

## SINERGI OPTIMALISASI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL AKADEMISI BERSAMA SENTRA KULINER UMKM PLAOSAN KOTA MALANG

Eka Setyowati<sup>1</sup>, Fachruddin Angga Pradana<sup>2</sup>, Juwita Wati<sup>3</sup>, Yunita Agustina<sup>4</sup>, Alvi Syaharani<sup>5</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik “Waskita Dharma” Malang<sup>1,2,3,4,5</sup>

Email: ekasetyowati1991@gmail.com<sup>1</sup>, angka.bryan@gmail.com<sup>2</sup>, juwitawatii05@gmail.com<sup>3</sup>, yunitaagustina2001@gmail.com<sup>4</sup>, alvisyahrani2@gmail.com<sup>5</sup>

---

### ABSTRAK

**Kata kunci:**  
Kewirausahaan sosial,  
UMKM, Kota Malang

Kewirausahaan sosial merupakan sebuah pola pemberdayaan masyarakat dalam bidang kewirausahaan. Dimana kewirausahaan sosial ini menjadi salah satu ajang kolaboratif antar lembaga satu dengan yang lain untuk meningkatkan potensi-potensi yang ada di masyarakat dengan dilandasi rasa sosial yang tinggi tanpa mengedepankan pencarian keuntungan semata. Proses kolaborasi ini tentu membutuhkan sinergi yang optimal agar tujuan dari kewirausahaan sosial yaitu pencapaian kesejahteraan bersama dapat diwujudkan. Melalui pengabdian masyarakat yang dilaksanakan Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik “Waskita Dharma” Malang dengan tema “Mewujudkan UMKM Yang Mandiri Serta Ketahanan Pangan Menuju Malang Kota Wisata Yang Berbudaya” menjadi salah satu kegiatan sinergi optimalisasi antara akademisi bersama masyarakat demi membentuk kewirausahaan sosial di Kota Malang. Daerah Plaosan merupakan salah satu sentra kuliner UMKM yang memproduksi kue basah menjadi tempat pengabdian masyarakat ini dilakukan. Hal ini tentu menjadi tugas bersama untuk meningkatkan produktivitas, membentuk inovasi, keaktifitas serta mengangkat potensi yang ada agar terus berkembang dengan program rebranding produk baik secara manual maupun digital.

---

### ABSTRACT

**Keywords:**  
Social entrepreneurship,  
Small and Medium  
Enterprise (SME),  
Malang City

*Social entrepreneurship is a pattern of community empowerment in the field of entrepreneurship. Where social entrepreneurship is a collaborative event between institutions with one another to increase the potential that exists in society based on a high sense of social responsibility without prioritizing the search for profit alone. This collaboration process certainly requires optimal synergy so that the goal of social entrepreneurship, namely achieving shared prosperity, can be realized. Through community service carried out by the "Waskita Dharma" Malang College of Social and Political Sciences with the theme "Creating Independent Small and Medium Enterprise (SME) and Food Security Towards Malang as a Cultural Tourist City" is one of the synergy activities optimizing between academics and the community to form social entrepreneurship in the city Poor. The Plaosan area is one of the MSME culinary centers that produces wet cakes and is a place where community service is carried out. This is of course a joint task to increase productivity, create innovation, creativity and raise existing potential so that it continues to develop with product rebranding programs both manually and digitally.*

## **PENDAHULUAN**

Kewirausahaan sosial menjadi salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan ekonomi sosial di masyarakat. Permasalahan ekonomi dan sosial menjadi suatu masalah penting sebab di tahun 2023 (Maret) berdasarkan data Badan Pusat Statistik secara nasional wilayah Kota+Desa masih terdapat 25,90 Juta Jiwa Penduduk Miskin (Badan Pusat Statistik, 2023). Maka, menjadi tugas bersama agar penduduk miskin yang ada di Indonesia dapat berkurang dengan mengembangkan potensi dilingkungan wilayahnya. Di Kota Malang jumlah penduduk miskin masih mengalami kenaikan dari tahun 2020 ke 2021 yang tadinya berjumlah 38,77 ke angkat 40,62 dan mengalami penurunan di tahun 2022 pada angka 38,56 (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2020-2022). Tentu ini menjadi catatan agar lebih banyak digalakkan program-program untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan memberdayakan banyaknya potensi di wilayah Kota Malang antara lain potensi wilayah strategis, potensi wisata, potensi pendidikan, potensi bisnis, potensi sumber daya manusia serta potensi lainnya yang dapat dimaksimalkan untuk pengurangan kemiskinan.

Banyaknya potensi yang ada di Kota Malang menjadi salah satu perhatian pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik “Waskita Dharma” Malang yang dilakukan dosen dan mahasiswa. Pengabdian masyarakat ini merujuk untuk mengeksplere potensi yang ada agar lebih maksimal dengan melakukan optimalisasi sinergi antara akademisi dengan masyarakat. Tema pengabdian masyarakat yang dilakukan tahun ini adalah tema “Mewujudkan UMKM Yang Mandiri Serta Ketahanan Pangan Menuju Malang Kota Wisata Yang Berbudaya”. Beberapa wilayah Kota Malang yang dipilih untuk kegiatan pengabdian masyarakat merupakan wilayah yang memiliki ciri khas unik dengan potensinya, antara lain Kampung Wisata Polowijen, Kampung Budaya Panawijen, Perumahan Bulan Terang Utama, Kampung Industri Kue Basah Plaosan, Kampung Religi Gribig, Kampung Industri Kripik Tempe Sanan.

Daerah Plaosan menjadi salah satu lokasi pengembangan dalam penerapan kewirausahaan sosial. Dalam kondisi kenyataanya wilayah Plaosan merupakan salah satu sentra industri pembuatan kue basah yang ada di wilayah Kota Malang. Namun, belum maksimal dalam penjualan dikarenakan masih banyak pembuat kue basah yang hanya berjualan secara manual tanpa adanya sentuhan sistem digital. Mekipun dari hasil wawancara dengan Ibu Herny selaku pengusaha kue

basah di wilayah Plaosan banyak instansi yang sudah memberikan pelatihan tentang pemanfaatan media digital, namun beliau memaparkan bahwa masih banyak kendala dalam penerapannya.

Maka, melalui program pengabdian masyarakat ini, akan dilakukan sinergi optimalisasi kewirausahaan sosial akademisi bersama sentra kuliner UMKM Plaosan Kota Malang yang bertujuan untuk memberikan pendampingan peluang usaha secara bersama agar dapat meningkatkan potensi sehingga dapat membangun lowongan pekerjaan baru, yang nantinya bisa meningkatkan perekonomian masyarakat melalui kewirausahaan sosial. Dibahas pula faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan program yang dilaksanakan.

## **METODE**

Dari hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode pengamatan (observasi) dan keterlibatan langsung pada objek sasaran. Objek sasaran yakni produsen kue basah yang ada di wilayah Kelurahan Plaosan Kota Malang. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan berbagai tahap (Keswara, 2020) yaitu:

1. Menentukan lokasi

Lokasi sasaran ditentukan dengan mencari tempat di wilayah Kota Malang yang memiliki potensi dengan ciri khas dan bisa dikembangkan dalam sinergi optimalisasi antara akademisi dengan masyarakat.

2. Prasurevei dan ijin lokasi

Prasurevei dilakukan dengan mengirimkan surat kepada ketua paguyupan untuk meminta ijin persetujuan jika dilaksanakan kerjasama. Hal ini tentu menjadi langkah peninjakan awal untuk mengetahui antusias masyarakat dalam pengembangan potensi yang ada di wilayahnya.

3. Observasi lokasi

Observasi lokasi dilakukan setelah mendapatkan persetujuan ijin lokasi. Maka kegiatan mulai observasi sampai dengan monitoring evaluasi program selama 1 bulan dimulai pada 2 Agustus 2023.

4. Penyusunan daftar materi wawancara

Penyusunan daftar materi wawancara merupakan salah satu metode keterlibatan langsung dengan menunjuk key informan yang menjadi sasaran program kegiatan

yaitu Ibu Herny selaku ketua paguyupan industri kue basah Plaosan dan Ibu Fara selaku distributor kue basah Plaosan.

5. Penyusunan program kegiatan

Penyusunan program kegiatan dilakukan setelah menelaah permasalahan-permasalahan yang dihadapi pada proses UMKM Kue Basah di Plaosan. Tentu dalam penyusunan program ini tidak lepas dari perumusan solusi agar potensi yang ada dapat dimaksimalkan.

6. Pelaksanaan program

Pelaksanaan program dilakukan pada pekan ke 3 setelah program ditentukan dengan memantau jika ada faktor pendukung dan faktor penghambat yang nantinya terjadi.

7. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan pada pekan ke 4 dengan mengklasifikasi kendala-kendala yang dialami selama pelaksanaan program. Program yang dilaksanakan dimonitoring dan dievaluasi serta akhirnya dikemukakan saran-saran yang dapat dipakai kedepannya.

8. Penyusunan laporan hasil

Penyusunan laporan hasil setelah seluruh tahap diselesaikan dengan ditulis berdasarkan urutan tata tulis dan mencantumkan bukti dokumentasinya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil keterlibatan langsung dalam observasi dan wawancara ditemukan beberapa masalah-masalah yang terjadi pada UMKM Industri Kue Basah Plaosan Kota Malang antara lain:

1. Banyak produsen kue basah di Plaosan yang berusia lebih dari 40 tahun, yang menyebabkan kesulitan untuk menerapkan digital marketing.
2. Belum terlihat adanya kegiatan pemuda semisal karang taruna dalam mengorganisir potensi UMKM Kue Basah Plaosan Malang.
3. Belum banyak adanya tanda identitas di lokasi yang mencolok agar pengunjung dari luar ataupun pengunjung baru dapat membaca jelas petunjuk potensi UMKM Kue Basah Plaosan.

4. Waktu pembuatan kue tidak bersamaan tergantung dari persiapan dan lama masing-masing kue yang berbeda jenis.
5. Aktifitas rutinitas harian yang penuh, membuat banyak produsen kue basah tidak banyak melakukan inovasi produk.

Adanya beberapa masalah yang tampak saat keterlibatan langsung, maka dirumuskan beberapa program sebagai solusi dari permasalahan yang terjadi yakni:

1. Pembuatan benner baru

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fara sebagai salah satu distributor UMKM Kue Basah Ploosan Malang menjelaskan bahwa belum adanya benner di rumahnya sebagai salah satu bentuk promosi usaha sebab selama ini masih melakukan promosi dan penjualan langsung kepada pelanggan dan toko-toko yang sudah melakukan kerjasama sebelumnya. Sehingga sudah ada kepastian pembeli dari hasil penjualan kue basah.

Maka, program kegiatan diarahkan untuk pembuatan benner promosi usaha baru, sebagai salah satu program yang bertujuan untuk memudahkan pembeli dalam pencarian lokasi produksi kue. Dengan menggunakan warna yang terang dan mencolok agar mudah menarik perhatian. Benner yang lama sudah terlihat robekan, maka benner baru memberikan manfaat untuk pengusaha kue basah di Plaosan. Isi benner juga memuat informasi dasar seperti jenis kue yang diproduksi dan nomor hp jika ada pemesanan.

Berikut gambar 1 benner baru promosi usaha di lokasi Kue Ibu Herni dan Kue Jajanan Lawas:



## 2. Pembuatan desain kemasan kotak kue dan logo

Program pembuatan desain kemasan kue menjadikan tempat kue yang semua polos menjadi adanya identitas yang dapat memudahkan agar dikenali baik oleh pembeli maupun oleh pedagang. Meskipun selama ini desain kemasan kue satuan di buat polos seperti penuturan Ibu Herni yang menjelaskan bahwa kue basah disini banyak yang peruntukannya dijual kembali oleh seles, sehingga banyak produsen kue yang menjual tanpa kemasan. Maka disini program yang dibuat adalah untuk desain kemasan kue untuk seles, sehingga bisa menjadi salah satu media promosi produsen. Berikut gambar 2 untuk desain kemasan kotak kue:



### 3. Pelatihan digital marketing

Program pelatihan digital marketing ditujukan kepada mahasiswa agar bisa memberikan pendampingan kepada produsen kue basah. Hal ini dilakukan dengan dilandasi pernyataan ketua paguyupan Ibu Herni bahwa banyak produsen kue yang sudah berusia diatas 40 tahun, sehingga apabila ditambah inovasi untuk digital marketing sangat sulit.

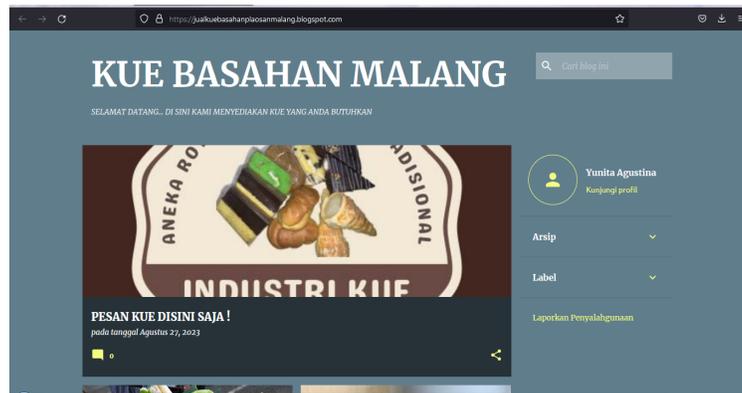


Gambar 3 pelatihan digital marketing di kampus

### 4. Pembuatan website digital marketing

Pembuatan website digital marketing menjadi salah satu alternatif untuk pamflet profil digital pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Plaosan Kota Malang. Pembuatan website ini ada di alamat <https://jualkuebasahanplaosanmalang.blogspot.com/>. Pembuatan website digital ini

[bertujuan agar memudahkan para pembeli yang ingin mengetahui informasi terlebih dahulu tentang kue basah di Plaosan Kota Malang. Di dalam website tersedia jenis kue yang dijual beserta kontak no hp yang bisa dihubungi untuk pemesanan. Berikut gambar 4 website kue basah Plaosan:](#)



Pembahasan berbagai program yang telah disusun merupakan salah satu upaya dalam branding dan rebranding pada UMKM Plaosan Kota Malang. Luaran untuk program ini adalah agar produk UMKM dapat lebih dikenal masyarakat, menambah daya tarik untuk membeli, sehingga dapat meningkatkan produktifitas pengusaha kue di Plaosan. Kepada pengusaha kue juga dapat menambah wawasan dan nilai tambah dalam promosi baik secara manual yaitu pembuatan benner promosi usaha, desain kemasan yang baru maupun digital marketing dengan cara pelatihan dan pendampingan.

Sebagian UMKM membuat usaha dengan modal yang sedikit, sehingga sedikit memproduksi sesuai dengan pesanan biasanya. Maka, branding dan rebranding Dapat dilakukan dengan membuat desain yang menarik, unik dan familiar sehingga bisa menjadi strategi untuk mengikat minat para pembeli. Meskipun banyak jenis usaha yang sama, namun melalui branding dan rebranding inilah yang menjadi ajang perbedaan produsen untuk membentuk ciri khas yang menjadikan pembeli dapat mengenalinya (Hendra Malulana, 2023).

Kegiatan tersebut merupakan salah satu kegiatan yang mengarah kepada digital marketing dengan melakukan usaha promosi dengan cara online yang memanfaatkan jaringan media sosial. Perkembangan dunia maya tentu sangat pesat sekali, sehingga pemanfaatan media ini menjadi hal yang strategis untuk dikembangkan. Bukan hanya

melalui marketing yang jaman dahulu atau jadul, namun apabila menguasai media digital, maka banyak menjadi peluang pemasaran yang bisa berkembang dan menghasilkan banyak uang. Adanya perkembangan dunia maya ini tentu menjadi peluang untuk industri kue basah Plaosan agar dapat menjangkau pelanggan yang lebih banyak, sehingga dampak keuntungan bisa lebih besar (Adya Utami Syukro, 2022).

Melalui media marketing digital tentu dapat mempengaruhi budaya masyarakat yang dahulunya jika mau membeli harus pergi ke lokasi langsung, namun sekarang cukup dengan menggunakan hp dapat meluncur apa yang diinginkan bisa cepat sampai di depan rumah. Tentunya ini dapat menjadi manfaat bagi penjual dan pembeli, secara keuntungan pembeli dapat terjadi secara praktis dan dari segi penjual dapat memperluas media pemasaran dan dapat memperbesar penjualan dan laba. Para pengrajin kue basah di Plaosan belum banyak memanfaatkan media digital ini. Jadi tentu menjadi peluang yang sangat besar untuk bersinergi membentuk kewirausahaan digital antara UMKM dan Perguruan Tinggi secara kontinuitas (Gumilang, Implementasi Digital Marketing Terhadap peningkatan Penjualan Hasil Home Industri, 2019).

Hal ini menjadi peluang dalam pengembangan kewirausahaan sosial antara UMKM Industri Kue Plaosan dengan kampus STISOSPOL “Waskita Dharma” Malang. Merujuk pada pengertian kewirausahaan sosial yaitu salah satu jenis pemberdayaan sosial dalam bidang wirausaha dengan berkontribusi pada pembangunan masyarakat bukan hanya untuk menggali laba semata. Kegiatan kewirausahaan sosial tentu membentuk peluang jejaring baru agar dapat memberdayakan masyarakat yang memiliki kendala-kendala dapat diatasi bersama. Sehingga, kesejahteraan bersama dapat terbentuk. (Rudi Saprudin Darwis, 2021).

Kegiatan pengabdian bersama ini tentu akan bermanfaat dalam kedua belah pihak. Dimana untuk kampus dapat menjadikan sarana dalam implementasi keilmuan dan dari segi masyarakat dapat merumuskan solusi bersama atas masalah yang dihadapi, sehingga bisa menghasilkan keuntungan bersama.

### **Identifikasi Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat**

Faktor Pendukung Sinergi Optimalisasi Kewirausahaan Sosial Akademisi Bersama Sentra Kuliner UMKM Plaosan Kota Malang

1. Adanya UKM Kewirausahaan Stisospol Waskita Dharma Malang yang bisa menjadi jembatan antara UMKM Plaosan dan masyarakat secara digital
2. Keilmuan Bisnis Digital yang dimiliki Kampus Stisospol “Waskita Dharma” Malang dapat menjadi sarana implementasi Tri Dharma PT.
3. Masyarakat Plaosan dipermudah dengan adanya mahasiswa yang turut membantu berkontribusi dalam usaha pembuatan kue basah.
4. Banyak masyarakat yang sudah melek IT sehingga mudah dalam mempromosikan secara digital sehingga mudah untuk dilakukan marketing digital.

Faktor Penghambat Sinergi Optimalisasi Kewirausahaan Sosial Akademisi Bersama Sentra Kuliner UMKM Plaosan Kota Malang

1. Banyak pelaku usaha kue basah yang sudah usia lanjut sehingga sulit untuk mengoperasikan alat digital karena kendala penyakit mata rabun jauh
2. Kesibukan yang tinggi pelaku usaha kue basah dari dini hari membuat pelaku usaha tidak mau melakukan inovasi karena sibuk dengan rutinitas
3. Mahasiswa yang bersifat *moody* dalam pengembangan UKM kewirausahaan terkadang juga susah untuk berkoordinasi dikarenakan tugas akademik yang membebani
4. Faktor belum ada kegiatan kontinuitas pengabdian masyarakat disatu lokasi membuat fokus pengembangan bisa terhambat

### **KESIMPULAN**

Sinergi Optimalisasi Kewirausahaan Sosial Akademisi Bersama Sentra Kuliner UMKM Plaosan Kota Malang tentu menjadi peluang baru dalam pengembangan pengabdian masyarakat yang berbasis pemberdayaan masyarakat, yang tidak hanya profit oriented. Sinergi kewirausahaan sosial dilakukan dengan memanfaatkan power mahasiswa, dosen dan Perguruan Tinggi membangun suasana akademik di dunia nyata dan membantu masyarakat dalam mengatasi masalah yang terjadi dan merumuskan solusinya.

Pengembangan kewirausahaan sosial ini difokuskan pada digital marketing yang belum berkembang di UMKM Plaosan Kota Malang. Pengembangan ini diupayakan dapat menjadi jembatan baru untuk memperluas market yang selama ini ada dan dapat meningkatkan produktivitas, keuntungan dan daya saing masyarakat pelaku usaha kue basah di Plaosan. Meski banyak faktor pendukung yang mendukung pengembangannya, namun masih saja ada faktor penghambat yang terjadi. Sehingga, perlu sinergi yang tidak hanya sekali duakali namun bisa terjadi secara kontinuitas agar tercapai hasil maskimal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adya Utami Syukro, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 170-182.
- Badan Pusat Statistik. (2023, Maret). Jumlah Penduduk Miskin Menurut Wilayah (Juta Jiwa), 2022-2023. Retrieved September 9, 2023, from <https://www.bps.go.id/indicator/23/183/1/jumlah-penduduk-miskin-menurut-wilayah.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2020-2022). Jumlah dan Persentase Penduduk Miskin, dan Garis Kemiskinan Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur 2020-2022. Retrieved September 9, 2023, from Badan Pusat Statistik Kota Malang: <https://malangkota.bps.go.id/indicator/23/68/1/jumlah-dan-persentase-penduduk-miskin-dan-garis-kemiskinan-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-timur.html>
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9-14.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9-14.
- Hendra Malulana, d. (2023). Pendampingan Digital MArketing, Branding dan Rebrading sebagai Upaya Pengemabngan Brand UMKM Desa Musir Lor. *Karunia : Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 112-120.
- Keswara, N. (2020). Bab 3 Metode Pelaksanaan. Retrieved September 12, 2023, from Repository ITSK RS dr.Soepraon Malang: <http://repository.itsk-soepraoen.ac.id/705/4/Bab%203.pdf>
- Rudi Saprudin Darwis, d. (2021). Kewirausahaan Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat . *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 135-147.



**This work is licensed under a**  
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License