

# Penguatan Brand Awareness dan Optimalisasi Produksi Opak Samiler melalui Pendampingan Teknologi di Desa Wonosunyo Pasuruan

Indah Apriliana Sari Wulandari\*, Vera Virdaus, Jamaaludin, Fajar Sulastri, Riska Novia Febrianti

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B, Sidoarjo, Jawa Timur, 61215, Indonesia

\*Penulis korespondensi, email: indahapriliana@umsida.ac.id

doi: 10.17977/um050v8i22025p217-223

## Riwayat artikel

Diajukan: 9 September 2025

Direvisi: 10 Oktober 2025

Diterima: 11 Oktober 2025

Diterbitkan: 11 Oktober 2025

## Kata kunci

Brand Awareness

Kualitas

Opak Samiler

Produksi

Rantai Pasok

## Abstrak

Program pengabdian masyarakat tahun 2025 ini dilaksanakan di Desa Wonosunyo, Kabupaten Pasuruan Jawa Timur untuk memperkuat *Brand Awareness* dan Kapasitas produksi Opak Samiler "SAMIRAN". Pelaku Usaha Usman Samitro adalah salah satu pelaku usaha Opak Samiler "SAMIRAN" yang satu tahun belakang ini menghadapi permintaan pasar yang cukup tinggi. Dimana permintaan Opak Samiler meningkat dari 30 kg/bulan menjadi 50kg/bulan. Usman Samitro mengalami kesulitan dalam menjaga konsistensi jumlah produk mentah, karena keterbatasan peralatan produksi, hasil gorengan juga masih mengandung minyak, sehingga produk tidak dapat dipasarkan di toko Oleh-oleh di Pasuruan. Oleh karena itu, tim melakukan pendampingan pada bidang Produksi, Manajemen, dan Pemasaran dengan menerapkan lima tahapan pendampingan yang meliputi Sosialisasi, Pelatihan, Penerapan Teknologi, Pendampingan, dan Evaluasi berkelanjutan. Inovasi teknologi diberikan untuk peningkatan kapasitas dan kualitas produksi mitra berupa mesin cetak samiler, *spinner* untuk menghilangkan minyak berlebih, *sealer* untuk mengemas produk, stempel kode produksi untuk memberikan informasi produksi, dan alat potong pengganti gunting agar mengurangi cedera pada jari operator. Pendampingan di bidang Manajemen dengan memberikan motivasi usaha, pencatatan target bulanan, serta peluang mitra usaha. Dan dalam bidang Pemasaran, dengan memberikan pendampingan pengenalan produk Opak SAMIRAN pada toko Oleh-oleh Cheng Ho, Cimory, serta Suryamart. Hasil dari pendampingan menunjukkan produksi yang lebih cepat, kualitas yang terstandarisasi, kemasan yang lebih menarik dan ergonomis, bertambahnya tiga pelanggan baru sekaligus menjadi *reseller*. Pemasaran Opak juga mulai dikenalkan pada pemasaran digital seperti Shopee, Tokopedia, serta pelayanan pesanan melalui whatsapp yang terus meningkat secara signifikan sebesar 70% lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya.

## 1. Pendahuluan

Opak Samiler adalah makanan Khas yang berasal dari Desa Wonosunyo, Pasuruan Jawa Timur. Kelompok usaha yang bernama Usman Samitro adalah salah satu produsen opak Samiler dengan merk dagang "SAMIRAN" yang satu tahun terakhir ini, mengalami peningkatan jumlah permintaan yang cukup tinggi yaitu sebesar 40% per bulan. Sebelumnya, Usman Samitro hanya mendapatkan pesanan rata-rata 30 kg/bulan, namun beberapa waktu terakhir ini meningkat dan mencapai 50kg/bulan (Wulandari, Indah A. S., Budiandari, R.Utami, Sudarso, 2024).

*Demand* tersebut cukup tinggi bagi pelaku usaha skala rumahan, sehingga sering kali Usman Samitro mendatangkan pasokan Opak Samiler mentah dari pelaku usaha lain, dan kemudian diproses lanjut seperti pemotongan, penggorengan, pengemasan, dan pendistribusian hingga ke tangan konsumen. Akan tetapi, dari segi kualitas seperti ketebalan, dimensi, tidak mempunyai kesamaan dengan standar Usman Samitro. Dari segi rasa, Usman Samitro juga telah memberikan resep pada *supplier* secara lisan, namun tetap tidak dapat menyamai rasa khas produk Opak Samiran. Sehingga, upaya pemenuhan permintaan konsumen dengan memberikan produk opak samiler lain tidak dapat diterima oleh konsumen (retur). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang disajikan oleh Usman Samitro sesuai dengan ekspektasi para konsumen (Syah et al., 2022).

Kualitas yang dimaksud pada produk Usman Samitro dan menjadi ciri khas atau pembeda dari produk kompetitornya adalah ketebalan yang seragam, minimnya jumlah opak yang robek atau patah, kemasan yang rapi dan estetik. Konsistensi kualitas tetap dijaga oleh Usman Samitro karena penggunaan teknologi (Yusepa et al., 2024) berupa alat cetak samiler mekanik manual yang diberikan oleh tim pengabdian. Upaya perluasan pemasaran juga dilakukan Usman Samitro untuk mengenalkan produknya hingga keluar Kota yaitu dengan

pemasaran di toko oleh-oleh Kabupaten Pasuruan, namun masih mendapatkan penolakan. Hal tersebut dikarenakan masih adanya kandungan minyak pada opak samiler yang menempel pada kemasan produk (Gambar 1). Hingga pendampingan ini dilakukan, Usman Samitro belum memahami adanya kriteria penerimaan produk di toko oleh-oleh. Selain itu, kendala produksi pada proses pemotongan juga menjadi penghambat tercapainya target bulanan, karena proses pemotongan masih menggunakan gunting kertas dan sering kali menyebabkan cedera pada jari tangan ketika jumlah produksinya sangat banyak.



Gambar 1. Opak Samiler dan Kandungan Minyak pada Kemasan

Hal ini menjadi tantangan bagi kelompok usaha Usman Samitro agar produk SASMIRAN dapat dipasarkan lebih luas, dan lebih dikenal oleh konsumen baik dari rasa, kemasan, dan juga *merk*. Oleh karena itu, pengabdian ini diusulkan untuk memberikan pendampingan kepada kelompok Usman Samitro dengan tujuan : memberikan edukasi terkait penjaminan kualitas, dan juga keseragaman rasa pelaku usaha Opak Samiler lain di Desa Wonosunyo, melakukan optimalisasi proses dan kualitas produksi dengan pengadaan mesin *spinner*, *sealer*, dan alat potong samiler, serta pendampingan pemeliharaan mesin produksi sebagai bentuk keberlanjutan rantai pasok Opak Samiler, karena Jika tiap kerusakan mendatangkan teknisi, maka akan menambah pengeluaran bagi pelaku usaha samiler.

## 2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mendampingi pelaku usaha mikro menuju produktif di Desa Wonosunyo. dilaksanakan sejak bulan Juni hingga September 2025 dan masih akan terus berlanjut untuk *monitoring* keberhasilan program ini. Tujuan dilakukannya pendampingan ini antara lain untuk meningkatkan wawasan kewirausahaan (Maq, 2022), perencanaan dan kualitas produksi (Qoharrudin et al., 2025). Adapun metode pendampingan yang tengah dilaksanakan dengan membidik 3 bidang antara lain : Bidang Produksi, Bidang Manajemen, dan Bidang Pemasaran. Pada setiap bidang akan melalui beberapa tahapan yang berbeda dan akan dijelaskan pada bagian berikut ini.

### 2.1. Bidang Produksi

Permasalahan pada bidang produksi berupa “Keterbatasan Kapasitas Produksi” sehingga memerlukan supply dari pelaku usaha lain berpotensi adanya “perbedaan kualitas” berupa rasa, ukuran, dan ketebalan Samiler. Maka, metode penyelesaian bidang produksi ini meliputi hal-hal beriku (Gambar 2).



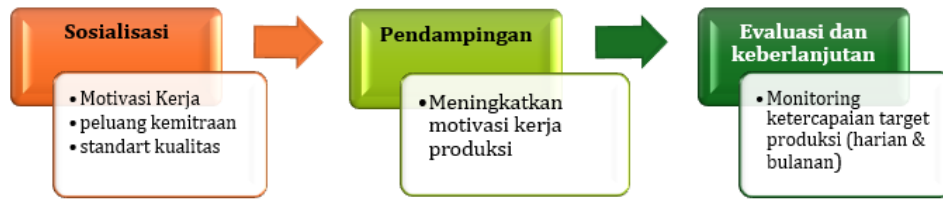
Gambar 2. Tahap Penyelesaian Masalah Produksi

Pada bidang produksi ini, keterlibatan mitra sangat diperlukan sebagai peserta, pelaksana, dan juga pengguna teknologi yang diberikan. Penggunaan teknologi berupa SOP, Alat parut skala besar, Alat Cetak Samiler, Mesin *Spinner*, Mesin *Sealer*, dan juga stempel kode produksi. Harapannya, mitra dapat terus menggunakan teknologi ini untuk mendukung dan mengoptimalkan *output* produksinya sehingga dapat mengurangi waktu tunggu konsumen.

### 2.2. Bidang Manajemen

Penyelesaian masalah mitra pada bidang Manajemen ini meliputi “Ketersediaan pasokan produk” dengan memastikan jumlah inventori samiler memenuhi permintaan pasar. Sehingga konsumen tidak menunggu lama,

dan kepercayaan meningkat. Sehingga perlu menjamin keberlangsungan atau kontinuitas proses produksi Samiler, tidak lagi memproduksi berdasarkan mood. Maka, Langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut (Gambar 3).



Gambar 3. Tahapan Penyelesaian Bidang Manajemen

Pada bidang manajemen melibatkan mitra sebagai objek yang akan ditingkatkan motivasi usahanya, dan membuka peluang kemitraan dengan Usman Samitro untuk pelaku usaha lainnya. Dan sebagai wujud keberlanjutan kegiatan, akan dilakukan monitoring ketercapaian produksi dan kemitraan.

### 2.3. Bidang Pemasaran

Permasalahan bidang pemasaran ini adalah “Samiler matang belum dapat diterima di Supermarket dan Toko Oleh-oleh besar di Pasuruan” karena minyak masih banyak menempel di Opak maupun di kemasan. Maka, solusinya adalah pengadaan mesin *spinner*, dengan tahapan penyelesaiannya meliputi (Gambar 4)



Gambar 4. Tahap Penyelesaian di Bidang Pemasaran

Pada bidang pemasaran ini, mitra akan tetap menggunakan dan merawat mesin/alat bantu produksi yang telah diberikan guna mendukung keberhasilan produk dijual pada toko moder. Mitra juga akan mendistribusikan sendiri (setelah mendapatkan pendampingan) ke toko oleh-oleh Pasuruan. Dan bentuk keberlanjutan dari bidang pemasaran ini adalah dengan memonitor siklus penjualan di toko oleh-oleh yang berhasil dituju.

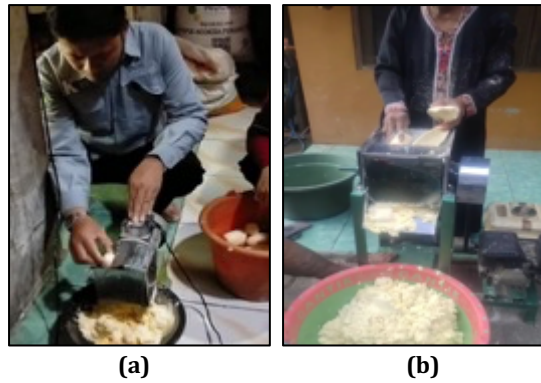
## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Bidang Produksi

Bentuk pelaksanaan dan hasil kegiatan pendampingan pada bidang produksi dimulai dengan kegiatan sosialisasi Teknik pemenuhan permintaan pasar kepada ketua Usman Samitro. Kemudian dilanjut dengan pengenalan dan pelatihan penggunaan mesin pendukung produksi seperti mesin parut, mesin *spinner*, dan juga *sealer*. Berikut ini adalah tampilan alat dan atau mesin produksi serta produk sebelum dan sesudah dilakukan pendampingan pada bidang produksi:

#### 3.1.1. Mesin Parut Kapasitas Besar

Awal mula pembuatan adonan samiler ini dilakukan dengan menggunakan mesin parut skala kecil (Gambar 5a). Kapasitas parutan hanya mampu menampung 1 kg ketela pohon, dan dapat dilanjutkan dengan mengganti bak tampung. Kecepatan parut juga terbatas, hanya sebesar 1.400RPM. Oleh karena itu, untuk memaksimalkan *output* produksi, maka mesin parut diganti dengan skala yang lebih besar (Gambar 5b) dengan kecepatan 2.800 RPM.



Gambar 5. Mesin Parut Skala Kecil (a) dan Skala Besar (b)

### 3.1.2. Mesin Spinner

Pada kondisi eksisting, produk opak samiler yang telah dipasarkan pada *end costumer* belum dapat diterima oleh toko oleh-oleh di Kota Pasuruan, dikarenakan kadar minyak yang masih berlebih (Gambar 6). Oleh karena itu, digunakanlah mesin *spinner* (Gambar 7) untuk meniriskan minyak dari hasil penggorengan samiler agar produk lebih rapi, renyah, lebih tahan lama, dan tentunya dapat diterima di toko modern.



Gambar 6. Sisa Minyak yang Menempel pada Produk dan Kemasan



Gambar 7. Penerapan Mesin Sprinners untuk Meniriskan Minyak pada Produk Opak Samiler

### 3.1.3. Alat Cetak Samiler

Alat cetak samiler mekanik ini adalah sebuah inovasi yang digunakan untuk memipihkan adonan parutan singkong yang basah dan mengandung air. Sebelumnya, proses pemipihan ini masih menggunakan tangan seperti **Error! Reference source not found.**a dan memakan waktu cukup lama untuk memipihkan satu lembar opak samiler basah, atau sekitar 23 detik. Dan dari pendampingan ini telah menggunakan alat cetak seperti **Error! Reference source not found.**b yang hasilnya lebih rata, ketebalan sama, dan proses hanya 15 detik.



Gambar 8. Proses Cetak Adonan Samiler

### 3.1.4. Mesin Sealer

Mesin sealer (Gambar 9) yang digunakan pada proses pengemasan Opak Samiler ini bertujuan untuk menutup kemasan agar lebih rapat, dan tidak terkontaminasi udara. Dari pendampingan ini, kemasan produk samiler menjadi lebih tahan lama (Gambar 10b) jika dibandingkan dengan produk opak sebelumnya (Gambar 10a). Ketahanan opak samiler sebelum di sealer dan menggunakan spinner mampu bertahan selama 6 bulan dan tidak menghasilkan bau tengik. Dan setelah pendampingan dan penggunaan teknologi berupa mesin spinner dan sealer, opak samiler menjadi lebih renyah, kering, minim kontaminasi, dan selama 4 bulan pendampingan ini opak samiler dalam kemasan plastik masih renyah (tidak melempem) dan tidak berubah warna.



Gambar 9. Mesin Sealer Semi Otomatis



(a) (b)  
Gambar 10. Kemasan Samiler

## 3.2. Bidang Manajemen

Pada bidang manajemen telah dilakukan Sosialisasi tentang manajemen Usaha dan peluang kemitraan (Firdaus et al., 2024) dengan Usman Samitro. Manfaat kemitraan itu sendiri dapat mempercepat siklus produksi para pelaku usaha lain karena jumlah permintaan Opak Samiran mengalami peningkatan secara signifikan. Dengan kemitraan juga dapat menambah jumlah stok Opak Samiler, tentu dengan standar kualitas yang sama dengan Samiran. Pendampingan di bidang manajemen juga memberikan contoh pencatatan pesanan yang rapi, serta standar pelayanan konsumen yang ideal (Setyowati et al., 2024). Namun karena minimnya pengetahuan mitra terkait manajemen usaha, tentu pendampingan ini akan tetap dilakukan hingga mitra dapat mengelola sendiri pelayanan konsumennya.

## 3.3. Bidang Pemasaran

Saat ini produk Opak Samiran telah memenuhi kriteria pemasaran di toko-toko modern di Pasuruan, seperti toko Oleh-oleh Masjid Cheng Ho, Cimory, dan juga Suryamart. Beberapa kriterianya antara lain :

- a. Telah memiliki NIB dan tersertifikasi Halal
- b. Bebas minyak
- c. Terdapat kode produksi
- d. Kemasan yang estetik

Samiran juga telah mempunyai akun Shopee dan Tik Tok Shop sebagai upaya pengembangan bisnis digital (Alkausar et al., 2024), bahkan telah mendaftar di Google Site (Gambar 11) untuk memudahkan pembeli mengambil sendiri pesannya di lokasi produksi.



**Gambar 11. Lokasi Produksi Opak SaMIRAN**

Rumah produksi opak Samiran juga kerap kali didatangi oleh tamu-tamu desa dan konsumen lain untuk pembelian opak mentah, atau dalam jumlah banyak. Dan hasil dari pendampingan ini, pendapatan mitra naik sebesar  $\pm 70\%$  karena bertambahnya distribusi pemasaran opak, dan juga menciptakan peluang kerja lokal, meningkatkan citra opak SAMIRAN sebagai ikon opak khas Wonosunyo Pasuruan. Tentu program ini sejalan dengan SDG's 8 untuk menciptakan pekerjaan layak serta SDG's 9 yang menciptakan industri yang inovatif. Dan rencana keberlanjutan dari kegiatan ini adalah akan terus memonitor penggunaan teknologi dan keberhasilan penjualan opak samiler SAMIRAN pada toko oleh-oleh hingga dapat menguasai pasar tingkat regional menjadi produk unggulan Kabupaten Pasuruan Jawa Timur.

#### 4. Simpulan

Pendampingan berbasis teknologi yang dilakukan pada pelaku usaha Opak samiler SAMIRAN Desa Wonosunyo Pasuruan ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, kualitas produk, dan juga daya saing. Pendampingan dilakukan pada 3 bidang usaha yang meliputi Bidang Produksi, Bidang Manajemen, dan Bidang Pemasaran. Pada Bidang Produksi berfokus untuk mengoptimalkan *output* produksi dengan penggunaan mesin parut kapasitas besar, alat cetak samiler, alat potong, *spinner*, *sealer*, dan juga stempel kode produksi. Pendampingan di Bidang Manajemen, bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang terus meningkat dengan membuka peluang kemitraan bagi pelaku usaha opak samiler sejenis namun dengan standar kualitas yang sama, Teknik pencatatan dan pelayanan konsumen. Sedangkan pendampingan di Pemasaran dengan membantu Usman Samitro memasarkan di toko oleh-oleh Pasuruan. Dari pendampingan ini, mitra dapat meningkatkan hasil produksinya yang secara otomatis dapat memenuhi permintaan konsumen dan juga meningkatkan pendapatannya sebesar 70%.

#### Kontribusi Penulis

Seluruh penulis mempunyai kontribusi dalam kegiatan pendampingan dan juga penyusunan artikel ini. Penulis pertama IAS berkontribusi pada bidang produksi, VF pada bidang manajemen usaha, dan JJ pada bidang manajemen perawatan mesin atau peralatan produksi. Dan kedua mahasiswa FS dan RNF mendukung dan memfasilitasi kegiatan abdimas serta penulisan artikel. Semua penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir artikel.

#### Pendanaan

Kegiatan ini mendapatkan dukungan pendanaan dari Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia (Kemdiktisaintek) tahun 2025 dan juga pendanaan dari Usman Samitro.

#### Deklarasi Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepenulisan, dan/atau publikasi artikel ini.

#### Ucapan Terima Kasih

Tim penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya pada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kembali bagi kami untuk mengabdikan. Terima kasih juga pada Kemdiktisaintek atas pendanaan yang diberikan, serta Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas bimbingannya. Serta terima kasih juga untuk mitra Dodik Setiawan, Mak Kesi, Pak Carik, serta seluruh perangkat desa Wonosunyo dan warga yang telah mendukung berjalannya kegiatan ini.

#### Daftar Rujukan

Alkausar, B., Hijriah, H. Y., Kholidah, H., & Soemarsono, P. N. (2024). Pengembangan nilai bisnis UMKM melalui inovasi pemasaran digital dan edukasi sertifikasi halal pada pengusaha UMKM binaan LAZISMU Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(10), 4741-4749. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i10.1846>

- Firdaus, V., Djuwantoro, V. S., & Sumartik, S. (2024). Kinerja pegawai di PT Citra Margatama Surabaya: Employee engagement, discipline, and reward on employee performance at PT Citra Margatama Surabaya. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 43-55. <https://jseahr.jurnal.unej.ac.id/index.php/e-JEBAUJ/article/view/52324>
- Maq, M. M. (2022). Program pendampingan kewirausahaan kecil menengah pada usaha makanan ringan di Desa Leuwimunding. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(6), 493-498. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i6.1295>
- Qoharrudin, M. K., Mubin, A., & Ahmi, H. N. (2025). Pendampingan pembuatan perencanaan pengendalian kualitas fillet ikan sesuai standar keamanan pangan di industri pembekuan ikan. *Termasyhur: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 46–53. <https://doi.org/10.35326/termasyhur.v3i2>
- Setyowati, E., Mustofa, A. H., Yuliawan, D., Astuti, E. N., & Mahasti, H. S. G. D. (2023). Optimalisasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui pelatihan dasar manajemen di Desa Duri, Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo. *Sewagati: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1), 1173-1181. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i1.806>
- Syah, A. B., Prihatini, A. E., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada layanan video streaming digital Viu. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 532–539. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35418>
- Wulandari, I. A. S., Budiandari, R. Utami, & Sudarso, S. (2024). Mentoring of Opak Samiler MSMEs towards SDG's 9 Indonesia based on lean tools. *Community Empowerment*, 9(12), 1837-1844. (Jika tersedia, tambahkan DOI bila sudah ditemukan.)
- Yusepa, W., Kamilawati, A., Agesti, P. T., & Sanjaya, V. F. (2024). Peran competitive advantage dalam menarik konsumen di pasar lokal (studi pada TopShop Bandar Lampung). *Jurnal ???*, 1(?), 29-40. (Nama jurnal, volume, dan DOI belum ditemukan.)