

BRANDING UMKM SATRON DI DESA PLOSO SIDOARJO

Dewi Agustya Ningrum¹⁾, Lukman Nur Kha'kim²⁾, Mitha Otik Wiraswati³⁾, Rizki Bachtiyar Yuliansyah⁴⁾

¹²³⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Maarif Hasyim Latif
email: dewi_agustyaningrum@dosen.umaha.ac.id

Abstrak

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo berkomitmen untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, terutama dalam bidang pengabdian kepada masyarakat. Salah satu program yang dilaksanakan adalah pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Ploso, dengan fokus pada pengembangan produk kue satron, makanan tradisional berbahan dasar tepung ketan dan gula. Program ini bertujuan untuk mengatasi kendala yang dihadapi pelaku usaha, seperti kurangnya branding dan pemasaran yang efektif, yang mengakibatkan produk tersebut tidak dikenal luas. Melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta strategi mencakup pembuatan logo, kemasan, pendaftaran di Google Maps, dan penempatan plang nama usaha, program ini berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kue satron. Hasil survei menunjukkan bahwa upaya ini berhasil meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, dan mengoptimalkan potensi lokal. Meskipun telah mencapai kemajuan, tantangan seperti manajemen produksi dan perlunya inovasi produk tetap ada, sehingga keberlanjutan dan dukungan dari masyarakat sangat diperlukan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Program ini tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan penjualan tetapi juga melestarikan warisan budaya kuliner setempat.

Kata Kunci: Pemberdayaan UMKM, Kue Satron, Branding dan Pemasaran

Abstract

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo is committed to implementing the Tri Dharma of Higher Education, particularly in the field of community service. One of the programs carried out is the empowerment of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Ploso Village, focusing on the development of satron cake, a traditional food made from glutinous rice flour and sugar. This program aims to address the challenges faced by entrepreneurs, such as a lack of effective branding and marketing, which has resulted in the product being poorly recognized. Through observation, interviews, and documentation methods, as well as strategies including logo creation, packaging, registration on Google Maps, and the placement of business signboards, this program has successfully raised community awareness of satron cake. Survey results indicate that these efforts have successfully enhanced the product's appeal, expanded market reach, and optimized local potential. Although progress has been made, challenges such as production management and the need for product innovation still exist, making sustainability and community support crucial for achieving long-term goals. This program not only serves to increase sales but also aims to preserve local culinary cultural heritage.

Keywords: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Satron Cake, Branding and Marketing*

1. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan suatu institusi tertinggi dalam pendidikan yang memiliki pedoman yang dikenal dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Sesuai dengan namanya, Tri Dharma Perguruan Tinggi memiliki tiga bidang yang menjadi pedoman utama dalam pelaksanaan pendidikan di perguruan tinggi, yakni pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Salah satu upaya untuk mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi di bidang pengabdian kepada masyarakat ialah melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Jika dilihat lebih dalam, kegiatan ini dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta potensi di suatu daerah tertentu. Proses pembelajaran bagi mahasiswa S1 Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo dikembangkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai segi kehidupan bermasyarakat. Pelaksanaan program ini ditujukan untuk menumbuh kembangkan empati dan kepedulian civitas akademika Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo terhadap (1) berbagai permasalahan yang riil dihadapi masyarakat dan (2) pembangunan berkelanjutan yang diperlukan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang sesuai dengan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya.

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo menyelenggarakan program dengan metode tematik yang ditujukan untuk menumbuhkembangkan jiwa empati dan kepedulian terhadap permasalahan-permasalahan yang terjadi di masyarakat, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai lembaga pendidikan yang memiliki kewajiban melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo mengadakan program ini. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh LPPM dan hasil koordinasi dengan pihak pemerintah setempat, program ini diselenggarakan di desa-desa Kecamatan

Wonoayu Kabupaten Sidoarjo, seperti desa Becirongengor, desa Sawocangkring, desa Ploso, dan desa Karangpuri.

Masyarakat yang tinggal di Desa Ploso mayoritas adalah penduduk asli. Mayoritas mata pencaharian masyarakat antara lain petani, buruh pabrik, peternak, dan pelaku UMKM. Terdapat beberapa UMKM di beberapa RW, antara lain: RW 1 adalah industri kerupuk, satron, dan peternakan bebek; RW 2 dan RW 3 adalah industri pengolahan tempe. Atas dasar itulah, maka kami bersama-sama dengan warga desa merealisasikan substansi Bersinergi Membangun Desa melalui Optimalisasi Potensi Lokal Berbasis Kewirausahaan Guna Mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs)

Dari hasil survey serta koordinasi dengan perangkat desa Ploso, maka ada beberapa program/kegiatan yang perlu dilakukan dirasa rasional untuk kami jalankan sesuai dengan kemampuan yang tersusun dalam beberapa item program kerja. Dalam hal ini salah satunya adalah pemberdayaan UMKM. Di desa Ploso terdapat salah satu warga yang mempunyai UMKM bidang makanan yaitu satron. Kue satron merupakan makanan yang terbuat dari tepung ketan dan gula. Kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha satron ini adalah mengenai branding dan pemasaran karena kue satron jarang dijumpai sehingga belum banyak orang yang mengenal kue satron. Oleh karena itu, kami membantu membuat logo untuk kemasan kue satron agar lebih menarik dan lebih dikenal masyarakat luas serta dalam hal pemasaran kami membuat titik lokasi pada google maps dan membuat plang nama usaha agar memudahkan konsumen menemukan lokasi penjualan.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Observasi (Pengamatan)

Pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis aktivitas penduduk terkait menjaga lingkungan yang ada di Desa Ploso. Pada metode pengamatan ini, penulis terjun langsung untuk mengamati secara langsung kegiatan-kegiatan dan fenomena-fenomena sosial yang terjadi sebagai dampak dari pelaksanaan yang diterapkan. Data yang diperlukan dalam metode pengamatan ini adalah mengamati secara langsung di lokasi, kegiatan-kegiatan kewirausahaan di Desa Ploso.

b. Interview

Metode wawancara yaitu suatu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab secara langsung dengan sumber data. Dalam wawancara ini dilakukan oleh penulis terhadap informan yang menjadi objek dari pengabdian ini, yaitu Bapak Kepala Dusun Desa Ploso. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevansinya dengan pokok persoalan yang dihadapi warga, yaitu mengenai program peningkatan pemberdayaan ekonomi di Desa Ploso melalui Pelatihan Workshop untuk pengembangan produk UMKM dan menciptakan lapangan kerja baru demi merangsang perkembangan kegiatan ekonomi desa yakni untuk menciptakan suatu kehidupan yang kreatif, inovatif, dan juga memiliki angka kehidupan yang tinggi.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini merupakan salah satu bentuk pengumpulan data yang paling mudah. Dokumentasi yang diperlukan dalam pengabdian masyarakat ini meliputi kegiatan, dan sarana mengenai branding dan pemasaran UMKM di lingkungan desa Ploso.

Kegiatan yang terlaksana dengan baik tentu tidak terlepas dari partisipasi warga sekitar Desa Ploso, khususnya RW 01. Sebelum dapat mengetahui dan memilih program, terlebih dahulu kami melakukan observasi di lingkungan sekitar. Warga mempersilakan untuk melaksanakan kegiatan ini dan

memberikan informasi seputar kekurangan di Desa Ploso RW 01, yang membuat kami memilih program branding dan pemasaran UMKM di desa Ploso yaitu pada pelaku usaha kue Satron.



Gambar 2.1

Kegiatan observasi dan wawancara

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja yang kami lakukan selama di Desa Ploso berfokus pada pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan salah satu usaha yang menjadi perhatian utama adalah produksi kue satron oleh salah satu warga setempat. Kue satron adalah makanan tradisional yang terbuat dari tepung ketan dan gula, dan menjadi salah satu kuliner khas yang patut dilestarikan. Namun, seperti banyak usaha kecil lainnya, UMKM ini menghadapi berbagai kendala, terutama terkait dengan branding dan pemasaran yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha.

Sebelum program pemberdayaan ini dilaksanakan, kami melakukan analisis menyeluruh mengenai kondisi awal dari usaha kue satron. Pelaku usaha sudah memiliki produk yang berkualitas, namun minimnya brand awareness membuat produk ini jarang dikenal di masyarakat. Kue satron yang seharusnya bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi wisata kuliner di Desa Ploso justru mengalami kesulitan untuk berkembang. Salah satu faktor utama yang

menghambat pemasaran adalah kurangnya identitas visual yang kuat serta strategi pemasaran yang efektif. Banyak konsumen yang tidak mengetahui keberadaan produk ini, meskipun rasanya enak dan berbahan dasar alami.

Kendala lain yang dihadapi adalah informasi mengenai lokasi penjualan yang tidak mudah diakses oleh calon konsumen. Minimnya promosi dan informasi menyebabkan produk satron tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam banyak kasus, usaha kecil seperti kue satron sering kali terjebak dalam lingkaran pemasaran yang terbatas, hanya melayani konsumen di sekitar lingkungan setempat tanpa adanya strategi untuk memperluas jangkauan.

Dengan memahami tantangan yang ada, kami merancang beberapa strategi untuk memberdayakan UMKM ini, yang meliputi:

a. Pembuatan Logo dan Kemasan

Salah satu langkah pertama kami adalah membantu pelaku usaha dengan mendesain logo yang menarik untuk kemasan kue satron. Logo yang efektif tidak hanya akan menciptakan identitas yang jelas, tetapi juga akan memberikan kesan profesional dan modern pada produk. Logo tersebut mencerminkan karakteristik kue satron yang lezat dan tradisional, namun tetap sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan kemasan yang menarik, konsumen akan lebih mudah mengenali produk tersebut dan memiliki ketertarikan untuk mencobanya.

b. Optimalisasi Pemasaran Melalui Digitalisasi

Di era digital saat ini, keberadaan online menjadi penting untuk mempromosikan produk. Kami membantu pelaku usaha untuk mendaftarkan lokasi penjualan kue satron di aplikasi Google Maps. Hal ini diharapkan dapat memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi kios atau tempat penjualan. Selain itu,

kami juga memberikan pelatihan tentang cara menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas, termasuk membuat konten menarik dan memanfaatkan platform-platform yang ada untuk menarik pelanggan baru.

c. Pembuatan Plang Nama Usaha

Selain logo dan kemasan, kami juga membantu membuat plang nama usaha yang jelas dan informatif. Plang nama berfungsi tidak hanya sebagai identitas, tetapi juga memberikan informasi kepada calon konsumen mengenai jenis produk yang dijual. Plang ini diletakkan di lokasi strategis, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat yang lewat. Kami juga mencarikan tempat yang strategis untuk menampilkan plang, agar bisa menjangkau segmentasi pasar yang lebih luas.

Hasil yang Dicapai

Setelah melaksanakan berbagai strategi tersebut, kami mulai melihat perubahan positif pada UMKM kue satron tersebut. Pertama-tama, dengan adanya logo baru dan desain kemasan yang menarik, produk kue satron terlihat lebih profesional dan dapat bersaing di pasar. Banyak konsumen yang menyatakan ketertarikan untuk mencoba produk baru yang mereka lihat, dan ini menunjukkan efek langsung dari branding yang berhasil.

Pendaftaran lokasi di Google Maps memungkinkan lebih banyak calon konsumen untuk menemukan penjual kue satron dengan mudah. Banyak masyarakat luar desa yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan kue ini, kini dapat dengan mudah menemukan lokasi penjualan berkat akses digital yang disediakan. Penjual juga melaporkan bahwa ada peningkatan dalam jumlah pengunjung yang datang untuk membeli produknya. Ini menjadi indikasi bahwa strategi pemasaran digital mulai memberikan hasil yang positif.

Plang nama usaha yang kami buat juga berkontribusi dalam meningkatkan

visibilitas usaha di kalangan masyarakat. Banyak warga desa yang kini lebih mengenal produk ini berkat plang nama yang menarik dan informatif, serta posisi yang strategis.

Tantangan dan Rencana ke Depan

Meski telah mencapai beberapa hasil positif, kami menyadari bahwa perjalanan pemberdayaan ini masih memerlukan keberlanjutan. Salah satu tantangan yang cukup besar adalah mempertahankan kualitas produk sambil meningkatkan jumlah produksi. Misalnya, jika permintaan meningkat, usaha perlu siap dalam hal kapasitas produksi dan manajemen yang lebih baik. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mendapatkan pelatihan tambahan dalam manajemen usaha dan produksi.

Kami juga merekomendasikan agar pelaku usaha terus melakukan inovasi produk, misalnya dengan menghadirkan varian rasa baru dari kue satron yang dapat menarik perhatian lebih banyak konsumen. Kegiatan promosi yang lebih aktif juga diperlukan, seperti mengikuti bazaar makanan lokal atau festival kuliner guna memperkenalkan kue satron kepada masyarakat yang lebih luas.



Gambar 3.1
Pembuatan logo dan kemasan kue Satron



Gambar 3.2
Pengemasan dan pemasangan logo kue Satron



Gambar 3.3
Pelaku usaha kue satron



Gambar 3.4
Mengenalkan ke warga kue satron dengan kemasan baru



Gambar 3.5
Pembuatan plang nama usaha

4. KESIMPULAN

Pemberdayaan UMKM di Desa Ploso melalui pengembangan produk kue satron menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, usaha kecil dapat berkembang

meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan. Melalui branding yang baik, pemanfaatan teknologi informasi, dan promosi yang efektif, kami berharap keberadaan kue satron dapat semakin dikenal dan dicintai oleh masyarakat luas. Upaya yang telah kami lakukan tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan produk, tetapi juga berkontribusi dalam pelestarian kuliner tradisional yang merupakan bagian dari warisan budaya masyarakat setempat. Keberlanjutan dan kesuksesan program ini akan sangat bergantung pada keterlibatan aktif pelaku usaha dan dukungan dari masyarakat setempat.

5. REFERENSI

- Akbar, R., Ponten, S., Ratnawati, R., Butarbutar, D. F., Dani, R., Ningsih, A. A. T., ... & Ningrum, D. A. (2024). Manajemen Keuangan (Fundamental dalam Pengelolaan Keuangan). Yayasan Drestanta Pelita Indonesia.
- Budi, A. S., Syafi'i, I., Saputra, R. A., Yustianingsih, R. D., Pradana, M. A. P., Widodo, M. S., & Ningrum, D. A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Program Penghijauan Guna Meminimalisir Polusi Udara di Dusun Bareng. *Among: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).
- Fittriya, N. L., Purnamasari, W., Darno, D., & Ningrum, D. A. (2022). Peningkatan Pengetahuan tentang Perizinan dalam Membuka Usaha di Desa Krembangan, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 123-127.
- Gunawan, B. P., Ningrum, D. A., Ummah, S., Afifah, S. F. N., & Nilamsari, S. (2024). Inovasi Hidroponik Ketahanan Pangan Untuk Desa Wonokerto Menuju Smart Village. *Among: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 51-59.

- Haldy, M., Salean, D. Y., Anantadjaya, S. P. D., Koli, D. Y., Widawati, A. S., Ningrum, D. A., Lerrick, Y. F., Harinie, L. T., Sari, O. Y., Kurnianingsih, W., Hikmah, N., Istiningsih, I., Darsana, I. M., Kartawinata, B. R., & Yudawisastra, H. G. (2023). Manajemen ekonomi bisnis. CV. Intelektual Manifes Media.
- Haliszah, S. N., Ulfyanah, N. H., Ningrum, D. A., Darno, D., & Purwanto, E. (2024). ANALISIS PENERAPAN FULL COSTING DENGAN METODE HARGA POKOK PESANAN DALAM MENENTUKAN HPP:(Studi Kasus AlFalah Cake). JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 2(1), 87-92.
- Mahmudah, S., Arif, D., Yucha, N., Ekasari, R., Ningrum, D. A., & Putri, B. (2022). Pelatihan Sertifikasi Produk Halal Pada UMKM Bebek Ungkep 55 Surabaya. Among: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(2), 27-33.
- Maulidia, A. R., Darno, D., & Ningrum, D. A. (2020). Factors Affecting Student Invest in The Capital Market Through the Investment Gallery of Maarif Hasyim Latif University–Sidoarjo. Majalah Ilmiah Bijak, 17(2), 236-247.
- Maria, E., Setyawan, M., Chernovita, H. P., Harjani, T., & Hartomo, K. D. (2023). PENDAMPINGAN PERIZINAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH BINAAN KAMPUNG KB SEMBADA, DESA SAMIRONO. SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 7(4), 2848-2856.
- Ningrum, D. A., Mirda, M. S. A., Wiraswati, M. O., & Wulansari, Y. Y. (2024). The Influence Of Perceptions About Accounting, Accounting Knowledge And Implementation Of Emkm Sak On The Use Of Accounting Information In Food & Beverage Msmes In Sidoarjo District. IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN, 6(2), 131-140.
- Nurmalasari, N., Zakiyyah, A. N., Padillah, A. R., Rohiman, R., & Hidayat, Y. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui Legalitas Usaha di Desa Sukamulya Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran. Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(1), 59-64.
- Ningrum, D. A., Putra, B. C., Ardhyati, I. W., & Lestariningsih, W. (2019). Pembuatan sarana desa untuk papan petunjuk jalan desa dan lingkungan Desa Jogosatru. Among: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(1).
- Nur, H., Lina, S., & Bambang, S. (2023). PENDAMPINGAN PENYUSUNAN DOKUMEN PERIJINAN USAHA BAGI PELUKU USAHA MIKRO DAN KECIL DI KABUPATEN KEDIRI. COMVICE: Journal Of Community Service, 7(2).
- Ningrum, D. A., & Ulandari, F. (2021). Penetapan dan Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan Perkotaan (PBB-P2) di BPPD Kabupaten Sidoarjo. Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani, 8(1), 49-57.
- Yahya, M. F., & Ningrum, D. A. (2023). Inovasi Alat Pembakaran Sampah Tanpa Asap Metode Rocket Stove. Among: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(2), 42-49.
- Yucha, N., Arif, D., Ningrum, D. A., & Mahmudah, S. (2018, October). Pelatihan Pencatatan Keuangan sebagai Upaya Meningkatkan Competitive Advantage UMKM di Desawatugolong Kec. Krian Kab. Sidoarjo. In Proceedings of Annual Conference on Community Engagement (Vol. 2, pp. 612-616).

