



## Pemberdayaan Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig Bunulrejo Sebagai Wujud Kampung Tematik Khas Kota Malang

Mochammad Rofieq<sup>1)</sup>, Aris Siswati<sup>2)</sup>, Muchammad Riza Fauzy<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Jurusan Teknik Industri Universitas Merdeka Malang

<sup>2)</sup>Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Merdeka Malang

<sup>3)</sup>Jurusan Teknik Industri Universitas Merdeka Malang

[mochammad.rofieq@unmer.ac.id](mailto:mochammad.rofieq@unmer.ac.id)

### Abstract

*One of the areas in Malang City where most of the residents are young people who are entrepreneurs in the culinary sector is in RT.02/RW.13, Bunulrejo Village, Blimbing District. The culinary MSME actors in this area formed a forum for joint activities called "Pring Koenig Culinary Tourism Village". The problem that occurs is that some MSMEs still manage their businesses conventionally, where the management used is still simple and has not utilized marketing technology optimally. The stages used are brainstorming with MSME actors, identifying the types of culinary products marketed, and providing training to culinary MSME actors in this village. The first is Business Management training, the second is Digital Marketing training, and the third is training to build an Entrepreneur Mindset. From this training, an understanding is gained of the importance of an entrepreneur mindset and managing a business unit with proper management. With this training, MSME actors can separate financial records for business from household finances and utilize websites and marketplaces to market their products online. With additional production equipment, MSME actors can increase their productivity to meet consumer demand. So this will have an impact on business comfort and increase their income.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Thematic Village, Culinary, Empowerment, MSME*

### Abstrak

Salah satu wilayah di Kota Malang yang sebagian besar warganya adalah generasi muda yang berwirausaha di bidang kuliner adalah di RT.02/RW.13 Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing. Para pelaku UMKM bidang kuliner yang ada di wilayah ini membentuk wadah untuk beraktifitas bersama dengan nama "Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig". Permasalahan yang terjadi adalah sebagian UMKM masih mengelola usahanya secara konvensional, dimana manajemen yang digunakan masih sederhana serta belum memanfaatkan teknologi pemasaran dengan maksimal. Tahapan yang digunakan adalah *brainstorming* dengan pelaku

UMKM, mengidentifikasi jenis produk kuliner yang dipasarkan, dan memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM kuliner di kampung ini. Pertama adalah pelatihan Manajemen Pengelolaan Usaha, yang kedua adalah pelatihan Digital Marketing, dan yang ketiga adalah pelatihan membangun Mindset Entrepreneur. Dari pelatihan ini diperoleh pemahaman betapa pentingnya mindset entrepreneur serta mengelola sebuah unit usaha dengan manajemen yang tepat. Dengan pelatihan ini, para pelaku UMKM dapat memisahkan pencatatan keuangan untuk usaha dengan keuangan rumah tangga serta memanfaatkan *website* dan *marketplace* untuk memasarkan produknya secara *online*. Dengan tambahan peralatan produksi, para pelaku UMKM dapat meningkatkan produktifitasnya untuk memenuhi permintaan konsumen. Sehingga hal ini akan memberikan dampak pada kenyamanan usaha dan peningkatan pendapatannya.

**Kata Kunci :** *Entrepreneur*, Kampung Tematik, Kuliner, Pemberdayaan, UMKM

## PENDAHULUAN

Persaingan ekonomi global menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku Usaha Kecil dan Mikro (UKM) bidang kuliner. Pengelolaan UKM kuliner saat ini masih belum terintegrasi dengan pengembangan kawasan wisata, khususnya terkait dengan kemandirian dan kewirausahaan generasi muda, peralatan produksi dan penyediaan area wisata kuliner untuk kenyamanan konsumen. Untuk itu perlu adanya pengembangan kawasan wisata yang terintegrasi dengan keberadaan pelaku UKM bidang kuliner dan memiliki potensi membangkitkan generasi muda untuk berwirausaha, sehingga dapat memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan. UKM memiliki peluang untuk dikembangkan melalui pemanfaatan seluruh sumber daya yang dimiliki baik sumber daya manusia, sumber daya alam, serta kearifan budaya lokal, sehingga menjadi kekuatan ekonomi masyarakat setempat (Kurniawati, F., Mukzam, dan Djudi, M., 2017).

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UKM produk kreatif harus siap bersaing dalam ekonomi global (Sasono, E. dan Rahmi, Y, 2014). Untuk itu perlu adanya pengembangan produk kreatif UKM yang memiliki nilai ekonomi dan daya saing tinggi serta mampu menyerap tenaga kerja, sehingga dapat menekan angka pengangguran dan kemiskinan.

Perwilayahan destinasi kota Malang sudah tidak dapat digali lagi sehubungan dengan padatnya bangunan yang ada di kota Malang seperti pemukiman dan perkantoran. Sehingga dalam pengembangan wisata kota lebih menekankan kepada peningkatan kualitas daya tarik wisata yang ada yaitu penyelenggaraan wisata kuliner, pendidikan, religi dan kegiatan-kegiatan MICE, yakni *Meetings, Incentives, Conventions* dan *Exhibitions* sektor pariwisata (Setioko, M.D., 2019).

## Profil Mitra

Data dari Badan Pusat Statistik Kota Malang menunjukkan bahwa garis kemiskinan di Kota Malang adalah 4,07%. Jumlah ini menurun dibandingkan dari tahun sebelumnya yakni 4,10%. Namun demikian jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, penurunan prosentase penduduk miskin di kota ini sangat kecil, yaitu hanya 0,03%. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1 yang menunjukkan perkembangan prosentase penduduk miskin di Kota Malang selama 10 tahun dari tahun 2009-2019.



Gambar 1. Perkembangan Prosentase Penduduk Miskin di Kota Malang, 2009-2019.  
(Sumber: BPS Kota Malang, 2019).

Gambar 1 menunjukkan bahwa secara jangka panjang prosentase penduduk miskin di Kota Malang telah berada pada fase melandai, hal ini mengindikasikan kemungkinan adanya sebagian besar penduduk yang berada di bawah garis kemiskinan adalah mereka yang termasuk dalam kategori kemiskinan kronis (BPS Kota Malang, 2019).

Kota Malang terdiri dari 5 kecamatan, yakni Kecamatan Blimbing, Lowokwaru, Klojen, Sukun dan Kedungkandang. Kelurahan Bunulrejo yang memiliki luas wilayah 184 ha adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Blimbing yang terletak di dataran rendah dengan ketinggian 444 m di atas permukaan laut dan suhu rata-rata 27 derajat Celcius.

Kelurahan Bunulrejo secara administratif terbagi menjadi 21 RW dan 146 RT. Jumlah penduduknya sebanyak 25.880 orang (13.176 orang laki-laki, 12.704 orang perempuan) memiliki pekerjaan yang sangat beragam mulai dari ASN, TNI/Polri, Karyawan, Guru/Dosen, Wirausaha, Pensiunan dan Bidang Jasa. Sedangkan di RW.13 sebagai mitra kegiatan ini, sebagian besar warganya adalah generasi muda yang berwirausaha di bidang kuliner. Para pelaku UMKM kuliner di wilayah ini membentuk wadah untuk beraktifitas bersama dengan nama “Paguyuban UMKM Kampung Wisata Kuliner Pring Koening”.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM harus siap bersaing dalam ekonomi global (Budiyanto, H. dan Rofieq, M., 2016). Untuk itu perlu adanya pengembangan produk UMKM yang memiliki nilai ekonomi dan daya saing tinggi serta mampu menyerap tenaga kerja, sehingga dapat menekan angka pengangguran dan kemiskinan. UMKM mempunyai potensi untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki baik sumber daya alam, sumber daya manusia serta budaya lokal, sehingga menjadi kekuatan ekonomi masyarakat setempat. Agar memudahkan pencapaian keberhasilan program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat, maka pelaksanaannya difokuskan kepada sasaran yang memiliki dampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Rofieq, M., Permatasari, D. dan Farida, L., 2018).

Paguyuban UMKM Kampung Wisata Kuliner di RW.13 Kelurahan Bunulrejo ini dipilih sebagai mitra dalam program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan fokus mengintegrasikan aspek produksi dengan pemasaran online, sebagai langkah untuk mewujudkan kampung tematik khas Kota Malang. Diskusi awal telah dilakukan antara Tim Pengusul dengan mitra Paguyuban UMKM untuk mencari alternatif solusi beserta metode pelaksanaannya, sehingga diputuskan untuk membantu komunitas UMKM di wilayah ini melalui pemberian peralatan produksi, pembuatan website beserta pelatihan pemasaran online, dan pendampingan berkala untuk mewujudkan keinginan warga masyarakat tentang produk kuliner khas kampung ini (Rofieq, M., Widjajani, R. dan Roedjinandari, N., 2020)



Gambar 2. Area Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig



Gambar 3. Kios Kuliner Martabak dan Pizza

Beberapa produk makanan/minuman yang dihasilkan oleh UMKM di kampung ini adalah warung kopi, pisang coklat, martabak, terang bulan, kue lumpur, sembako, roemah mie, nasi pecel, pizza delivery, risol mayo, rice bowl, soto ayam, tempura, aneka minuman dan oleh-oleh khas Malang



Gambar 5. Produk Kuliner Paguyuban UMKM Kampung Pring Koenin

### Aspek Produksi dan Manajemen Usaha Mitra

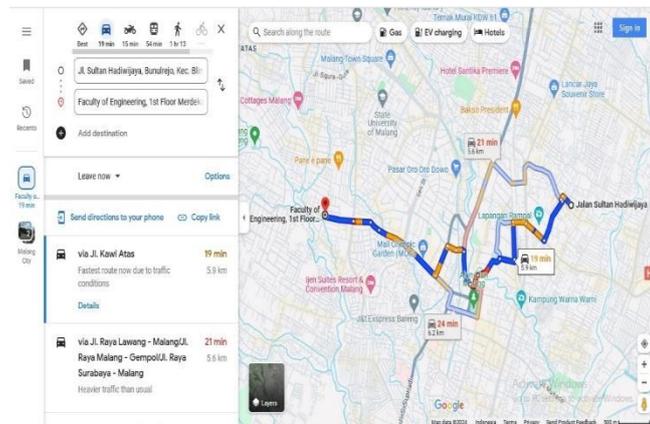
Produksi makanan/minuman dari UMKM di wilayah ini dilakukan sendiri di rumah masing-masing. Tempat produksi yang digunakan selama ini adalah dengan memanfaatkan dapur rumah dan peralatan rumah tangga yang dimiliki. Dengan sistem produksi yang seadanya ini menjadikan pekerja merasa tidak nyaman karena penataan dan penggunaan peralatan kerja yang kurang memadai. Sehingga hal ini mengakibatkan kapasitas produksinya rendah.

Manajemen dijalankan secara sederhana, yakni dengan melibatkan anggota keluarga. Pengelolaan keuangan masih manual dan belum dipisahkan antara keuangan untuk usaha dengan keuangan rumah tangga. Namun kampung ini sangat potensial untuk dikembangkan karena warganya memiliki semangat luar biasa untuk maju.

Pemasaran produknya masih dilakukan secara konvensional, dimana konsumen datang ke rumah warga untuk membeli produk yang diinginkan. Sekalipun pelanggan setianya cukup banyak, namun saat ini mulai menurun akibat dampak terjadinya pandemi Covid-19. Mereka datang hanya untuk membeli produknya dan langsung kembali pulang. Di sinilah perlunya mengintegrasikan aspek produksi dengan pembuatan *website* untuk pemasaran *online* produknya, sehingga konsumen bisa merasa lebih nyaman dalam memesan produk yang diinginkan (Rofieq, M., Widjajani R. dan Roedjinandari, N., 2020).

### Peta Lokasi Mitra Sasaran

Lokasi Mitra Kampung Pring Koenig Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing Kota Malang berada 5,9 km dari Universitas Merdeka Malang dengan waktu tempuh selama 19 menit.



Gambar 6. Peta Lokasi Mitra Sasaran

### Tujuan

Tujuan dari program ini adalah memberikan solusi terhadap permasalahan mitra, sehingga mitra memiliki modal produksi dan keterampilan pemasaran *online* dalam rangka meningkatkan kapasitas produksi dan omset penjualannya. Dengan tambahan peralatan produksi, para pelaku UMKM di kampung Pring Koenig ini dapat meningkatkan produktifitasnya untuk memenuhi permintaan konsumen.

Dari kegiatan pelatihan yang dilaksanakan diperoleh pemahaman betapa pentingnya *mindset entrepreneur* serta mengelola sebuah unit usaha dengan manajemen yang tepat. Dengan pelatihan ini, para pelaku UMKM dapat memisahkan pencatatan keuangan untuk usaha dengan keuangan rumah tangga serta memanfaatkan *website* dan *marketplace* untuk memasarkan produknya secara *online*. Sehingga hal ini akan memberikan dampak pada kenyamanan usaha dan peningkatan pendapatannya.

### Permasalahan Prioritas

Permasalahan yang saat ini dihadapi adalah menurunnya jumlah konsumen yang datang secara langsung membeli produk kuliner di kampung ini sebagai akibat terjadinya pandemi Covid-19. Namun di beberapa UMKM terjadi peningkatan permintaan terhadap produk kuliner secara *online*. Dampak yang lain adalah manajemen pengelolaan UMKM yang tercampur dengan rumah tangga. Sehingga yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM di kampung ini adalah pemberdayaan di bidang produksi, manajemen pengelolaan usaha dan teknologi pemasarannya. Ketiga aspek tersebut merupakan permasalahan prioritas yang sudah disepakati bersama dengan mitra sasaran untuk diberikan penyelesaiannya.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan tahapan berikut :

1. Identifikasi permasalahan yang saat ini terjadi di mitra akibat dampak terjadinya pandemi Covid-19 beserta kebutuhan pelatihan dari akademisi. Identifikasi ini dilakukan melalui diskusi antara Tim Pengabdi dengan mitra Paguyuban UMKM.
2. Sosialisasi Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dilakukan oleh Tim Pengabdi kepada mitra Paguyuban UMKM di Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig beserta tahapan pelaksanaannya.
3. Memberikan pelatihan bagi para pelaku UMKM kuliner di kampung ini (Manajemen Pengelolaan Usaha, *Digital Marketing*, dan *Mindset Entrepreneur*).
4. Penerapan teknologi diawali dengan pengadaan peralatan yang dibutuhkan untuk produksi, serta pembuatan *website* untuk promosi profil Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig dan pemasaran produknya secara *online*.
5. Pendampingan kepada UMKM mitra dilaksanakan oleh mahasiswa MBKM dalam hal pembuatan video profile dari produk yang dihasilkan. Adapun evaluasi pelaksanaan program pada aspek produksi dilakukan dengan melihat respon pelaku UMKM terhadap kapasitas produksinya, setelah menggunakan peralatan produksi yang baru. Sedangkan evaluasi pada aspek pemasaran *online* dilakukan dengan membandingkan penjualan produk sebelum dan sesudah dibuat *website* beserta pelatihannya.
6. Keberlanjutan Program.

Setelah program ini berakhir, mahasiswa MBKM akan tetap di-*endorse* oleh UMKM sebagai *influencer* terhadap produk kuliner yang dihasilkan melalui pembuatan video singkat yang akan di-*share* di *Youtube*, *Tiktok* ataupun *Instagram*. Adapun untuk updating content *website* akan dikerjakan secara berkala oleh para pelaku UMKM yang bersangkutan.

Universitas Merdeka Malang juga memiliki Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang merupakan satuan kerja yang sangat *concern* pada kegiatan penelitian dan pengabdian pada masyarakat. Hal inilah yang menjadikan keberlanjutan program ini akan tetap berjalan dengan baik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Pada hari Jum'at, 14 Juni 2024 pukul 13.00 – 15.00 wib bertempat di Ruang Rapat LPPM dilaksanakan koordinasi dan pengarahan LPPM kepada seluruh Tim Pengabdi terkait dengan pelaksanaan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun 2024. Hal-hal penting yang disampaikan diantaranya adalah :

- Peran Universitas Merdeka Malang dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
- Time Line Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun 2024.
- Luaran Wajib dan Tambahan



Gambar 7. Pengarahan LPPM

### Koordinasi Tim Pengabdian

Tim Pengabdian secara intensif melaksanakan beberapa kali koordinasi yang diawali pada tanggal 18 Juni 2024, kemudian tanggal 31 Juli 2024 dan juga tanggal 2 Agustus 2024. Koordinasi ini juga membahas teknis kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan bersama mitra pelaku UMKM di Kampung Kuliner Pring Koenig agar seluruh rangkaian pelatihan dapat berjalan dengan lancar.



Gambar 8. Koordinasi Tim Pengabdian

### Koordinasi Tim Pengabdian bersama Pimpinan Mitra UMKM

Tim Pengabdian juga melaksanakan koordinasi awal dengan pimpinan mitra UMKM dalam hal ini Sekretaris Paguyuban UMKM Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig pada hari Selasa, 18 Juni 2024, untuk merencanakan teknis sosialisasi Program PKM ini kepada para pelaku

UMKM di Kampung Pring Koenig. Koordinasi ini dilaksanakan di kampus Universitas Merdeka Malang Ruang Program Studi Teknik Industri.



Gambar 9. Koordinasi Tim Pengabdi Bersama Pimpinan Mitra UMKM

### Sosialisasi Tim Pengabdi kepada Pelaku UMKM

Setelah berkoordinasi dengan pimpinan mitra UMKM, Tim Pengabdi melaksanakan sosialisasi tentang Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) kepada para pelaku UMKM pada hari Senin, 5 Agustus 2024. Sosialisasi ini bertempat di salah satu UMKM di Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig. Dalam sosialisasi ini Tim Pengabdi juga menyampaikan rencana pelatihan yang akan dilaksanakan tiga kali, yakni : Pelatihan Manajemen Pengelolaan Usaha, Pelatihan Digital Marketing dan Pelatihan Membangun *Mindset Entrepreneur*.



Gambar 10. Sosialisasi Tim Pengabdi kepada Pelaku UMKM

### Pelatihan Manajemen Pengelolaan Usaha

Pelatihan Manajemen Pengelolaan Usaha dilaksanakan pada hari Rabu, 7 Agustus 2024. Pelatihan ini bertujuan untuk memastikan usaha UMKM yang ada di kampung Pring Koenig berjalan dengan lancar dengan sumber daya yang digunakan optimal. Banyak hal yang dibahas dalam pelatihan ini mulai dari merencanakan usaha, pengelolaan keuangan, manajemen operasional, manajemen SDM, layanan pelanggan, aspek hukum serta perizinan.

Kadangkala pelaku UMKM merasa kesulitan untuk melakukan pengelolaan usaha karena pendapatan yang tidak menentu dan juga pengelolaan masih bercampur dengan kebutuhan rumah tangga. Hal ini menjadi bahan diskusi antara Tim Pengabdi dengan para pelaku UMKM untuk menemukan solusi ke depannya. Namun ada nilai positif yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM yaitu memaksimalkan layanan kepada pelanggan. Salah satu layanan pelanggan yang dilakukan adalah mencatat semua nama konsumennya. Hal ini sangat efektif karena pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai oleh penjual. Konsep ini menggunakan dasar bahwa “Pembeli adalah raja”.



Gambar 11. Pelatihan Manajemen Pengelolaan Usaha

### Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan kedua yakni tentang Digital Marketing dilaksanakan pada hari Rabu, 14 Agustus 2024. Digital marketing adalah konsep strategi pemasaran dengan menggunakan media digital untuk mempromosikan produknya. Pelatihan ini berfokus pada implementasi pemasaran digital dengan *platform* media sosial *WhatsApp*, *Instagram* dan *Facebook*.

*Feedback* yang diperoleh adalah para pelaku UMKM merasa kesulitan untuk menggunakan teknologi sehingga mereka ingin diajari terkait pengambilan gambar atau foto produk. Hal ini menjadi konsen pelaku UMKM karena banyak kompetitor bisa membuat foto produk dengan bagus, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Padahal jika dibandingkan dengan rasa maupun kualitas, produk UMKM kuliner Pring Koenig tidak kalah dengan kompetitor bahkan beberapa produk lebih enak. Hal inilah yang menjadi fokus Tim Pengabdian untuk melakukan *coaching* klinik terkait pengambilan foto produk.



Gambar 12. Pelatihan Digital Marketing

### Pelatihan Mindset Entrepreneur

Pelatihan ketiga terkait dengan membangun *mindset entrepreneur* dilaksanakan pada hari Rabu, 21 Agustus 2024. Pelatihan ini fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi *mindset entrepreneur* hingga cara mengembangkannya. *Entrepreneurial mindset* adalah cara berfikir seseorang yang berorientasi wirausaha, seperti lebih memilih mengambil risiko dan ketidakpastian dari pada menghindarinya.

Narasumber dalam pelatihan ini juga membagikan pengalamannya terkait *entrepreneur* yang pernah dijalani. Dari pengalaman tersebut ada hal yang perlu ditekankan yaitu keberanian mengambil resiko. Keberanian ini sangat penting dimiliki pelaku usaha terutama UMKM. Meski demikian perlu dilakukan analisis resiko sebelum mengambil keputusan untuk meminimalisir kerugian. Dalam pelatihan ini juga terjadi diskusi yang menarik antara narasumber dengan para

pelaku UMKM, karena para pelaku UMKM ini juga pernah merasakan mengambil resiko tapi gagal sehingga tidak berani untuk mengambil resiko lagi.



Gambar 13. Pelatihan *Mindset Entrepreneur*

### Pembahasan

Teknologi yang diimplementasikan di mitra UMKM Kampung Wisata Kuliner Pring Koening Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing Kota Malang terkait dengan proses produksi dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Alat Pengaduk Adonan

Pada proses produksi pembuatan moci, pengadukan adonan selama ini dilakukan secara manual dengan menggunakan tangan sebagaimana terlihat pada gambar berikut :



Gambar 14. Pengadukan Adonan Manual

Proses manual seperti ini memiliki keterbatasan dimana pekerja cepat merasa lelah, sehingga sulit untuk bisa memenuhi apabila permintaan konsumen cukup banyak. Apalagi dengan adanya permintaan produk yang menggunakan berbagai varian isi, sangat sulit apabila dikerjakan secara manual. Untuk itu penggunaan mesin pengaduk adonan sangat diperlukan. Hal ini selain dapat meningkatkan jumlah produk yang dihasilkan, efektifitas waktu pembuatan produk juga menjadi lebih cepat. Mesin pengaduk adonan yang diterapkan di UMKM ini sebagaimana terlihat pada gambar berikut :



Gambar 15. Mesin Pengaduk Adonan

b. Freezer

Freezer digunakan sebagai tempat penyimpanan bahan baku. Dengan adanya peningkatan kapasitas produksi membuat kebutuhan bahan baku juga meningkat, sehingga hal penting yang perlu disiapkan juga adalah penyediaan tempat penyimpanan bahan baku berupa freezer agar bisa bertahan lama.

c. Lemari Pendingin

Lemari pendingin diperlukan untuk menyimpan produk makanan / minuman setengah jadi maupun yang sudah jadi, serta sebagian bahan baku yang tidak cukup dimasukkan di dalam freezer. Hal ini juga dengan pertimbangan agar produk bisa bertahan lama.

d. Cup Sealer

Pengemasan minuman dengan gelas cup membutuhkan tutup gelas yang biasanya cukup menggunakan tutup berlubang. Namun jika untuk permintaan produk minuman dengan kemasan yang dibawa pulang (*take away*), maka solusi kemasan minuman yang kuat dan anti tumpah adalah dengan menggunakan *Cup Sealer*.

e. Showcase

*Showcase* sangat diperlukan bukan hanya sekedar sebagai tempat untuk menyimpan minuman, namun juga sebagai tempat untuk memajang produk minuman atau produk lain yang membutuhkan penyajian dingin agar lebih segar ketika dikonsumsi.

f. Tenda Kerucut

Tenda kerucut diperlukan sebagai sarana untuk tempat berjualan *outdoor* agar terhindar dari panas dan hujan. Tenda kerucut ini juga sangat bermanfaat manakala di Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig ini dilaksanakan even *Entrepreneur Day*.

Teknologi yang diterapkan melalui penggunaan peralatan produksi di UMKM Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig ini sangat bermanfaat karena proses produksi menjadi lebih efektif, bahan baku selalu tersedia segar, produk dapat tersaji dengan praktis dan higienis, pelaku UMKM juga merasa nyaman dalam melaksanakan pekerjaannya.

## KESIMPULAN

Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini berdampak positif karena para pelaku UMKM mendapatkan bantuan peralatan produksi dan pelatihan dari akademisi dalam hal Manajemen Pengelolaan Usaha, Digital Marketing dan *Mindset Entrepreneur*. Selain itu pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa MBKM terkait dengan pembuatan video profile produk dari masing-masing UMKM sangat bermanfaat bagi UMKM mitra di Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig ini.

*Outcome* yang diharapkan dapat dicapai dari kegiatan ini adalah meningkatnya produktivitas, omzet penjualan dan peningkatan pendapatan UMKM di wilayah ini. Para pelaku UMKM juga lebih memahami pentingnya manajemen pengelolaan keuangan, yakni dengan memisahkan pencatatan keuangan untuk usaha dengan keuangan rumah tangga. Evaluasi pengembangan Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig perlu dilakukan dengan memanfaatkan *Webside* dan media sosial lainnya seperti *Youtube*, *Tiktok* dan *Instagram*.

Hal positif yang dapat disarankan kepada para pelaku UMKM di wilayah ini agar keberlanjutan Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig tetap terjaga adalah selalu menjaga kebersamaan dalam mengikuti berbagai aktifitas kuliner baik yang diadakan sendiri maupun yang diadakan oleh pihak lain seperti Kampus, Kelurahan, Kecamatan dan Pemerintah Kota Malang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kota Malang. "Perkembangan Prosentase Penduduk Miskin di Kota Malang". [Internet]. 2019. Available from: <https://malangkota.beta.bps.go.id/id/publication/2019/08/16/f398128e03217db7b7af4399/kota-malang-dalam-angka-2019.html>
- Budiyanto, H., Rofieq, M. Menumbuhkembangkan Wirausaha Mahasiswa dan Alumni Melalui Program Iptek Bagi Kewirausahaan di Universitas Merdeka Malang. *Jurnal ABDIMAS Universitas Merdeka Malang*, 2016; 1(1): 18-24.
- Kotler, P., Keller, K.L. *Marketing Management*. 15<sup>th</sup> ed, Global Edition, London : Pearson Education, 2016.
- Kurniawati, F., Mukzam, dan Djudi, M. "Pelaksanaan dan Dampak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) dalam Pengembangan UMKM (Studi Kasus pada Kampung Lawas Maspati Surabaya)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya*, Vol. 50 No. 2, Sept. 2017.
- Rofieq, M., Permatasari, D., Farida, L. Model Pendampingan UMKM Bidang Kerajinan Menjadi Start-Up Sukses di Kota Malang. *Jurnal ABDIMAS Universitas Merdeka Malang*, 2018; 3(2): 1-8.
- Rofieq, M., Widjajani, R., Roedjinandari, N. Pring Koenig di Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing Kota Malang. *Jurnal ABM Mengabdi*. 2020; 7(2): 27-34.
- Rofieq, M., Widjajani R., Roedjinandari, N. Desain Booth Untuk Usaha Kecil dan Mikro Sebagai Sarana Branding Kampung Wisata Kuliner. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi SISTEK*, Fakultas Teknik Universitas Merdeka Malang, 2020.
- Rofieq, M., Poerwanto, A., Budiyanto, H. Pelatihan Desain Kemasan Produk Untuk UMKM Kerajinan, Kuliner dan Posdaya. *Jurnal ABDIMAS Universitas Merdeka Malang*, 2017; 2(2): 1-6.
- Sasono, E. dan Rahmi, Y. "Manajemen Inovasi pada Usaha Kecil Menengah", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 6 No. 3 (ISSN : 2252-7826), Hal. 74-90, Okt. 2014.
- Setioko, M.D. "Analisis Strategi Pengembangan Wisata Kota di Kota Malang", *Jurnal Pariwisata PESONA*, Vol. 04 No. 1 (ISSN: 2541-5859), Hal. 81-88, Juni 2019.
- Siswati, A., Nugraha, GIK., Rofieq, M. Improving the Quality and Production Capacity of Bandeng Presto Business Posdaya ASLI Malang City. *Jurnal Community Empowerment*, 2022; 7(11): 1888-1897.