



Journal Homepage


<https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/tekiba/index>

**TEKIBA: Jurnal Teknologi dan Pengabdian  
Masyarakat**



Journal Title

## Pendampingan UMKM Katering “Masak-masak.id” di Kegiatan Festival “Singosari Tempoe Doeloe” Sebagai Strategi

Nurida Finahari<sup>1\*\*</sup>  Gatut Rubiono<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>[nfinahari@widyagama.ac.id](mailto:nfinahari@widyagama.ac.id), <sup>2</sup>[g.rubiono@unibabwi.ac.id](mailto:g.rubiono@unibabwi.ac.id)

\*\*Correspondence Author : [nfinahari@widyagama.ac.id](mailto:nfinahari@widyagama.ac.id)

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Mesin, Universitas Widyagama Malang, Jawa Timur, 65142, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Mesin, Universitas PGRI Banyuwangi, Jawa Timur, 65142, Indonesia



### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article History:

Revised Date: 02 Mei 2024

Published Date: 03 Mei 2024

#### Keywords:

Accompaniment, SME, Catering, Festival, Singosari Tempoe Doeloe

Catering MSMEs need marketing efforts to introduce their business and products to the consumer community. One form of marketing is direct marketing at festivals or exhibitions. This community service activity is carried out as a form of assistance for catering businesses in festival activities as a branding strategy. The strategic location of partner production sites at the festival activity location is used as a marketing medium. Activities are carried out by planning the layout of partner stands and daily evaluations during the three-day festival activities. Changes were made so that the visiting public would be more interested in activity partners. The results of the activity show that changes in the appearance of the booth as a result of evaluation on the first day of the festival can increase visitor interest towards partners.

## 1. PENDAHULUAN

Katering merupakan jenis usaha yang mempunyai peluang dan prospek yang bagus di tengah kondisi yang fluktuatif. Peluang dari usaha katering antara lain banyaknya aktivitas rapat, arisan, pengajian, pernikahan, ulang tahun, dan perayaan lainnya yang membutuhkan jasa katering untuk pemenuhan konsumsi [1]. Usaha katering pada dasarnya merupakan usaha jasa penyediaan makanan untuk acara-acara atau keperluan khusus. Usaha katering memiliki lingkup produk berupa barang sekaligus jasa. Produk barang yang ditawarkan berupa makanan sedangkan produk jasa yang ditawarkan berupa proses penyajian makanan itu sendiri [2].

Sektor usaha katering banyak menjadi mitra kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan ini antara lain dilakukan untuk promosi usaha katering kelompok PKK [2], pengembangan strategi branding [3] dan pemasaran online [1][3][4][5], sertifikasi halal dan pengelolaan keuangan [6], sistem informasi manajemen pemesanan [7], perbaikan proses produksi dan pengkayaan kreasi makanan [8], serta pengembangan ekonomi kreatif [9]. Pemasaran berbasis online banyak digunakan sebagai topik pengabdian masyarakat ini.

Selain pemasaran secara online, pemasaran secara langsung melalui kegiatan pameran juga

menjadi bentuk pendampingan kegiatan pengabdian masyarakat. Pendampingan UMKM di kegiatan pameran antara lain telah dilakukan untuk UMKM produk kerajinan [10], UMKM produk mebel [11], UMKM gitar [12], UMKM produk kopi [13], UMKM siswa SMK, mahasiswa dan alumni sebuah perguruan tinggi [14], UMKM produk makanan [15], UMKM kerajinan bambu [16], UMKM jamur tiram krispi [17], produk berbahan lele segar dan lele asap [18], kerajinan seni lukis khas wayang [19] dan UMKM batik [20].

UMKM dapat berperan dalam sebuah kegiatan pameran produk. Kegiatan pameran dapat berupa kegiatan festival, bazaar dan kegiatan lainnya. Perlu perencanaan dan strategi yang tepat untuk mengikuti kegiatan-kegiatan seperti ini. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan sebagai bentuk pendampingan usaha katering “Masak-masak.id” di kegiatan festival sebagai strategi branding.

Salah satu kegiatan pameran yang diikuti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Festival "Singosari Tempo Doeloe". Kelurahan Candirenggo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang mengadakan kegiatan ini untuk memberikan panggung bagi UMKM lokal untuk memamerkan produk kreatif mereka. Dari kerajinan tangan hingga kuliner, UMKM lokal memiliki kesempatan untuk menarik perhatian pengunjung yang datang [21].



**Gambar 1.** Foto suasana Festival [21]

Sebanyak 75 lapak yang menjual beragam jajanan tempo dulu ikut menyemarakkan acara festival bertemakan Ruwat Nusantara dan Gelar Padang Bulan di depan Arca Dwarapala Singosari hingga pertigaan jalan Kendedes dan jalan Anusapati. Tidak hanya menjadi perayaan budaya semata, Ruwat Nusantara dan Gelar Padang Bulan yang digelar dari tanggal 1-3 September 2023 ini

juga menjadi wadah untuk menggali potensi-potensi produk unggulan daerah. Acara yang digelar oleh Kelurahan Candirenggo bersama masyarakat dan para pemuda ini mampu mengangkat sektor UMKM, budaya, dan pariwisata [22].



**Gambar 2.** Suasana Pembukaan Festival [22]

Kegiatan ini menghidupkan perekonomian masyarakat, khususnya di Singosari dan Kelurahan Candirenggo. Acara ini akan mempertontonkan beragam seni, seperti reog, wayangan, tembang, campursari, fashion show batik, tari tradisional, dan produk-produk UMKM lokal. Aksi seni Reog dan Kuda Lumping dari komunitas Singo Renggo Waskito turut memeriahkan acara pembukaan, hingga menarik antusiasme masyarakat [23].

Kecamatan Singosari terletak di bagian utara wilayah Kabupaten Malang. Kelurahan Candirenggo terletak di dekat pusat kecamatan Singosari (jarak  $\pm$  2 km). Sebagian wilayah kelurahan berada di jalan propinsi yang menghubungkan kota Malang dengan Surabaya dan Pasuruan. Kelurahan ini memiliki peninggalan sejarah berupa candi Singosari dan dua buah arca Dwarapala. Selain itu, terdapat sumber air Kendedes yang digunakan sebagai kolam renang dan aktivitas masyarakat setempat. Letak ketiga obyek wisata ini relatif berdekatan.

“Masak-masak.id” sebagai salah satu UMKM katering di kelurahan Candirenggo juga mengikuti kegiatan festival ini. UMKM ini baru berdiri selama 2 tahun sehingga perlu mengadakan banyak promosi. Tempat usaha berada di pinggir jalan Kendedes yang menjadi pusat kegiatan festival. UMKM ini telah melayani beberapa perusahaan dan masyarakat umum di sekitar lokasi usaha. Kegiatan pameran

merupakan kegiatan yang belum pernah diikuti sehingga mitra memerlukan pendampingan dalam kegiatan pemasaran ini. Keikutsertaan dalam festival ini dilakukan karena letak usaha yang berada di lokasi kegiatan festival dan dilakukan sebagai bagian strategi branding.

## 2. METODE

Kegiatan festival dilaksanakan di jalan Kendedes (peta di Gambar 3). Stan-stan peserta diposisikan di sepanjang jalan. Mitra kegiatan pengabdian masyarakat memiliki tempat produksi di jalan Kendedes. Kondisi strategis ini membuat mitra memiliki peluang menggunakan bahu jalan sebagai tempat untuk menjadi UMKM peserta festival dan melakukan branding secara langsung pada masyarakat pengunjung.



**Gambar 3.** Peta Lokasi Kegiatan

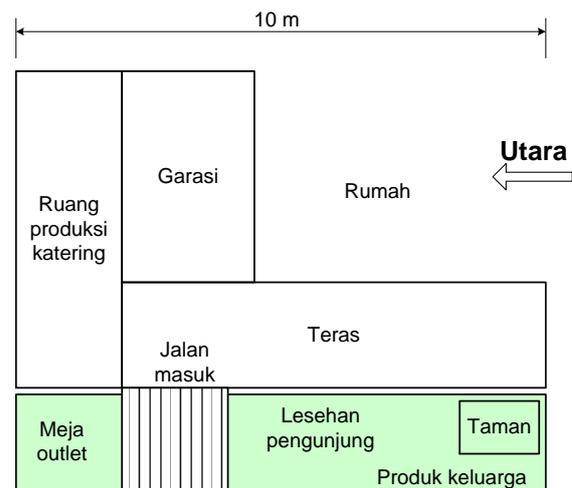
Mitra usaha catering “Masak-masak.id” adalah usaha kecil di bidang bisnis makanan jadi. Mitra hanya menerima pesanan saja tanpa melakukan penjualan langsung, baik melalui kios maupun sistem titipan di kios lain. Pesanan sudah berjalan cukup lama, dan menjadi mitra pemasok jajanan untuk beberapa perusahaan di sekitar Malang, meskipun bersifat insidental. Mitra ini sedang membangun tempat produksi di Jl. Kendedes kelurahan Candirenggo. Saat kegiatan festival, pembuatan tempat produksi memasuki tahap penyelesaian sehingga menjadi waktu yang tepat untuk upaya branding.

UMKM “Masak-masak.id” telah memiliki sebuah papan reklame berlampu yang berada di depan tempat produksi. Bahu jalan juga dilengkapi dengan sebuah lampu sorot sebagai

penerangan. Taman kecil dilengkapi dengan tempat duduk dan sebuah meja yang melingkar di sebuah pohon kecil. Perangkat-perangkat ini merupakan bagian penting dalam pemasaran usaha. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

### 1. Perencanaan

Tahap ini berupa diskusi untuk merencanakan penataan keikutsertaan mitra dalam festival. Perencanaan dilakukan untuk tata letak berdasarkan aset perlengkapan yang ada. Meja outlet, meja dapur dan beberapa perlengkapan dibuat sendiri oleh mitra. Bahu jalan di depan lokasi usaha mitra memiliki panjang ± 10 m. Sebuah meja outlet diposisikan di bagian utara jalan masuk ke rumah. Bagian selatan jalan masuk diberi karpet untuk lesehan pengunjung. Sisa bagian selatan dekat taman kecil digunakan untuk produk makanan dan minuman dari keluarga mitra untuk meramaikan stan.



**Gambar 4.** Perencanaan Tata Letak

### 2. Tahap Pelaksanaan Pendampingan

Pendampingan dilakukan saat pelaksanaan kegiatan. Evaluasi dilakukan setiap hari di akhir kegiatan festival untuk mendiskusikan respon pengunjung dan melakukan perubahan stan yang diperlukan.

### 3. HASIL

Penataan stan mitra dilengkapi dengan tampilan-tampilan menu makanan yang dipamerkan dan dijajakan. Informasi pelaksanaan kegiatan yang relatif mendadak menjadikan tampilan-tampilan ini hanya dibuat dengan cetak komputer sederhana. Meja outlet diputuskan menjadi bagian utama stan dan diposisikan di depan tempat produksi usaha (Gambar 5).

Produk makanan yang disediakan adalah lontong balap, martabak sayur dan lain-lain. Produk yang dibeli untuk dikemas dan dibawa pulang dilengkapi dengan sebuah label usaha dalam bentuk stiker kecil. Sebagai tambahan daya tarik, untuk meramaikan tampilan stan dan peluang pendapatan, tiga produk tambahan dari keluarga mitra diujakan dalam bentuk makanan ringan dan minuman kemasan.



**Gambar 5.** Foto Stan Kegiatan

#### 4. PEMBAHASAN

Hari pertama pelaksanaan kegiatan sekaligus pembukaan acara menunjukkan antusias masyarakat yang cukup besar. Hasil pengamatan dan evaluasi hari pertama ini menunjukkan bahwa kunjungan pengunjung ke mitra kegiatan belum maksimal. Kegiatan yang dilakukan antara jam 18.00 – 22.00 menghasilkan omset mitra di hari pertama sebesar Rp. 500.000 dan tiga keluarga mitra memiliki omset rata-rata Rp. 100.000 – Rp. 150.000. Untuk itu disarankan untuk menambahkan lampu LED warna-warni yang dimiliki mitra pasca kegiatan Agustusan sebagai ornamen tambahan stan mitra. Lampu dipasang di meja outlet dan membentang sampai taman kecil di bagian selatan lokasi.

Penambahan lampu warna-warni memberikan daya tarik pengunjung untuk menoleh dan mengunjungi mitra kegiatan di hari kedua dan ketiga kegiatan festival. Perubahan animo pengunjung dapat dilihat pada kenaikan omset penjualan di hari kedua dan ketiga. Omset mitra meningkat menjadi Rp. 1.000.000 di hari kedua dan hampir menyentuh nilai Rp. 1.500.000 di hari ketiga. Tiga keluarga mitra meningkat menjadi rata-rata Rp. 200.000 – Rp. 300.000.

Ketertarikan pengunjung juga diamati dengan lebih banyaknya pengunjung yang berinteraksi dengan mitra. Lampu warna-warni telah merangsang pengunjung yang berjalan di lokasi festival untuk menoleh pada stan mitra. Hal ini merupakan bentuk pengenalan keberadaan usaha mitra dan pengenalan produk dan jasa yang ditawarkan oleh mitra kegiatan.

Beberapa pengunjung bahkan tertarik dengan tampilan meja outlet dan ruang produksi mitra. Ketertarikan ini merupakan penyampaian informasi kesungguhan usaha mitra dan kondisi ruang produksi yang merepresentasikan aspek higienis dalam produksi makanan. Ketertarikan akan perlengkapan produksi ini juga berpotensi untuk membuka peluang usaha baru dalam bidang produksi yang lain.

Keikutsertaan mitra dalam kegiatan festival secara umum sangat bermanfaat sebagai upaya melakukan branding ke masyarakat. Proses pendampingan yang dilakukan menjadikan keikutsertaan ini menjadi lebih terarah. Evaluasi harian

yang dilakukan dapat meningkatkan efektifitas strategi.

## 5. KESIMPULAN

Pendampingan UMKM dalam suatu kegiatan pameran sangat membantu mitra dalam melakukan strategi branding. Evaluasi kegiatan dapat dilakukan untuk meningkatkan minat dan daya tarik pengunjung agar UMKM dapat lebih dikenal masyarakat.

## REFERENSI

1. N. N. Nurharjanti, "E-Marketing Sebagai Upaya Segmentasi Pelanggan Dalam Usaha Katering Rumahan di Lingkungan Ranting Aisyiyah Piji," in *The 11<sup>th</sup> University Research Colloquium 2020*, 2020, pp. 22–29.
2. A. Sujarwadi, A. Musa, Karim, and A. Afnan, "Desain Sistem Promosi Usaha Katering (Jasa Boga) Kelompok PKK Desa Sumberadi, Kabupaten Sleman," *Wikrama Parahita J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 52–56, 2019, doi: <http://dx.doi.org/10.30656/jpmwp.v3i2.1674>.
3. G. Setyaningsih, M. Dianingrum, and M. Pinilih, "Pengembangan Branding Strategy dan Pemasaran Online pada Usaha Catering RABJ," *J. Pengabd. Mitra Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 9–17, 2020.
4. I. D. K. Aji, H. Y. Wono, K. D. Rahmawati, G. Laras D. Swastika, M. Teguh, and D. M. Kayana, "Usaha Catering Oke La Beb Go Online," *J. Pengabd. Masy.*, vol. 05, no. 01, pp. 59–65, 2020.
5. R. Setiyariski, Y. P. Kristiutami, K. Dewi, R. D. Handayani, and W. Fauzzia, "Pelatihan Strategi Pemasaran Digital bagi Usaha Kuswini Catering di Masa Pandemi Covid-19," *J. Sos. Abdimas*, vol. 3, no. 2, pp. 56–60, 2021, [Online]. Available: <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsa>.
6. S. Amelia, M. Putria, and S. R. Hayati, "Pendampingan UMKM Al-Maidah Catering Jogja: Sertifikasi Halal Dan Pengelolaan Keuangan," *Transform. J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 143–160, 2021.
7. E. L. Amalia *et al.*, "Sistem Informasi Manajemen Pemesanan Usaha Katering Panti Asuhan Putri Aisyiyah Malang," *J. Pengabd. Polinema Kpd. Masy.*, vol. 8, no. 2, pp. 91–96, 2021.
8. I. Hermawan *et al.*, "Perbaikan Kapasitas Produksi dan Pengkayaan Kreasi Makanan pada Usaha Bisnis Katering Dapur Jawi," in *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2022, pp. 626–633.
9. Z. A. Hanida, "Pengembangan UMKM dan Ekonomi Kreatif Melalui Catering Yudhistira Desa Sukorejo Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro," in *Seminar Nasional Patriot Mengabdi II Tahun 2022*, 2022, vol. 2, no. 1, pp. 255–262.
10. M. Rofieq, D. Permatasari, and L. Farida, "Model Pendampingan UMKM Bidang Kerajinan Menjadi Start-Up Sukses di Kota Malang," *J. Abdimas Unmer Malang*, vol. 3, no. 2, pp. 1–8, 2018.
11. M. W. Mutiara, A. I. W, E. Chandra, and E. S. Marizar, "Pendampingan Penataan Pameran Produk Furniture Studi Kasus: Pengusaha Mebel, Klender, Jakarta," *J. Bakti Masy. Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 143–151, 2018.
12. W. T. Hastiningsih, A. A. Sari, Junaedi, and I. Prastowo, "Pendampingan Re-Branding UMKM Gitar Sebagai Bentuk Peningkatan Kinerja Pemasaran," *Reswara, J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 131–139, 2021.
13. Sulaimiah, Sulhaini, and D. Suprayetno, "Pelatihan dan Pendampingan Usaha Produk Unggulan pada UKM Berkah Alam di Desa Gres, Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat," *JPM, J. Pengabd. Makarya*, vol. 1, no. 1, pp. 20–24, 2022.
14. W. Ariad, M. Syafii, A. Rerung, T. Tapilatu, and Yendra, "Pendampingan Kewirausahaan bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dari Siswa SMK, Mahasiswa dan Alumni STIE Port Numbay Jayapura," *PengabdianMu J. Ilm. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 8, no. 3, pp. 375–380, 2023.
15. Sartiyah, M. Nasir, M. H. Riyaldi, N. Sari, and E. Nurlina, "Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pendampingan dan Pengenalan Produk," *J. Pengabd. Aceh*, vol. 2, no. 3, pp. 152–158, 2022.
16. H. A. Salim, D. Untari, and Hamliyah, "Pendampingan Produktivitas UMKM UD. Widya Handicraft Pasca Pandemi Covid-19," *JPM, J. Pengabd. Masy.*, vol. 03, no. 01, pp. 12–20, 2023.
17. M. Sagaf, D. Setiyowati, R. H. Kusumodestoni, and S. Hidayat, "Pendampingan Umkm Jamur Tiram Crispy 'Roompy' Dalam Upaya Peningkatan Penjualan," *Reson. J. Ilm. Pengabd. Masy.*, vol. 7, no. 1, pp. 54–61, 2023.
18. K. Indriati, V. W. Mahyastuty, M. Mulyadi, and A. Silalahi, "Pendampingan Kegiatan Pemasaran Produk Kemasan Berbahan Lele Segar dan Lele Asap," *Charitas, J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–6, 2023.
19. A. Palupi *et al.*, "Scale-Up Brand: Upaya Alternatif Keberlanjutan Bisnis UMKM," *Suluh, J. Abdimas*, vol. 4, no. 2, pp. 156–167, 2023.
20. L. N. Rosyidah, L. Rohmah, D. Yunitasari, D. F. C. Ningsih, R. L. Afiyana, and N. A. Febrianti,

- “Pendampingan UMKM Batik CV. Wecono Asri dalam Meningkatkan Jumlah Peminat Melalui Pameran di Car Free Day Jl. Dhoho Kota,” *Welfare. J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 259–269, 2023.
21. I. M. I. P. Nugraha, “Ratusan Pengunjung Memadati Festival Kuliner Singosari Tempo Doeloe,” *Times Indonesia*, 2023. <https://timesindonesia.co.id>, diakses 3 Oktober 2023
22. Anonim, “Ruwat Nusantara Dan Gelar Padang Bulan Candirengo, Singosari: Merayakan Kejayaan Tempo Doeloe Dan Potensi Unggulan,” *Malangkab*, 2023. <https://malangkab.go.id>, diakses 3 Oktober 2023
23. N. A. Maulana, “Singosari Tempo Doeloe Rayakan Keberagaman dengan Ruwatan Nusantara,” 2023. <https://malang.times.co.id>, diakses 3 Oktober 2023