

# Sosialisasi pemasaran online dan motivasi pelaku usaha mikro di sentra wisata kuliner penjaringan sari Surabaya.

*by Cek Turnitin*

---

**Submission date:** 29-Feb-2024 07:25PM (UTC-0600)

**Submission ID:** 2307993115

**File name:** Book\_chapter\_padamu\_negeri.pdf (2.1M)

**Word count:** 5254

**Character count:** 35439



**Book Chapter Abdimas**  
Ekonomi, Ilmu Administrasi,  
Ilmu Komunikasi, dan Hukum



# Padamu Negeri Kami Mengabdikan

JILID

2

Editor :

Sayyidatul Khoiridah

Dian Ferriswara

Ika Devy Pramudiana

Fedianty Augustinah

Veronika Nugraheni Sri Lestari

Dwi Cahyono



7  
Book Chapter Abdimas  
Ekonomi, Ilmu Administrasi,  
Ilmu Komunikasi, dan Hukum



# Padamu Negeri Kami Mengabdi

**JILID 2**

5  
Editor :  
Sayyidatul Khoiridah  
Dian Ferriswara  
Ika Devy Pramudiana  
Fedianty Augustinah  
Veronika Nugraheni Sri Lestari  
Dwi Cahyono

## JILID 2

# PADAMU NEGERI KAMI MENGABDI

(Ekonomi, Ilmu Administrasi, Ilmu Komunikasi, dan Hukum)

5

Editor:

Sayyidatul Khoiridah, Dian Ferriswara, Ika Devy Pramudiana,  
Fedianty Augustinah, Veronika Nugraheni Sri Lestari, Dwi Cahyono.

Layouter:

Dewi

Design Cover:

Azizur Rachman

copyright © 2022

Penerbit



UNITOMO PRESS

Jl. Semolowaru No 84, Surabaya 60283 Jawa Timur, Indonesia

press@unitomo.ac.id

Telp: (031) 592 5970

Fax: (031) 593 8935

Cetakan Pertama : Februari 2022

Ukuran : 15,5 cm x 23 cm

Jumlah Halaman : x + 266 halaman

1

Anggota IKAPI: 227/ALB/JTI/2019

ISBN: 978-623-6665-24-4 (jil.2 PDF)

Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis dari Penerbit

### Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Setiap orang yang dengan atau tanpa hak melakukan pelanggaran terhadap hak ekonomi yang sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan ancaman pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah)

Setiap orang yang dengan atau tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

Setiap orang dengan atau tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 1.000.000.000 (satu miliar rupiah).

# KONTRIBUTOR

---

Siti Naviah, Samsul Huda, Fedianty Augustinah, Siti Marwiyah, Vieta Imelda Cornelis, Nihayatus Sholichah, Ika Devy Pramudiana, Sri Roekminiati, Sarwani, Andry Herawati, Liling Listyawati, Veronika Nugraheni Sri Lestari, Masnunah, Dwi Cahyono, Nurmawati, Mustika Winedar, Nur Sayidah, Shanty Ratna Damayanti, Jajuk Suprijati, Alvy Mulyaning Tyas, Sutarmin, Sugiyanto, Wiwik Budiarti, Wella Sandria, Arniwita Sy, Adi Putra, Dian Ferriswara, Sri Kamariyah, Widyawati, Cicilia Tantri Suryawati, Putut handoko, Cahyaningsih Pujimahanani, Safrin Zuraidah, Achmad Chiron, Achmad Kusyairi, Sumaryam, Raden Hartopo Eko Putro, Damajanti Sri Lestari, Eny Haryati, Sapto Pramono, Hendro Wardhono, Priyanto, M. Syahrul Borman, Susi Ratnawati, Nurul Umi Ati, Cahyaning Umul Chasanah Nursyifani, Kus Indarto, Irwanto, Lukman Arief, Anggraeni Rahmasari, Redi Panuju, Budi Santoso, R. Ayu Erni Jusnita, Sanhari Prawiradiredja, Syaiful Hidayat, Farida, Subekti, Sri Astutik, Galuh Lintang Taslim, Ratnaningsih, dan Sudjatmiko

*Halaman ini sengaja dikosongkan*



# KATA PENGANTAR

---

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa, karena berkat rahmat, anugerah dan perkenan-Nya, maka luaran dalam bentuk buku bunga rampai atau book chapter kumpulan hasil pengabdian masyarakat dosen-dosen baik dari internal maupun eksternal Universitas Dr. Soetomo Surabaya volume ke-2 ini dengan judul “Padamu Negeri Kami Mengabdi” dapat terselesaikan.

Buku ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada Unitomo Press (UP) sebagai leading sektor dalam hal penerbitan buku sekaligus penggagas dari penerbitan book chapter “Padamu Negeri Kami Mengabdi”. Kami juga tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua dosen yang telah memberikan sumbangan pemikiran atas kegiatan pengabdian masyarakatnya yang dikemas dalam bentuk artikel pada book chapter ini. Selanjutnya kami juga menyampaikan terima kasih kepada semua dekan di masing-masing perguruan tinggi yang telah mensupport kegiatan pengabdian dosen sampai dengan penerbitan book chapter ini. Kami berharap hasil luaran berupa book chapter pengabdian ini memberikan nilai kemanfaatan terutama dalam rangka peningkatan Tridharma Perguruan Tinggi dosen saat ini dan di masa yang akan datang.



Book chapter “Padamu Negeri Kami Mengabdi” terbagi menjadi dua lingkup buku. Lingkup pertama berisi tentang aspek pendidikan, teknologi, kesehatan, pertanian, perikanan, dan pangan. Lingkup kedua berisi tentang aspek ekonomi, ilmu administrasi, ilmu komunikasi, dan hukum. Semoga dengan terbitnya book chapter ini mampu membangkitkan semangat dalam menerbitkan buku-buku selanjutnya dan semoga menjadi motivasi bagi para dosen untuk selalu menulis dan menerbitkan karyanya dalam bentuk buku. Karena dosen yang profesional adalah dosen yang kreatif dalam pengajaran serta mampu meneliti dan mengabdi, yang mana hasil penelitian maupun pengabdianannya dapat dituangkan dalam bentuk tulisan karya ilmiah maupun buku seperti ini.

Akhir kata semoga Allah Yang Maha Kuasa melimpahkan kasih dan berkahnya kepada kita semuanya, Aamiin.

Surabaya, Februari 2022  
Rektor Universitas Dr. Soetomo, Surabaya



# DAFTAR ISI

---

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>KONTRIBUTOR</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>

## **BAGIAN PERTAMA: EKONOMI**

A. <b>PENDAMPINGAN MENEJEMEN USAHA AYAM RAS PEDAGING (BROILER) KABUPATEN LAMONGAN</b> (Oleh: Siti Naviah dan Samsul Huda) .....	1
B. <b>PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA TANI (KWT) PERKOTAAN DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN KELUARGA</b> (Oleh: Fedianty Augustinah, Siti Marwiyah, dan Vieta Imelda Cornelis) .....	13
C. <b>PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK DIGITAL MARKETING SAAT PANDEMI COVID-19 BAGI WIRUSAHA DI KABUPATEN PAMEKASAN</b> (Oleh: Fedianty Augustinah, Nihayatus Sholichah, Ika Devy Pramudiana, dan Sri Roekminiati) .....	27
D. <b>SOSIALISASI PEMASARAN ONLINE DAN MOTIVASI PELAKU USAHA MIKRO DI SENTRA WISATA KULINER PENJARINGANSARI SURABAYA</b> (Oleh: Sarwani, Andry Herawati, dan Liling Listyawati) .....	41
E. <b>PENDAMPINGAN MASYARAKAT PADA USAHA AYAM PETELUR DI DESA BANDANG DAJAH KABUPATEN BANGKALAN MADURA</b> (Oleh: Veronika Nugraheni Sri Lestari, Masnunah, Dwi Cahyono, dan Nurmawati) .....	57

- F. Penguatan Rantai Pasokan Unit Toko Koperasi Wanita Medokan Ayu untuk Meningkatkan Penjualan di Tengah Pandemi COVID-19  
(Oleh: Mustika Winedar, Nur Sayidah, Shanty Ratna Damayanti, Jajuk Suprijati, dan Alvy Mulyaning Tyas) ..... 67
- G. Identifikasi dan Pemetaan Kebutuhan Infrastruktur Ekonomi sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Hulu Das Brantas Desa Tawang Sari, Pujon, Malang  
(Oleh: Sutarmin, Sugiyanto, dan Wiwik Budiarti) ..... 81
- H. Peningkatan Kreativitas Berwirausaha Kelompok Wanita Tani (KWT) Puspa Indah di RT.06 Kelurahan Simpang III Sipin, Kota Baru, Kota Jambi  
(Oleh: Wella Sandria, Arniwita Sy, dan Adi Putra) ..... 95

**BAGIAN KEDUA: ILMU ADMINISTRASI**

- A. Pemberdayaan Pengelolaan Agro Wisata D'Ganjaran Sambibulu Bumdes Sambu Madu Desa Sambibulu Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo  
(Oleh: Dian Ferriswara, Sri Kamariyah, dan Widyawati) ..... 105
- B. Pariwisata Sumber Dhuwur Desa Wonosari Mojokerto  
(Oleh: Cicilia Tantri Suryawati, Putut Handoko, dan Cahyaningsih Pujimahanani) ..... 121
- C. Desa Tangguh Bencana di Desa Bumi Aji Kecamatan Sumber Brantas Kota Batu  
(Oleh: Safrin Zuraidah, Achmad Choiron, Achmad Kusyairi, Sumaryam, dan Hartopo Eko Putro)..... 131
- D. Sosialisasi Peran Puskesmas dalam Penanggulangan Bencana Alam di Kota Batu  
(Oleh: Damajanti Sri Lestari, Andry Herawati, Liling Listyawati, Nihayatus Sholichah, dan Sri Kamariyah) ..... 139

- E. PEMBERDAYAAN MASYARAKAT TERDAMPAK  
RISIKO BENCANA MELALUI PEMAHAMAN DASAR-  
DASAR MITIGASI BENCANA DI SEKOLAH  
MENENGAH PERTAMA 05 KOTA BATU  
(Oleh: Eny Haryati, Spto Pramono, Sri Roekminiati, Dian  
Ferriswara, dan Widyawati) ..... 157
- F. MODEL PEMULIHAN SOSIAL EKONOMI PASCA  
BENCANA BANJIR BANDANG DI KOTA BATU  
(Oleh: Hendro Wardhono, Priyanto, Siti Marwiyah,  
M. Syahrul Borman, dan Safrin Zuraidah) ..... 173
- G. MELESTARIKAN BATIK TULIS ASLI SIDOARJO  
SEBAGAI WARISAN BUDAYA DAERAH  
(Oleh: Susi Ratnawati, Nurul Umi Ati, Cahyaning Umul  
Chasanah Nursyifani, dan Kus Indarto)..... 187
- H. PENGEMBANGAN PESANTRENPRENUER  
BERBASIS PENERAPAN BUDIDAYA AYAM  
KAMPUNG UNGGUL  
(Oleh: Irwantoro, Lukman Arief, dan Anggraeni Rahmasari) .. 195

**BAGIAN KETIGA: ILMU KOMUNIKASI**

- A. PEMBUATAN DAN PENGEMBANGAN *WEBSITE*  
DESA PADUSAN KECAMATAN PACET KABUPATEN  
MOJOKERTO  
(Oleh: Redi Panuju, Budi Santoso, R. Hartopo Eko Putro,  
R. Ayu Erni Jusnita, Sanhari Prawiradiredja)..... 207
- B. PENGUATAN DAN PENGEMBANGAN PROGRAM  
KOMUNIKASI PUBLIK MELALUI KAMPANYE  
SOSIAL DAN KREASI KONTEN MEDIA  
(Oleh: Sanhari Prawiradiredja, Redi Panuju, Syaiful Hidayat,  
Farida)..... 219

**BAGIAN KEEMPAT: HUKUM**

- A. HAK ANAK PASCA PERCERAIAN ORANG TUA  
(Oleh: Subekti, Sri Astutik, dan Galuh Lintang Taslim) ..... 231

B.	TATA CARA PEMBAGIAN PERAN DAN TANGGUNG JAWAB DI TEMPAT PENGUNGSIAN ERUPSI GUNUNG SEMERU KABUPATEN LUMAJANG (Oleh: Siti Marwiyah, Hendro Wardhono, Nur Sayidah, Priyanto, M. Syahrul Borman) .....	241
C.	PENDAMPINGAN AKADEMISI SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM BAGI DISABILITAS DI KABUPATEN LUMAJANG (Oleh: Ratnaningsih dan Sudjatmiko).....	259

Bagian  
**Pertama**

# **ASPEK EKONOMI**

PADAMU NEGERI KAMI MENGABDI

# ASPEK EKONOMI



PADAMU NEGERI KAMI MENGABDI



## **SOSIALISASI PEMASARAN ONLINE DAN MOTIVASI PELAKU USAHA MIKRO DI SENTRA WISATA KULINER PENJARINGANSARI SURABAYA**

**Sarwani<sup>1</sup>, Andry Herawati<sup>2</sup>, Liling Listyawati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Dr. Soetomo, Surabaya

E-mail: <sup>1</sup>sarwani@unitomo.ac.id, <sup>2\*</sup>andry.herawati@unitomo.ac.id,

<sup>3</sup>liling.listyawati@unitomo.ac.id

### **1. Pendahuluan**

Pembangunan Sentra Wisata Kuliner (SWK) oleh Pemerintah Kota Surabaya, semula bertujuan untuk mengantisipasi pertambahan jumlah Pedagang Kaki Lima (PKL) yang cukup banyak dan menyebar di Kota Surabaya, sehingga diambil suatu kebijakan untuk mensentralisasikan PKL dan merekolasi menjadi Sentra Wisata Kuliner agar mampu meningkatkan daya saingnya. Namun banyak lokasi pembangunan Sentra Wisata Kuliner di Kota Surabaya yang tidak strategis, ada sekitar 40 lokasi Sentra Wisata Kuliner yang sepi pengunjung.

Salah satu Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari yang beralamat di Jalan Raya Pandugo No.36. Sentra Wisata Kuliner ini berada dibawah pengelolaan Koperasi Bhumi Sembada Surabaya yang di pimpin oleh Bapak Budi Setiawan sebagai Ketuanya. Sentra Wisata Kuliner ini mengelola sebanyak 33 pelaku usaha mikro yang telah bergabung, dan selama pandemi COVID-19 pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari mengelukan kurangnya jumlah pengunjung atau pembeli.

Hasil diskusi dengan pengelola seperti tampak pada gambar 1 didapatkan informasi bahwa akibat pandemi COVID-19 para pengusaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari rata-rata mengalami penurunan *omzet* penjualan dalam kisaran 40% sampai dengan 50%, sehingga mempengaruhi arus kas dan modal kerja yang semakin berkurang. Masalah keterbatasan modal yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari, berimbas pada produk makanan dan minuman yang disajikan kurang berkualitas. Padahal persaingan usaha kuliner sangat ketat, banyak pelaku

usaha mikro diluar lingkungan Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari yang dapat menyajikan makanan dan minuman lebih berkualitas baik dari segi rasa dan variasinya.



**Gambar 1.** Diskusi tim pengabdian dengan pengelola SWK Penjaringansari

Banyak kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro yang tergabung dalam Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari diantaranya adalah ketidakmampuan meningkatkan *omzet* penjualannya, karena masih menggandakan penjualan dengan menunggu pengunjung datang ke Sentra Wisata Kuliner, atau pemasaran masih dilakukan secara tradisional. Pemasaran masih bersifat lokal, belum melakukan pemasaran secara *online*. Pemasaran yang baik memperhatikan perpaduan antara *offline* atau *online* (sering disebut *Omni*) (Philip, Hermawan, and Iwan 2019). Pelaku usaha mikro yang tergabung dalam Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari untuk melakukan pemasaran secara *online* masih terkendala kurangnya pengetahuan tentang cara bagaimana menjual produk di *Marketplace* seperti *Shopeefood*, dan Media Sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, hingga *Twitter*. Meskipun ada juga para pelaku usaha mikro yang sudah berusaha bekerja sama dengan *gofood* dan *grabfood* serta memasarkan secara *virtual* atau membangun *whatsapp group*, tetapi *omzet* penjualan masih tetap saja belum dapat ditingkatkan.

Permasalahan lain dalam pemasaran *online* yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari adalah kurang pengetahuan tentang penyajian makanan yang baik, dan pengemasan produk yang masih biasa/belum menarik dan higienis, kurang pengetahuan dalam melakukan promosi yang unik secara *online* seperti : foto makanan yang ditampilkan belum dapat menarik

minat konsumen, belum ada video kuliner tentang produk makanan yang ditawarkan, dan belum mampu memanfaatkan status *whatsapp* untuk promosi

Pandemi COVID-19 yang terus melandai dan pelanggaran aktivitas sosial yang berdampak terhadap pelaku usaha mikro sektor makanan dan minuman yang tergabung dalam Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya, perlu melakukan penyesuaian dalam menjalankan usahanya, karena masih tetap berkewajiban mematuhi protokol kesehatan pandemi COVID-19. Masa *post normal* yang akan dihadapi oleh pelaku usaha mikro berdampak pada perilakunya dalam menjalankan usahanya pasca pandemi COVID-19. Kondisi tersebut bisa menjadi tantangan dan bisa juga menjadi peluang bagi pelaku usaha mikro dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu upaya untuk mempertahankan daya tahan pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner WK Penjaringansari ini adalah terus memompa semangat motivasi berwirausaha melalui berbagai kegiatan yang terstruktur.

Dari analisis situasi tersebut, ada beberapa masalah khusus yang dihadapi oleh mitra pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari dalam mengembangkan usahanya, masalah itu antara lain aspek pemasaran, aspek produksi, aspek modal, dan aspek motivasi berwirausaha. Masalah pertama yaitu pemasaran, perlu adanya penataan dan perubahan peningkatan model serta cara memasarkan produk makanan dan minuman secara modern di era pasca pandemi COVID-19 pada saat ini, sehingga diharapkan pelaku usaha mikro memiliki jaringan pemasaran yang semakin luas. Masalah kedua, terkait dengan proses produksi yang mencakup: macam/jenis variasi olahan bahan baku, penyajian, variasi olahan produk sisa bahan baku dan kualitas produk yang masih perlu ditingkatkan, Masalah ketiga, aspek modal yang digunakan masih bersumber dari modal sendiri, sehingga memiliki sifat terbatas dan tidak terlalu besar. Dengan modal terbatas untuk mengembangkan usahanya, pelaku usaha mikro membutuhkan tambahan bantuan modal. Masalah keempat yaitu, motivasi berwirausaha yang mudah menyerah, adanya pandemi COVID-19 dapat dipastikan mempengaruhi kontinuitas dan volume usaha

Melihat permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro yang tergabung di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari, maka perlu

prioritas dalam memberikan solusi terhadap masalah. Setelah melalui pertimbangan kemampuan tim pengabdian, maka masalah yang prioritas untuk diselesaikan yaitu masalah pemasaran *online* diatasi dengan memberikan sosialisasi pemahaman bagaimana cara melakukan strategi pemasaran yang baik pada pelaku usaha mikro di Sentra Wisata kuliner Penjaringansari, dengan tujuan untuk membuka *awareness* pelaku usaha mikro tentang pentingnya pemasaran *online* untuk meningkatkan daya saing, dan masalah motivasi berwirausaha diatasi dengan memberikan pemotivasian untuk meningkatkan daya tahan pelaku usaha mikro.

Direncanakan pada program kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari, dapat melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk aspek pemasaran, aspek produksi dan manajemen keuangan.

## **2. Kajian Teori**

Kajian teori ini mengungkapkan tentang konsep usaha mikro, kecil, dan menengah, pemasaran *online*, dan motivasi berwirausaha.

### **2.1 Konsep usaha mikro**

Konsep usaha mikro merupakan salah satu usaha yang memiliki tingkat ketahanan tinggi dan menjadi roda penggerak perekonomian, hal ini dikarenakan usaha mikro berperan cukup besar dalam kemajuan dan pergerakan perekonomian nasional di Indonesia. Peraturan perundang – undangan Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menjelaskan bahwa Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan.

### **2.2 Konsep pemasaran *online***

Konsep pemasaran *online* sebagai penggunaan internet dan teknologi informasi dan komunikasi digital terkait untuk mencapai tujuan pemasaran. Pemasaran internet atau pemasaran *online* sebagai proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan melalui kegiatan online untuk memfasilitasi pertukaran ide, produk dan layanan yang memuaskan tujuan pemasar dan pelanggan (Gay, Charlesworth, and Esen 2007). Pemasaran *Online* adalah strategi pemasaran yang menggunakan internet. Kegiatan pemasaran untuk



mendapatkan perhatian konsumen dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, *website*, email, bahkan *marketplace*. Kegiatan pemasaran ini dapat dilakukan dengan iklan berbayar, konten berkualitas atau sekedar postingan sederhana melalui media online (Nisa et al. 2018). Dari uraian tersebut dapat disintesis bahwa pemasaran melalui media online, merupakan proses pemasaran dengan internet, dimana konsumen mendapatkan informasi tentang produk, melakukan transaksi jual beli dengan penjual dan konsumen dapat mempromosikan produk yang telah dikonsumsinya, bahkan konsumen dapat turut mempromosi penjual atau perusahaan dari produk sudah dibelinya.

### 2.3 Konsep motivasi

Perlunya untuk memenuhi kebutuhan, membuat seseorang termotivasi untuk melakukan kegiatan. Motivasi dapat berkembang ketika muncul kebutuhan atau tujuan baru yang akan dicapai. Motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan, dan memelihara perilaku manusia. Mengingat motivasi adalah kegiatan, maka orang yang memberi atau melakukan motivasi dinamakan *motivator*, sedangkan orang yang diberi atau dimotivasi atau yang menjalani motivasi disebut dengan *motivate*. Robert, Heller (2011) menyatakan motivasi adalah keinginan seseorang untuk melakukan tindakan. Stephen, P (2010) menyatakan motivasi sebagai proses yang menyebabkan intensitas, arah, dan usaha terus menerus dilakukan individu yang menuju pencapaian tujuan. (Greenberg and Baron 2003) berpendapat bahwa motivasi merupakan proses yang membangkitkan, mengarahkan, dan menjaga perilaku manusia menuju pada pencapaian tujuan. Berdasarkan uraian tersebut dapat disintesis bahwa motivasi adalah dorongan dari dalam diri individu dan atau faktor eksternal yang merupakan serangkaian proses perilaku individu untuk pencapaian tujuan organisasi. Elemen-elemen yang ada dalam motivasi meliputi membangkitkan, mengarahkan, menjaga atau memelihara, menunjukkan intensitas atau niatan, bersifat terus menerus, dan tertuju pada suatu tujuan (Wibowo 2007).

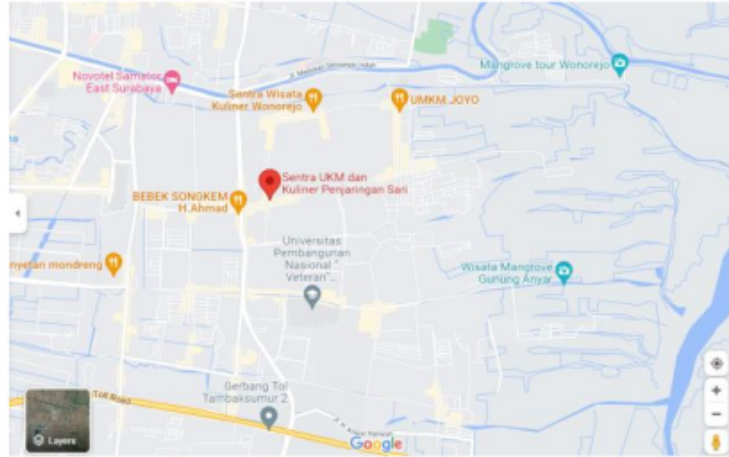
## 2.4 Konsep kewirausahaan

Konsep kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk memanfaatkan setiap peluang usaha, dan digunakan sebagai lahan usaha, dan seluruh waktunya dicurahkan untuk mendapatkan peluang-peluang usaha. Kewirausahaan berasal dari kata wirausaha yang dapat diartikan sebagai seseorang yang bergerak disalah satu usaha dan punya pola pikir dasar seperti yang diungkapkan oleh Kasali (2010) yakni berorientasi tindakan, berpikir sederhana, senantiasa mencari dan mengejar bahkan menciptakan peluang dengan disiplin tinggi atau secara implisit dinamakan seorang pengusaha yang memiliki orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan dilakukan oleh seseorang yang memiliki kemampuan berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam bisnis yang ditekuninya (Suryana 2010). Tips praktis sebagai wirausaha adalah keyakinan untuk menang dalam berbisnis merupakan modal yang dasyhat dalam mempengaruhi keberhasilan usaha, bukan uang sebagai modal utama berwirausaha.. Ketidakpastian juga sahabat para wirausaha, sehingga ketidakpastian harus dihadapi tidak boleh dihindari dengan melakukan riset, mencari data dan informasi serta punya intuisi yang tajam. Lingkungan menjadi hal yang juga penting bagi wirausaha, lingkungan tidak saja dapat membentuk menjadi wirausaha sukses tetapi juga mampu menggagalkan langkah wirausaha untuk maju (Kasali 2010). Ciri-ciri seorang wirausaha yang mempunyai jiwa dan sikap kewirausahaan, yang dapat dijadikan sebagai karakter sebagai seorang wirausaha adalah percaya diri, berinisiatif, memiliki motif berprestasi, memiliki jiwa kepemimpinan, dan berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan (Suryana 2010).

## 3. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan bulan Oktober 2021 di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Penjaringansari yang beralamat di Jalan Raya Pandugo No. 36. Surabaya, Sentra Wisata Kuliner dengan protokol kesehatan COVID-19, peta lokasi seperti terlihat pada Gambar 2.





**Gambar 2.** Peta lokasi Sentra Wisata Penjaringanasari Surabaya

Berikut beberapa metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program.

#### 1. Sosialisasi

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada pelaku usaha mikro yang tergabung dalam Sentra Wisata Kuliner Penjaringanasari Surabaya. Sosialisasi tersebut berupa pemaparan materi kepada pelaku usaha mikro terkait permasalahan yang dihadapi. Sosialisasi melalui edukasi merupakan metode yang efektif dalam upaya meningkatkan pengetahuan pada suatu kelompok (Suwarni et al. 2020). Dengan demikian materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk selanjutnya diterapkan oleh pelaku usaha mikro dalam kegiatan usahanya

#### 2. Pemoivasian

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pemoivasian kepada pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringanasari Surabaya. Pemoivasian tersebut berupa pemaparan materi untuk membangkitkan semangat pelaku usaha mikro untuk menemukan cara agar tetap memiliki motivasi usaha dan melakukan apa yang perlu dilakukan

#### 3. Diskusi

Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan dengan tujuan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan, sehingga sosialisasi tidak hanya sekedar *transfer knowledge*

saja, namun dapat menjadi media sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi oleh pelaku usaha mikro.

Tahapan-tahapan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat kepada pelaku usaha mikro dapat diuraikan sebagai berikut.

#### 1. Tahap persiapan

Langkah awal kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dari perencanaan membuat surat kesediaan mitra sebagai tempat kegiatan pengabdian masyarakat, dilanjutkan rapat koordinasi dengan mitra untuk mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan dari kegiatan pengabdian masyarakat, dilanjutkan menentukan nama pelaku usaha mikro yang akan diundang, membuat surat undangan dan menyampaikan ke pelaku usaha mikro yang akan diundang, mempersiapkan materi yang akan disampaikan dalam sosialisasi dan pemotivasian, mempersiapkan instrumen untuk pretes dan postes, mempersiapkan tempat, sound system, LCD dan layer proyektor.

#### 2. Tahap pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat bertempat di SWK Penjaringan Sari Surabaya, diawali acara pembukaan dan dilanjutkan pretes untuk mengetahui pengetahuan dan pemahaman peserta tentang pemasaran *online*, dan semangat peserta dalam melakukan usaha. Selanjutnya sesi pemateri pertama yaitu pemaparan sosialisasi tentang Peran Penting Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Daya Saing dan diskusi, sesi berikutnya pemateri kedua yaitu pemaparan sosialisasi tentang Trik Menjalankan Strategi Pemasaran Online yang Efektif dan diskusi, dan dilanjutkan sesi pemateri ketiga yaitu pemaparan Motivasi Pelaku Usaha Mikro dalam Era Pasca Pandemi COVID-19 dan diskusi, dan dilanjut melakukan post tes untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang pemasaran *online* beserta cara melakukannya, dan untuk mengetahui peningkatan semangat pelaku usaha mikro dalam menjalankan usahanya.

#### 3. Tahap evaluasi

Evaluasi kegiatan untuk mengetahui keterlaksanaan dan keberhasilan program pengabdian masyarakat, dengan mengadakan pretes dan postes serta analisisnya, serta memberikan instrumen kepada pelaku usaha mikro untuk mengetahui ketercapaian tujuan kegiatan pengabdian masyarakat.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh Tim pengabdian FIA Unitomo di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya. Adapun hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hasil Sosialisasi tentang peran penting pemasaran *online* dalam meningkatkan daya saing,

Kegiatan ini merupakan sosialisasi awal yang diberikan kepada pelaku usaha mikro yang tergabung dalam Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari. Sebelum dilakukan sosialisasi, tim pengabdian memberikan lembar evaluasi singkat tentang pemasaran online sebagai model pemasaran modern. Hasilnya menunjukkan sebagian besar peserta masih belum punya pengetahuan tentang pemasaran online, dan tidak mengetahui secara jelas tentang perbedaan antara Toko Online, Marketplace dan E Commerce. Hanya beberapa peserta saja yang dapat menjawab dengan benar dan tepat. Selain itu, terjadi ketidakpahaman dalam memaknai memasarkan dengan Toko Online, Marketplace dan E Commerce yang mana orang sering menyebut ketiganya dengan satu istilah Online Shop. Padahal ketiganya sangat berbeda, meskipun dijalankan secara online. Ketiga jenis bisnis tersebut mempunyai makna yang berbeda. Pelaku usaha mikro wajib mengetahui perbedaan ketiganya, jika ingin menjadi pengusaha *online* yang sukses. Hal ini disebabkan karena beda tempat berjualan, beda juga strategi pemasarannya. Melalui kegiatan sosialisasi tentang peran penting pemasaran *online* dalam meningkatkan daya saing, yang memaparkan apa pengertian dari Toko Online, Marketplace dan E Commerce, serta apa yang membuat ketiganya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Dalam hal ini pelaku usaha mikro tidak cukup tahu saja, tetapi harus memahami juga hal hal yang membedakan ketiganya, sebab dari situlah pelaku usaha mikro bisa mengetahui tempat terbaik untuk pemasaran *online* produknya. Dari hasil diskusi yang dilakukan diakhir sosialisasi, dapat terlihat terjadi peningkatan pengetahuan pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari dalam memahami perbedaan dari ketiga jenis bisnis yaitu antara Toko Online, e Commerce, Marketplace dalam pemasaran yang dionlinekan, serta strategi memasarkan dimasing-masing jenis bisnis tersebut .



2. Hasil Sosialisasi tentang Trik Menjalankan Strategi Pemasaran *Online* yang Efektif.

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan selanjutnya adalah sosialisasi tentang trik dalam pemasaran *online*. Program sosialisasi dilaksanakan dalam upaya meningkatkan pengetahuan pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya tentang cara pemasaran *online* untuk meningkatkan penjualan, dimana selama era pandemi COVID-19 terjadi penurunan pengunjung/pembeli, seperti pada gambar 2. Para pelaku usaha mikro kebingungan dalam memasarkan produk makanannya di era pandemi COVID-19, sehingga tim pengabdian masyarakat memberikan sosialisasi tentang cara pemasaran *online* tersebut, sebagai alternatif cara untuk memasarkan produknya agar *omzet* penjualan dapat ditingkatkan. Pengenalan pemasaran *online* dengan menggunakan media sosial sangat penting bagi pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari, karena akan memperluas area pemasaran produk makanan yang ditawarkan. Pada saat sebelum sosialisasi, seluruh peserta masih belum mengerti tentang pemasaran *online*. selama proses kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian juga menyediakan dan membagikan handout tentang langkah langkah teknis dalam pemasaran *online*, sehingga lebih membantu peserta (pelaku usaha mikro) memahami secara teknis dalam pemasaran *online*. Kegiatan ini berupa penyampaian sosialisasi untuk memperkenalkan cara pemasaran *online*, dengan membuat konten pemasaran *online* baik ke youtube, facebook, instagram, whatshap dan media sosial lainnya. Kegiatan ini bermanfaat bagi pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya, hal ini dapat dilihat dari hasil diskusi yang dilakukan di akhir sosialisasi menunjukkan peningkatan pengetahuan seluruh peserta tentang pemasaran produk dengan memanfaatkan berbagai media *online*, hampir sebesar 90% peserta telah mengetahui mengenai cara pemasaran *online*. Saat pasca pandemi COVID-19 pemasaran *online* tetap sangat membantu, karena sebagian besar konsumen dengan kesibukkan yang tinggi akan lebih mengandalkan pembelian secara *online*, sehingga kebutuhan pemasaran *online* akan semakin meningkat di masa mendatang, Pemasaran *online* ini merupakan model pemasaran modern yang dapat membantu ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah di era pandemi COVID-19

(Toward A, Kurt, and Lawrence J 2012; Schwarzl and Grabowska 2015; Noor 2020).



**Gambar 3.** Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya

3. Hasil Motivasi pelaku usaha mikro dalam membangun karakter wirausaha di era pasca pandemi COVID-19.

Peserta pemotivasian adalah pelaku usaha mikro yang tergabung dalam Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya. Pelaku usaha mikro yang menjadi peserta pemotivasian memiliki keberagaman jenis usaha kuliner. Pelaku usaha mikro yang menjadi peserta belum banyak tahu tentang motivasi pelaku usaha mikro untuk membentuk karakter wirausaha, sehingga motivasi yang diberikan berkaitan dengan peningkatan pengetahuan tentang karakter wirausaha, yang akan membahas hal-hal yang dapat membangun mental pelaku usaha mikro dimasa pasca pandemi COVID-19 yaitu reason/alasan usaha, kerja keras, kerja cerdas, diversifikasi dan inovasi. Setelah seluruh materi motivasi diberikan, dan di akhiri dengan diskusi yang menunjukkan adanya peningkatan semangat peserta untuk tetap meneruskan usaha kulinernya, khususnya untuk melakukan inovasi produknya. Inovasi merupakan salah satu dimensi dari motivasi yang dimiliki pelaku usaha mikro. Sebelum mengikuti pemotivasian, pelaku usaha mikro masih tertarik menjalani usaha tanpa inovasi, namun setelah dimotivasi, terlihat ada peningkatan pelaku usaha mikro yang menyadari perlunya inovasi dalam menjalani usahanya seperti inovasi dalam rasa dan variasi masakan, inovasi kemasan produk, inovasi dalam menjual produknya secara *onlinm*, inovasi dengan menyediakan fasilitas delivery, dan inovasi berupa sharing info ke group WA, dan ada juga yang akan menggunakan inovasi berupa membuat web

sendiri. Ini membuktikan pemotivasi yang dilakukan untuk membentuk karakter wirausaha cukup efektif.

## 5. Kesimpulan

Berikut kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat.

1. Hasil sosialisasi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari Surabaya tentang peran pentingnya pemasaran online
2. Hasil pre test dan post test yang dilakukan ada peningkatan pengetahuan, pemahaman dan motivasi peserta. ini berarti pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari lebih meningkat pengetahuannya, dapat disimpulkan terdapat peningkatan pemahaman mengenai pemasaran *online*, dan peningkatan pengetahuan dalam cara membuat pemasaran *online* dengan berbagai media yang ada, dan ada peningkatan semangat peserta dalam menjalankan usahanya
3. Sebelum kegiatan pemotivasian dilakukan, masih ada pelaku usaha mikro yang belum mengetahui karakter wirausaha yang baik dalam menjalankan usahanya, adanya kegiatan pemotivasian meningkatkan semangat pelaku usaha mikro di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari untuk tetap berusaha pasca pandemi covid 19 dengan melakukan berbagai inovasi
4. Dalam rangka peningkatan keterampilan pelaku usaha mikro, direncanakan melakukan kegiatan lanjutan Program Kemitraan Masyarakat di Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari dengan melakukan pelatihan pemasaran *online*, terkait dengan pembuatan konten video dan cara mengupload video ke youtube, dan cara memasarkan di *marketplace*.

## Acknowledgement

Kegiatan pengabdian masyarakat telah selesai dan berhasil dengan baik, hal ini atas bantuan dari berbagai pihak, untuk itu kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak Budi Setiawan sebagai Ketua Koperasi Bhumi Sembada Surabaya, yang mengelola Sentra Wisata Kuliner Penjaringansari yang beralamat di Jalan Raya Pandugo No. 36 Surabaya, yang telah memfasilitasi sehingga kegiatan Program



Kemitraan Masyarakat berjalan lancar. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Ketua LPPM Universitas Dr. Soetomo yang telah memberi kesempatan untuk terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

### Referensi

- Gay, Richard, Alan Charlesworth, and Rita Esen. 2007. *Online Marketing*. New York, United States: Oxford University Press.
- Greenberg, Jerald, and Robert. A Baron. 2003. *Behavior in Organization Understanding and Managing the Human Side of Work*. 8th Editio. New Jersey, United States: Prentice Hall.
- Heller, Robert. 1998. *Motivating People*. London, England: Dorling Kindersley Limited.
- Kasali, Rhenald. 2010. *Modul Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Hikmah (PT Mizan Publika).
- Nisa, Khoirun, Aris Laili, Syifaul Qolbiyatul, and Mohammad Suyanto. 2018. "Strategi Pemasaran Online Dan Offline." *Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa* 01 (1): 55–60. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/abdikarya/article/view/2018>.
- Noor, Soetjipto. 2020. *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Philip, Kotler, Kartajaya Hermawan, and Setiawan Iwan. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia.
- Schwarzl, Susanne, and Monika Grabowska. 2015. "Online Marketing Strategies: The Future Is Here." *Journal of International Studies* 8 (2): 187–96. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2015/8-2/16>.
- Stephen P, Robbins. 2010. *Organization Theory. Structure, Design, and Application. Third Edition*. Third Edit. New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Suryana. 2010. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses. Edisi Revisi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Suwarni, Linda, Selviana, Khairiyah Octrisyana, and Vidyastuti. 2020. "Pendampingan Dan Peningkatan Kapasitas Kader Relawan Stunting Di Wilayah Kerja Puskesmas Rasau Jaya Kalimantan Barat." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 4 (2): 249–55.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v4i2.2017>.
- Toward A, Mooradian, Matzler Kurt, and Ring Lawrence J. 2012. *Strategic Marketing*. Pearson Education.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja. Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Gay, Richard, Alan Charlesworth, and Rita Esen. 2007. *Online Marketing*. New York, United States: Oxford University Press.
- Greenberg, Jerald, and Robert. A Baron. 2003. *Behavior in Organization Understanding and Managing the Human Side of Work*. 8th Editio. New Jersey, United States: Prentice Hall.
- Heller, Robert. 1998. *Motivating People*. London, England: Dorling Kindersley Limited.
- Kasali, Rhenald. 2010. *Modul Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Hikmah (PT Mizan Publika).
- Nisa, Khoirun, Aris Laili, Syiful Qolbiyatul, and Mohammad Suyanto. 2018. "Strategi Pemasaran Online Dan Offline." *Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa* 01 (1): 55–60.  
<http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/abdikarya/article/view/2018>.
- Noor, Soetjipto. 2020. *Ketabanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Philip, Kotler, Kartajaya Hermawan, and Setiawan Iwan. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia.
- Schwarzl, Susanne, and Monika Grabowska. 2015. "Online Marketing Strategies: The Future Is Here." *Journal of International Studies* 8 (2): 187–96. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2015/8-2/16>.
- Stephen P, Robbins. 2010. *Organization Theory. Structure, Design, and Application. Third Edition*. Third Edit. New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs.

- Suryana. 2010. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses. Edisi Revisi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwarni, Linda, Selviana, Khairiyah Octrisyana, and Vidyastuti. 2020. "Pendampingan Dan Peningkatan Kapasitas Kader Relawan Stunting Di Wilayah Kerja Puskesmas Rasau Jaya Kalimantan Barat." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 4 (2): 249–55.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v4i2.2017>.
- Toward A, Mooradian, Matzler Kurt, and Ring Lawrence J. 2012. *Strategic Marketing*. Pearson Education.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja. Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

### Biografi Penulis 1



**Sarwani** lahir di Muarah Tewe, 10 Mei 1962. Dosen Fakultas Ilmu Administrasi di Universitas DR Soetomo Surabaya sejak tahun 1987 sampai sekarang, Menyelesaikan pendidikan Sarjana Ilmu Administrasi Universitas DR Soetomo Surabaya pada tahun 1986, Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada tahun 1990. Doktor Ilmu Manajemen STIESIA di Surabaya, 2019. Pernah menjabat Ketua Prodi Ilmu Administrasi Niaga; 1990-1994. Wakil Dekan I FIA Unitomo; 1994-1998. Ketua Prodi Magister Manajemen Pascasarjana Unitomo; 2011-2013, Wakil Direktur I Pascasarjana Unitomo; 2013-2017, Ketua Umum Pengurus Yayasan Pendidikan Cendekia Utama; 2018-September 2021. Pengalaman dalam berorganisasi pernah menjadi Sekretaris Asosiasi Dana Pensiun Komda Wilayah Jawa Timur; 1998-2000, Ketua I Perkumpulan Prodi Ilmu Administrasi Jawa Timur; 1991-1994, Ketua Pengawas Dana Pensiun Pendidikan Cendekia Utama; 2019-sekarang. Koordinator Sekretariat Surabaya Asosiasi BP-PTSI Jawa Timur; 2019-sekarang

### Biografi Penulis 2



**Andry Herawati** Lahir di Surabaya, 24 Desember 1966. Bekerja sebagai Dosen Fakultas Ilmu Administrasi di Universitas DR Soetomo Surabaya sejak tahun 1990 sampai sekarang. Praktisi dan peneliti di bidang pemasaran dan perbankan sejak tahun 2011 sampai sekarang. Menyelesaikan Studi S1 Ilmu Administrasi Niaga Universitas DR Soetomo Surabaya pada tahun 1989, S2 Magister Manajemen di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada tahun 1992. Pendidikan Informal yang diselesaikan Sekolah Penelitian Indonesia di Beeru Institute Angkatan II tahun 2021. Berbagai pelatihan Profesional dan forum ilmiah yang pernah diikuti antara lain: Teknik Analisis Data menggunakan aplikasi: SPSS, LISREL, Metode Kualitatif dengan Atlas.ti. Pernah menjabat sebagai Ketua Prodi Ilmu Administrasi Niaga; 1995-2001, Ketua Komite Sekolah Bidang Pendidikan SMA Negeri 18 Surabaya:2012-2013, Direktur Administrasi & Umum Dana Pensiun Pendidikan Cendekia Utama; 2018-Mei 2020.

### Biografi Penulis 3



**Liling Listyawati** Lahir di Pacitan, 11 Oktober 1971. Dosen Fakultas Ilmu Administrasi di Universitas Dr. Soetomo Surabaya sejak tahun 1996 sampai sekarang. Menyelesaikan Studi S1 Ilmu Administrasi Niaga Universitas Dr Soetomo Surabaya pada tahun 1995, dan S2 Magister Manajemen di Universitas Dr. Soetomo tahun 2010 sampai sekarang. Peneliti di bidang pemasaran dan perbankan sejak tahun 2011. Pernah Menjabat sebagai Ketua Program Studi D3 Kesekretariatan dari tahun 2010-2012 dan Menjadi Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Dr. Soetomo dari tahun 2017 sampai Sekarang.

# Sosialisasi pemasaran online dan motivasi pelaku usaha mikro di sentra wisata kuliner penjarangan sari Surabaya.

## ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://dspace.hangtuah.ac.id:8080">dspace.hangtuah.ac.id:8080</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://ejournal.unitomo.ac.id">ejournal.unitomo.ac.id</a> Internet Source	4%
3	<a href="http://journal.ummat.ac.id">journal.ummat.ac.id</a> Internet Source	3%
4	<a href="http://www.seminar.uad.ac.id">www.seminar.uad.ac.id</a> Internet Source	3%
5	<a href="https://books.google.co.id">books.google.co.id</a> Internet Source	3%
6	<a href="http://ejournal.unisnu.ac.id">ejournal.unisnu.ac.id</a> Internet Source	2%
7	<a href="http://www.ers.edu.pl">www.ers.edu.pl</a> Internet Source	2%
8	<a href="http://jurnal.unismabekasi.ac.id">jurnal.unismabekasi.ac.id</a> Internet Source	2%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

# Sosialisasi pemasaran online dan motivasi pelaku usaha mikro di sentra wisata kuliner penjaringan sari Surabaya.

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/1**

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

