

**LAPORAN AKHIR
PROGRAM PENGABDIAN MASYARAKAT**



**PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT:
Sentra Kuliner Pasar Sehat Suroboyo dalam
Mengkampanyekan Pola Makan Sehat melalui Video
Promosi**

**Dibiayai oleh Universitas Dr. Soetomo Surabaya dengan SK Rektor Nomor:
OU.1066/E.28/IV/2018 tentang Pelaksanaan Program Hibah Pengabdian Dosen
Program Studi Universitas Dr. Soetomo Surabaya**

TIM PENGUSUL:

Siska Armawati Sufa, S.Sos., M.I.Kom.	0705128202
Citra Rani Angga Riswari, S.Sos., M.Med.Kom.	0718129001
Agustiawan Djoko Baruno, SE., MM.	0707086901

**UNIVERSITAS Dr. SOETOMO SURABAYA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Pengabdian : PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT: Sentra Kuliner Pasar Sehat Suroboyo dalam Mengkampanyekan Pola Makan Sehat melalui Video Promosi
2. Nama Mitra : Komunitas Surabaya Sehat
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama : Siska Armawati Sufa, S.Sos., M.I.Kom.
 - b. NIDN : 0705128202
 - c. Jabatan Fungsional : -
 - d. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - e. Bidang Keahlian : *Public Relations*
 - f. Alamat surel/email : siska.armawati@unitomo.ac.id
4. Anggota Tim Pengusul
 - a. Jumlah Anggota : dosen 2 orang
 - b. Nama Anggota I/ Bidang Keahlian : Citra Rani Angga Riswari, S.Sos., M.Med.Kom. / *Creative Economic*
 - c. Nama Anggota II/Bidang Keahlian : Agustiawan Djoko Baruno, SE., MM. / *Entrepreneurship*
 - d. Jumlah Mahasiswa yang Tertibut : 2 orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : C2O Library & Collabitive di Kelurahan Dr. Sutomo, Kecamatan Tegalsari
 - b. Kota : Surabaya
 - c. Propinsi : Jawa Timur
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra (kilometer) : 3.53 hingga 5.1 kilometer
6. Luaran yang Dihasilkan : Submitted Jurnal Komunikasi, FIKOM UNTAR Jakarta
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 3 bulan
8. Biaya Total : Rp. 4,000,000
 - Sumber DIPA UNITOMO : Rp. 4,000,000
 - Sumber Lain : Rp. 0



Mengetahui,
Dekan

Dr. Rudi Pannju, Drs., MSi.
NPP/NIDN: 90.01.1.075 / 0716076401



Mengetahui,
Ketua Lembaga Pengabdian

Dr. Dra. Salsus Jann Hartati, M.T.
NPP/NIDN: 15.01.1.452 / 0722016401

Surabaya, 05 Desember 2018
Ketua Tim Pengusul,


Siska Armawati Sufa, S.Sos., M.I.Kom.
NPP/NIDN: 14.01.1.446 / 0705128202

RINGKASAN

PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT: Sentra Kuliner Pasar Sehat Suroboyo

PKM ini berupaya untuk memberdayakan para pedagang (artisan) kuliner (makanan dan minuman) sehat yang tergabung dalam Komunitas Surabaya Sehat selaku mitra pada program ini untuk mempromosikan produk *homemade* yang fokus pada konsep *ecopreneurship* yaitu wirausaha yang menekankan pada tanggung jawab untuk melestarikan ekologi dan kelestarian lingkungan dalam proses produksi dengan menggunakan bahan baku ramah lingkungan, saluran distribusi produk yang terawat dengan baik, dan keberlanjutan ekonomi dengan memberdayakan keterampilan mandiri masyarakat. Konsep ini sengaja dipilih oleh mitra dalam membuka bisnis kuliner yang diadakan secara berkala (setiap awal bulan) dikemas dengan muatan pesan sosialisasi tentang gaya hidup sehat.

Upaya PKM ini dalam mempromosikan Pasar Sehat Surabaya sebagai salah satu alternatif kuliner sehat di wilayah Surabaya adalah melalui materi promosi dalam bentuk audio-visual. Keunggulan media audio-visual dalam menstimulan lahirnya minat seseorang terletak pada aspek bahasa dan gambar. Kedua aspek tersebut akan semakin berkualitas kemampuan efek hasil komunikasinya bila diramu melalui sentuhan-sentuhan cita rasa estetika dan kecanggihan teknologi komputerisasi.

Video promosi ini merupakan sebuah rangkaian gambar dan suara sehingga semua orang dapat menonton dan mendengarkan isi materi video tersebut yang akan *publish* melalui Youtube sebagai salah satu *platform social media* yang sangat mendunia, dalam menyebarkan informasi seputar produk atau layanan bisnis.

Kata Kunci: pasar sehat suroboyo, surabaya sehat, kuliner sehat, video promosi

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Daftar Isi	iv
	1
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Permasalahan Mitra	3
BAB 2. SOLUSI DAN TARGET LUARAN	5
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	7
BAB 4. HASIL DAN LUARAN	8
	9
BAB 5. PENUTUP	
	10
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Analisis Situasi

Sebagian orang memilih menjadi vegetarian atau hanya mengonsumsi sayuran karena berbagai alasan, salah satunya untuk kesehatan. Bagi orang lain yang bukan vegan (istilah bagi para pelaku pola makan vegetarian), mungkin merasa heran dengan pola makan yang diterapkan oleh pelaku pola makan vegetarian. Bukan tentang apa kepercayaan/agamanya, tapi kadang ini dilakukan untuk kepentingan kesehatan dan pola hidup sehat.

Pola hidup sehat saat ini sudah mulai disadari oleh sebagian masyarakat perkotaan. Mulai dari menjalani olahraga rutin hingga pola makan yang bernutrisi. Menurut Susana selaku *Head of Nutrifood Research Center* (Mardana, 2017), pola hidup masyarakat modern yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan pola hidup sehat, membuat kebutuhan akan bahan pangan yang praktis dan bisa memberi manfaat untuk kesehatan semakin meningkat.

Di sisi lain, sebuah survei yang dilakukan oleh *Nielsen's New Global Health and Ingredient-Sentiment Survey* secara daring menunjukkan sebagian masyarakat Indonesia mulai lebih peduli makanan yang mereka konsumsi. Bahkan sebagian besar responden mengaku menjalankan diet tertentu. Survei ini melaporkan berbagai perilaku konsumsi yang kemudian diklaim oleh responden. Meski Nielsen mengungkapkan bahwa perbedaan budaya dalam melaporkan sesuatu dapat menjadi faktor yang mempengaruhi hasil. Namun tren di Indonesia sejalan dengan kecenderungan yang terjadi secara global. Sebagian besar responden mengaku menjalani diet untuk menghindari berbagai penyakit mematikan. Salah satu pendorong lain yang sejalan dengan diet sehat ini adalah kenyataan tentang semakin banyaknya penyakit degeneratif akibat pola hidup tak sehat seperti obesitas, diabetes, dan penyakit kardiovaskular. Meski mulai tampak pergeseran minat ke arah diet sehat, minat masyarakat Indonesia terhadap pola hidup sehat masih butuh perhatian (Priherdityo, 2016).

Saat ini sudah banyak makanan, minuman ataupun kudapan yang enak dinikmati lidah tetapi juga menyehatkan, seperti: Loving Hut Indonesia (rumah makan khusus Vegan),

D'Natural Surabaya (*Organic Store and Restaurant*), Mediterranean Restaurant Yogyakarta, Ahimsa Surabaya (*Vegetarian Restaurant*) tentunya dengan harga yang relatif mahal per menunya. Sehingga masyarakat masih merasa enggan untuk membeli dan mengkonsumsinya karena terkesan sangat eksklusif.

Makanan vegetarian selalu dikaitkan dengan yang bercita rasa hambar. Sebenarnya, terdapat banyak sajian makanan vegetarian yang enak tapi menyehatkan. Sama seperti kebanyakan orang lainnya, vegetarian tidak hanya makan dengan sayuran polos dengan rasa hambar. Dilansir dari metro.co.uk (Lorena, 2017), menjadi vegetarian bukan berarti makan makanan yang hambar dan tidak enak, tetapi beralih pada makanan yang lebih sehat dari sebelumnya dengan rasa yang tetap lezat. Menjalankan diet ketat tentu saja memiliki alasan tersendiri, salah satunya adalah untuk kesehatan, penurunan berat badan, alasan religius atau etis. Dalam kasus vegetarian, diet yang dilakukan adalah tidak mengonsumsi daging, telur, produk susu dan semua produk turunan dari hewani. Karena makanan vegetarian sehat, banyak orang juga mengaitkannya dengan biaya yang mahal. Menjadi vegan tidak berarti harus menikmati tepung *superfood* atau biji-bijian mahal, melainkan makanan vegetarian bergizi dan lezat dengan anggaran yang tidak besar sejatinya juga ada. Vegetarian sama halnya dengan mengurangi lemak. Tapi tentu saja lemak tetap bisa diasup dari makanan vegetarian seperti keju vegan, daging palsu dan bahkan telur vegan.

Komunitas Surabaya Sehat yang terdiri dari para pelaku pola makan sehat dengan latar belakang yang berbeda-beda dari berbagai wilayah Surabaya mulai tergabung sejak 15 Februari 2015 dengan tujuan untuk saling memotivasi dan mengkampanyekan gaya hidup sehat kepada masyarakat Surabaya secara menyeluruh, sehingga diharapkan semakin banyak masyarakat Surabaya yang paham dan sadar akan pola makan sehat yang berbeda dengan pola makan selama ini dianut secara turun-temurun oleh masyarakat Indonesia. Komunitas ini pun menggagas adanya Pasar Sehat Suroboyo pada 28 Maret 2015 yang terdiri dari para pedagang (artisan) kuliner (makanan dan minuman) sehat dengan berbagai macam varian, yaitu: sayuran organik (Keningar Organik), madu alami (Madu Sitani), Aneka Kue *Gluten Free* (3 Tungku), aneka *dressing* salad, sirup/wedang, petis vegan, bakso vegan, dan kuliner khas Suroboyoan (Eat 4 Health), *cold pressed juiced* (Morning Dew's Drink), bumbu penyedap dari Jamur (Imyco), aneka olahan Kefir (Amadea Kefir), Burger dan aneka roti

sourdough vegan, selai, saos tomat, dan *mayonaise* vegan (Aulia Wid's Kitchen), Siomay saus Kenari (Quick Kitchen), nasi bakar beras merah dan sorghum (Kedai Bunda), dan masih akan bertambah lagi mitra pedagang (artisan) lainnya yang akan bergabung dalam Pasar Sehat Suroboyo. Beberapa diantara kuliner sehat hasil produk dari pedagang (artisan) Pasar Sehat Suroboyo adalah sebagai berikut:



Lasagna Terong



Burger Sourdough Patty Tempe



Tahu Campur Vegan

Komunitas Surabaya Sehat selalu *memposting* pengumuman melalui Instagram @surabayasehat tujuh hari sebelum acara Pasar Sehat digelar. Saat ini, sudah bukan lagi hal baru jika pelaku bisnis seringkali mempergunakan *platform social media* dan sudah menjamur menjadi media promosi produk. *Social media* telah benar-benar menjadi media yang menawarkan efisiensi dalam hal pemasaran produk dan layanan secara digital. Jika selama ini pelaku bisnis sudah cukup aktif mempromosikan produk atau layanan melalui gambar dalam bentuk foto, di sisi lain penggunaan video promosi yang *dipublish* melalui Youtube sebagai salah satu *platform social media* yang sangat mendunia, dalam menyebarkan informasi seputar produk atau layanan bisnis yang akan ditawarkan.

Keunggulan media audiovisual dalam menstimulan lahirnya minat seseorang terletak pada aspek bahasa dan gambar. Kedua aspek tersebut akan semakin berkualitas kemampuan efek hasil komunikasinya bila diramu melalui sentuhan-sentuhan cita rasa estetika dan kecanggihan teknologi komputerisasi.

Video adalah sebuah rangkaian kejadian yang terabadikan oleh sebuah alat rekam gambar, pada saat ini membuat video sangatlah mudah. Bayangkan pada dahulu kala kita untuk membuat video haruslah minimal memiliki *handycam* dan dalam proses pengeditan melalui langkah yang panjang.

Maka pembuatan audio promosi tentang Pasar Sehat Surabaya, dipandang sangat perlu, karena melalui media ini seluruh kegiatan dan perkembangan bisnis Komunitas Surabaya Sehat akan dapat *tercover* (terdokumentasikan) secara menyeluruh, riil dan dapat disebarkan kepada setiap segmen yang dikehendaki.

I.2. Permasalahan Mitra

Masalah yang menjadi prioritas utama dari mitra antara lain:

- 1) Masih kurangnya sosialisasi dan promosi dari Komunitas Surabaya Sehat terkait digelarnya Pasar Sehat Suroboyo secara berkala (setiap awal bulan) sebagai salah satu sentra kuliner sehat di wilayah Surabaya,
- 2) Kurangnya kesadaran masyarakat Surabaya terhadap gaya hidup sehat sehingga hal ini mempengaruhi minimnya konsumen yang berbelanja di Pasar Sehat Suroboyo,
- 3) Masyarakat Surabaya juga belum familiar dengan eksistensi dari Komunitas Sehat Surabaya sebagai salah satu media berbagi informasi dan pengalaman tentang gaya hidup sehat.

Diperlukan adanya pengembangan strategi promosi bagi para pedagang (artisan) Pasar Sehat Suroboyo yang digunakan untuk menganalisis, merencanakan/mendesain, serta mengimplementasikan konsep *ecopreneurship* dalam bentuk sentra kuliner sehat di wilayah Surabaya sesuai situasi, kondisi dan kebutuhan mitra dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif yang inovatif dan kekinian.

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

II.1. Solusi yang Ditawarkan

Dalam proses pendampingan DIPA, tim bersepakat menyusun strategi sebagai berikut:

- 1) Membentuk kelompok pendamping (dosen) bagi Komunitas Surabaya Sehat dalam rangka merancang video Pasar Sehat Surabaya sebagai media promosi dan pemasaran,
- 2) Mendokumentasikan kelompok mitra bisnis yang tergabung dalam Komunitas Surabaya Sehat sebagai bahan referensi pengaplikasian kerja pemantauan kelompok PKM lainnya.

II.2. Target Luaran

II.2.1. Kelompok Pendamping (Dosen)

Tim PKM terdiri dari dosen dari Fakultas Ilmu Komunikasi memberikan pendampingan kepada mitra Komunitas Surabaya Sehat dalam rangka merancang konten video Pasar Sehat Surabaya sebagai media promosi dan pemasaran sehingga eksistensi Pasar Sehat Surabaya sebagai salah satu sentra kuliner sehat lebih dikenal oleh masyarakat Surabaya. Pendampingan yang dimaksud antara lain merancang dan merencanakan pembuatan video Pasar Sehat Surabaya, mulai dari tahap pra produksi hingga pasca produksi.

Dokumentasi Kelompok Kerja (Komunitas Surabaya Sehat)

Mendokumentasikan kerja kelompok inkubator bisnis yaitu Komunitas Surabaya Sehat sebagai bahan referensi pengaplikasian kerja dan pemantauan bagi mitra lainnya.

Penulisan Jurnal Ilmiah

Temuan-temuan selama proses PKM akan dipublikasikan dalam bentuk artikel pada Jurnal Komunikasi yang akan diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi – Universitas Tarumanegara Jakarta.

Rencana Target Capaian Luaran

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/ <i>Prosiding</i>	<i>Letter of Acceptance for submitted on Jurnal Komunikasi (FIKOM UNTAR Jakarta)</i>
2	Publikasi pada media masa cetak/ <i>online/repocitory</i> PT	terbit
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya)	ada
4	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	ada
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	ada
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di Jurnal Internasional	<i>Submitted</i>
2	Jasa, rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang	terapan
3	Inovasi baru TTG	tidak ada
4	Hak kekayaan intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	Ada (video promosi Pasar Sehat Surabaya)
5	Buku ber ISBN	<i>Draft</i>

BAB III

METODOLOGI PELAKSANAAN

Metodologi yang dipergunakan dalam pembuatan materi video (audio visual) promosi ini dibagi menjadi tiga tahap:

- 1) Tahap Pertama – Persiapan, meliputi:
 - a) Pengumpulan data
 - b) Menyiapkan daftar target *shooting*/foto (video dan *slide*)
 - c) Menyiapkan papan cerita bersama antara penulis skenario, animator *storyboard* dan konsultan Komunitas Surabaya Sehat
 - d) Kesepakatan kerjasama
 - e) Survei lokasi
 - f) Penjadwalan waktu produksi & pasca-produksi.

- 2) Tahap Kedua – Produksi, meliputi:
 - a) Diskusi sebelum berangkat ke lapangan
 - b) *Shooting days*
 - c) Pembuatan *jingle* (musik) di studio
 - d) Pembuatan animasi grafis di studio
 - e) Memproses film asli
 - f) Menyesuaikan hasil akhir papan cerita.

- 3) Tahap Ketiga – Pasca Produksi, meliputi:
 - a) *Editing* gambar & hasil animasi
 - b) *Dubbing voice* dan *jingle* (musik)
 - c) *Pre-view*
 - d) *Finishing* hasil produksi.

BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Terunggahnya Video Pasar Sehat Surabaya di Laman *Youtube*



Gambar 1: Video Promosi (Profil) Pasar Sehat Surabaya

Video berdurasi 6 menit 47 detik yang diunggah dari akun *Youtube*: LPMFIKOM UNITOMO yang merupakan singkatan dari Lembaga Pengabdian Masyarakat – Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya, berisi tentang aktivitas pada saat Pasar Sehat digelar yang berlokasi di C2O Library, jalan Dr. Cipto nomor 22 Surabaya. Narasi yang disampaikan dalam video tersebut berisi tentang profil Komunitas Surabaya Sehat yang memelopori adanya Pasar Sehat Surabaya. Selain itu, dalam video tersebut dipaparkan juga beberapa *artisan* (pedagang) kuliner (makanan dan minuman) sehat beserta produk yang mereka produksi dan pasarkan. Selengkapnya, dapat diakses melalui tautan berikutini: <https://www.youtube.com/watch?v=6cu9KO1x7rc>.

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Pendampingan dari Tim PKM UNITOMO Surabaya dalam menciptakan karya video promosi Pasar Sehat Surabaya sebagai salah satu upaya promosi yang diharapkan mampu menarik masyarakat Surabaya adalah dengan memiliki video promosi sebagai strategi dalam *digital marketing* bagi para artisan (pedagang) kuliner (makanan dan minuman) sehat yang tergabung ke dalam Komunitas Surabaya Sehat. Seperti yang kita tahu bahwa *Youtube* merupakan anak perusahaan dari *Google*, sehingga membuat video promosi semenarik mungkin adalah penting.

V.2. Saran

Perlu adanya perhatian khusus dari pemerintah kota Surabaya agar Pasar Sehat Surabaya mendapatkan perhatian khusus dalam mengembangkan *marketnya* menjadi salah satu sentra kuliner sehat di wilayah Surabaya dalam rangka mengembangkan potensi ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, Marzuki. 2017. Manfaat Makanan Sehat Bergizi bagi Tubuh. Dikuti dari: <https://www.hipwee.com/narasi/manfaat-makanan-sehat-bergizi-bagi-tubuh/>, pada: Jumat, 23 Maret 2018.
- Mardana, Andi. 2017. Masyarakat Indonesia Semakin Sadar Pentingnya Kesehatan. Diunduh dari: <http://majalahkartini.co.id/berita/serba-serbi/masyarakat-indonesia-semakin-sadar-pentingnya-kesehatan/>, dikutip pada: Jumat, 23 Maret 2018.
- Priherdityo, Endro. 2016. Survei: Masyarakat Indonesia Mulai Sadar Makanan Sehat. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160909050532-255-157172/survei-masyarakat-indonesia-mulai-sadar-makanan-sehat>, dikutip pada: Jumat, 23 Maret 2018
- Sa'diyah, Aniatu. 2016. Gambaran perilaku dan gaya hidup masyarakat kota surabaya dalam memanfaatkan perpustakaan kafe (library café). Surabaya: Jurnal Universitas Airlangga.

LAMPIRAN

Lampiran I. Publikasi Artikel

***Ecopreneurship* PASAR SEHAT SURABAYA dalam Mengkampanyekan Pola Hidup Sehat bagi Masyarakat Surabaya**

Siska Armawati Sufa¹, Didik Sugeng Widiarto², Agustiawan Djoko Baruno³

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya
e-mail: siska.armawati@unitomo.ac.id; didikwidiarto49@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo Surabaya

ABSTRAK

Ecopreneurship adalah konsep kewirausahaan yang menekankan pada tanggung jawab untuk melestarikan ekologi dan kelestarian lingkungan dalam proses produksi dengan menggunakan bahan baku ramah lingkungan, saluran distribusi produk yang terawat dengan baik, dan keberlanjutan ekonomi dengan memberdayakan keterampilan mandiri masyarakat. Konsep ini sengaja dipilih oleh para pelaku pola makan sehat di Surabaya yang tergabung dalam komunitas Surabaya Sehat dalam membuka bisnis kuliner yang diadakan secara berkala dikemas dengan muatan pesan kampanye tentang gaya hidup sehat dan pelestarian lingkungan hidup dalam bentuk: seminar kesehatan, *workshop*, *Focus Group Discussion*, atau demo masak. Menggunakan metode penelitian kualitatif, informasi diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, *Focus Group Discussion*, studi pustaka dan analisis data sekunder, komunitas Surabaya Sehat dan pedagang (artisan) kuliner sehat berperan sebagai *key informant*, sedangkan masyarakat sebagai pelanggan adalah *informant* penelitian

Perlu adanya dukungan dari pihak pemerintah daerah kota Surabaya dalam memberdayakan pedagang (artisan) kuliner sehat agar eksistensinya semakin berkembang dan kegiatan ekonominya dapat dilaksanakan secara kontinyu, sehingga menjadikan Pasar Sehat Surabaya sebagai salah satu alternatif kuliner yang menyehatkan bagi masyarakat kota Surabaya.

Kata kunci: *ecopreneurship*, inovasi bisnis, kuliner sehat

PENDAHULUAN

Sebagian orang memilih menjadi vegetarian atau hanya mengonsumsi sayuran karena berbagai alasan, salah satunya untuk kesehatan. Bagi orang lain yang bukan vegan (istilah bagi para pelaku pola makan vegetarian), mungkin merasa heran dengan pola makan yang diterapkan oleh pelaku pola makan vegetarian. Bukan tentang apa kepercayaan/agamanya, tapi kadang ini dilakukan untuk kepentingan kesehatan dan pola hidup sehat.

Pola hidup sehat saat ini sudah mulai disadari oleh sebagian masyarakat perkotaan. Mulai dari menjalani olahraga rutin hingga pola makan yang bernutrisi. Menurut Susana selaku Head of Nutrifood Research Center (Mardana, 2017), pola hidup masyarakat modern yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan pola hidup sehat, membuat kebutuhan akan bahan pangan yang praktis dan bisa memberi manfaat untuk kesehatan semakin meningkat.

Di sisi lain, sebuah survei yang dilakukan oleh *Nielsen's New Global Health and Ingredient-Sentiment Survey* secara daring menunjukkan sebagian masyarakat Indonesia

mulai lebih peduli makanan yang mereka konsumsi. Bahkan sebagian besar responden mengaku menjalankan diet tertentu. Survei ini melaporkan berbagai perilaku konsumsi yang kemudian diklaim oleh responden. Meski Nielsen mengungkapkan bahwa perbedaan budaya dalam melaporkan sesuatu dapat menjadi faktor yang mempengaruhi hasil. Namun tren di Indonesia sejalan dengan kecenderungan yang terjadi secara global. Sebagian besar responden mengaku menjalani diet untuk menghindari berbagai penyakit mematikan. Salah satu pendorong lain yang sejalan dengan diet sehat ini adalah kenyataan tentang semakin banyaknya penyakit degeneratif akibat pola hidup tak sehat seperti obesitas, diabetes, dan penyakit kardiovaskular. Meski mulai tampak pergeseran minat ke arah diet sehat, minat masyarakat Indonesia terhadap pola hidup sehat masih butuh perhatian (Priherdityo, 2016).

Saat ini sudah banyak makanan, minuman ataupun kudapan yang enak dinikmati lidah tetapi juga menyehatkan, seperti: Loving Hut Indonesia (rumah makan khusus Vegan), D'Natural Surabaya (Organic Store and Restaurant), Mediterranea Restaurant Yogyakarta, Ahimsa Surabaya (Vegetarian Restaurant) tentunya dengan harga yang relatif mahal per menuanya. Sehingga masyarakat masih merasa enggan untuk membeli dan mengkonsumsinya karena terkesan sangat eksklusif.

Makanan vegetarian selalu dikaitkan dengan yang bercita rasa hambar. Sebenarnya, terdapat banyak sajian makanan vegetarian yang enak tapi menyehatkan. Sama seperti kebanyakan orang lainnya, vegetarian tidak hanya makan dengan sayuran polos dengan rasa hambar. Dilansir dari metro.co.uk (Lorena, 2017), menjadi vegetarian bukan berarti makan makanan yang hambar dan tidak enak, tetapi beralih pada makanan yang lebih sehat dari sebelumnya dengan rasa yang tetap lezat. Menjalankan diet ketat tentu saja memiliki alasan tersendiri, salah satunya adalah untuk kesehatan, penurunan berat badan, alasan religius atau etis. Dalam kasus vegetarian, diet yang dilakukan adalah tidak mengonsumsi daging, telur, produk susu dan semua produk turunan dari hewani. Karena makanan vegetarian sehat, banyak orang juga mengaitkannya dengan biaya yang mahal. Menjadi vegan tidak berarti harus menikmati tepung *superfood* atau biji-bijian mahal, melainkan makanan vegetarian bergizi dan lezat dengan anggaran yang tidak besar sejatinya juga ada. Vegetarian sama halnya dengan mengurangi lemak. Tapi tentu saja lemak tetap bisa diasup dari makanan vegetarian seperti keju vegan, daging palsu dan bahkan telur vegan.

Komunitas Surabaya Sehat yang terdiri dari para pelaku pola makan sehat dengan latar belakang yang berbeda-beda dari berbagai wilayah Surabaya mulai tergabung sejak 15 Februari 2015 dengan tujuan untuk saling memotivasi dan mengkampanyekan gaya hidup sehat kepada masyarakat Surabaya secara menyeluruh, sehingga diharapkan semakin banyak masyarakat Surabaya yang paham dan sadar akan pola makan sehat yang berbeda dengan pola makan selama ini dianut secara turun-temurun oleh masyarakat Indonesia. Komunitas ini pun menggagas adanya Pasar Sehat Suroboyo pada 28 Maret 2015 yang terdiri dari para pedagang (artisan) kuliner (makanan dan minuman) sehat dengan berbagai macam varian, yaitu: sayuran organik (Keningar Organik), madu alami (Madu Sitani), Aneka Kue Gluten Free (3 Tungku), aneka dressing salad, sirup/wedang, petis vegan, bakso vegan, dan kuliner khas Suroboyoan (Eat 4 Health), *cold pressed juiced* (Morning Dew's Drink), bumbu penyedap dari Jamur (Imyco), aneka olahan Kefir (Amadea Kefir), Burger dan aneka roti sourdough vegan, selai, saos tomat, dan mayonaise vegan (Aulia Wid's Kitchen), Siomay saus Kenari (Quick Kitchen), nasi

bakar beras merah dan sorghum (Kedai Bunda), dan masih akan bertambah lagi mitra pedagang (artisan) lainnya yang akan bergabung dalam Pasar Sehat Suroboyo. Beberapa diantara kuliner sehat hasil produk dari pedagang (artisan) Pasar Sehat Suroboyo adalah sebagai berikut:



Lasagna Terong

Burger Sourdough Patty Tempe

Tahu Campur Vegan

Semua produk yang dijual oleh pedagang (artisan) makanan dan minuman di Pasar Sehat Surabaya diolah dari dapur rumahan mereka masing-masing dan dikemas dalam kemasan yang ramah lingkungan (*ecofriendly*). Hal ini tak bisa lepas dari semakin meningkatnya permasalahan lingkungan dalam kehidupan kita sehari-hari. Meningkatnya permasalahan lingkungan diawali dengan adanya pemanasan global, krisis energi hingga pencemaran lingkungan yang akhirnya mendasari banyak pihak, baik pelaku industri maupun pelaku usaha mandiri atau usaha rumahan (*homemade*) menerapkan sistem gaya hidup ramah lingkungan dengan meluncurkan produk-produk yang ramah lingkungan pula.

Ramah lingkungan (*eco-friendly*) berarti tidak merusak lingkungan dan mengganggu keseimbangan di dalamnya. Konsepsi dari hidup ramah lingkungan dapat dilihat dari empat pilar yang sangat berhubungan, yaitu ekonomi, ekologi, politik dan budaya. Konsep ramah lingkungan ini sangat baik untuk diterapkan demi menjaga keberlangsungan lingkungan untuk generasi selanjutnya dan meningkatkan taraf kesehatan manusia di bumi (Tobing, 2014).

Konsep *ecofriendly* adalah dasar dari berkembangnya konsep usaha yang ramah lingkungan (*ecopreneurship*). Dapat diartikan bahwa *ecopreneurship* berasal dari gabungan kata *ecology* (lingkungan) dan *entrepreneur* (wirausaha), sehingga makna harfiahnya adalah usaha berwawasan lingkungan. Menurut pandangan tradisional, manajemen wirausaha berwawasan lingkungan memfokuskan pada upaya perusahaan dalam mengembangkan konsep *green corporate*. Butuh perhatian lebih bagi perusahaan yang memfokuskan usahanya pada upaya untuk mewujudkan perusahaan berkembang secara berkelanjutan dengan tetap mempedulikan keberlangsungan lingkungan hidup.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mengenai apa saja upaya pedagang (artisan) makanan dan minuman di Pasar Sehat Surabaya mengimplementasikan konsep *ecopreneurship* dalam mengkampanyekan pola hidup sehat bagi masyarakat Surabaya?

Ecopreneurship

Semakin maraknya istilah *ecopreneurship*, telah banyak terbukti bahwa para pelaku bisnis konvensional menjalankan bisnisnya dengan akibat yang membahayakan bagi lingkungan dan bahkan dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan besar-besaran, seperti perubahan iklim, deforestasi, polusi udara, maupun pencemaran air.

Ecopreneurship berasal dari dua kata yaitu *eco* dan *entrepreneur*. *Eco* diambil dari kata *ecological* atau ekologi (oikos: rumah atau tempat hidup). Jadi, ekologi adalah ilmu yang mempelajari tentang hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya. Sedangkan *preneur* berasal dari kata *entrepreneurship* yaitu kewirausahaan yang berasal dari bahasa Perancis (*entreprendre*) berarti peluang, pencipta, dan pengelola usaha (Resosodarmo, 1986).

Schaper (2002) dalam penelitiannya tentang “*The Essence of Ecopreneurship*” menyatakan bahwa *ecopreneurship* adalah area yang relatif baru tetapi menawarkan beberapa peluang untuk keberlanjutan bisnis melalui inovasi bisnis yang peduli terhadap kelestarian lingkungan. Namun undang-undang, peraturan pemerintah dan lembaga pendukung industri harus memainkan peran penting dalam merancang inovasi bisnis melalui *ecopreneurship* agar dapat berhasil. LSM, pemodal ventura dan komunitas lokal juga dapat memainkan peran penting untuk memastikan keberhasilannya.

Kainrath (2009) dalam penelitiannya telah menyebutkan bahwa *ecopreneurship* telah muncul dari upaya penemuan solusi untuk permasalahan lingkungan di seluruh dunia. Oleh karena itu *ecopreneurship* berhubungan dengan berbisnis yang ramah lingkungan. Melalui beberapa studi kasus, disimpulkan bahwa ada tiga elemen penting untuk mencapai kesuksesan dalam *ecopreneurship*: (1) *eco-innovation*, berkaitan erat dengan penyediaan solusi inovatif dalam memecahkan permasalahan lingkungan; (2) *eco-commitment*, berkaitan dengan pembuatan dan penerapan kebijakan yang akan membantu menciptakan komitmen untuk fokus pada aktivitas pelestarian lingkungan; (3) *eco-opportunity*, berkaitan dengan mengidentifikasi peluang untuk inovasi yang akan membantu upaya pemecahan masalah lingkungan serta mencapai keberlanjutan dalam bisnis.

Ketiga konsep yang mendasari *ecopreneurship* tersebut dijelaskan secara lengkap sebagai berikut:

1. *Eco-Innovation* (Inovasi Lingkungan)

Bahwa, ciri khas dari *eco-innovation* dibandingkan dengan inovasi pada umumnya adalah kekhawatiran tentang arah dan isi kemajuan. *Eco-innovation* adalah seluruh langkah yang relevan dalam mengembangkan ide baru, perilaku, produk, proses, terapan, pengenalan dan kontribusi pada pengurangan beban pada lingkungan untuk target jangka panjang. Salah satu cara mengukur pengurangan dampak lingkungan yang dapat dicapai oleh *eco-innovation* adalah dengan melihat faktor reduksi untuk mengurangi dalam penggunaan sumber daya yang banyak dilakukan oleh *green entrepreneur* saat ini.

2. *Eco-Commitment* (Komitmen Lingkungan/*Environmental Commitment*)

Bahwa komitmen terhadap sesuatu ialah kemauan untuk bekerja keras, memberi energi dan waktu untuk suatu pekerjaan atau kegiatan. Visi seorang pengusaha dapat dipengaruhi oleh faktor yang berbeda (Prastowo, 2010). Begitu juga untuk visi seorang *ecopreneur*, karena *ecopreneur* mengikuti visi *ecopreneurial* yang didahului oleh satu atau campuran dari tiga bentuk komitmen lingkungan yaitu *continuance commitment*, *affective commitment* dan *normative commitment*. Tiga dimensi komitmen yang telah disebutkan diatas, diusulkan untuk menjadi model komitmen terhadap lingkungan yang kemudian akan diterapkan pada kewirausahaan.

3. *Eco-Opportunity* (Peluang Lingkungan)

Ketika kegiatan ekonomi menciptakan penurunan lingkungan atau kerusakan sosial, teori kewirausahaan seringkali mengidentifikasi peluang yang melekat dalam kegagalan pasar bagi pengusaha untuk mengeksploitasinya. Dalam hal ini dapat diberitahukan bahwa *ecopreneurs* dapat memperbaiki atau mengurangi kerusakan lingkungan dengan cara mengeksploitasi pemanfaatan lingkungan. Dengan pemanfaatan *eco-opportunity*, *ecopreneur* tidak hanya ingin mencapai sukses dalam membangun kewirausahaan, tetapi juga berkeinginan untuk dapat mengurangi kerusakan lingkungan dengan cara menyediakan produk atau jasa yang ramah lingkungan agar memiliki dampak yang kurang berbahaya bagi lingkungan.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan memfokuskan pada kondisi objek yang alamiah, bahwa peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara (*depth interview*) yang bertujuan untuk mendapatkan data melalui observasi. Studi dokumen dipergunakan sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Teknik pengambilan data menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data melalui informan, dengan pertimbangan informan tersebut dianggap paling tahu tentang data yang diharapkan atau dikuasai sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek. Data penelitian diperoleh melalui informan kunci yaitu tokoh formal yang memahami tentang objek penelitian. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial/objek (Sugiyono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memastikan bahwa produk yang akan dijual di Pasar Sehat Surabaya sesuai standar *ecopreneur*, Komunitas Surabaya Sehat selalu menyeleksi terlebih dahulu secara mendetail mulai dari bahan baku produk, cara mengolah hingga kemasan produk, baik makanan maupun minuman, demi keberlanjutan sistem ekologi dengan memfokuskan pada aspek kelestarian lingkungan dalam proses produksinya, serta mempergunakan bahan baku

ramah lingkungan guna keberlanjutan ekonomi sehingga kegiatan usaha yang dijalankan dapat turut serta meningkatkan perekonomian masyarakat.

Implementasi dari upaya berbagi informasi yang bersifat edukatif tentang konsep *ecopreneurship* membutuhkan kerjasama dari semua pihak, dalam hal ini adalah para pedagang (artisan) Pasar Sehat Surabaya. Ditengah-tengah pertumbuhan dunia usaha kuliner yang sangat pesat dan cenderung instan atau siap saji dengan mengesampingkan unsur kesehatan sesuai yang dibutuhkan oleh tubuh manusia, maka tanpa kerjasama dan koordinasi dari seluruh pihak akan semakin sulit dalam mewujudkan dunia usaha yang memperhatikan aspek keberlanjutan ekologi ekonomi dan sosial. Terdapat beberapa pihak yang terlibat dan memiliki peranan penting dalam mengedukasi dan menginformasikan konsep *ecopreneurship* kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat memahami pentingnya aspek-aspek keberlanjutan dalam menjalankan sebuah usaha. Usaha-usaha yang dilakukan Komunitas Surabaya Sehat dalam mengedukasi masyarakat Surabaya tentang konsep *ecopreneurship* melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Inovasi Produk Kuliner sebagai Perwujudan *Eco-Innovation*

Semua olahan makanan dan minuman yang disajikan untuk keluarga di rumah, adalah apa yang disajikan kepada konsumen di Pasar Sehat Surabaya. Keluarga adalah yang utama, seluruh makanan dan minuman yang disajikan adalah wujud cinta kasih para pedagang (artisan) Pasar Sehat Surabaya kepada para konsumennya. Bahan baku yang diolah pun berasal dari bahan pilihan yang menyehatkan dan tentunya dibutuhkan oleh tubuh sesuai metabolismenya. Dengan mengutamakan makanan dan minuman minim proses dan *plant based food* menjadikan berbagai menu yang disajikan di Pasar Sehat Surabaya terkesan unik dan menarik bagi masyarakat awam yang belum mengenal gaya hidup sehat. Para artisan (pedagang) makanan dan minuman di Pasar Sehat Surabaya wajib menghadirkan menu baru yang inovatif dan berbeda setiap menggelar dagangannya pada hari Minggu setiap awal bulan.



Inovasi bisnis (produk dan pemasaran) melalui media sosial (Instagram) @surabayasehat

Pasar Sehat Surabaya berupaya menyajikan makanan dan minuman sehat yang nikmat, setidaknya masih bisa ditoleransi oleh lidah masyarakat Indonesia dengan

citarasa Nusantara. Sehingga masyarakat Surabaya sebagai calon pembeli potensial tidak akan asing dengan berbagai menu yang akan disajikan, hanya komposisi yang sedikit berbeda dengan menu harian yang biasa disajikan pada berbagai menu olahan konvensional. Diantaranya adalah mengganti komposisi protein hewani dengan protein nabati, misalkan: Tahu Campur Vegan, Rawon Vegan, Rendang Jamur, Lasagna Tempe Terong, dan masih banyak lagi. Pasar Sehat Surabaya memiliki harapan bahwa dengan menyajikan menu makanan dengan citarasa yang nikmat akan membawa rasa bahagia bagi semua penikmatnya, sehingga selalu berupaya mengkreasikan menu dengan menyajikan variasi makanan sehat nan nikmat setiap kali menggelar dagangan.

2. Kampanye Gaya Hidup Sehat sebagai Perwujudan *Eco-Commitment*

Terdapat banyak program gaya hidup sehat terutama dalam hal pola makan yang bisa diterapkan pada kehidupan sehari-hari kita, diantaranya adalah: *plant based diet menu*, yaitu menu diet yang mengutamakan asupan makanan berasal dari tanaman. Pola makan *plant-based* saat ini tengah menjadi tren. Pola makan yang didominasi dengan makanan yang berasal dari tanaman ini dikenal super sehat sebab mampu menguatkan zat antibodi, meningkatkan bakteri sehat di usus, dan mendukung kesehatan jantung. Hal ini telah terbukti mampu mendukung kesehatan tubuh dan sesuai dengan kebutuhan harian tubuh yang sebenarnya. Dalam diet ini, hampir lebih dari 50 hingga 70% porsi makanan yang dikonsumsi berasal dari tanaman, misalkan: sayur dan buah segar minim proses pengolahan atau pemasakan.

Di lokasi yang sama dengan digelarnya Pasar Sehat Surabaya, selain menjual berbagai menu makanan sehat, Komunitas Surabaya Sehat memiliki berbagai program kampanye gaya hidup sehat dalam format diskusi, *workshop* (demo masak sehat), maupun *focus group discussion*. Bekerjasama dengan *nutripreneur* sekelas Wied Harry (Bogor) hingga Chef Made Runatha (Bali) dan pakar kesehatan tubuh dari berbagai daerah di Indonesia, termasuk juga instruktur olah tubuh yoga.



Banner Kelas Sehat Surabaya sebagai Perwujudan Kampanye Program Gaya Hidup Sehat

Makanan dari tanaman dinilai lebih unggul ketimbang makanan olahan tinggi proses pemasakan atau makanan dari hewani, karena makanan olahan dan hewani memiliki kandungan yang lebih berbahaya atau dapat mengubah kondisi kesehatan lebih cepat. Makanan olahan cenderung tinggi gula, garam, dan lemak trans, sedangkan makanan dari hewani mengandung lemak jenuh yang lebih tinggi. Keduanya sama-sama berisiko bagi kadar gula darah, lemak, hingga tekanan darah. Faktanya, makanan ini justru cenderung lebih sering dikonsumsi berlebihan oleh sebagian besar orang dan nyatanya makanan dari tanaman malah dikonsumsi dalam jumlah yang sedikit. Berbanding terbalik dengan makanan olahan dan makanan hewani, makanan dari tanaman justru memberikan banyak manfaat hebat untuk tubuh. Makanan dari tanaman lebih tinggi serat, vitamin, mineral, antioksidan, dan fitonutrien yang diperlukan oleh tubuh. Makanan dari tanaman jika dikonsumsi dalam jumlah dan jenis yang cukup juga akan memberikan manfaat yang sama dengan makanan olahan atau hewani, namun lebih sehat, misalnya: protein nabati dari kacang-kacangan, gula alami dari buah dan lemak nabati yang tinggi antioksidan (Dokter Sehat, 2018).

3. Kampanye Pelestarian Lingkungan sebagai Perwujudan *Eco-Opportunity*

Setiap produk yang dipasarkan di Pasar Sehat Surabaya harus memiliki unsur inovasi bisnis berbasis *ecopreneur*, bahwa setiap makanan yang disajikan adalah makanan yang baik dan sehat mulai dari sumber memperoleh bahan baku hingga cara penyajiannya. Sebisa mungkin bahan bakunya ditumbuhkan dan dikembangkan secara organik dan lokal untuk menjamin kesegarannya, karena bahan baku yang baik memerlukan cara pengolahan yang baik pula.

Makanan diolah sedekat mungkin dengan bentuk alaminya sehingga nutrisinya tetap terjaga dan membawa manfaat bagi tubuh, berdasarkan keyakinan bahwa keaslian rasa, aroma dan warna dari suatu bahan makanan merupakan anugerah Tuhan sehingga manusia dapat menikmatinya tanpa merusak unsur yang terkandung dan bahan penyedap, pengawet, pewarna dan pemanis buatan tidak perlu ditambahkan di dalamnya.

Salah satu tujuan dari para pedagang (artisan) Pasar Sehat Surabaya adalah membangun sebuah bisnis makanan sehat yang berkelanjutan. Mulai dari dukungan terhadap petani sayur dan buah organik dan artisan lokal, proses memasak yang *less energy consumption*, hingga penyajian dengan menggunakan bahan mudah terurai seperti kemasan daur ulang hingga penggunaan kain yang dicuci setiap hari untuk menggantikan penggunaan *tissue*, hal itu semua demi kelangsungan hidup kita dan anak cucu kita di masa depan.

Kesadaran lingkungan membangkitkan sikap yang positif terhadap kegiatan ramah lingkungan dan mendorong masyarakat untuk lebih banyak terlibat dalam perilaku ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. *Eco-friendly attitudes* pada umumnya dikaitkan dengan level kepentingan seseorang terhadap lingkungan (Han, *et al.*, 2011). Berbagai kampanye tentang kesadaran melestarikan lingkungan juga disisipkan dalam program Komunitas Surabaya Sehat melalui *workshop*, seminar, maupun *focus group discussion* bergantian dengan program kampanye gaya hidup sehat.



Liked by jualprodukorganik_mom and 29 others

surabayasehat Kemarin kami belajar membuat kerajinan dari bahan-bahan daur ulang dari Ibu Moon, seorang aktivis lingkungan yg inspiratif. Dgn semangatnya yg gigih, beliau mengajari satu per satu peserta hingga menghasilkan kreasi daur ulang yg menarik dan bernilai ekonomis 😊

#surabayasehat #pasarsehat #sehat #organik
#sustainability #recycle

Kampanye Pelestarian Lingkungan melalui Kelas Daur Ulang

Hal ini termasuk implementasi dari *eco-friendly* yang biasa disebut dengan ramah lingkungan yang berkaitan dengan produk, hasil olahan, dan bahan baku yang tidak berbahaya untuk manusia, bumi maupun lingkungan sekitar. *Eco-friendly* atau juga bisa disebut *eco-green* adalah sebuah gerakan berkelanjutan yang mencita-citakan terciptanya produk dari bahan baku yang ramah lingkungan serta penggunaan energi dan sumber daya yang efektif dan efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Komunitas Surabaya Sehat merupakan salah satu pelaku ekonomi kreatif yang berbasis *ecopreneur* di wilayah Surabaya dengan mengusung berbagai program kampanye pelestarian lingkungan dan juga kampanye gaya hidup sehat bagi warga kota Surabaya dan sekitarnya. Kelas Sadar Sehat dan Kelas Daur Ulang sebagai metodologi komunikasi bisnis dengan konsep *eco-friendly*, sedangkan Pasar Sehat Surabaya sebagai wujud inovasi bisnis dalam memasarkan produk makanan dan minuman sehat setiap hari Minggu pada awal bulan, sehingga masyarakat Surabaya tidak hanya dapat berbelanja berbagai kuliner sehat tetapi juga menambah wawasan terkait program *ecopreneur*.

Perlu adanya dukungan dari pihak pemerintah daerah kota Surabaya dalam memberdayakan pedagang (artisan) kuliner sehat agar eksistensinya semakin berkembang dan kegiatan ekonominya dapat dilaksanakan secara kontinyu, sehingga menjadikan Pasar Sehat Surabaya sebagai salah satu alternatif kuliner yang menyehatkan bagi warga masyarakat kota Surabaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih tak terhingga kepada *C2O Library Collabtive*, Komunitas Surabaya Sehat dan artisan Pasar Sehat Surabaya, khususnya Citra Purba Erwina, ST. selaku *owner* dari “3 Tungku”, Muhammad Farid Syafriel Annam, SE. dan Ratu S. Fitriah Nur Jannah, S.Sos. selaku *owner* dari Katering Sehat “Warung Hati” yang senantiasa sabar dalam melayani proses wawancara dan dokumentasi dalam penelitian ini, serta mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya, khususnya Robbi, Javier dan Efra yang selalu membantu dengan senang hati bersama-sama menuntaskan proses penelitian ini.

REFERENSI

- Akhmad, Marzuki. (2017). *Manfaat Makanan Sehat Bergizi bagi Tubuh*. Dikutip dari: <https://www.hipwee.com/narasi/manfaat-makanan-sehat-bergizi-bagi-tubuh/>, pada: Jumat, 23 Maret 2018.
- Dokter Sehat. (2018). *Based Diet, Diet Super yang Dianjurkan Pakar Kesehatan*. Dikutip dari: <https://doktersehat.com/plant-based-diet-diet-super-sehat-yang-dianjurkan-para-pakar-kesehatan/>, pada 15 Nopember 2018.
- Han, H., Hsu, L., Lee, J. 2009. *Empirical Investigation of The Roles of Attitudes Toward Green Behaviors, Overall Image, Gender, and Age in Hotel Customer's Eco-friendly Decision Making Proce* International Journal of Hospitality Management, 28(4), pp. 519-528.
- Kainrath, D. (2009). *Ecopreneurship in theory and practice: A proposed emerging framework for ecopreneurship*.

- Mardana, Andi. (2017). *Masyarakat Indonesia Semakin Sadar Pentingnya Kesehatan*. Dikutip dari: <http://majalahkartini.co.id/berita/serba-serbi/masyarakat-indonesia-semakin-sadar-pentingnya-kesehatan/>, dikutip pada: Jumat, 23 Maret 2018.
- Prastowo, A. (2010). *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Priherdityo, Endro. (2016). *Survei: Masyarakat Indonesia Mulai Sadar Makanan Sehat*. Dikutip dari: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160909050532-255-157172/survei-masyarakat-indonesia-mulai-sadar-makanan-sehat>, dikutip pada: Jumat, 23 Maret 2018.
- Resosodarmo, Soedjiran, Kustawa Kartawinata, dan Aprilani Soegiarto. (1986). *Pengantar Ekologi*. Bandung: Remadja Karya.
- Sa'diyah, Aniatus. (2016). *Gambaran Perilaku dan Gaya Hidup Masyarakat Kota Surabaya dalam Memanfaatkan Perpustakaan Kafe (Library Café)*. Surabaya: Jurnal Universitas Airlangga.
- Schaper, M. (2002). *Introduction: The Essence of Ecopreneurship*. *Greener Management International* (38), 26-30.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tobing, Mega Yudia. (2014). *Meningkatkan Pengembangan Produk Ramah Lingkungan*. Dikutip dari: <http://harian.analisadaily.com/lingkungan/news/meningkatkan-pengembangan-produk-ramah-lingkungan/79851/2014/11/09>, pada: 15 Nopember 2018.

Lampiran II. Biodata Ketua dan Anggota Tim

II.1. Biodata Ketua Pengusul

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	Siska Armawati Sufa, S.Sos., M.I.Kom.
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Tenaga Pengajar
4.	NIP/NIK/Identitas lainnya	14.01.1.446
5.	NIDN	0705128201
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Surabaya, 05 Desember 1982
7.	E-mail	siska.armawati@unitomo.ac.id
9.	Nomor Telepon/HP	085259769444
10.	Alamat Kantor	Universitas Dr. Soetomo Jalan Semolowaru 84 Surabaya
11.	Nomor Telepon/Faks	031 – 5944746
12.	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1= 80 orang
13.	H-indeks di Google Scholar	1
14.	URL <i>Google Scholar</i>	https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=wdirFKEAAAAJ
15. Mata Kuliah yg Diampu		Manajemen <i>Public Relations</i>
		<i>Personality Development</i>
		<i>Public Speaking</i>
		<i>Strategic Communication Management</i>

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	UPN “Veteran” Jawa Timur	Universitas Dr. Soetomo Surabaya
Bidang Ilmu	Ilmu Komunikasi	Ilmu Komunikasi
Tahun Masuk-Lulus	2001 -2005	2012 - 2014
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Hubungan antara Terpaan Tayangan <i>Reality Show</i> “Dunia Lain” dengan Rasa Takut pada Wanita di Surabaya	Strategi Marketing <i>Public Relations</i> pada Perguruan Tinggi Negeri dalam Mempertahankan Citra Positif melalui Program Kerja
Nama Pembimbing/Promotor	Dra. Sumardjijati, M.Si.	Dr. Drs. Redi Panuju, M.Si.

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Juml (Juta Rp.)
1.	2016	Program Hibah <i>Tracer Study</i>	Kemristek Dikti	50
2.	2016	KOMUNIKASI KESEHATAN: Tren Gaya Hidup Sehat dan Saluran Komunikasi Para Pelaku Pola Makan <i>Food Combining</i>	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	3
3.	2016	Pengaruh Peran Orang Tua terhadap Keputusan Memilih Program Studi	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	3
4.	2015	Efektivitas Akun <i>Twitter</i> sebagai Media <i>Cyber Public Relations (e-PR)</i> untuk Menumbuhkan Daya Tarik Calon Kepala Daerah bagi Pemilih Pemula dalam Memperoleh Informasi Politik pada Pilkada Jatim 2015	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	3
5.	2014	Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Hasil Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus Sentra Industri Aneka Keripik di Desa Tuwiri Kulon, Kecamatan Merakurak, Kabupaten Tuban)	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	2

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1.	2016	Asesor Kompetensi dalam Uji Kompetensi Mahasiswa (TUK UPN "Veteran" Jawa Timur) dengan Skema <i>Public Relations</i>	LSP Universitas Dr. Soetomo Surabaya	1
2.	2016	Tim Penguji dalam Tes Potensi Akademik (TPA) bagi Siswa Lulusan SMA/SMK Negeri maupun Swasta dari Keluarga Miskin di wilayah Surabaya	Dinsos Kota Surabaya	1,3
3.	2016	Instruktur Pelatihan Kewirausahaan, Inovasi Bisnis dan Komunikasi Pemasaran di Balai Desa Ngaban - Kecamatan Tanggulangin di Lingkup Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kabupaten Sidoarjo	Dinsosnaker Kabupaten Sidoarjo	1

4.	2016	Instruktur Pelatihan Kewirausahaan, Inovasi Bisnis dan Komunikasi Pemasaran di Balai Desa Tambak Kalisogo - Kecamatan Jabon, Porong di Lingkup Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kabupaten Sidoarjo	Dinsosnaker Kabupaten Sidoarjo	1
5.	2016	Instruktur Pelatihan Kewirausahaan, Inovasi Bisnis dan Komunikasi Pemasaran di Balai Desa Sumberejo - Kecamatan Wonoayu di Lingkup Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kabupaten Sidoarjo	Dinsosnaker Kabupaten Sidoarjo	1
6.	2016	Instruktur Pelatihan Kewirausahaan, Inovasi Bisnis dan Komunikasi Pemasaran di Balai Desa Simoangin - Kecamatan Wonoayu di Lingkup Dinas Sosial Kabupaten Sidoarjo	Dinsosnaker Kabupaten Sidoarjo	1
7.	2016	Narasumber Komunikasi Efektif dalam Kepemimpinan pada Pelatihan dan Pertemuan Sinergitas Pimpinan (Eselon III) UPT PTKS Dinas Sosial Provinsi Jawa Timur	CV. Mileniaa dan Dinsos Kabupaten Malang Jawa Timur	1
8.	2015	Penyuluhan Komunikasi Organisasi Pemerintahan Desa di Desa Kesiman Tengah, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto	Universitas Dr. Soetomo	0,25
9.	2015	Penyuluhan Strategi Komunikasi dan Inovasi Bisnis Sektor UKM pada Pengurus PKK Desa Kesiman Tengah, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto	Universitas Dr. Soetomo	0,25
10.	2015	Instruktur Pelatihan Kewirausahaan, Inovasi Bisnis dan Komunikasi Pemasaran di Balai Desa Kedungrejo - Kecamatan Jabon di Lingkup Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kabupaten Sidoarjo	Dinsosnaker Kabupaten Sidoarjo	1
11.	2015	Instruktur Pelatihan Kewirausahaan, Inovasi Bisnis dan Komunikasi Pemasaran di Balai Desa Pangkemiri - Kecamatan Tulangan di Lingkup Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kabupaten Sidoarjo	Dinsosnaker Kabupaten Sidoarjo	1
12.	2015	Instruktur Pelatihan Kewirausahaan, Inovasi Bisnis dan Komunikasi Pemasaran di Balai Kecamatan Sedati di Lingkup Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kabupaten Sidoarjo	Dinsosnaker Kabupaten Sidoarjo	1

13.	2014	Pemateri Etika Komunikasi dalam <i>Public Relations</i> Training bagi Badan Eksekutif Mahasiswa, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan – Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya	ITS Surabaya	0,25
14.	2014	Juri dalam Ajang Kreativitas dan Inovasi Bisnis Mahasiswa, Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Airlangga Surabaya	Universitas Airlangga Surabaya	0,5

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1.	Malapraktik dalam Tindak Tutur Kesehatan: Kajian Perspektif Komunikasi antara Dokter dengan Pasien	Jurnal Riset Komunikasi	Volume 1 Nomor 1 / Februari 2018
2.	“CERITA CINTA KANTOR KITA” (Upaya PR Tanly Hospitality Management Mensosialisasikan <i>Corporate Culture</i> melalui <i>Web Series</i>)	<i>Book Chapter: Public Relations & Kolaborasi Isu Strategis</i>	Cetakan 1 / Januari 2018
3.	Tren Gaya Hidup Sehat dan Saluran Komunikasi pelaku pola Makan <i>Food Combining</i>	Jurnal Komunikasi Profesional	Vol. 1 No. 2/ 2017

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Temu Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	<i>5th International SEARCH Conference 2017</i>	<i>The Impact of Online Photography on Instagram: Effective Promotion of Indonesian Tourism</i>	Kuala Lumpur, 2017
2.	<i>Call for Paper BPC Perhumas Yogyakarta</i>	Dr. M.G. Bagus Ani Putra, S.Psi., Psi., sebagai Revitalisator Pusat Informasi dan Humas Universitas Airlangga Surabaya	Yogyakarta, 2017
3.	<i>International Conference on Acceleration of Scientific Knowledge 2016</i>	<i>Strategic Marketing of Video on Facebook: Impacting Promotion of Malang Strudel</i>	Surabaya, 2016

4.	<i>International Conference of Communication Science Research 2016</i>	<i>The Strategy of Sales Marketing Gunawangsa Manyar Hotel to Improving Competitiveness</i>	Surabaya, 2016
----	--	---	----------------

G. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1.	Wisudawan Terbaik	Magister Ilmu Komunikasi - Universitas Dr.Soetomo Surabaya	2014

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan proposal ini.

Surabaya, 10 Nopember 2018
Ketua Pengusul,



Siska Armawati Sufa, S.Sos., M.I.Kom.

II.2. Biodata Anggota Pengusul

A. Identitas Diri

Nama Lengkap (dengan gelar)	Citra Rani Angga Riswari, S.Sos M.Med.Kom
Jenis Kelamin	Perempuan
Jabatan Fungsional	Tenaga Pengajar
NIP/NIK/Identitas lainnya	16.01.1.483
NIDN	0727029005
Tempat dan Tanggal Lahir	Surabaya, 27 Februari 1990
E-mail	citraunitomo@gmail.com / citrarani90@gmail.com
Nomor Telepon/HP	085735065556/081234557956
Alamat Kantor	Jalan Semolowaru 84 Surabaya
Alamat Rumah	Jl. Garuda IV No.21 Rewwin, Waru – Sidoarjo
Google Scholar	https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&authuser

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	UPN “Veteran” Jawa Timur	Universitas Airlangga Surabaya
Bidang Ilmu	Ilmu Komunikasi	Ilmu Komunikasi (<i>Komunikasi Profesional</i>)
Tahun Masuk-Lulus	2008-2011	2013-2015
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Motif Remaja Kota Malang dalam Menonton Film “ <i>Tendangan dari Langit</i> ”	Kepuasan Komunikasi Organisasi pada Bank “X”
Nama Pembimbing/Promotor	Ir.H Didik Trenggono, Msi	Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM. Dr. Djoko W. Tjahjo, SE., M.Si

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Juml (JutaRp.)
1	2016/2017	Pengaruh Peran Orang Tua terhadap Keputusan Mahasiswa Baru dalam Memilih Program Studi di Perguruan Tinggi (Studi Kasus : Universitas Dr. Soetomo)	DIPA UNITOMO	3.000.000,-

D.Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (JutaRp)
1	2015	Volunter Komunitas 1000 Guru Bali di SDN 3 Tulamben, Karangasem - Bali	Donatur	12.000.000
2	2017	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Entrepreneur bagi Remaja di Kota Pasuruan	DIPA UNITOMO	3.000.000

G.Pendidikan Non Formal/Pelatihan

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara	Waktu
1	Workshop Blogger Travelling Citilink Creative Academic	Citilink	27-29 Maret 2013

H.Penghargaan dalam 5 Tahun Terakhir

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Top 5 Inspiring Movie	Wardah Cosmetic	2018

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Surabaya, 05 Desember 2018

Hormat Saya,



(Citra Rani Angga Riswari, S.Sos. M.Med.Kom)

II.2. Biodata Anggota Pengusul

A. Identitas Diri

1	Nama lengkap dan gelar	Agustiawan Djoko Baruno SE, MM
2	Jenis kelamin	Laki-Laki
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP	07.01.1.356
5	NIDN	07.07.08.69.01
6	Sinta ID.	6007752
7	URL Google Scholar	https://scholar.google.co.id/citations?user=EKprSbsAAAAJ&hl=id
7	Tempat dan Tanggal Lahir	Surakarta, 07 Agustus 1969
8	E-mail	agustiawanb@unitomo.ac.id
9	Nomor telepon/HP	08155096637
10	Alamat Kantor	Jl.Semolowaru No.84 Surabaya
11	Nomor telepon/Fax	Telp. (031) 5944750 Fax.(031) 5938935
12	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1 = +- 37 orang
13	Mata Kuliah yang diampu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi Komputer & Internet 2. Manajemen Pemasaran 3. Pengantar Manajemen 4. Pengantar Hukum Bisnis 5. Statistik Bisnis 6. Laboratorium Pemasaran 7. Sosiologi dan Politik 8. Manajemen Pemasaran Internasional

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta	Universitas Dr. Soetomo Surabaya
Bidang Ilmu	Ekonomi Manajemen	Magister Manajemen
Tahun masuk-lulus	1988 – 1994	1999 - 2002
Judul Skripsi/tesis/disertasi	Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Batik Keris di Surakarta	Kajian Sikap dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Dr. Soetomo Surabaya (Studi Kasus Pada Program Studi Pascasarjana, Strata-1 dan Diploma-III Universitas Dr. Soetomo)
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Indriyo Gitosudarmo, M.Com	Dr. Ir. Syamsul Ma'arif, M.Eng

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2015	Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Sarana Prasarana Terhadap Keputusan Siswa SMA Kelas XII Untuk Melanjutkan Studi Lanjut S-1 Di Universitas Dr. Soetomo Surabaya (Studi Kasus di SMA Dr. Soetomo Surabaya)	Mandiri	5.000.000
2	2007	Pengaruh Penempatan Pegawai dan Penilaian Prestasi Kerja Terhadap Efektifitas Kerja Di Koperasi Telkomsel Surabaya	Mandiri	5.000.000,-
3.	2017	Dampak Iklim Organisasi Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Dan Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Dr. Soetomo Surabaya	DRPM DirJend Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian RISTEK, dan Pendidikan Tinggi.	18.500.000,-

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
	2015	Penyuluhan Pengembangan Kewirausahaan Mikro di desa Wiyu, Pacet Mojokerto dalam rangka pelaksanaan KKN-PPM Unitomo 2015 di Kecamatan Pacet, Mojokerto,.	Unitomo	1.000.000,-

2.	2016	Penyuluhan tentang Manfaat E-Commerce Bagi UKM pada Kader PKK di Balai Desa Andono Sari Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan pada Hari Sabtu, 20 Agustus 2016 dalam Rangka KKN Universitas Dr. Soetomo TA. 2015/2016.	FEB Unitomo	1.000.000,-
3.	2016	Penyuluhan dan Sosialisasi Pendidikan Tinggi bagi Siswa SMA Kartika IV Surabaya 3 Kelas XII.	Unitomo	1.000.000,-
4.	2017	Pelatihan Aplikasi Komputer untuk Aparat Desa Sumberpitu Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan pada Hari Selasa, 08 Agustus 2017 dalam Rangka KKN Universtas Dr. Soetomo TA. 2016/2017	FEB Unitomo	1.000.000,-
5.	2017	Penyusunan Survey Kepuasan Masyarakat Pengguna Angkutan AKDP Koridor Surabaya-Madiun-Magetan 2017	FEB Unitomo	1.000.000,-
6.	2018	Sebagai tenaga ahli pada pelaksanaan kegiatan Penyusunan Survey Kepuasan Masyarakat Pengguna Angkutan AKDP Koridor Surabaya-Ponorogo kerjasama antara CV. Wira Buana Consultant dengan Dinas Perhubungan Propinsi Jawa Timur 2018	FEB Unitomo	1.000.000,-

7.	2018	Sebagai tenaga dosen pendamping Pemberdayaan Masyarakat Desa Sogian Kecamatan Omben Kabupaten Sampang pada Program KKN- PPM Unitomo di Kabupaten Sampang bulan Agustus 2018	LPM Unitomo	Rp. 13.500.000,-
----	------	---	-------------	------------------

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1.	Analisis Sikap dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Sebagai Konsumen Pada Universitas Dr. Soetomo Surabaya (Studi Kasus pada Mahasiswa pada Program Studi Pascasarjana, Strata-1 dan Diploma-III)	JOURNAL Majalah Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Dr. Soetomo	Vol.XIX /2/Juni 2013
2.	Dampak Iklim Organisasi Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Dan Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Dr. Soetomo Surabaya	Journal of Business and Banking (JBB) STIE. Perbanas Surabaya	Vol.6 No.2 Periode Nov. 2016 –April 2017
3.	Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Dr. Soetomo Surabaya)	Jurnal Ilmu Manajemen Advantage STIE Widya Gama Lumajang	Vol.2 No. 1 (2018)Juni 2018

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Temu ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

H. Perolehan HKI dalam 10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Pengabdian DIPA Unitomo

Surabaya, 10 November 2018

Anggota



Agustiawan Djok Baruno, SE., MM

Lampiran Surat Tugas Dekan :



YAYASAN PENDIDIKAN
CENDEKIA UTAMA
UNIVERSITAS DR. SOETOMO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Prodi S-1 : Manajemen
SK. No. 1021/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2015
Prodi S-1 : Akuntansi
SK. No. 1262/SK/BAN-PT/Akred/S/OX/2015

Prodi S-1 : Ekonomi Pembangunan
SK. No. 1203/SK/BAN-PT/AK-SURV/S/V/2014
Prodi S-2 : Magister Manajemen
SK. No. 025/SK/BAN-PT/AK-SK/S/2009/2011

J. Semolowaru 84 Surabaya, 60118 Telp. (031) 5944752, Fax. (031) 5938935, website : www.fe.uniloma.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : FEB. 181-q /E.23/VI/2018

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dr Soetomo Surabaya dengan ini memberi tugas kepada saudara :

Nama : Agustiawan Djoko Baruno, SE, MM
NIDN : 0707086901
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Status : Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dr Soetomo

Untuk berperan serta melakukan Pengabdian Masyarakat Program Kemitraan pada Sentra Kuliner Pasar Sehat Surobaya dalam Mengkampanyekan Pola Makan Sehat melalui Vidio Promosi, yang dilaksanakan pada : **1 Juli 2018 s/d 1 Desember 2018**

Dalam melaksanakan tugas ini saudara diminta untuk aktif dalam kegiatan tersebut, sehingga memperoleh hasil yang dapat digunakan untuk mendukung profesionalitas saudara sebagai dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dr Soetomo.

Demikian, tugas ini diberikan kepada saudara untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Atas kerja samanya disampaikan terima kasih.

Surabaya, 12 Juni 2018
Dekan

Dr. Nur Syidah, SE., M.Si., Ak., CA
NPP. 98.01.1.285