

PENINGKATAN PRODUKSI UMKM KERUPUK PULI DESA SIMOANGINANGIN MELALUI PEMBERIAN BRAND DAN ALAT PRESS PRODUKSI

Esther Ivoni Gracia Hulu¹, Aditia Maldini², Rosalinda Ayu Prameswari³, Salsabilah
Putri Mukti⁴, Rosa Devina⁵, Luluk Ulfa Hasanah⁶

^{1,2} Universitas Wijaya Putra

^{3,4,5,6,7} Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: estherhulu14@gmail.com^{1*}

*corresponding author

Abstract

The community service activity aimed to enhance the competitiveness of the kerupuk puli MSMEs in Simoanginangin Village. The main problems faced were the manual production process and the lack of a clear brand identity. The proposed solutions included the implementation of a simple cracker molding tool to improve production efficiency and consistency, as well as the development of brand identity through the creation of a logo, banner, and digital promotion via Google Maps. The results of this activity showed an increase in productivity, with daily production volume rising to approximately 14–15 kilograms per day—an increase of 30–50% compared to before the tool was introduced—along with improvements in product quality and marketing reach. Positive responses from MSME actors affirmed that a combination of appropriate technology and brand strengthening can be an effective strategy to support the development of locally based small enterprises

Keywords - MSMEs, stamping tool, branding, digital promotion

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM kerupuk puli di Desa Simoanginangin. Permasalahan utama yang dihadapi adalah proses produksi yang masih dilakukan secara manual serta belum adanya identitas merek yang jelas. Solusi yang diberikan meliputi penerapan alat pencetak kerupuk sederhana untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi produksi, serta pembentukan identitas merek melalui pembuatan logo, banner, dan promosi digital menggunakan Google Maps. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan dalam produktivitas, volume produksi harian meningkat menjadi sekitar 14-15 kilogram per hari, atau naik 30-50% dibandingkan sebelum adanya alat, kualitas produk, dan jangkauan pemasaran. Respon positif dari pelaku UMKM menegaskan bahwa perpaduan teknologi tepat guna dan penguatan branding dapat menjadi strategi efektif untuk mendorong perkembangan usaha kecil berbasis lokal.

Kata kunci – UMKM, alat pencetak, branding, promosi digital

Pendahuluan

Dalam rangka mendukung pengembangan usaha kecil berbasis lokal, kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Simoanginangin, sebuah desa yang terletak di Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Desa ini merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal cukup besar, terutama dari sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagian besar masyarakat di Desa Simoanginangin menggantungkan mata pencahariannya pada kegiatan usaha rumahan, seperti produksi makanan ringan, kerajinan tangan,

serta sektor perdagangan dan jasa. (Karjo, Suseno, & Utomo, 2015). UMKM yang dipilih ini adalah UMKM Kerupuk Puli.

Produksi kerupuk puli di Desa Simoanginangin masih didominasi oleh metode tradisional yang proses pembuatannya memerlukan tenaga kerja manual yang cukup besar, serta memakan waktu yang relatif lama. Selain itu, variasi bentuk, ukuran, dan ketebalan kerupuk kerap kali tidak seragam karena pencetakan dilakukan secara manual tanpa bantuan alat. Hal ini menyebabkan hasil produksi sering kali kurang konsisten dari segi kualitas dan estetika produk (Rosiani, Basito, & Widowati, 2015). Di sisi lain, mayoritas pelaku UMKM di desa ini belum memiliki merek dagang yang kuat atau identitas produk yang jelas. Produk kerupuk biasanya dijual dalam kemasan polos tanpa label, sehingga sulit dikenali dan dibedakan dari produk sejenis di pasaran (Hariyani, 2018).

Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri dalam meningkatkan daya saing UMKM kerupuk puli di tengah persaingan industri makanan ringan yang semakin ketat. Kurangnya inovasi dalam proses produksi dan strategi pemasaran menyebabkan produk lokal sulit bersaing, baik di pasar lokal maupun regional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini diarahkan untuk memberikan solusi yang aplikatif dan berkelanjutan. Fokus utama program ini adalah penerapan alat pencetak kerupuk sederhana guna meningkatkan efisiensi dan konsistensi hasil produksi, serta pembentukan identitas merek melalui pembuatan logo, banner, kemasan menarik, dan promosi digital menggunakan platform seperti Google Maps.

Diharapkan dengan adanya sentuhan teknologi tepat guna dan strategi branding yang profesional, UMKM kerupuk puli di Desa Simoanginangin dapat mengalami peningkatan dari sisi produktivitas, kualitas produk, serta jangkauan pemasaran. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya perubahan positif yang signifikan, di mana pelaku UMKM mulai merasakan manfaat langsung dari penggunaan alat bantu produksi dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya identitas merek (Sari & Mulyadi, 2021). Respon positif yang diberikan oleh pelaku usaha juga menjadi indikator bahwa pendekatan yang dilakukan telah sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta dapat menjadi model pengembangan UMKM berbasis potensi lokal di daerah lainnya.

Kerupuk merupakan makanan kering yang terbuat dari tepung tapioka atau jenis tepung lainnya, baik dengan maupun tanpa tambahan bahan lain, tergantung pada jenis kerupuk yang dibuat. Makanan ini telah menjadi camilan khas Indonesia yang sangat populer dan digemari oleh masyarakat luas. Kerupuk biasanya tidak dikonsumsi sebagai makanan pokok, melainkan sebagai pelengkap atau lauk karena cita rasanya yang gurih dan renyah, yang mampu menambah nafsu makan (Rosiani, Basito, & Widowati, 2015).

Salah satu jenis kerupuk yang banyak ditemui di tengah masyarakat adalah kerupuk puli. Kerupuk ini dibuat dari campuran tepung tapioka dan memiliki kandungan pati yang tinggi. Variasi kerupuk sangat beragam, baik dari segi bentuk, ukuran, warna, aroma, rasa, kerenyahan, ketebalan, maupun nilai gizinya. Secara tradisional, kerupuk puli memiliki warna agak kecoklatan dan sebagian besar masih menggunakan tepung tapioka sebagai bahan utama (Karjo, Suseno, & Utomo, 2015). Dalam proses produksinya, selain menggunakan bawang putih sebagai penambah cita rasa, bahan lain yang sering ditambahkan adalah garam bleng (Hariyani, 2018).

Namun, di tengah meningkatnya persaingan pasar makanan ringan, UMKM kerupuk puli menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan dalam hal inovasi produk dan efisiensi produksi. Banyak pelaku UMKM masih menggunakan metode tradisional dalam proses pencetakan kerupuk, yang membutuhkan waktu lama, tenaga besar, serta hasil produk yang tidak seragam dari segi bentuk maupun ketebalan. Hal ini tentu berdampak pada kualitas dan daya saing produk di pasaran.

Selain persoalan teknis produksi, aspek pemasaran juga menjadi kendala. Sebagian besar UMKM kerupuk puli belum memiliki merek atau identitas produk yang jelas. Produk sering kali dijual dalam kemasan polos tanpa label, sehingga sulit dikenali oleh konsumen dan tidak memiliki nilai pembeda dibandingkan produk lain yang sejenis. Padahal, dalam era persaingan bisnis yang semakin

kompetitif, brand atau merek menjadi elemen penting untuk membangun kepercayaan, loyalitas, serta persepsi positif konsumen terhadap produk.

Penggunaan teknologi sederhana seperti alat pencetak kerupuk otomatis atau semi-otomatis dapat menjadi solusi untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi produk. Teknologi ini dapat mempercepat proses produksi, mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual, dan menghasilkan bentuk kerupuk yang lebih menarik secara visual. Di sisi lain, pembentukan brand yang kuat—melalui desain logo, kemasan menarik, dan strategi promosi yang tepat—dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

Oleh karena itu, upaya peningkatan daya saing UMKM kerupuk puli perlu dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu inovasi teknologi dalam proses produksi dan pembentukan identitas merek yang profesional. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha, meningkatkan nilai tambah produk, serta memperkuat posisi UMKM di pasar lokal maupun regional.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan sasaran UMKM kerupuk puli di Desa Simoanginangin . Sasaran kegiatan ini adalah UMKM Kerupuk Puli yang berada didesa Simoanginangin .

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan observasi lapangan dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM kerupuk puli di Desa Simoanginangin. Kegiatan ini dilakukan secara bertahap mulai dari identifikasi masalah hingga monitoring hasil akhir. Secara rinci, tahapan metode yang dilaksanakan adalah sebagai berikut

Table 1. Tabel Rencana Kegiatan

No	Tahapan	Keterangan
1	Survey dan koordinasi bersama mitra	Pada tahap ini dilakukan perkenalan dengan pelaku UMKM, observasi kondisi usaha, serta pendokumentasian awal sebagai dasar pengembangan program. Selanjutnya, dilakukan perancangan identitas usaha yang meliputi penentuan nama brand, pembuatan logo yang mencerminkan karakteristik produk kerupuk puli.
2	Digitalisasi	Berupa pengunggahan foto produk, informasi usaha, dan jam operasional ke platform Google Maps untuk memperluas jangkauan pasar secara daring. Digitalisasi ini bertujuan agar produk kerupuk puli lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen.
3	Pembuatan alat press sederhana	Alat ini dirancang dan diproduksi untuk membantu proses pencetakan kerupuk agar lebih cepat dan menghasilkan bentuk yang seragam.
4	Edukasi dan evaluasi branding	Pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya brand, kemasan, serta standarisasi produk. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana mitra memahami materi dan sejauh mana efektivitas alat serta media promosi yang telah diberikan.

5 Monitoring

Monitoring dilakukan untuk melihat penggunaan alat bantu dalam proses produksi serta dampaknya terhadap hasil produksi.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Simoangingan berhasil memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing UMKM kerupuk puli. Melalui pendekatan teknologi tepat guna dan strategi pembentukan brand, tercapai sejumlah hasil signifikan yang dapat dikelompokkan ke dalam tiga aspek utama: peningkatan efisiensi produksi, penguatan identitas usaha, dan optimalisasi pemasaran digital.

1. Inovasi Teknologi Produksi: Alat Pencetak Kerupuk



Gambar 1 Alat Press Cetak Kerupuk Puli

Sebelum intervensi, proses produksi kerupuk puli masih dilakukan secara manual menggunakan teknik tradisional yang kurang efisien dan menghasilkan produk dengan bentuk yang tidak seragam. Metode ini tidak hanya memakan waktu yang lama, tetapi juga sangat bergantung pada tenaga manusia dalam jumlah besar untuk mencapai target produksi harian. Dalam kondisi tersebut, kapasitas produksi maksimal hanya sekitar 10 kilogram per hari. Hal ini menjadi hambatan dalam memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat serta membatasi peluang pengembangan usaha secara lebih luas.

Sebagai solusi terhadap permasalahan tersebut, tim pelaksana merancang sebuah alat press pencetak kerupuk puli sederhana yang kemudian diperkenalkan kepada mitra UMKM. Inovasi alat ini terbukti mampu meningkatkan efisiensi proses produksi secara signifikan. Dengan alat ini, mitra dapat mencetak kerupuk secara lebih cepat, merata, dan konsisten. Hasilnya, waktu produksi dapat ditekan hingga 40%, serta volume produksi harian meningkat menjadi sekitar 14-15 kilogram per hari, atau naik 30–50% dibandingkan sebelum adanya alat. Peningkatan ini tidak hanya terlihat dari segi kuantitas, tetapi juga dari kualitas produk. Cetakan kerupuk menjadi lebih rapi dan seragam, yang berdampak pada peningkatan nilai jual dan daya tarik produk di pasaran. Temuan ini mendukung pandangan Suryana (2016) yang menyatakan bahwa inovasi teknologi berskala kecil sangat relevan dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas pelaku UMKM. Modernisasi alat produksi melalui teknologi tepat guna semacam ini menunjukkan bahwa inovasi sederhana dapat memberikan dampak nyata bagi pertumbuhan usaha kecil dan menengah, khususnya dalam sektor

pangan tradisional seperti kerupuk puli. Dengan proses yang lebih efisien dan hasil yang lebih berkualitas, pelaku usaha kini memiliki lebih banyak kesempatan untuk mengembangkan strategi pemasaran, memperluas jaringan distribusi, dan melakukan inovasi produk secara berkelanjutan.

2. Pembentukan Identitas Merek (Branding)

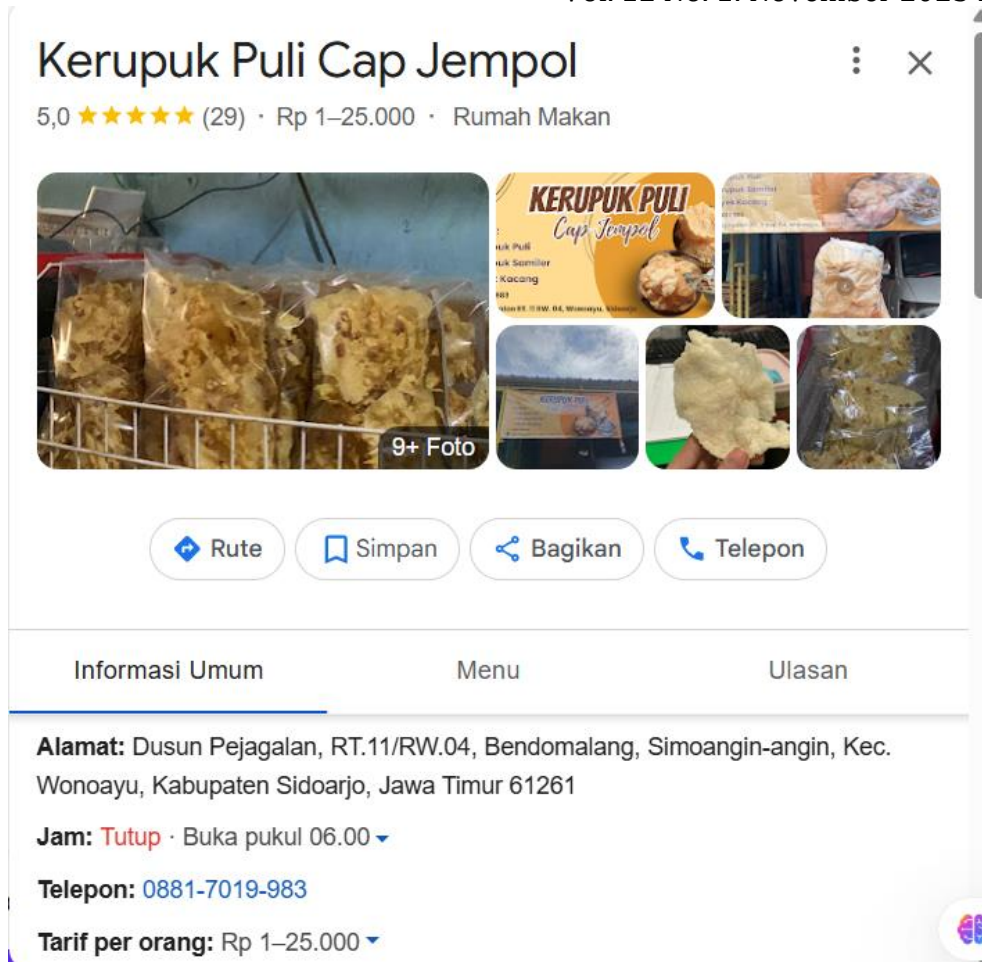


Gambar 2 Pemasangan Spanduk

Salah satu hambatan utama yang dihadapi mitra UMKM adalah belum adanya identitas usaha yang jelas. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM berhasil memiliki nama usaha, logo, dan desain banner promosi yang sesuai dengan karakteristik produk lokal. Identitas visual ini dirancang untuk membangun persepsi positif dan profesional terhadap produk kerupuk puli. Menurut Kotler dan Keller (2016), brand yang kuat tidak hanya menjadi pembeda di pasar, tetapi juga meningkatkan nilai tambah produk melalui persepsi konsumen. Brand memberikan kejelasan, kredibilitas, dan daya tarik emosional terhadap produk. Dengan adanya brand yang telah didesain secara visual dan strategis, UMKM kini lebih siap bersaing di pasar yang lebih luas.

3. Digitalisasi dan Akses Pasar

Digitalisasi pemasaran dilakukan dengan cara mendaftarkan lokasi usaha ke Google Maps, mengunggah foto produk, dan menyertakan informasi jam operasional. Hasilnya, usaha kerupuk puli menjadi lebih mudah diakses oleh konsumen melalui mesin pencari dan platform digital. Transformasi digital ini membuka peluang pasar baru di luar desa, terutama dari kalangan wisatawan atau pengguna internet yang mencari produk khas lokal. Laporan McKinsey & Company (2018) menegaskan bahwa digitalisasi UMKM dapat memperluas jangkauan pasar hingga dua kali lipat, meningkatkan visibilitas merek, dan membuka akses ke konsumen baru.



Gambar 3 Pendaftaran ke Google Maps

Simpulan dan Saran

Kegiatan di Desa Simoanginangin memberikan dampak positif dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM kerupuk puli. Penerapan alat pencetak kerupuk sederhana hasil rancangan tim pelaksana terbukti mampu mengatasi kendala proses produksi manual yang memakan waktu dan menghasilkan produk yang kurang seragam. Dengan alat ini, waktu produksi dapat ditekan hingga 40%, dan kapasitas produksi meningkat dari sekitar 10 kilogram menjadi 14-15 kilogram per hari, menunjukkan efisiensi yang signifikan sebesar 30-50%.

Selain aspek teknis, program ini juga mendukung penguatan identitas usaha melalui penentuan nama usaha, perancangan logo, dan pembuatan banner promosi. Upaya ini menjadikan tampilan usaha lebih profesional dan menarik di mata konsumen, sekaligus meningkatkan citra dan daya tarik produk di pasaran. Kegiatan ini mendapat respon positif dari mitra yang kini semakin memahami pentingnya efisiensi produksi, inovasi teknologi, branding, dan pemasaran digital dalam pengembangan usaha. Mitra juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri untuk mengelola dan mengembangkan usahanya secara lebih mandiri dan berkelanjutan.

Dengan pendekatan terintegrasi yang mencakup aspek produksi, identitas usaha, dan pemasaran, kegiatan pengabdian ini terbukti efektif dalam mendorong peningkatan kapasitas, kualitas, dan daya saing UMKM. Model ini dapat dijadikan contoh untuk diterapkan di wilayah lain dengan tantangan dan karakteristik usaha serupa.

Untuk memastikan dampak kegiatan pengabdian ini dapat berlanjut dalam jangka panjang, pelaku UMKM diharapkan terus menggunakan alat pencetak kerupuk yang telah disediakan serta menjaga mutu dan kestabilan produk yang dihasilkan. Upaya penguatan merek juga perlu dilanjutkan dengan penerapan logo dan desain kemasan secara konsisten, serta memperluas jangkauan promosi melalui media sosial dan platform digital lainnya. Diperlukan dukungan berkelanjutan dari perguruan tinggi dan pemerintah daerah melalui pelatihan, bimbingan, atau pemantauan secara berkala guna memperkuat kapasitas UMKM. Selain itu, pembentukan kelompok atau komunitas antar pelaku usaha lokal dapat menjadi wadah untuk saling bertukar informasi, menjalin kerja sama, dan mengembangkan produk secara bersama-sama guna meningkatkan daya saing di tingkat desa maupun wilayah yang lebih luas.

Ucapan Terima kasih

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan penyusunan artikel ilmiah ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih secara khusus ditujukan untuk Mitra UMKM kerupuk puli di Desa Simoanginangin, yang telah memberikan kepercayaan, membuka ruang kerja sama, serta berpartisipasi aktif dalam setiap tahap kegiatan. Antusiasme dan keterbukaan dari mitra menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pelaksanaan program ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi mitra UMKM dan menjadi kontribusi nyata dalam penguatan ekonomi lokal berbasis potensi desa. Besar harapan kami agar kegiatan serupa dapat terus dikembangkan di masa yang akan datang untuk mendukung pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan

Daftar Pustaka

- Hariyani, N. (2018). *Kerupuk Lemi Bebas Boraks: Kajian dari Dosis Natrium Tripolyphospat yang BerJURNA* Surabaya: Jurusan Teknologi Pertanian Universitas DR. Soetomo.
- Hariyani, N. (2018). Pengaruh Penambahan Garam Bleng Terhadap Mutu Kerupuk Puli. *Jurnal Teknologi Pangan*, 12(2), 45–52.
- Hasanah, L. U. (n.d.). Kualitas Produksi dan Loyalitas Konsumen. *JURNAL PLAKAT*, II(2021), 12. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/plakat/article/view/6742>
- Karjo, S. K., Suseno, T. I. P., & Utomo, A. R. (2015). Pengaruh Proporsi Beras dan Maizena Terhadap Sifat Fisikokimia dan Organoleptik Kerupuk Puli, pp. 1–9.
- Karjo, Y., Suseno, H., & Utomo, M. (2015). Karakteristik Fisik dan Kimia Kerupuk Tradisional Puli. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 3(4), 1256–1262.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Profil UMKM Indonesia*. Jakarta: Deputi Bidang Produksi dan Pemasaran.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Rosiani, N., Basito, & Widowati, E. (2015). Kajian Karakteristik Sensoris Fisik dan Kimia Kerupuk Fortifikasi Daging Lidah Buaya (Aloe Vera) Dengan Metode Pemanggangan Menggunakan Microwave. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, VIII(2), 84–98.
- Rosiani, S., Basito, & Widowati, S. (2015). Pengaruh Jenis Tepung Terhadap Mutu Kerupuk. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, 10(1), 15–21.
- Sari, R. P., & Mulyadi, Y. (2021). Penerapan Teknologi Tepat Guna dalam Meningkatkan Produktivitas UMKM Kerupuk di Pedesaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 55–63.
- Suryana, Y. (2016). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.