



LAPORAN REALISASI KEUANGAN
ATAS KONTRAK KERJA ANTARA
UNIVERSITAS TRIATMA MULYA
DENGAN
NI LUH PUTU AGUSTINI KARTA
TAHUN ANGGARAN 2020
(Penelitian Terapan)

Rekapitulasi Realisasi Anggaran:

NO.	NOMOR KONTRAK	TANGGAL KONTRAK	NILAI KONTRAK	REALISASI	SISA DANA	BUKTI SETOR
1	1/UNTRIM/ LP3M/1/20 20	5 Januari 2020	Rp. 10.000.000	Rp.10.000.000	Rp. 0	-
	Jumlah		Rp. 10.000.000	Rp.10.000.000	Rp. 0	

*) Jika terdapat sisa dana yang tidak digunakan.

Laporan realisasi anggaran atas pelaksanaan kontrak seperti tersebut di atas dibuat dengan sebenarnya sesuai bukti pengeluaran. Dokumen pendukung tersebut telah kami catat dalam buku kas serta didokumentasikan sesuai ketentuan yang berlaku.

15 Oktober 2020

Pelaksana Program

Dr. Ni Luh Putu Agustini K., S.E., M.M.

Kepala LP3M Universitas Triatma Mulya

Dr. Ida Ketut Kusumawijaya, S.E., M.M.



RINCIAN REKAPITULASI PENGGUNAAN ANGGARAN

**ATAS KONTRAK KERJA ANTARA
UNIVERSITAS TRIATMA MULYA
DENGAN
NI LUH PUTU AGUSTINI KARTA
TAHUN ANGGARAN 2020
(Penelitian Terapan)**

Rincian Rekapitulasi Penggunaan Anggaran:

NO.	NAMA PENGGUNAAN DANA	NILAI DANA
1	Bahan habis pakai	Rp. 2.500.000
2	Analisis data	Rp. 2.000.000
3	FGD dan responden	Rp. 2.000.000
4	Publikasi	Rp. 2.000.000
5	Transportasi dan pelaporan	Rp. 1.500.000
	Jumlah	Rp. 10.000.000

Laporan Rincian Rekapitulasi Penggunaan Anggaran atas pelaksanaan kontrak seperti tersebut di atas dibuat dengan sebenarnya sesuai bukti pengeluaran.



LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN

UNIVERSITAS TRIATMA MULYA
DENGAN
NI LUH PUTU AGUSTINI KARTA
TAHUN ANGGARAN 2020

SKEMA: PROGRAM PENELITIAN TERAPAN

JUDUL: Differentiation and the Five As Concept in Digital Marketing of Small and Medium Enterprises During the Covid-19 Pandemic (A Study at Cepaka Village, Kediri Tabanan)

Pendahuluan

Pandemi Covid 19 dinyatakan dimulai pada tahun 2020, tanpa ada yang mengetahui kapan akan berakhir. Perubahan pola sikap hidup, perilaku masyarakat pada saat ini berubah secara drastis. Wabah Covid 19 yang semakin merambah ke seluruh pelosok dunia dengan berbagai dampak negatifnya secara langsung mengubah cara masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Keterbatasan ruang gerak manusia, keterbatasan supply makanan minuman dan obat-obatan membuat masyarakat dan semua pelaku bisnis yang ada menyesuaikan dengan situasi. Dalam kondisi seperti ini, upaya pemasaran, promosi, distribusi dan pelayanan produk dan jasa disesuaikan pula. Konsep pemasaran dengan menggunakan sosial media yang dikenal dengan digital marketing semakin gencar dilaksanakan oleh seluruh lapisan di masyarakat.

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pergeseran dalam implementasi konsep Five A's dalam Digital Marketing para pelaku UMKM selama masa Pandemi Covid 19 di desa Cepaka. Implementasi teori marketing pada masa Covid 19 berbeda signifikan dengan masa sebelumnya.

Pelaksanaan Kegiatan

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif yang menggambarkan secara rinci upaya yang dilakukan UKM di Desa Cepaka dalam mempertahankan daya saing di masa Pandemi COVID-19. Pendekatan yang dilakukan berfokus pada perspektif maketing yaitu upaya diferensiasi yang dilakukan oleh para pelaku UKM tersebut agar dapat bertahan.

Diferensiasi yang dilakukan oleh para pelaku UKM terkait dengan penerapan marketing 4.0 (digital marketing). Dimana terjadi pergeseran pemasaran yang cukup rumit dan dilakukan secara paksa oleh para pelaku UKM di Desa Cepaka, karena adanya Pandemi Covid-19. Analisis menggunakan pendekatan teori diferensiasi menurut Kotler (2002) didasarkan pada produk, jasa, personalia, saluran pemasaran, dan citra. Dalam perspektif lain, analisis juga dilakukan mengacu pada teori Kartajaya (2008), yaitu diferensiasi dari segi konten (apa yang ditawarkan), konteks ditawarkan), konteks (bagaimana menawarkan) dan infrastruktur (peralatan pendukung diferensiasi). Analisis terakhir adalah menggabungkan implementasi diferensiasi dalam teori pemasaran digital Kotler (2017) yaitu marketing 4.0 yang berfokus pada 5 A (Aware, Appeal, Ask, Act, dan Advocate).

Hasil Penelitian

Implementasi diferensiasi tersebut dilihat dari basis produk, layanan, personil, saluran pemasaran dan citra serta pemasaran 4.0 (pemasaran digital). Implementasi dalam aspek Pemetaan Jalur Pelanggan melalui konsep Five As, secara rata-rata, pendapatan UKM di Desa Cepaka mengalami penurunan sebesar 50%. Strategi diferensiasi terdiri dari strategi kepemimpinan biaya, variasi layanan perluasan saluran pemasaran dan promosi khusus sebesar 20-30%. Hanya 3% UKM yang menambah tenaga pemasaran. Implementasi pemasaran digital dengan pendekatan Five As tidak berjalan sebagaimana mestinya. Pemasaran digital harus dilakukan karena tuntutan pandemi Covid-19, namun dampak dari strategi pemasaran digital ini telah bergeser dan tidak berjalan dengan optimal. Keputusan pembelian tidak didasarkan pada Sadar, Himbau, Tanya; namun, keputusan pembelian dilakukan karena prioritas kebutuhan dan dampak dari Covid-19. Tidak ada loyalitas merek atau pembelian ulang. Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan referensi bagi UKM untuk memprioritaskan operasi dalam pandemi Covid-19 atau situasi darurat lainnya yang mengganggu operasional UKM.

Publikasi Artikel

Hasil penelitian ini dipublikasikan pada KnowledgeE Publishing, publikasi tanggal 22 Maret 2021, dipresentasikan pada ICOEN International Conference on Entrepreneurship (ICOEN) Volume 2021.

Rencana Studi ke Depan

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam pengembangan pemasaran digital, terlebih pada era teknologi yang semakin

berkembang. Perubahan perilaku belanja yang ditimbulkan oleh perubahan situasi makro dan mikro yang ada, terkadang membuat kita menyesuaikan dalam implementasi teori.

Saran dan Kritik

Implementasi pemasaran berbasis digital akan berkembang terus dengan dukungan teknologi. Setiap pelaku UMKM harus memberi porsi yang cukup atas digitalisasi produk dan layanannya sehingga makin maju dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkannya.

Pelaksana Program

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, positioned below the text 'Pelaksana Program'.

Dr. Ni Luh Putu Agustini K., S.E., M.M.
NIK: 09 0800224