran. Pesatnya era digitalisasi saat ini menjadi sebuah tuntutan untuk para pelaku bisnis agar konsisten memperbaharui literasi digital. Tools terbaru untuk membantu pemasaran bisnis saat ini sudah sangat beragam. Salah satu alat untuk menunjang analisa berkaitan dengan pemasaran adalah Google Analytics. Selain Google Analytics, terdapat tools pendukung lainnya yang dapat digunakan para pelaku UMKM. Tools pendukung lainnya seperti Google Ads, Uber Suggest, dan lain sebagainya. Jika para pelaku UMKM mampu menggunakan berbagai tools untuk mengoptimalkan strategi-strategi pemasaran, tentunya akan meningkatkan kesempatan keuntungan yang lebih besar. Semakin bertumbuh UMKM, akan berdampak kepada pertumbuhan ekonomi nasional serta berperan dalam penyerapan tenaga kerja (Tambunan, 2020).



Gambar 2 Suasana Kegiatan

Google Analytics akan memberikan manfaat terhadap praktik bisnis para pelaku UMKM. Melalui Google Analytics, para pelaku UMKM dapat menentukan target atau segmentasi pasar yang akan dituju. Hal ini sangat penting untuk mempersiapkan spesifikasi dan fungsi produk sesuai dengan sasaran pasar yang ada. Selain itu, program ini juga dapat membantu untuk mengoptimalkan konten dan website bisnis yang dikembangkan oleh para pelaku UMKM. Konten yang berkualitas dan relevan akan menarik konsumen lebih banyak lagi. Mengingat era digital yang sangat erat hubungannya dengan platform sosial media. Manfaat lainnya dari Google analytics adalah fungsinya yang dapat membantu pengambilan keputusan dalam pembuatan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang berkualitas akan meningkatkan *brand awareness*.

Sesi pemaparan materi tentang Google Analytics berlangsung dengan lancar. Para pelaku UMKM yang menjadi peserta mendengarkan dari awal hingga akhir. Semua fitur dan kegunaan Google Analytics disampaikan secara rinci, sehingga para peserta mendapatkan pemahaman yang optimal. Para pelaku UMKM diharapkan dapat mengimplementasikan analisis bisnis berbasis digital dengan Google Analytics. Melalui Google Analytics, para pelaku bisnis dapat mengidentifikasi demografi dan perilaku pelanggan yang mengunjungi website. Sehingga, para pelaku UMKM dapat mempersiapkan strategi-strategi pemasaran yang disesuaikan dengan target pasar berdasarkan data demografi dan perilaku pelanggan.

Pada sesi pemaparan materi, diberikan juga contoh-contoh bisnis yang menerapkan google analytics untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Melalui contoh praktek yang telah diterapkan, akan meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM untuk memanfaatkan aplikasi ini untuk memaksimalkan kegiatan promosi. Promosi yang sudah disesuaikan dengan demografi dan perilaku pelanggan akan lebih berpengaruh. Program promosi yang dibuat akan tepat sesuai selera pelanggan. Jika strategi pemasaran dibuat tanpa analisis demografi dan perilaku pelanggan, program promosi dapat berisiko tidak tepat sasaran.

Operasional bisnis sangat membutuhkan adanya kreativitas yang tinggi dan adaptif terhadap perubahan (Setiawan dan Fadillah, 2020). Pemahaman akan pemasaran digital merupakan bentuk sikap adaptif yang dibutuhkan para pelaku UMKM. Sikap adaptif terhadap perubahan sangatlah penting untuk meningkatkan jiwa yang kompetitif.



Setelah sesi pemaparan materi, dilanjutkan dengan sesi diskusi atau tanya jawab antara peserta seminar dan pemateri. Sesi tanya jawab ini sangat penting, untuk menambah wawasan dan mengonfirmasi pemahaman dari materi yang telah disampaikan. Pada sesi ini, pemateri juga dapat membantu para pelaku umkm yang mengalami kendala dalam praktik pengembangan bisnisnya. Pertanyaan yang sangat kritis dari para pelaku UMKM akan mengasah kemampuan pemikiran kritis dan pemecahan masalah pada proses bisnis. Seminar ini tidak hanya menambah pengetahuan baru, namun juga bagian dari pengembangan diri sebagai pelaku bisnis. Sehingga seminar ini sudah memberikan *insight* baru untuk para UMKM untuk mengembangkan bisnisnya.

Secara keseluruhan, penyampaian materi pada seminar ini terdiri dari 2 metode, yaitu metode ceramah dan metode tanya jawa. Dan 2 metode ini sudah terselenggara dengan baik. Seluruh peserta mengikuti setiap sesi hingga akhir acara. Peserta juga memberikan respon positif dan berharap kegiatan seperti ini dapat lebih sering diadakan dengan topik-topik menarik lainnya untuk menunjang praktik bisnis.



Gambar 3 Sesi Diskusi Bersama Peserta

Kesimpulan

Simpulan

Berdasarkan hasil diskusi dengan para pelaku UMKM dengan tema “Pemanfaatan Google Analytics Sebagai Marketing Tools Bagi Pelaku Umkm Di Kabupaten Kubu Raya” dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM di kabupaten Kuburaya sangat antusias mengikutinya, dimana selama ini para pelaku

UMKM dikabupaten Kubu Raya belum pernah mendapatkan pelatihan terkait upaya peningkatan fitur google analytics dalam rangka meningkatkan pemahaman akan potensi pasar. Dengan pelatihan yang dilaksanakan para pelaku UMKM dikabupaten Kubu Raya mampu mengenali dan memahami aplikasi education platform serta dapat meningkatkan kemampuan *entrepreneurial softskill* melalui virtual dalam meningkatkan bisnis. Kegiatan ini meningkatkan pemahaman praktik bisnis untuk para pelaku UMKM, sehingga dapat meningkatkan kemampuan analisis bisnis.

Saran

1. Pihak pemerintah Kabupaten Kubu Raya harus memfasilitasi para pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan kemampuan *entrepreneurial softskill* melalui virtual dalam meningkatkan pemahaman bisnis
2. Para pelaku UMKM di Kabupaten Kubu Raya mampu *mengupgrade* diri dalam menggunakan platform online internet marketing guna memperoleh kesempatan untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Daftar Pustaka

- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 5(2), Oktober 2020, 257-262
- Aldisa, R.T., Maulana, P., & Abdullah, M,A. 2022. Penerapan Big Data Analytic terhadap Strategi Pemasaran Job Portal di Indonesia dengan Karakteristik Big Data 5V. *Jurnal Sistem Komputer dan Informatika*, Vol 3, No 3.
- Setiawan, B., Fadillah, A. 2020. Pendampingan Penerapan Strategi Promosi Berbasis Digital Bagi UMKM Di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* Vol 1 No. 1 pp. 29-36.
- Harahap, H,S., Dewi, N,K., Ningrum, E,P. 2021. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*. Vol. 3 No.2
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik pada PT. Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol 3, No 1.
- Kurniawan. 2019. Faktor yang mempengaruhi akses keuangan pinjaman usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Brebes. *Jurnal Peradaban*. 2(1):2356– 2706.
- Tambunan T. 2018. MSMEs and access to financing in a developing economy: the Indonesian experience. Hersey: University of South Wales.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jalan Daya Nasional Pontianak 78124
Telepon/Faximile (0561) 732406 Surel : lppkm@untan.ac.id
Laman : <http://www.lppkm.untan.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor: 8361/UN22.10/PM.00.01/2023

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tanjungpura dengan ini menetapkan / menunjuk nama-nama sebagai berikut:

NO.	NAMA	NIP/NIDN	GOL FAKULTAS
1.	AYU UMYANA , SE, M.SC	199209292019032019/0029099202 -/	FEB
2.	DR. ACHMAD YANI , SE,MSI	196212291988101001/0029126212 III/d	FEB
3.	ANA FITRIANA , SE, MM	198506182019032011/1118068502 III/b	FEB
4.	HARRY SETIAWAN , SE, MM	198510112019031010/0011108506 III/b	FEB
5.	RAHMA MAULIDIA, S.E., M.ACC.	199310272022032010/0027109303 III/b	FEB
6.	BUDIANTO (B1031201123)	(Anggota)	
7.	AGISTA MAHARANI (B1031201122)	(Anggota)	

Untuk melaksanakan tugas Pengabdian Kepada Masyarakat dilokasi: Kabupaten Kubu Raya

Judul/Materi:

PEMANFAATAN GOOGLE ANALYTICS SEBAGAI MARKETING TOOLS BAGI PELAKU UMKM DI
KABUPATEN KUBU RAYA

Setelah selesai melaksanakan tugas, yang bersangkutan diwajibkan membuat Laporan tertulis kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tanjungpura minimal 3 (tiga) rangkap dan paling lambat 2 (dua) minggu setelah selesai melaksanakan tugas.

Demikian surat tugas ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.



Dr.-Ing. Ir. Eka Priadi, M.T.
NIP. 196303241990031002

Mengetahui/Telah melapor
Kepada



Dr. Narasari Arani, S.P., M.M.
NIP. 196709091993032006

Catatan :

- Dilampirkan dilaporan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jalan Daya Nasional Pontianak 78124
Telepon/Faximile (0561) 732406 Surel : lppkm@untan.ac.id
Laman : <http://www.lppkm.untan.ac.id>

SURAT TUGAS PELAKSANAAN PKM DOSEN

Nomor: 8362/UN22.10/PM.00.01/2023

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tanjungpura dengan ini memberikan tugas kepada:

1. Nama : AYU UMYANA , SE, M.SC
2. NIP / NIDN : 199209292019032019 / 0029099202
3. Pangkat/Golongan : Penata Muda Tingkat I/IIIb
4. Jabatan : Asisten Ahli
5. Fakultas : FEB
6. Keperluan : Pelaksanaan PKM Dosen
7. Judul/Materi PKM : PEMANFAATAN GOOGLE ANALYTICS SEBAGAI MARKETING TOOLS BAGI PELAKU UMKM DI KABUPATEN KUBU RAYA
8. Tempat Tujuan : Aula Kantor Bank Kalbar Cabang Kubu Raya
9. Kota Tujuan : Kabupaten Kubu Raya
10. Berangkat : 15 September 2023
11. Kembali : 15 September 2023
12. Lamanya Pelaksanaan Tugas : 1 hari
13. Pengikut :
 1. DR. ACHMAD YANI , SE,MSI
 2. ANA FITRIANA , SE, MM
 3. HARRY SETIAWAN , SE, MM
 4. RAHMA MAULIDIA, S.E., M.ACC.
 5. BUDIANTO (B1031201123)
 6. AGISTA MAHARANI (B1031201122)

Setibanya ditempat tujuan diharapkan untuk melapor kepada Kepala Desa/Camat/Pejabat setempat dan setelah selesai mengadakan orientasi segera membuat laporan hasil pelaksanaannya kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tanjungpura dan tembusan Dekan Fakultas yang bersangkutan.

Demikian surat tugas ini dibuat dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.



Pontianak, 15 September 2023
Ketua LPPM Untan
Dr. Ing. Ir. Eka Priadi, M.T.
NIP. 196303241990031002



Mengetahui/telah melapor
Kepada

[Signature]
Dr. Norsari Ariani, S.E., M.M.
NIP. 196709091993032006

Catatan :

- Dilampirkan dilaporan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jalan Daya Nasional Pontianak 78124

Telepon/Faksimile (0561) 732406 Surel : lpkcm@untan.ac.id

Laman : <http://www.lpkcm.untan.ac.id>

LAMPIRAN 1
PERATURAN MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA NOMOR
113/PMK.05/2012

TENTANG

PERJALANAN DINAS (ABJATAN DALAM
NEGERI BAGI PEJABAT NEGARA,
PEGAJAW NEGARA, DAN PEGAJAW TIDAK
TETAP

Lembar:

Ke

Nomor :8363/UN22.10/PM.00.01/2023

SURAT PERJALANAN DINAS (SPD) PKM

1.	Pejabat yang menugaskan	Ketua LPPM Universitas Tanjungpura	
2.	Nama / NIP Pegawai yang melaksanakan perjalanan dinas	AYU UMYANA , SE, M.SC / 199209292019032019	
3.	a. Pangkat dan Golongan b. Jabatan/Instansi c. Tingkat Biaya Perjalanan Dinas	a. -/ b. Asisten Ahli / Universitas Tanjungpura c.	
4.	Maksud Perjalanan Dinas	Pelaksanaan PKM Dosen	
5.	Alat angkutan yang dipergunakan *)	Transportasi Darat - Air - Udara	
6.	a. Tempat berangkat b. Tempat (Instansi) Tujuan c. Kota Tujuan	Pontianak Aula Kantor Bank Kalbar Cabang Kubu Raya Kabupaten Kubu Raya	
7.	a. Lama Perjalanan Dinas b. Tanggal berangkat c. Tanggal harus kembali/tiba di tempat baru *)	1 Hari 15 September 2023 15 September 2023	
8.	Pengikut: Nama	NIP	Keterangan
	1. DR. ACHMAD YANI , SE,MSI	1. 196212291988101001	1. ANGGOTA
	2. ANA FITRIANA , SE, MM	2. 198506182019032011	2. ANGGOTA
	3. HARRY SETIAWAN , SE, MM	3. 198510112019031010	3. ANGGOTA
	4. RAHMA MAULIDIA, S.E., M.ACC.	4. 199310272022032010	4. ANGGOTA
	5. BUDIANTO (B1031201123)	5. -	5. ANGGOTA
	6. AGISTA MAHARANI (B1031201122)	6. -	6. ANGGOTA
9.	Pembebanan Anggaran	DIPA UNTAN Pelaksanaan PKM	
10.	Keterangan lain-lain	SURAT TUGAS Nomor /UN22.10/PM.00.01/2023	

* coret yang tidak perlu



Dikeluarkan di : Pontianak
Tanggal : 14 September 2023

Ketua LPPM Untan

Dr.-Ing. Ir. Eka Priadi, M.T.
NIP. 196303241990031002

<p>I Berangkat dari : Pontianak (Tempat Kedudukan) : Ke : Pada tanggal :</p>	<p>Ketua LPPM Untan  Dr.-Ing. Ir. Eka Priadi, M.T. NIP. 196303241990031002</p>
<p>II. Tiba di : Pada Tanggal : Kepala</p> 	<p>Berangkat dari : Ke : Pada tanggal : Kepala</p> 
<p>III. Tiba di : Pada Tanggal : Kepala :</p>	<p>Berangkat dari : Ke : Pada tanggal : Kepala</p>
<p>IV. Tiba di : Pada Tanggal : Kepala :</p>	<p>Berangkat dari : Ke : Pada tanggal : Kepala</p>
<p>V. Tiba Kembali di : Pada Tanggal :</p>	<p>Telah diperiksa dengan keterangan bahwa perjalanan tersebut atas perintahnya dan semata-mata untuk kepentingan jabatan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Ketua LPPM Untan  Dr.-Ing. Ir. Eka Priadi, M.T. NIP. 196303241990031002</p>
<p>VI. Keterangan Lain-lain :</p> <p>VII. Perhatian: Pejabat yang berwenang yang menerbitkan SPD, pegawai yang melakukan perjalanan dinas, para pejabat yang mengesahkan tanggal berangkat/tiba, serta bendahara pengeluaran bertanggung jawab berdasarkan peraturan-peraturan Keuangan Negara apabila Negara menderita rugi akibat kesalahan, kelalaian, dan kealpaannya.</p>	

*Silahkan di print sesuai jumlah personil yang berangkat



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jalan Daya Nasional Pontianak 78124
Telepon/Faximile (0561) 732406 Surel : lppkm@untan.ac.id
Laman : <http://www.lppkm.untan.ac.id>

SURAT TUGAS ORIENTASI DAN KOORDINASI PKM DOSEN

Nomor: 8321/UN22.10/PM.00.01/2023

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tanjungpura dengan ini memberikan tugas kepada:

1. Nama : AYU UMYANA, SE, M.SC
2. NIP / NIDN : 199209292019032019 / 0029099202
3. Pangkat/Golongan : -/
4. Jabatan : Asisten Ahli
5. Fakultas : FEB
6. Keperluan : Orientasi dan Koordinasi PKM Dosen
7. Judul/Materi PKM : PEMANFAATAN GOOGLE ANALYTICS SEBAGAI MARKETING TOOLS BAGI PELAKU UMKM DI KABUPATEN KUBU RAYA
8. Tempat Tujuan : Aula Kantor Bank Kaibar Cabang Kubu Raya
9. Kota Tujuan : Kabupaten Kubu Raya
10. Berangkat : 14 September 2023
11. Kembali : 14 September 2023
12. Lamanya Pelaksanaan Tugas : 1 hari
13. Pengikut :
 1. DR. ACHMAD YANI, SE,MSI
 2. ANA PITRIANA, SE, MM
 3. HARRY SETIAWAN, SE, MM
 4. RAHMA MAULIDIA, S.E., M.ACC.
 5. BUDIANTO (B1031201123)
 6. AGISTA MAHARANI (B1031201122)

Setibanya ditempat tujuan diharapkan untuk melapor kepada Kepala Desa/Camat/Pejabat setempat dan setelah selesai mengadakan orientasi segera membuat laporan hasil pelaksanaannya kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tanjungpura dan tembusan Dekan Fakultas yang bersangkutan.

Demikian surat tugas ini dibuat dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.



Catatan :
- Dilampirkan dilaporan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jalan Daya Nasional Pontianak 78124
Telepon/Faximile (0561) 732406 Surel : lppkm@untan.ac.id
Laman : <http://www.lppkm.untan.ac.id>

SURAT TUGAS MONITORING DAN EVALUASI PKM DOSEN

Nomor: 8364/UN22.10/PM.00.01/2023

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tanjungpura dengan ini memberikan tugas kepada:

1. Nama : AYU UMYANA, SE, M.SC
2. NIP / NIDN : 199209292019032019 / 0029099202
3. Pangkat/Golongan : -/
4. Jabatan : Asisten Ahli
5. Fakultas : FEB
6. Keperluan : Monitoring dan Evaluasi PKM Dosen
7. Judul/Materi PKM : PEMANFAATAN GOOGLE ANALYTICS SEBAGAI MARKETING TOOLS BAGI PELAKU UMKM DI KABUPATEN KUBU RAYA
8. Tempat Tujuan : Aula Kantor Bank Kalbar Cabang Kubu Raya
9. Kota Tujuan : Kabupaten Kubu Raya
10. Berangkat : 18 September 2023
11. Kembali : 18 September 2023
12. Lamanya Pelaksanaan Tugas : 1 hari
13. Pengikut :
 1. DR. ACHMAD YANI, SE,MSI
 2. ANA FITRIANA, SE, MM
 3. HARRY SETIAWAN, SE, MM
 4. RAHMA MAULIDIA, S.E., M.ACC.
 5. BUDIANTO (B1031201123)
 6. AGISTA MAHARANI (B1031201122)

Setibanya ditempat tujuan diharapkan untuk melapor kepada Kepala Desa/Camat/Pejabat setempat dan setelah selesai mengadakan orientasi segera membuat laporan hasil pelaksanaannya kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tanjungpura dan tembusan Dekan Fakultas yang bersangkutan.

Demikian surat tugas ini dibuat dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.



Mengetahui/ telah melapor
Kepada

Dr. Ningsari Arani, S.E., M.M.
NIP. 196709091993032006

Catatan :
- Dilampirkan dilaporan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Pontianak 78124 Telp. (0561) 766840 Kotak Pos 1049
Website : <https://www.fe.untan.ac.id>

DAFTAR HADIR

Hari : Jum'at
Tanggal : 15 September 2023
Tema Kegiatan PkM : Pemanfaatan *Google Analytics* Sebagai *Marketing Tools* Bagi Pelaku
UMKM di Kabupaten Kubu Raya

No.	Nama Lengkap	Tanda Tangan
1	SILVANUS ASON	
2	Benedikta Leona	
3	Tika Ernawati	
4	Tedi Hardiardi	
5	Muhammad Ananda Windyanata	
6	Wahyu Gunawan	
7	Andrianus	
8	Gunawan	
9	M. Arya Putra Mangantoro	
10	Ilham Dabuyadi Tarigas	
11	P. Gamsidar Nur Hby Fitriyani	
12	Leonidas Grande	
13	Utin Nadia Ardians	
14	Fatli Fitriani	
15	M. Riski	
16	Fadhila Khosron Nisa	

17	Cica Dewi M	
18	Diani Fitri	
19	Siwi SARTIKA	
20	Sinnya Zuliana Putri	
21	Laras Setiani	
22	Eni Nursyafaah	
23	Vella Prasasti Leykasa	
24	Ardeka Febiani Kinaldy	
25	Novia Beresky	
26	SAFITRI	
27	Ennesia Agatha Antonang	
28	Dela Putri Handayani	
29	Cindy Amelia	
30	Inelda Metriyanti	
31	Wahjuni	
32	Dinia Fakhriyah Ulfah	
33	Dea Tika Pryana	
34	Mauliza	
35	Amelia Deswita	
36	Abu Hannan Dikri	
37	Azra Veranda Estaris	
38	Sri Lasm	

39	TRI RIZKI SEPTIAN	
40	ADE ARDIANSYAH	
41	Nisa Afifah	
42	Urafi Tiara Amanda	
43	Muhammad Firzha Gianni Harsya	
44	SUDI ARIANTO	
45	Ran Arento	
46	Sonya Grace Chidatolu	
47	Helena Nelma Oktari	
48	VIENSY FLORENSIA	
49	Samuel Ricky Galbanero	
50	Indri Trishella Utami	
51	Felly Octaviani	
52	Maria Chiquita Jasmin	
53	ERVIANI	
54	Rhea Dwintha	
55	Hidayun Nisa Sabina	
56	Fina	
57	Nuraini	
58	Nurhanisa	
59	Emi Saputri	
60	Patima	

61	Indah ullyn R.	
62	Gita Gania	
63	Wensy Adelia	
64	Cindy Putri Intan Lestari	
65	Clara Octaviani	
66	Felisha Rulytha Br. Butar Butar	
67	Maryam	
68	MICHEL	
69	Permata	
70	Nazwa	
71	Reggina Salsabaha	
72	Nabila Putri Dianty	
73	Pahmawati	
74	Monica Fashia Dea	
75	Nur Adissa	
76	Klara Monika	
77	Putri Lestari Britiana	
78	Azzahra Haudiyanti	
79	Ghalih Sabda Bekti	
80	Syahidatul Balqish	
81	Stevani Dioni Auereira	
82	Jesika Heriyanti	

83	Virginia Arctic Alkhesa	
84	Dika Theresia	
85	Chrisnando Marshall Tambunan	
86	Van Felix Ngarta	
87	Ihan Zasata Rizky Syanoudin	
88	Andika Nugraha Pratama Putra	
89	LOGAS	
90	Retno Wandari	
91	Sapna Nur Khavita	
92	Raden Rusa Husli Nurinsan	
93	Pera Juitta	
94	Franciska Lyara Amanda	
95	Mawarri Fosa Tarigas	
96	Evelyn Margaretha Chen	
97	Amanda Berneta Buhlungu	
98	Lyoni Dieraria Hiscinta Rumapas	
99	Tri Sandari Strengar	
100	Sri Wahyuni Abutin	
101	SYALQIA SYIFA SAJIDA ARIEF	
102	AYU WANDIRA	
103	Jingga Afiqah R	
104	Siti Fatimah Aulia	