

**LAPORAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK  
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN BAGI UMKM DI  
SENTRA WISATA KULINER TAMAN BUNGKUL KECAMATAN  
WONOKROMO KOTA SURABAYA**



**Pelaksana :**

**Dr. Suwitho, M.Si**

**NIPN: 0715096202**

**Dian Palupi, SE, MSM**

**NIPN: 0708038404**

**Ulfah Setia Iswara, SE, MA**

**NIPN: 0705019102**

**Teguh Gunawan Setyabudi, SE, MA**

**NIPN: 0720099101**

**Gidion Tandi Datu**

**NPM: 2010302128**

**Erina Dwi Noviyanti**

**NPM: 2010302123**

**LEMBAGA PENELITIAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA SURABAYA**

**Januari 2023**

**ESIA  
3/07  
AL)**

**LAPORAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK  
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN BAGI UMKM DI  
SENTRA WISATA KULINER TAMAN BUNGKUL KECAMATAN  
WONOKROMO KOTA SURABAYA**



**Pelaksana :**

Dr. Suwitho, M.Si	NIDN: 0715096202
Dian Palupi, SE, MSM	NIDN: 0708038404
Ulfah Setia Iswara, SE, MA	NIDN: 0705019102
Teguh Gunawan Setyabudi, SE, MA	NIDN: 0720099101
Gidion Tandi Datu	NPM: 2010302128
Erina Dwi Noviyanti	NPM: 2010302123

**LEMBAGA PENELITIAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA SURABAYA**

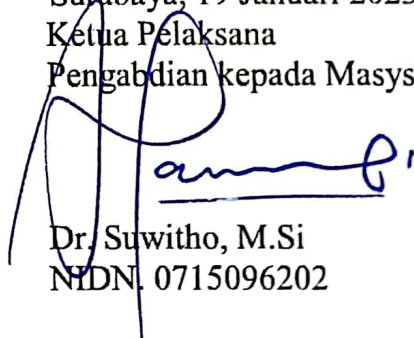
**Januari 2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Pengabdian : Pendampingan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya
2. Pelaksana  
Ketua : Dr. Suwitho, M.Si  
NIDN : 0715096202  
Pangkat/Golongan : Lektor Kepala/ IV-a  
Anggota : Dian Palupi, SE, MSM NIDN: 0708038404  
Ulfa Setia Iswara, SE, MA NIDN: 0705019102  
Teguh Gunawan Setyabudi, SE, MA NIDN: 0720099101  
Gidion Tandi Datu NPM : 2010302128  
Erina Dwi Noviyanti NPM : 2010302123
3. Lokasi : STIESIA Surabaya dan SWK Taman Bungkul
4. Pelaksanaan : September 2022 – Januari 2023
5. Luaran yang dihasilkan : Publikasi jurnal
6. Biaya : Rp 6.000.000 (Enam Juta Rupiah)
7. Sumber Dana Internal : Rp 5.000.000 (Lima Juta Rupiah) dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
8. Sumber Dana Eksternal : Rp 1.000.000

Surabaya, 19 Januari 2023

Ketua Pelaksana  
Pengabdian kepada Masyarakat

  
Dr. Suwitho, M.Si  
NIDN. 0715096202

Menyetujui

Ketua STIESIA Surabaya,

  
Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

NIDN.0730117301

Mengetahui  
Kepala LPPM,

  
Dr. Nur Laily, M.Si.  
NIDN.0714126202

## IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Pengabdian Kepada Masyarakat: Pendampingan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

2. Tim Pelaksana:

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian
1	Dr. Suwitho, M.Si	Ketua	Pemasaran Digital
2	Dian Palupi, SE, MSM	Anggota	Pemasaran
3	Ulfah Setia Iswara, SE, MA	Anggota	Akuntansi Manajemen
4	Teguh Gunawan Setyabudi, SE, MA	Anggota	Akuntansi Keuangan
5	Gidion Tandi Datu	Anggota	Membantu pendampingan pemasaran digital
6	Erina Dwi Noviyanti	Anggota	Membantu pendampingan pemasaran digital

3. Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat: pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

4. Waktu Pelaksanaan: September 2022 – Januari 2023

5. Usulan Biaya le LP2M: Rp 5.000.000

6. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat: Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

7. Mitra yang Terlibat (kontribusi mitra):

Mitra dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. Pada kegiatan ini para pelaku UMKM berkontribusi membantu mengurus administrasi di kelurahan dan mempersiapkan keperluan kegiatan promosi produk melalui pemasaran digital.

8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan:

permasalahan dalam bidang pemasaran adalah komunikasi. Para pelaku UMKM belum bisa secara maksimal menyampaikan keunggulan produk yang ditawarkan baik secara online melalui instagram maupun ketika konsumen datang secara

langsung. Solusi atas permasalahan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara memasarkan produk secara online melalui pemasaran digital dan bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan agar tertarik pada produk yang dihasilkan secara menarik, singkat dan padat.

9. Kontribusi mendasar pada mitra (diuraikan secara singkat):

Pada kegiatan ini kontribusi yang diberikan pada mitra adalah para pelaku UMKM memiliki kemampuan memasarkan produk melalui media social dan berkomunikasi sehingga kegiatan usaha dapat berjalan dengan lebih baik lagi.

10. Rencana luaran yang ditargetkan:

Rencana luaran yang diargetkan adalah hasil dari kegiatan ini dipublikasikan dalam jurnal nasional dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	iii
DAFTAR ISI	v
RINGKASAN PROPOSAL	vi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Permasalahan Mitra	2
BAB 2. SOLUSI DAN TARGET LUARAN	3
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	4
BAB 4. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	8
4.1 Anggaran Biaya	8
4.2 Jadwal Kegiatan	9
BAB 5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	12
BAB 6. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	15
BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN	16
REFERENSI	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1 Surat Tugas	
Lampiran 2 Sertifikat	
Lampiran 3 Materi	
Lampiran 4. Daftar Hadir	
Lampiran 5 Dokumentasi	

## RINGKASAN

Potensi ekonomi masyarakat Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya khususnya di bidang kuliner harus terus digali untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang optimal. Upaya peningkatan perekonomian masyarakat dilakukan dengan fokus pada usaha-usaha ekonomi kreatif yang terus berkembang. Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk memberikan pendampingan pemasaran digital baik melalui aplikasi e-commerce terkini untuk memperkenalkan produk kepada konsumen sekaligus meningkatkan omzet penjualan. Mitra usaha yakni para pelaku UMKM yang terdiri dari pengusaha makanan di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul yang terus berinovasi dalam memasarkan produk secara digital. SWK Taman Bungkul berlokasi di area Taman Bungkul yang terkenal sebagai ikon Kota Surabaya. Kegiatan implementasi pemasaran digital dilakukan melalui tahapan survey mitra, pelatihan dan pendampingan, serta monitoring dan evaluasi bagi UMKM di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo. Tahapan yang dilalui atas implementasi pemasaran digital berguna untuk memperluas cakupan penjualan dan keberlangsungan usaha di tengah tantangan persaingan dan lesunya perekonomian saat ini.

Kata kunci: SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo, UMKM, pemasaran digital.

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi pendorong perekonomian yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kreatifitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia diwujudkan dalam beragamnya produk UMKM. Berkembangnya UMKM akan memiliki dampak pada pengembangan potensi ekonomi masing-masing daerah. Pengembangan ekonomi dapat berupa peningkatan produk lokal dengan didukung kreatifitas masyarakat setempat. Masyarakat setempat dapat mewujudkan kemandirian ekonomi dan peningkatan kesejahteraan.

Kota Surabaya memiliki banyak potensi usaha yang menjadi sumber mata pencarian utama penduduk di sekitarnya, mulai dari industri makanan, industri kerajinan, industri tekstil, dan industri agrobisnis yang semuanya dapat berkembang pesat, serta memiliki tempat di hati masyarakat. Selalu saja ada ide/gagasan dalam bentuk oleh-oleh misalnya dan hal ini dapat memunculkan minat konsumen untuk membelinya. Pada industri makanan, banyak sekali pelaku UMKM yang tumbuh di bidang makanan antara lain kue, makanan berat berupa ikan bakar, maupun camilan seeperti siomay. Dalam industri tekstil terdapat banyak pelaku UMKM yang menghasilkan kerudung, spreii, baju, dan jenis pakaian lainnya yang banyak dijual pada pusat grosir maupun melalui pameran produk UMKM. Pada industri agrobisnis, banyak pelaku UMKM yang bergerak di wisata taman edukasi serta wisata mangrove. Industri kerajinan tangan banyak muncul industri kreatif seperti kerajinan tangan, handicraft, bunga kertas, bidang kesenian, dan lain sebagainya. Bahan utama dari beberapa hasil produk menggunakan bahan baku lokal. Untuk pengguna dari beberapa produk UMKM adalah konsumen luar negeri, namun sebagian besar konsumen dari barang-barang hasil UMKM adalah konsumen lokal.

Kecamatan Wonokromo merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Surabaya dengan potensi sumber daya yang sangat memadai. Banyak sekali UMKM



yang terdapat di Kecamatan Wonokromo dengan berbagai hasil produk UMKM. Permasalahan yang timbul bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Wonokromo sangatlah kompleks. Masalah utama yang dihadapi UMKM adalah tentang pemasaran produk. Bagaimana usaha dapat terus beroperasi dan terus semakin berkembang melalui banyaknya pesanan (order) atas produk yang dihasilkan. Volume penjualan produk UMKM di SWK Taman Bungkul cenderung sepi atau dikatakan stagnan. Hal ini disebabkan banyak pesaing di sekitar lokasi SWK Taman Bungkul. Selain itu, minat konsumen saat ini mengalami pergeseran dimana konsumen usia muda lebih banyak suka makanan kekinian. Bila hal ini tidak segera diatasi maka akan berlanjut pada keberlangsungan usaha yang tidak menentu. Penjualan produk melalui platform e-commerce menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan agar produk dapat dikenal dan dilakukan pemesanan oleh konsumen. Pelaku UMKM harus berpindah metode pemasaran dari yang sebelumnya konvensional menjadi digital mengikuti perkembangan teknologi yang terus baru dan baru. Para pelaku UMKM harus dapat menyadari pentingnya konsistensi untuk proses produksi, pengemasan, labeling, penjualan, promosi atas produk yang dihasilkan agar usahanya terus berkelanjutan. Pemasaran yang dilakukan secara digital diharapkan mampu mendongkrak penjualan produk kuliner dari UMKM di tengah melesatnya penggunaan internet dan aplikasi online seperti GoFood, Grabfood, Shopeefood, Paxel, dan lain sebagainya. Selain itu, dukungan media sosial seperti instagram dianggap kompeten untuk mendukung peningkatan penjualan produk kuliner di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.

## **1.2 Permasalahan Mitra**

Mitra UMKM di Kecamatan Wonokromo mengalami beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana memperluas cakupan penjualan melalui hasil implementasi pemasaran digital bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya?
- b. Bagaimana meningkatkan motivasi dan semangat untuk pengembangan dan kesinambungan UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya?

## **BAB 2**

### **SOLUSI DAN TARGET LUARAN**

#### **2.1 Solusi yang ditawarkan**

Solusi atas permasalahan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara memasarkan produk secara online melalui aplikasi e-commerce seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood agar dapat memperluas cakupan penjualan dan bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan agar tertarik pada produk yang dihasilkan secara menarik, singkat dan padat.

Selain itu, kegiatan pendampingan bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan semangat untuk pengembangan dan kesinambungan dan meningkatkan daya inovasi dan kreativitas para pelaku UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. Diberikan juga sosialisasi tentang Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro kecil dan Menengah sebagai salah satu standar akuntansi dalam membuat laporan keuangan usaha sebagai upaya pemisahan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga.

#### **2.2 Target Luaran**

Rencana luaran yang diargetkan adalah hasil dari kegiatan ini dipublikasikan dalam jurnal nasional terakreditasi dan dipaparkan dalam seminar nasional pengabdian kepada masyarakat

## BAB 3

### METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri atas tahapan, yaitu :

- a. Identifikasi masalah (*mapping*) secara *online*; mengidentifikasi masalah dari masing-masing UMKM menggunakan indikator yang telah ditetapkan oleh STIESIA Surabaya. Dari daftar pertanyaan tersebut bisa dipetakan untuk masing-masing indikator *Strength-Weakness-Opportunity-Threat* (S.W.O.T) dari tiap UMKM. Mekanisme identifikasi dilakukan secara *self assessment* dengan menggunakan kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya. Pemberian kuesioner maupun pengumpulannya akan dilakukan melalui *google form*.
- b. Pelatihan dan pendampingan secara *offline* dan *online* melalui tatap muka secara langsung dan *whatsapp group* mengenai pemasaran digital. Pelatihan dan pendampingan dilakukan pada 51 mitra UMKM yang tergabung pada Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul. Hal ini bertujuan untuk memudahkan penyerapan maupun pemberian materi. Pendalaman materi disampaikan melalui forum tanya jawab selama pelatihan dan pendampingan *online*.
- c. *Monitoring evaluasi* (*monev*) secara *online* mengenai materi melalui pengisian kuesioner maupun *output* yang diminta setelah tahapan pendampingan seperti profil media *platform digital* UMKM melalui media sosial. Hasil dari tahapan ini berguna untuk bahan evaluasi yang bisa digunakan sebagai landasan di pengabdian selanjutnya.
- d. Hasil implementasi pemasaran digital melalui GoFood menunjukkan adanya kenaikan volume penjualan produk UMKM dan diharapkan dapat terus berkesinambungan.

Rencana kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Rencana Kegiatan**

<b>Keterangan</b>	<b>Identifikasi Masalah</b>	<b>Pelatihan dan Pendampingan</b>	<b>Monev</b>
<b>Tanggal</b>	September 2022	Oktober-Desember 2022	Januari 2023
<b>Tempat dan waktu</b>	<i>Offline</i> SWK Taman Bungkul	<i>Offline</i> STIESIA Surabaya dan SWK Taman Bungkul	<i>Offline</i> SWK Taman Bungkul
<b>Person in Charge (PIC)</b>	a. Ketua Kegiatan b. Anggota Kegiatan	a. Ketua Kegiatan b. Anggota Kegiatan	c. Ketua Kegiatan d. Anggota Kegiatan
<b>Jumlah Peserta</b>	51 mitra	51 mitra	51 mitra

Adapun mitra UMKM yang tergabung di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 2**  
**Daftar Mitra UMKM di SWK Taman Bungkul**  
**Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya**

<b>NO STAN.</b>	<b>NAMA PEDAGANG</b>	<b>JENIS DAGANGAN</b>	<b>WAKTU BERJUALAN</b>
1	Irawan Suhendra	Soto Daging	Siang - Malam
2	Amanah	Nasi Rawon	Siang - Malam
3	Irawati Rahayuningsih	Es Juice dan Es Campur	Siang - Malam
4	Gami Susilowati	Nasi Campur , Krengsengan dan Penyetan	Pagi - Malam

<b>NO STAN.</b>	<b>NAMA PEDAGANG</b>	<b>JENIS DAGANGAN</b>	<b>WAKTU BERJUALAN</b>
5	Sudiono	Snack dan Rokok	Pagi - Malam
6	Farin A Sani	Warung Kopi	Pagi - Malam
7	Wawan Adi Wahyudi	Warung Kopi	Pagi - Malam
8	Budi Santoso	Es Juice	Siang - Malam
9	Ngatimun	Bakso	Siang - Malam
10	Adi Prasetyo	Es Campur	Siang - Malam
11	Cathur hanggara Putra	Martabak Mini dan Warkop	Sore - Malam
12	Ardian Firmanto	Martabak	Sore - Malam
13	Martono	Martabak	Sore - Malam
14	Budi Santoso	Rokok dan Minuman	Pagi - Malam
15	Soedjoko	Lontong Kupang dan Warkop	Pagi - Malam
16	Putri Prasetyo Sari	Es Juice	Pagi - Malam
17	Miswar	Snack dan Meracang	Pagi - Malam
18	Warsi	Martabak	Sore - Malam
19	Sudarmi	Martabak	Sore - Malam
20	Tonny Kriswanto	Terang Bulan	Sore - Malam
21	Supriyadi	Gado - Gado	Pagi - Malam
22	Wiwik Herwati	Nasi Campur dan Rokok	Pagi - Malam
23	Denok Tresnowati	Nasi Campur	Siang - Malam
24	Usnilawati	Masakan Padang	Siang - Malam
25	Kartijah	Nasi Pecel dan Rawon	Pagi - Malam
26	Mina	Soto Ayam	Pagi - Malam
27	Luluk Kunaidah	Siomay, Batagor dan Penyetan	Pagi - Malam
28	Agus Purpriono	Chinese Food	Siang - Malam

<b>NO STAN.</b>	<b>NAMA PEDAGANG</b>	<b>JENIS DAGANGAN</b>	<b>WAKTU BERJUALAN</b>
29	Eko Sugiono	Warkop dan Bakso	Siang - Malam
30	Alamin Rohmatul Aziz	Nasi Campur	Siang - Malam
31	Eva Purwaningtyas	Ayam Kremes	Siang - Malam
32	H. CH. SupriyonoTj. R	Battu Perhiasan	Siang - Malam
33	Syarif Budiman	Nasi Campur dan Rokok	Pagi - Malam
34	Suhartini	Rujak	Pagi - Malam
35	Eka Agus Tini	Minuman	Pagi - Malam
36	Machfud	Warkop	Siang - Malam
37	Indang Haryani	Aneka Minuman dan Rokok	Pagi - Malam
38	Cheffta Ardiansyah Dwianto	Rujak Ulek	Siang - Malam
39	Sunaryo	Lontong Balap	Pagi - Malam
40	Aryo Avianto	Warkop dan Angkringan	Siang - Malam
41	Kasihati	Warkop	Siang - Malam
42	Ujang Ermaya	Warkop dan Ketan	Siang - Malam
43	Yogha Ponco Sawito	Ketan Sambel	Siang - Malam
44	Fatimah	Minuman	Pagi - Malam
45	Sunari	Nasi Bebek	Pagi - Malam
46	Chasanah	Nasi Lodeh dan Warkop	Pagi - Malam
47	Armando Iman Setiawan	Warkop	Pagi - Malam
48	Sri Haryati	Warkop	Pagi - Malam
49	Soebakri Siswanto	Nasi Pecel dan Rawon	Pagi - Malam
50	Handoyo	Roti Bakar	Siang - Malam
51	Kurniawan	Warkop	Pagi - Malam

**BAB 4**  
**BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN**

**4.1 Anggaran Biaya**

Kegiatan pengabdian masyarakat di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya dibiayai oleh LPPM STIESIA Surabaya dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Anggaran Kegiatan**

URAIAN	VOLUME	SATUAN	HARGA	TOTAL
<b>I. HONOR</b>				
1. Dosen	4	orang	Rp300.000	Rp1.200.000
2. Mahasiswa	2	orang	Rp100.000	Rp200.000
3. Pendamping Kecamatan	1	orang	Rp150.000	Rp150.000
4. Koordinator paguyuban	1	orang	Rp150.000	Rp150.000
<b>II. TRANSPORT</b>				
1. Dosen	4	orang	Rp100.000	Rp400.000
2. Mahasiswa	2	orang	Rp50.000	Rp100.000
3. Pendamping Kecamatan	1	orang	Rp50.000	Rp50.000
4. Koordinator paguyuban	1	orang	Rp50.000	Rp50.000
5. Mitra	51	Mitra	Rp50.000	Rp2.550.000
<b>III. KONSUMSI</b>				
Snack	60	kotak	Rp15.000	Rp900.000
<b>IV. BANNER</b>				
Spanduk/banner	1	paket	Rp50.000	Rp50.000
<b>V. PELAPORAN</b>				
Fotocopi dan Penjilidan (proposal dan laporan)	1	paket	Rp200.000	Rp200.000
<b>TOTAL</b>				<b>Rp6.000.000</b>

#### 4.2 Jadwal Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Wonorejo Kota Surabaya yang merupakan kegiatan berkelanjutan dijadwalkan oleh tim pengabdian LPPM STIESIA Surabaya dengan rincian sebagai berikut:

Table 4

Jadwal Kegiatan

Jenis Kegiatan	Waktu Kegiatan				
	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Persiapan :	✓	✓			
• Survey Lokasi					
• Pemetaan permasalahan	✓	✓			
Pelatihan:					
• Pemasaran digital	✓	✓			
Pendampingan:					
• Pemasaran digital		✓	✓	✓	
Monitoring dan Evaluasi					✓
Penyusunan Laporan Kegiatan					✓
Publikasi hasil kegiatan					✓



## BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

### 5.1 Hasil

Kecamatan Wonokromo merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Surabaya dengan potensi sumber daya yang sangat memadai. Banyak sekali UMKM yang terdapat di Kecamatan Wonokromo dengan berbagai hasil produk UMKM. Produk berupa makanan dan minuman masih menjadi andalan dan terpusat di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya mulai berdiri tahun 2000an. Banyak perkembangan yang terjadi baik dari segi pengelolaan SWK dan lokasi SWK itu sendiri. Saat ini pedagang yang ada di SWK Taman Bungkul telah menempati stan-stan yang tertata rapi dan telah ada pengurus Paguyuban yang terdiri atas Ketua, Sekretaris dan Bendahara.

UMKM yang terdapat di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo berjumlah 51 UMKM dan sebanyak 38 UMKM telah diberikan pelatihan tentang etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana. Sebelumnya tim pengabdian masyarakat melakukan identifikasi permasalahan yang timbul bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Wonokromo. Masalah utama yang dihadapi UMKM adalah tentang pemasaran. Di tengah pandemi covid 19 omset yang dihasilkan oleh UMKM mengalami penurunan yang cukup signifikan. Bagaimana usaha dapat terus beroperasi dan terus semakin berkembang melalui banyaknya pesanan (order) atas produk yang dihasilkan. Para pelaku UMKM harus dapat menyadari pentingnya konsistensi untuk proses produksi, pengemasan, labeling, penjualan, promosi atas produk yang dihasilkan agar usahanya terus berkelanjutan. Selain masalah penjualan produk, beberapa UMKM berurusan dengan etika saat berkomunikasi dengan pelanggan dan supplier penyedia bahan baku. Beberapa pelanggan terkadang tidak kembali ke SWK Taman Bungkul karena merasa

dirugikan saat melakukan pembayaran karena harga yang tidak sesuai. Seharusnya para pedagang memasang daftar harga yang mudah diketahui oleh konsumen. Terkait produk makanan siap santap mulai dari penyajian bahan baku yang fresh (baru), pengolahan yang higienis dan penyajian yang bersih juga harus dilakukan dengan baik dan menjadi perhatian agar konsumen dapat kembali ke warung makanan yang ada di SWK Taman Bungkul. Permasalahan modal yang berkaitan dengan perhitungan laba rugi juga turut menjadi perhatian dan harus segera dicarikan solusinya. Banyak UMKM yang terlanjur melakukan pinjaman (kredit) dari pihak perbankan, setelah beberapa periode kemudian tidak mampu untuk membayar karena berbagai alasan. Mulai alasan dagangan sepi, uang tercampur dengan rumah tangga, tidak dapat keuntungan atas penjualan. Nah berbagai masalah yang muncul nantinya akan dicarikan jalan keluar yang memadai. Kegiatan identifikasi masalah dilakukan secara online dan offline dengan seluruh mitra UMKM di SWK Taman Bungkul.

Selanjutnya, solusi akan dicari oleh tim pengabdian dan Ketua Paguyuban SWK Taman Bungkul. Salah satu cara yang diambil untuk menyelesaikan masalah yang ada di SWK Taman Bungkul adalah memberikan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan etika bisnis tentang pentingnya menjaga etika dalam berdagang dengan konsumen, supplier/pemasok, pesaing, pemerintah dan masyarakat sekitar sudah diberikan pada semester sebelumnya. Untuk manajemen pemasaran, diberikan pelatihan pengelolaan usaha melalui pemasaran offline. Bagaimana perkembangan digital saat ini tidak cukup hanya dengan mengandalkan dagangan dari mulut ke mulut, namun harus didukung dengan penguasaan teknologi informasi dimana pemesanan makanan dan minuman dengan melalui aplikasi online. Untuk pembukuan sederhana, banyak pedagang (mitra UMKM) yang tidak melakukan pencatatan keuangan dengan baik sehingga mereka kesulitan untuk mengetahui laba dan rugi usaha yang telah dijalankan. Selain itu, dalam penentuan harga pokok produk, mayoritas pedagang tidak bias menetapkan harga yang pas, entah harga tersebut lebih mahal atau lebih murah dan berapa keuntungan yang diperoleh.

Selanjutnya kegiatan monitoring dan evaluasi atas etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana melalui online dan offline

kujungan ke pedagang di SWK Taman Bungkul. Implementasi diwujudkan melalui pendampingan tentang pembukuan sederhana bagi UMKM yang tergabung dalam SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk tahapan selanjutnya tentang pemasaran digital. identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi dilaksanakan secara terstruktur (dokumentasi terlampir). Tim pengabdian memberikan materi pemasaran digital mengingat banyak pedagang di SWK Taman Bungkul yang gapatek (gagap teknologi) atau tidak menguasai teknologi khususnya HP. Tim pengabdian juga bekerjasama dengan Gojek untuk memberikan informasi bagaimana cara penggunaan aplikasi gojek, mulai dari mendaftar, mendapat order sampai menarik dana yang terkumpul di aplikasi. Aplikasi keuangan (tabungan) di aplikasi yang tersedia juga dapat disimpan atau langsung ditarik ke saldo tabungan. Diharapkan dengan adanya bantuan e-commerce, dalam hal ini GoFood dari Gojek akan menambah pendapatan pedagang di SWK Taman Bungkul.

## **5.2 Luaran yang dicapai**

Luaran yang dicapai mencakup draft publikasi di jurnal pengabdian kepada masyarakat yang dijadwalkan akan terbit di bulan September 2023.

## **BAB VI**

### **RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA**

Mitra UMKM telah diberikan pelatihan tentang etika bisnis, manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana, selanjutnya mitra diberikan pelatihan pemasaran digital melalui aplikasi online yakni Gofood sehingga pelaku UMKM lebih aktif lagi mempromosikan produknya agar produk semakin dikenal oleh konsumen dan berdampak pada peningkatan penjualan dan kesinambungan usaha. Kerjasama STIESIA Surabaya dengan pihak Gojek dan SWK Taman Bungkul diharapkan dapat terus terjalin dengan baik. Rencana selanjutnya produk makanan dari para pelaku UMKM ini didaftarkan pada aplikasi online lain seperti ShopeeFood dan GrabFood mengingat banyak jenis aplikasi makanan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan makanan dan minuman yang ada di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.

## **BAB VII**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan melalui pelatihan dan pendampingan pemasaran digital ini dapat memberi manfaat kepada khalayak luas, maka selanjutnya diberikan rekomendasi:

1. Perlu adanya kesinambungan kegiatan dan evaluasi setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan, sehingga para pelaku UMKM di SWK Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia.
2. Mengadakan edukasi yang serupa kepada komunitas masyarakat lain yang berbeda.
3. Materi edukasi hendaknya langsung dihadapkan pada permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM sehingga dalam edukasi lebih banyak dilakukan dalam diskusi dan sharing pengetahuan.

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

# **LAMPIRAN 1**

## **SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**SURAT TUGAS**  
Nomor: A.11a/016b/IX/2022  
Tanggal 16 September 2022

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada

Nama: 1. Suwitho, Dr., M.Si.  
2. Dian Palupi, S.E., M.S.M.  
3. Ulfa Sefia Iswara, S.E., M.A.  
4. Teguh Gunawan Setyabudi, S.E., M.A.  
5. Gideon Tandi Datu  
6. Erina Dwi Noviyanti

Alamat: Jalan Meruar Pumpungan 30 Surabaya

Jabatan: 1-4. Dosen  
5-6. Mahasiswa

Tujuan: Kecamatan Wonomkromo

Kepentingan: Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Materi: Peningkatan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Bagi UMKM Di Sentra Wisata Kuliner Taman Bangkul Kecamatan Wonomkromo Surabaya

Pelaksanaan: September 2022 - Januari 2023

Biaya Tugas: LITM

Kemudahan: Non Dinas

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., C.A.

- Tembusan Yth:
1. Ketua Perpustakaan
  2. Wakil Ketua I
  3. Kepala LITM
  4. Kalang Kerjasama



**LAMPIRAN 2**  
**SERTIFIKAT PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



## SERTIFIKAT

diberikan kepada

**Dr. Suwitho, M.Si.**

Atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan Pendampingan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

Periode September 2022 sampai Januari 2023



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik., S.E., M.Si., Ak., C.A.



## SERTIFIKAT

diberikan kepada

**Dian Palupi ,S.E., M.S.M.**

Atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan Pendampingan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

Periode September 2022 sampai Januari 2023



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik., S.E., M.Si., Ak., C.A.



# SERTIFIKAT

diberikan kepada

**Ulfah Setia Iswara S.E.,M.A.**

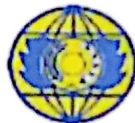
Atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan Pendampingan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

Periode September 2022 sampai Januari 2023



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadjrih Asyik., S.E., M.Si., Ak.,C.A.



# SERTIFIKAT

diberikan kepada

**Teguh Gunawan Setyabudi S.E.,M.A.**

Atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan Pendampingan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Bagi UMKM di Sentra Wisata Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

Periode September 2022 sampai Januari 2023



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadjrih Asyik., S.E., M.Si., Ak.,C.A.



# SERTIFIKAT

diberikan kepada  
**Gidion Tandi Datu**

2010302128

Atas Partisipasinya sebagai Mahasiswa Pendamping dalam  
Kegiatan Pendampingan Pemasaran Digital Untuk  
Meningkatkan Omzet Penjualan Bagi UMKM di Sentra Wisata  
Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya  
Periode September 2022 sampai Januari 2023



Ketua STIESIA Surabaya

*[Signature]*  
Dr. Nur Fadjrih Asyik., S.E., M.Si., Ak.,C.A.



# SERTIFIKAT

diberikan kepada  
**Erina Dwi Noviyanti**

2010302123

Atas Partisipasinya sebagai Mahasiswa Pendamping dalam  
Kegiatan Pendampingan Pemasaran Digital Untuk  
Meningkatkan Omzet Penjualan Bagi UMKM di Sentra Wisata  
Kuliner Taman Bungkul Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya  
Periode September 2022 sampai Januari 2023



Ketua STIESIA Surabaya

*[Signature]*  
Dr. Nur Fadjrih Asyik., S.E., M.Si., Ak.,C.A.

**LAMPIRAN 3**  
**MATERI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN**



# PEMASARAN DIGITAL

Tim Pengabdian kepada Masyarakat  
LP2M STIESIA Surabaya

## Pemasaran

### Mengetahui Target Pasar

- ▶ 1. Siapa konsumen Anda?
  - Siapa pelanggan Anda
  - Produk apa yang biasanya mereka beli?
  - Mengapa mereka membeli di tempat Anda (pembeli pertama maupun repeat order)?
  - Pembeli pertama mendapat sampel produk lain/ pembeli reguler mendapat sampel produk baru yang dibuat terbatas
- ▶ 2. Cek pesaing Anda
  - Siapa pesaing Anda, siapa target mereka?
  - Coba buka pasar baru dengan menyasar pasar yang ada

## Pemasaran

- ▶ 3. Analisa produk/ layanan Anda
  - Tulis kelebihan produk Anda
  - Siapa saja yang mungkin akan diuntungkan oleh produk Anda? → Market Research
  - Buat target riset
  - Mintalah saran
  - Sebelum meluncurkan survei, tester lebih dahulu

## Pemasaran

- ▶ 4. Pilih target yang spesifik
  - Usia
  - Lokasi
  - Jenis kelamin
  - Pendapatan dan pekerjaan
  - Tingkat pendidikan
  - Status
- ▶ 5. Pahami psikologi target
  - Personality dan tingkah laku
  - Attitude dan value
  - Minat dan hobi
  - Gaya hidup → Menentukan dari mana target Anda mencari informasi dan media mana yang paling sering mereka gunakan (media sosial, Google, e-commerce atau market place, event offline).

## Pemasaran

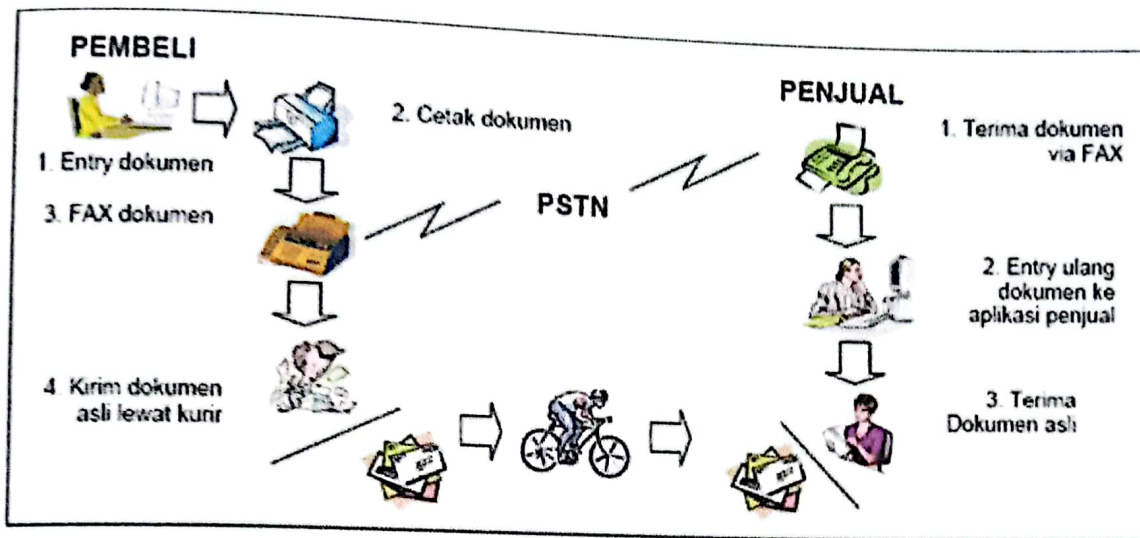
- ▶ 6. Evaluasi
  - Apakah permintaan pasar sudah cukup untuk merilis produk atau layanan baru?
  - Apakah harga sudah terjangkau?
  - Apa cara terbaik menghubungi/ mempromosikan produk/ layanan Anda? Lakukan riset pendukung dengan mencari informasi dari sumber lainnya → internet, blog, forum, artikel di media cetak, bertanya pada pelanggan, membuat survei lanjutan.

## Pemasaran Digital

- Pemasaran digital merupakan hasil dari kemajuan teknologi informasi yang diterapkan dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan efisiensi dalam strategi pemasaran di era globalisasi.
- 3 point penting dalam Digital Marketing :  
Creative Skills  
Marketing Skills  
Technical Skills

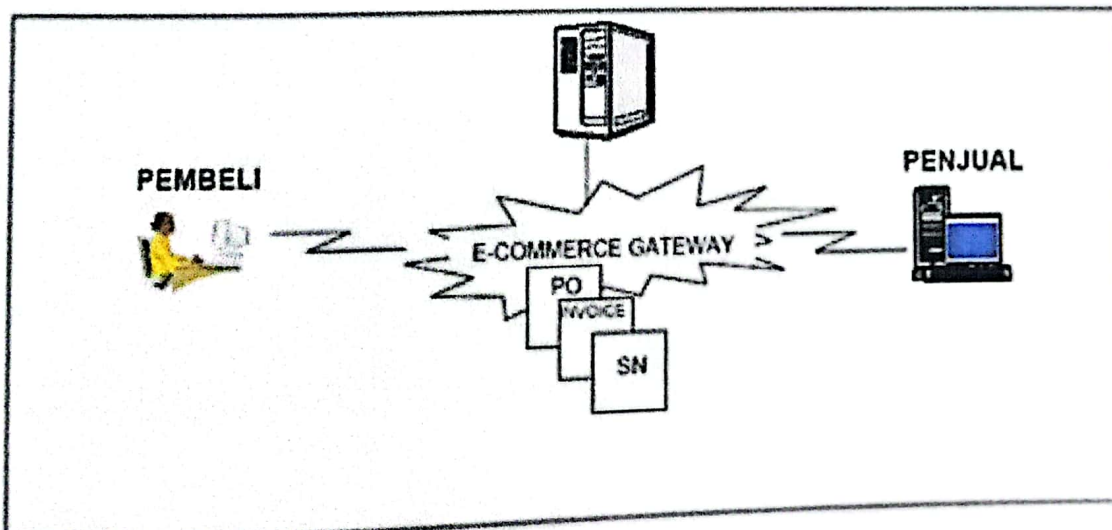


# Offline Marketing



▶ 7

# Online Marketing



▶ 8

# TOKO ONLINE VERSUS TOKO OFFLINE

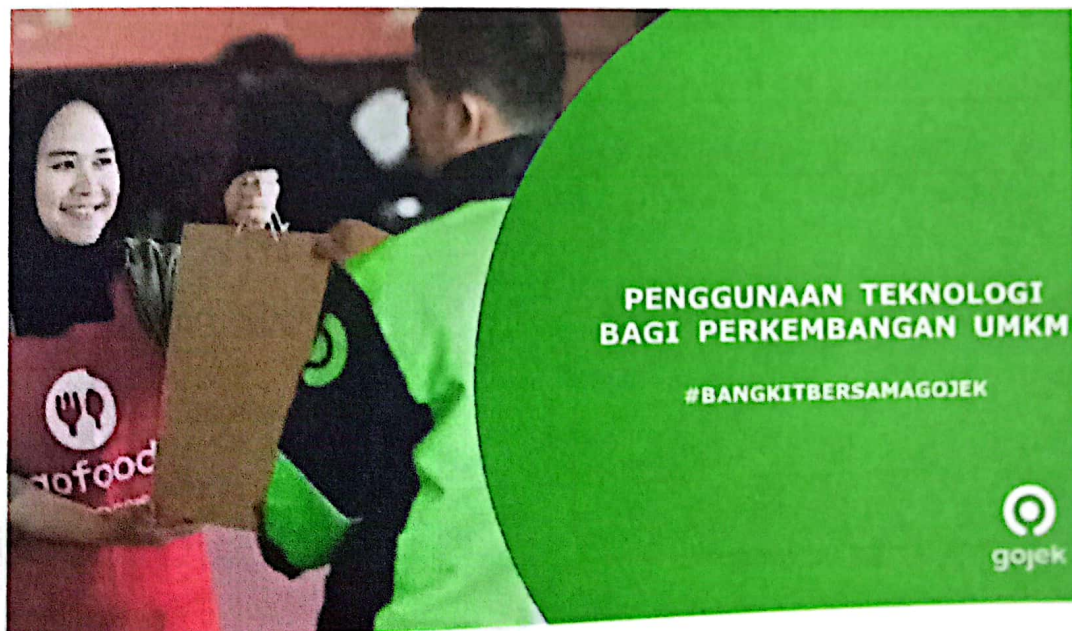


## TENAGA DAN WAKTU

Tenaga yang dibutuhkan:  
satu orang  
Waktu yang dibutuhkan:  
Setiap hari secara full time  
misalnya part time (dina  
sambil bekerja atau  
mengurus anak)

Tenaga yang dibutuhkan:  
Lebih dari satu orang  
(kasir, SPK, manajer toko,  
dll)  
Waktu yang dibutuhkan:  
sekolang full time dengan  
kemampuan dasar

▶ 9

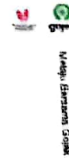


## Tumbuh bersama UMKM adalah bagian dari DNA Gojek



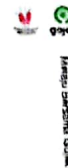
Sumber: Google

- Menciptakan dampak sosial positif dengan memanfaatkan teknologi merupakan dasar yang melandasi seluruh inovasi kami di Gojek.
- Sebelum pandemi terjadi, Gojek memiliki lebih dari 500,000 rekan usaha (95% diantaranya adalah UMKM).
- Dalam 4 bulan terakhir, lebih dari 120,000 UMKM mendaftar di ekosistem Gojek melalui berbagai solusi dari hulu ke hilir yang Gojek tawarkan.
- Gojek terus menghadirkan solusi terinovatif membantu para pengusaha kecil dan mikro di masa sulit ini.

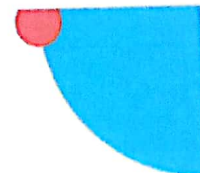


## Ekosistem Gojek Terbukti Bantu UMKM di saat Pandemi

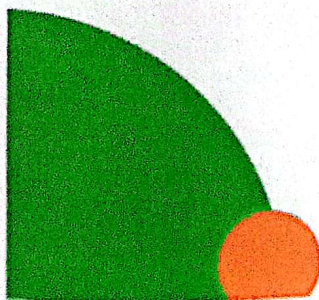
- Riset terbaru LD FEB UI mengungkap bahwa **UMKM di ekosistem digital Gojek lebih bertahan di pandemi.**
- **Gojek mempercepat transformasi UMKM tradisional menjadi usaha digital.**
  - 94% UMKM yang bergabung saat pandemi berskala mikro, dan 43% diantaranya pengusaha pemula
- **Ragam solusi teknologi dan inisiatif Gojek membuat UMKM bisa beradaptasi.**
  - 94% mitra UMKM merasa terbantu bertahan
  - 90% mitra UMKM Gojek optimis bisa pulih dan tumbuh



Sumber: Riset LD UI 2020 - Peran Ekosistem Gojek Sebelum dan Saat Pandemi COVID-19



## Pemanfaatan Ekosistem Digital untuk UMKM





## Pemanfaatan Teknologi oleh UMKM



	Sebelum	Sekarang
Bentuk Toko Penjualan	Hanya toko fisik	+Cloud Kitchen (modal minim)
Pengenalan Produk	Media offline (brosur, radio, dll) Butuh persiapan yang lebih panjang	Media online (Gofood) Cukup klik dan cepat
Pengiriman Produk	Memiliki staff / kendaraan sendiri untuk pengiriman	Menggunakan prinsip <i>sharing economy</i> , tidak harus punya staff / kendaraan untuk mengirim
Metode Pembayaran	Tunai atau mesin EDC bank	Pilihan pembayaran dengan e-wallet

## Starter Kit Gojek untuk Bisnis



**gofood**



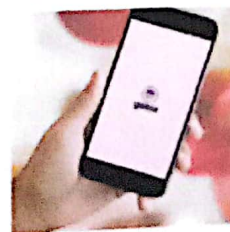
Food Delivery Platform

**gopay**



e-Payment

**gobiz**



Outlet Management

# GoFood

d

## Konsumen

Platform pemesanan makanan baik delivery maupun pick-up

## Merchant

- Platform katalog menu
- Promosi menu dan Joint Campaign Program (menu terlaris, menu baru, slow-moving, cross-selling, upselling/upsized, dan lain-lain)
- Sistem cloud kitchen
- Sistem bagi hasil 20% + 1000 per transaksi



gojek

# QRIS (Gopay)

QR Code Indonesian Standard

Kini 1 QR Code bisa digunakan untuk semua pembayaran berbasis Aplikasi.

Semua transaksi QRIS akan tercatat di aplikasi Gobiz dan rekapan email setiap hari.

Potongan 0.7% per transaksi

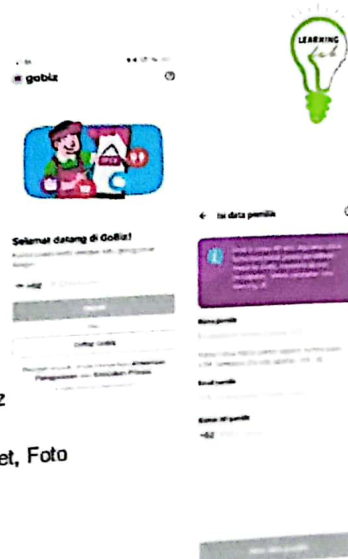
SATU QRIS UNTUK SELURUH PEMBAYARAN

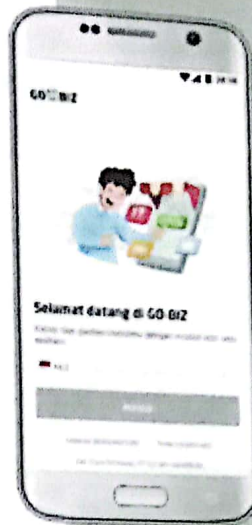


gojek

# Cara Registrasi GO FOOD

- Download aplikasi Gobiz di playstore
- Jika sudah, silahkan masuk aplikasi Gobiz Klik Daftar Gobiz
- Siapkan data anda sebelum mengisi data pemilik (KTP, Buku Tabungan, Email Aktif, No Hp Aktif SMS)
- Isi Seluruh data dengan benar, kemudian klik kirim data pemilik
- Login dengan nomor HP yg didaftarkan
- Pantau perkembangan status pendaftaran melalui aplikasi Gobiz yang didaftarkan
- Lengkapi profil outlet (Data Outlet, Jam Operasional, Menu Outlet, Foto Menu & Profil Banner)





## Satu Solusi untuk Semua Kebutuhan Usaha



### Kembangkan Usaha

Tingkatkan omzet dan ekspansi bisnis dengan memperluas jangkauan pelanggan, menyediakan banyak metode pembayaran & memberikan promo.

- Pisan Antar Online
- Pembayaran Non-Tunai
- Promo
- GoModal

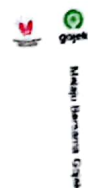
### Permudah Operasional

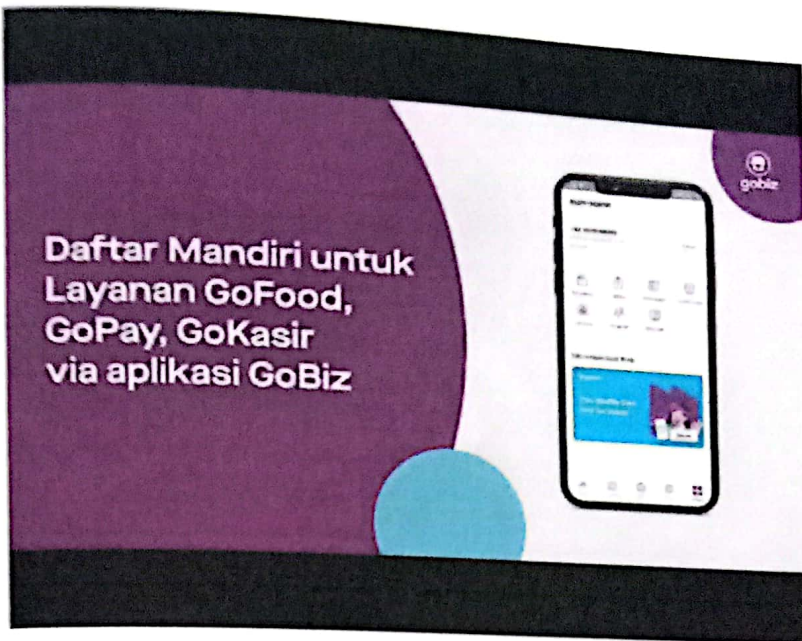
Depatikan bahan baku berkualitas dan sistem pengelolaan usaha yang lengkap termasuk sistem POS, laporan usaha, dan sistem keamanan yang bisa diakses kapanpun, dimanapun.

- GoFresh
- Point of Sale
- Laporan
- Pengelolaan Akun
- Perangkat



[www.bangkitbersamagojek.com](http://www.bangkitbersamagojek.com)





**gojek**  
Cara Daftar Gobiz



**Sebelum mengisi formulir registrasi secara online, berikut ini dokumen yang perlu disiapkan:**

1. KTP Berwarna Cetak
2. NIBSP Berwarna Cetak (jika punya nomor NIBSP)
3. Nomor rekening pribadi untuk rekening bank Anda
4. Alamat email pribadi cetak
5. Nomor ponsel untuk akses login GoBiz
6. Surat Pernyataan Diri sendiri atau pemilik rekening bank yang disertai nama pemilik rekening bank Anda
7. Buku tabungan rekening bank (sumber informasi nama pemilik rekening, nomor rekening dan nama bank, dan nama pemilik rekening bank yang sama dengan nama pemilik outlet atau NIBSP)

Data data ini dikumpulkan untuk memfungsikan aplikasi Anda dan memverifikasi bahwa Anda yang Anda verifikasi adalah benar adalah

Seluruh persyaratan tersebut akan dikirimkan ke formulir pendaftaran pada aplikasi GoBiz

Anda ini pendistribusian Gobiz harus untuk pemilik usaha yang memiliki KIR/SPK/SPK/SPK

**gojek**  
Cara Daftar Gobiz

**6 Hal Penting Sebelum Mendaftar Gobiz agar Pengajuan Diterima**

1. Siapkan dokumen yang dibutuhkan  
Dokumen yang dibutuhkan adalah KTP Berwarna Cetak, NIBSP Berwarna Cetak (jika ada), dan rekening bank pribadi Anda.
2. Pastikan foto Anda dan dokumen yang dibutuhkan telah tersimpan dan diatur & beres dengan baik.
3. Pastikan setiap dokumen yang Anda unggah adalah foto yang diambil dengan kamera HP Anda.
4. Siapkan nomor telepon yang akan digunakan untuk menerima panggilan dari Gojek.
5. Pastikan nomor telepon yang akan digunakan untuk menerima panggilan dari Gojek adalah nomor pribadi Anda.
6. Pastikan nomor telepon yang akan digunakan untuk menerima panggilan dari Gojek adalah nomor pribadi Anda.

### Cara Mendaftar GoBiz

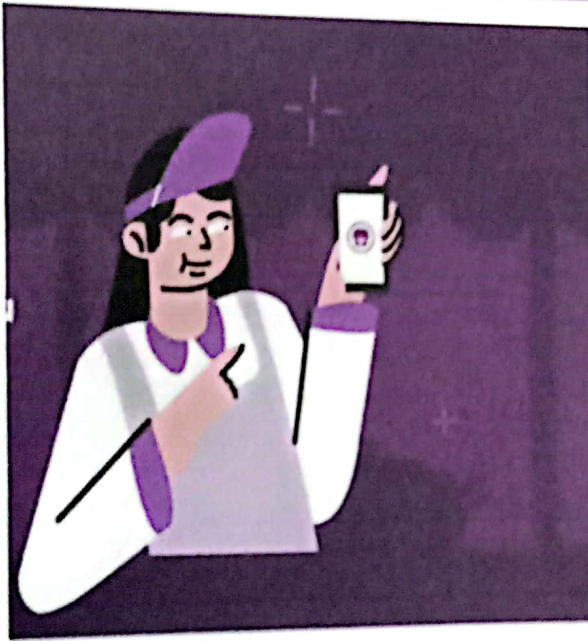


1. Klik tombol 'Daftar' di bagian atas layar. Setelah itu, akan muncul formulir pendaftaran yang harus diisi dengan data diri.
2. Setelah selesai mengisi formulir pendaftaran, klik tombol 'Daftar' di bagian bawah layar.
3. Setelah selesai melakukan pendaftaran, akan muncul QR code yang harus dipindai.

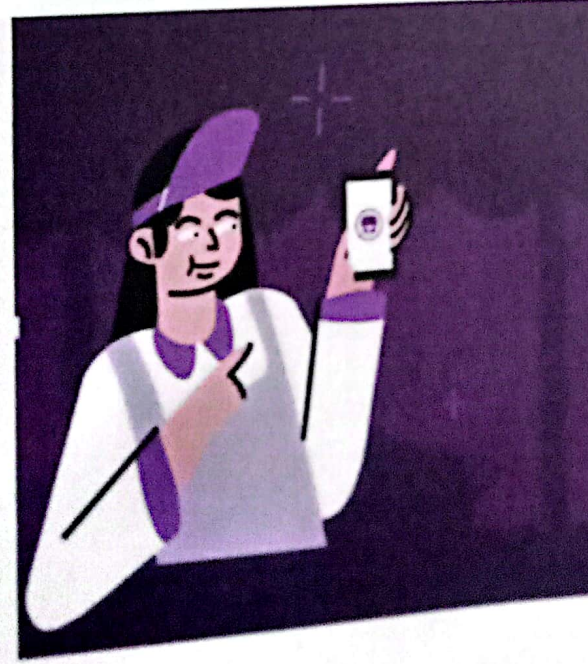
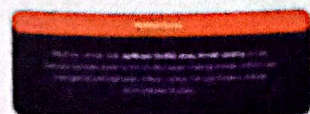


#### Ada 2 informasi dalam proses verifikasi, yaitu:

1. **Ada status 'Berhasil'.** Artinya, pendaftaran telah selesai dan akun telah aktif.
  - Setelah selesai melakukan pendaftaran, akan muncul QR code yang harus dipindai.
  - Setelah selesai melakukan pendaftaran, akan muncul QR code yang harus dipindai.
2. **Ada status 'Gagal'.** Artinya, pendaftaran belum selesai dan akun belum aktif.
  - Setelah selesai melakukan pendaftaran, akan muncul QR code yang harus dipindai.
  - Setelah selesai melakukan pendaftaran, akan muncul QR code yang harus dipindai.



1. **Check kembali koneksi internet.** Pastikan koneksi internet sudah stabil.
2. **Check kembali PIN.** Pastikan PIN yang dimasukkan sudah benar.
3. **Check kembali nomor HP.** Pastikan nomor HP yang dimasukkan sudah benar.





**LAMPIRAN 4**  
**DAFTAR HADIR**

DAFTAR HADIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
STIESIA SURABAYA DAN SWK WINDIBROMO  
Jurnal, 9 Desember 2022

NO	NAMA TOKO NAMA PEDAGANG	TANDA TANGAN
1	Wahana Pak Juro	
2	Wang Rizky Ais	
3	Wahana Pak Juro	
4	Wahana Pak Juro	
5	Wahana Pak Juro	
6	Wahana Pak Juro	
7	Wahana Pak Juro	
8	Wahana Pak Juro	
9	Wahana Pak Juro	
10	Wahana Pak Juro	
11	Wahana Pak Juro	
12	Wahana Pak Juro	
13	Wahana Pak Juro	
14	Wahana Pak Juro	
15	Wahana Pak Juro	
16	Ya Khoirul. Borobori	
17	Ya Khoirul. Borobori	
18	Ya Khoirul. Borobori	
19	Ya Khoirul. Borobori	
20	Bagus	

DAFTAR HADIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
 STIESIA SUKABAYA DAN SVK MONORUMBO  
 Jumat, 9 Desember 2022

NO KELAS	NAMA PEDAGANG	NAMA GURU	TANDA TANGAN
21	Martono	Angka 5718	
22	Budi Seto	Wahyuni Nurani	
23	MAK SANALI	Wahyuni Mak Sotah	
24	Patin	Jawara	
25	Kawana	Jawara	
26	<del>Konca Kp</del>	Sumarto	
27	Pisak	Wahyuni Mak Sotah	
28	ZAINUDA	Wahyuni Mak Sotah	
29	RUS Lu	P. RUS Lu	
30	Hans Doyo	Roti Bekas	
31	ETTO	Etto Purandoro	
32	bu. Jurnas	Wahyuni Mak Sotah	
33	bu. Lina	Sotah Mak Sotah	
34	B. S. S. S.	Marta Mak Sotah	
35	Bu. S. S.	Tranggule	
36	bella kumbala	Kecai Jari	
37	KAL KULATA	Marta Mak Sotah	
38	Bu. Denok	Bu. Denok	

# **LAMPIRAN 5**

## **DOKUMENTASI KEGIATAN**







