



IbM Warung Makan

Dra. Siti Zubaidah,. MM,. Ak,. CA
Prodi Akuntansi FEB UMM
Jl. Raya Tlogomas 246 Malang
+6285855015780
zubaidah.hasan17@gmail.com

Gina Harventy,. SE,. Ak,. CA
Prodi Akuntansi FEB UMM
Jl. Raya Tlogomas 246 Malang
+6285334060763
ginaharventy@gmail.com

ABSTRACT

Tujuan pengabdian ini adalah Tumbuhnya kesadaran dan pengembangan jiwa enterpreneursip untuk menjaga eksistensi usaha secara berkelanjutan, adanya peningkatan penjualan setelah dilakukannya pelatihan pemasaran, adanya peningkatan skill dan keterampilan dalam pembukuan keuangan usaha, adanya pengemasan produk yang lebih baik dan higienis. Metode pendekatan yang dilakukan adalah pelatihan dan pendampingan. Adapun upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam penerapan ipteks bagi masyarakat dilakukan langkah-langkah pembelajaran dalam bentuk pelatihan secara intensif dan pendampingan berkelanjutan kepada mitra dengan ketentuan : Penyampaian materi secara klasikal, penyampaian materi keterampilan dalam bentuk praktek/demonstrasi, rancangan evaluasinya adalah mitra diminta untuk menyusun pembukuan dan mengelola manajemen baru yang lebih baik dan pelaksana pengabdian akan mengevaluasi dan mendampingi setiap bulan. Melakukan penilaian perkembangan mitra, dan memberikan masukan-masukan. Setelah dilakukan pelatihan tersebut adanya pPengembangan manajemen usaha dan jiwa Kewirausahaan, pengembangan pengetahuan tentang pemasaran produk secara online dan offline, pengembangan pengetahuan tentang Pembukuan dan pengelolaan keuangan yang optimal, peningkatan pengetahuan tentang pengemasan produk yang menarik dan higienis.

Keywords : Warung makan, *entrepreneurship*, pengemasan produk, pembukuan

1. PENDAHULUAN

a. Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah industri yang ikut serta bersaing dalam memajukan perekonomian Indonesia. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting karena dinilai dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi penduduk Indonesia, sehingga kondisi tersebut dapat mengurangi angka pengangguran. Selain itu UMKM juga mampu bertahan dalam menghadapi terpaan badai krisis global yang dialami Indonesia saat ini, sehingga sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini berperan cukup besar dalam menunjang kestabilan perekonomian Indonesia.

Seiring dengan itu, pertumbuhan warung makan di Tlogomas Malang sangat pesat. Akan tetapi umumnya masih tergolong usaha mikro dan dilakukan oleh perseorangan dengan modal yang sangat kecil dan dengan manajemen seadanya. Hal ini menyebabkan perkembangan usahanya menjadi lambat. Pesaingpun sangat banyak seiring dengan pertumbuhan jumlah mahasiswa di Malang, tumbuh pula

usaha kuliner yang menyediakan menu masakan untuk mahasiswa.

Mitra Program IbM ini adalah Warung Makan Mbak Ina dan Warung Makan Mbak Win. Warung Makan Mbak Ina ini didirikan pada tanggal 5 Agustus 2009 yang dimiliki oleh perseorangan. Warung Makan Mbak Win didirikan tanggal 8 Februari 2008 yang juga dimiliki oleh perseorangan. Warung Makan Mbak Ina dan Warung Makan Mbak Win ini masih belum ada pengembangan usaha yang tajam tetapi masih bertahan atau stagnan dan manajemen usaha masih belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang baik. Pemilik usaha belum mendapatkan pembinaan secara berkesinambungan dan berjalan sendiri-sendiri sesuai dengan kemampuan masing-masing pengusaha sehingga pendapatan tidak meningkat, tetapi apabila dilakukan perbaikan manajemen dan dikembangkan dengan baik melalui pendampingan secara kontinu dari dinas perindustrian maupun Perguruan Tinggi maka pendapatan usaha kuliner diharapkan akan meningkat.

Berikut Tabel dan Grafik Omzet Penjualan dalam tahun 2012 yang diperoleh oleh kedua mitra IbM kami :

a. Warung Mbak Ina (Tlogomas)

Tabel 1. Data Penjualan tahun 2013

Bulan	Jumlah Omzet Penjualan
Januari	Rp. 5.475.000,00
Februari	Rp. 5.650.000,00
Maret	Rp. 5.700.000,00
April	Rp. 5.845.000,00
Mei	Rp. 5.540.000,00
Juni	Rp. 5.450.000,00
Juli	Rp. 3.200.000,00
Agustus	Rp. 2.700.000,00
September	Rp. 4.200.000,00
Oktober	Rp. 5.250.000,00
November	Rp. 5.400.000,00
Desember	Rp. 5.655.000,00

b. Warung Mbak Win (Dermo)

Tabel 2. Data Penjualan tahun 2013

Bulan	Jumlah Omzet Penjualan
Januari	Rp. 5.825.000,00
Februari	Rp. 6.730.000,00
Maret	Rp. 6.552.000,00
April	Rp. 5.440.000,00
Mei	Rp. 4.760.000,00
Juni	Rp. 5.550.000,00



STUDI KASUS INOVASI EKONOMI
Vol. 02 Issue 01, 2016
ISSN : 2528-6269

Juli	Rp. 4.370.000,00
Agustus	Rp. 2.260.000,00
September	Rp. 4.625.000,00
Oktober	Rp. 6.370.000,00
November	Rp. 5.290.000,00
Desember	Rp. 5.750.000,00

b. Identifikasi dan rumusan masalah

Permasalahan mitra dapat disimpulkan bahwa:

1. Lemahnya jiwa kewirausahaan pemilik.
2. Dari sisi pemasaran, belum dilakukan pemasaran atau usaha untuk memperkenalkan warung ini pada khalayak masyarakat.
3. Dari sisi keuangan, belum ada pembukuan yang baik untuk keuangan usaha, kebanyakan keuangan usaha masih campur dengan keuangan rumah tangga.
4. Dari sisi produk, menu masakan kurang bervariasi.
5. Pengemasan Produk belum baik.

Beberapa permasalahan tersebut kemudian dirumuskan lebih lanjut berdasarkan kesepakatan antara Tim IbM bersama mitra untuk mendapatkan prioritas yang harus ditangani sebagai berikut :

1. Perlu adanya pemberian semangat meningkatkan jiwa kewirausahaan
2. Perlu adanya pelatihan dan pendampingan tentang memasarkan produk dengan cara online dan offline.
3. Perlu adanya pelatihan dan pendampingan tentang pembukuan yang baik untuk keuangan usaha.
4. Perlu adanya pelatihan dan pendampingan dalam pengemasan produk

Permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha merupakan masalah mendasar dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Karena itu sebagai upaya untuk membantu mengatasi masalah tersebut, maka mitra perlu pendampingan dan pembinaan dalam melaksanakan usaha hingga mandiri dan menjaga keberlanjutan usahanya. Melalui kegiatan IbM ini diharapkan mampu membantu mitra dalam menjaga eksistensinya dan pengembangan usahanya.

Berlandaskan pada uraian diatas, maka yang menjadi prioritas kegiatan Ipteks bagi masyarakat adalah masyarakat tidak hanya membutuhkan teknologi budaya semata, tetapi lebih penting dari itu adalah pembinaan dan pendampingan secara berkelanjutan untuk mengembangkan usahanya mulai dari manajemen usaha, mengelola produksi dan organisasi, pemasaran dan penguatan jejaring bisnis. Semua ini dapat terwujud dengan melalui kegiatan pembinaan dan pendampingan secara berkelanjutan.

c. Tujuan Kegiatan

Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi oleh mitra warung makan melalui program IbM, maka target luaran yang diharapkan adalah :

1. Tumbuhnya kesadaran dan pengembangan jiwa enterprenuership untuk menjaga eksistensi usaha secara berkelanjutan
2. Adanya peningkatan penjualan setelah dilakukannya pelatihan pemasaran baik secara online maupun offline

3. Adanya peningkatan skill dan keterampilan dalam pembukuan keuangan usaha.
4. Adanya peningkatan variasi menu masakan.
5. Adanya pengemasan produk yang lebih baik dan higienis.

d. Manfaat Kegiatan

Manfaat bagi khalayak sasaran adalah:

1. Dari sisi ekonomi, dapat meningkatnya omzet penjualan dan manajemen usaha yang lebih baik
2. Dari sisi IPTEKS, pengetahuan dan skill mitra tentang manajemen usaha (pemasaran, keuangan, variasi menu, jiwa kewirausahaan, pengemasan produk) lebih baik dari sebelumnya.

3. MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

a. Kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan pada analisis situasi dan permasalahan yang terjadi sebagaimana telah dibahas, maka kerangka pemecahan masalah dengan metode pendekatan pelatihan dan pendampingan. Adapun upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam penerapan ipteks bagi masyarakat dilakukan langkah-langkah pembelajaran dalam bentuk pelatihan secara intensif dan pendampingan berkelanjutan kepada mitra dengan ketentuan :

1. Penyampaian materi secara klasikal
2. Penyampaian materi keterampilan dalam bentuk praktek/demonstrasi

Pelaksanaan penerapan ipteks secara umum dilakukan sebagai berikut :

A. Memberikan materi yang bersifat tutorial secara klasikal yang berhubungan dengan :

1. Pengembangan manajemen usaha dan jiwa Kewirausahaan
2. Pengembangan pengetahuan tentang pemasaran produk secara online dan offline
3. Pengembangan pengetahuan tentang Pembukuan dan pengelolaan keuangan yang optimal.
4. Peningkatan variasi menu masakan
5. Peningkatan pengetahuan tentang pengemasan produk yang menarik dan higienis.

B. Pendampingan dan pelatihan :

1. Tentang memasarkan produk dengan cara online dan offline.
2. Tentang pembukuan yang baik untuk keuangan usaha.
3. Tentang variasi menu masakan.
4. Tentang pengemasan produk yang menarik dan higienis.

Demikian solusi yang ditawarkan dalam penerapan ipteks bagi mitra di Tlogomas dan Dermo Malang. Adapun peran tim IbM UMM adalah memberikan bantuan pembinaan dan pendampingan berkelanjutan untuk mengatasi masalah mitra sesuai dengan rencana diatas.



b. Realisasi Pemecahan Masalah

Memberikan materi yang bersifat tutorial secara klasikal yang berhubungan dengan :

1. Pengembangan manajemen usaha dan jiwa Kewirausahaan
2. Pengembangan pengetahuan tentang pemasaran produk secara online dan offline
3. Pengembangan pengetahuan tentang Pembukuan dan pengelolaan keuangan yang optimal.
4. Peningkatan pengetahuan tentang pengemasan produk yang menarik dan higienis.

Pendampingan dan pelatihan :

1. Tentang memasarkan produk dengan cara online dan offline.
2. Tentang pembukuan yang baik untuk keuangan usaha.
3. Tentang pengemasan produk yang menarik dan higienis.

c. Khalayak Sasaran

Khalayak sasarnya adalah pemilik kedua mitra yaitu pemilik warung makan mbak Ina dan warung makan Mbak Win.

d. Metode Kegiatan

Metode pendekatan yang dilakukan adalah pelatihan dan pendampingan. Adapun upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam penerapan ipteks bagi masyarakat dilakukan langkah-langkah pembelajaran dalam bentuk pelatihan secara intensif dan pendampingan berkelanjutan kepada mitra dengan ketentuan :

1. Penyampaian materi secara klasikal
2. Penyampaian materi keterampilan dalam bentuk praktek/demonstrasi.
3. Pendampingan

e. Monitoring dan Evaluasi

Rancangan evaluasinya adalah mitra diminta untuk menyusun pembukuan dan mengelola manajemen baru yang lebih baik dan pengabdian akan mengevaluasi dan mendampingi setiap bulan. Melakukan penilaian perkembangan mitra, dan memberikan masukan-masukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya pelatihan ini mitra memiliki:

1. Pengembangan manajemen usaha dan jiwa Kewirausahaan
2. Pengembangan pengetahuan tentang pemasaran produk secara online dan offline
3. Pengembangan pengetahuan tentang Pembukuan dan pengelolaan keuangan yang optimal.
4. Peningkatan pengetahuan tentang pengemasan produk yang menarik dan higienis.

<ol style="list-style-type: none"> 2. Pengelolaan Keuangan yang kurang baik 3. Kegiatan Operasional sehari-hari hanya dilakukan oleh pemilik Warung 4. Menu masakan kurang bervariasi karena terbatasnya tenaga dan pengetahuan pemilik 5. Kurang fahamnya pemilik tentang pentingnya peralatan dan ruang yang bersih dan higienis. 6. Pengemasan produk yang kurang bagus dan higienis. 	<ol style="list-style-type: none"> menjadi rata-rata Rp. 400.000,- per hari 2. Adanya nota penjualan dan buku harian untuk pengelolaan keuangan warung sehingga dapat diketahui penerimaan dan pengeluaran uang setiap harinya. 3. Tumbuhnya kesadaran dan pengembangan jiwa entrepreneurship untuk menjaga eksistensi usaha secara berkelanjutan 4. Meningkatkan pemahaman tentang pentingnya peralatan dan ruang yang bersih dan higienis. 5. Adanya pengemasan produk yang lebih bagus
---	--

A. Materi Pengetahuan dan Pelatihan Kewirausahaan

1. Pengetahuan Jiwa Kewirausahaan

Wirausaha merupakan pengambilan resiko untuk menjalankan sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri tidak bergantung kepada pemerintah atau pihak-pihak lain dalam menghadapi segala tantangan persaingan. Inti dari kewirausahaan adalah; Pengambilan resiko, Menjalankan sendiri, Memanfaatkan peluang-peluang, Menciptakan baru, Pendekatan yang inovatif, dan Mandiri.

Kreativitas

Seorang wirausahawan harus memiliki ide-ide baru yang dihasilkan dari suatu kreativitas. Kreativitas inilah yang akan membawa wirausahawan untuk ber-inovasi terhadap usahanya. Naisbitt dan Aburdene dalam Reinventing the Corporation menyatakan begitu perlunya suatu basis pendidikan yang dapat menciptakan kretaitvas dalam suatu masyarakat informasi baru. Mereka menyebutnya dengan proses TLC (Teaching, Learning, and creativity) yaitu suatu proses pembelajaran bagaimana berpikir (learning how to think), pembelajaran bagaimana belajar (learning how to learn), dan pembelajaran bagaimana menciptakan sesuatu (learning how to create).

Secara umum kreativitas seseorang dapat diformulasikan sebagai berikut;

1. Kreativitas dimiliki oleh setiap orang (baik pada tingkat kemampuan yang kecil maupun besar)
2. Kreativitas memerlukan pencapaian dari suatu perspektif yang baru. Paling tidak baru untuk orang tersebut
3. Perspektif yang baru ini dicapai dengan membawa bersama pengalaman yang tidak berhubungan sebelumnya.
4. Kreativitas mendambakan sesuatu yang lebih berkualitas
5. Seseorang harus mendekati lingkungannya dengan cara yang holistic

HASIL YANG DICAPAI	
SEBELUM	SESUDAH
1. Penjualan yang tidak meningkat dengan tajam	1. Omzet Penjualan meningkat dari rata-rata Rp.300.000,-



STUDI KASUS INOVASI EKONOMI
Vol. 02 Issue 01, 2016
ISSN : 2528-6269

6. Orang yang kreatif harus berfantasi, bermain, dan berpikir
7. Orang yang kreatif bersikap spontan, fleksibel, dan terbuka terhadap pengalaman
8. Spontanitas dari manusia adalah sumber dari kreativitas (Ibid)

Atribut orang yang kreatif .(Roe, dikutip dari Kao, 1989) adalah;

1. Terbuka terhadap pengalaman
2. Suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa
3. Kesungguhan
4. Menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan
5. Toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas
6. Independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak
7. Memerlukan dan mengasumsikan otonomi
8. Percaya diri
9. Tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok
10. Rela mengambil resiko yang diperhitungkan
11. Gijih

Memahami bagaimana memulai usaha kecil dan mengerti masalah yang dihadapi usaha kecil

Usaha kecil (small business) merupakan tiang penyangga ekonomi suatu negara. Sebagai contoh di negara adidaya seperti Amerika ; lebih dari 80 % usahanya merupakan usaha kecil. John naisbitt dalam ceramahnya pada global entrepreneur forum 95 di singapura mengungkapkan adanya kecenderungan-kecenderungan menjelang tahun 2000. kecenderungn itu meliputi pergeseran aktivitas dunia dan pemain-pemain besar (konglomerat) ke arah pemain-pemain kecil yang menggunakan usaha dalam skala kecil dan menengah . Ia menyebutkan pula bahwa pemain-pemain kecil itulah yang akan menjadi pemain utama dalam ekonomi yang besar ini.

Usaha adalah semua aktivitas yang mencari keuntungan dengan mengusahakan kebutuhan barang dan jasa kepada orang lain (Nickles, McHugh, dan McHugh, 1996) Usaha kecil menurut Luthan dan Hodgest (1989, h 88,) adalah usaha yang dimiliki secara independen dimana kegiatan yang dibidangnya tersebut tidak dominan dan memenuhi standar tertentu.

Seorang wirausahawan harus mempunyai rencana yang matang mengenai perencanaannya. Rencana tersebut mencakup;Business apa yang dimiliki, Memulai sendiri atau membeli suatu perusahaan yang ada;mengetahui apa dan dimana pasar untuk produk atau servisnya. Memulai suatu tidaklah mudah karena banyak tantangan-tantangan yang harus dihadapi. Untuk suksesnya suatu permulaan kita memerlukan :

- a. Adanya peluang usaha yang sangat solid
- b. Memiliki keahlian dan kemampuan dalam bidang yang akan ditekuninya.
- c. Pendekatan yang benar dalam menjalankan usaha, dan

- d. Memiliki dana yang cukup untuk memulai dan mengoperasikan usaha tersebut hingga dapat berdiri sendiri(Harper,1991)

Dalam memulai usaha baru kita harus mempelajari situasi pasar maupun keadaan industri yang akan dimasuki. Keadaan pasar tersebut mungkin telah dipenuhi oleh para pesaing lainnya sehingga tidak mudah untuk dimasuki, mungkin juga pasar yang dituju tersebut telah jenuh. Era orientasi produksi dan orientasi pemasaran tampaknya akan segera berlalu memasuki era baru yaitu era persaingan (competition era). Untuk itu perlu sekali menganalisis situasi kekuatan-kekuatan pesaing yang ada dengan cermat.

Michael Porter (1995) mengungkapkan adanya lima kekuatan persaingan yang menentukan di sektor industri yaitu :

- a) Ancaman dari pendaatang baru
- b) Ancaman dari barang atau jasa substitusi
- c) Kekuatan tawar menawar dari pemasok
- d) Kekuatan tawar menawar dari pembeli, dan
- e) Persaingan diantara para pesaing yang ada

Untuk menghadapi situasi pasar dalam industri tersebut Porter juga mengemukakan beberapa dasar strategi yang generik. Untuk pasar industri dengan target yang lebih luas dapat diterapkan strategi :

- a) Produk yang berbeda (product differentiation)
- b) Keunggulan biaya (cost leadership)
- c) Biaya fokus (cost focus)
- d) Perbedaan fokus (focused differentiation)

Perusahaan dapat meluncurkan produk yang berbeda dari pesaing lainnya dengan memproduksi produk inovatif atau paling tidak ada perbedaan yang lebih bermanfaat dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. Strategi lain adalah dengan memanfaatkan keunggulan biaya. Keunggulan biaya ini dapat mengakibatkan biaya produksi kita lebih rendah sehingga dapat menjual dengan harga yang lebih kompetitif. Sedangkan untuk pasar industri dengan target yang lebih sempit kita dapat menggunakan strategi dengan memfokuskan keunggulan biaya atau memfokuskan differensiasi produk pada segmen pasar tertentu yang mampu dikuasai.

Adapun masalah yang dihadapi usaha kecil dan menengah :

1. Permodalan dan akumulasinya
2. Memperoleh informasi pasar
3. Mendapatkan alih teknologi
4. Manajemen
5. Peluang pasar
6. Inovasi
7. Kesempatan dalam mengembangkan
8. Skala ekonomi
9. Kekuatan tukar menukar(bargaining power)

Memahami kunci sukses usaha kecil dan mengetahui sebab-sebab kegagalan usaha

Banyak pendapat mengenai kunci sukses usaha kecil baik yang dikemukakan oleh kalangan akademik maupun dari para praktisi usaha. Prof. David McClelland dari Harvard University merumuskan kunci sukses usaha kecil sebagai berikut:

- a) Pengembalian resiko yang tepat
- b) Kerja keras
- c) Penentuan sasaran yang tepat



- d) Orientasi prestasi
- e) Inovasi

Ciri-ciri, sifat kewirausahaan dan aplikasinya di dunia usaha

Untuk dapat mencapai tujuan yang diharapkan, maka setiap orang memerlukan ciri-ciri dan juga memiliki sifat-sifat dalam kewirausahaan. Ciri-ciri seorang wirausaha adalah:

1. Percaya diri Berorientasikan tugas dan hasil
2. Pengambil risiko Kepemimpinan Keorisinilan
3. Berorientasi ke masa depan
4. Jujur dan tekun

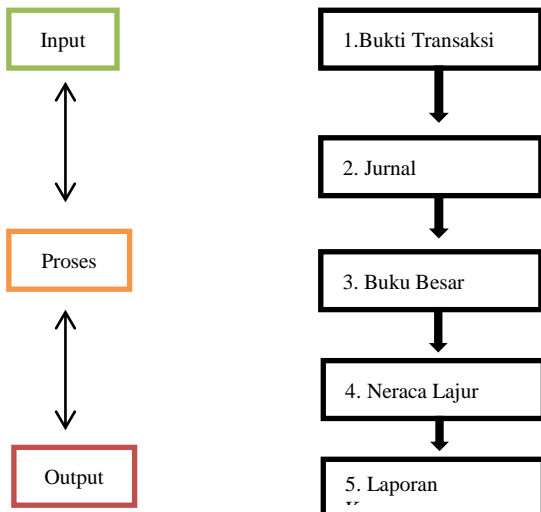
Sifat-sifat seorang wirausaha adalah:

1. Memiliki sifat keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme.
2. Selalu berusaha untuk berprestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
3. Memiliki kemampuan mengambil risiko dan suka pada tantangan.
4. Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun.
5. Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
6. Memiliki persepsi dan cara pandang yang berorientasi pada masa depan.
7. Memiliki keyakinan bahwa hidup itu sama dengan kerja keras.

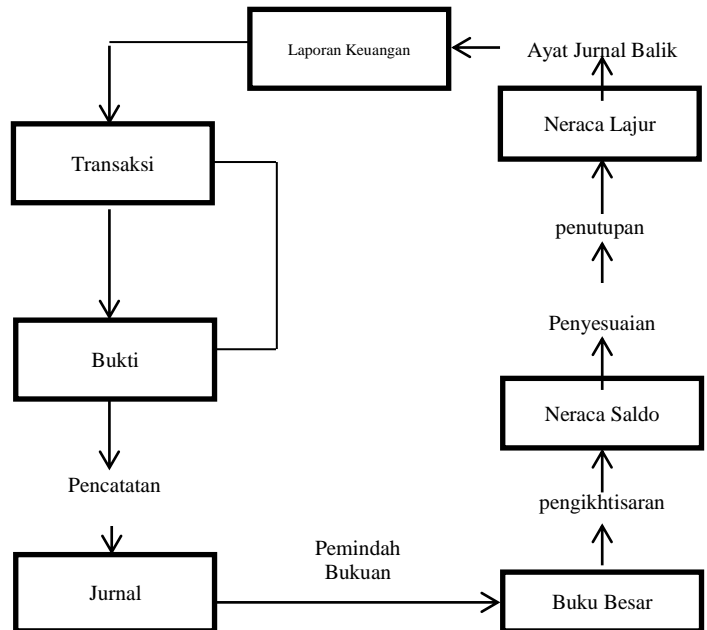
Pengelolaan keuangan secara optimal

Pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan sebagaimana dijelaskan berikut ini : Laporan keuangan lahir melalui sistem akuntansi, proses akuntansi, siklus atau prosedur akuntansi. Proses lahirnya laporan keuangan dimulai dari adanya transaksi sebagai input sampai akhir laporan keuangan sebagai output. Hal ini dapat dilihat dari gambar berikut :

Gambar a : Siklus Akuntansi



Dan mengenai proses siklus akuntansi dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar b : Proses Akuntansi

5. KESIMPULAN & SARAN

Dengan adanya pengabdian ini pengabdian merasakan adanya peningkatan pengetahuan atau skill para wirausahawan dalam mengembangkan usaha mereka terutama dalam hal:

1. Pengembangan manajemen usaha dan jiwa Kewirausahaan
2. Pengembangan pengetahuan tentang pemasaran produk secara online dan offline
3. Pengembangan pengetahuan tentang Pembukuan dan pengelolaan keuangan yang optimal.
4. Peningkatan pengetahuan tentang pengemasan produk yang menarik dan higienis.

6. UCAPAN TERIMAKASIH (ACKNOWLEDGMENTS)

Ucapan terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Malang yang telah membantu pendanaan demi terlaksananya pengabdian ini, dan Fakultas ekonomi yang memberikan kebijakan dalam penggunaan dana blocgrant serta PPEBK yang membantu pelaksanaan pengabdian ini melalui sistem pengabdian blocgrant ini

7. REFERENSI

1. Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan, Direktorat Jendral Pendidikan Formal dan Informal,



STUDI KASUS INOVASI EKONOMI
Vol. 02 Issue 01, 2016
ISSN : 2528-6269

- Kementerian Pendidikan Nasional (2010). Buku 1 Panduan Pelatihan Kewirausahaan.
2. Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan, Direktorat Jendral Pendidikan Formal dan Informal, Kementerian Pendidikan Nasional (2010). Buku 3 Konsep Dasar Kewirausahaan.
 3. Syam Dahiel (2013). Pengantar Akuntansi 1 dan 2. UMM Press. Malang