Valid Jurnal Pengabdian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram
Vol. 4, No. 2, Juli 2026

Pengembangan Usaha Usus Krispy Melalui Identitas Merek *(Brand Identity)* Dan Digital Marketing Pada UMKM Usus Krispy Dusun Sandongan Timur Desa Saribaye Kecamatan Lingsar, Lombok Barat

Nizar Hamdi[1], Zulkarnaen[2], Sofiati Wardah[3], Baiq Desthania Prathama[4], Galuh Ratna Mutia[5]

[1.2.3.4.5]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM

Email: nizar_hamdi69@yahoo.com

Abstract

*This community service initiative aims to develop the MSME sector in Sari Baye Village, Lingsar District, West Lombok Regency. One of the micro-enterprises selected for assistance is a home-based "Crispy Chicken Intestine" business located in Sandongan Timur Hamlet, Sari Baye Village, Lingsar District; this is a locally-owned culinary micro-enterprise known for its distinctive taste and affordable pricing. Chicken intestines—often viewed as a mundane food ingredient—can be processed into a crispy, savoury snack with higher market value. The Crispy Chicken Intestine product also offers development potential through various flavour variants, such as original, *balado* (spicy chilli), hot/spicy, barbecue, and cheese. Such variety can enhance product appeal and reach broader market segments, ranging from children and teenagers to adults. The business owner faces challenges regarding the lack of an attractive brand identity and the absence of digital marketing efforts via the internet or social media. Sales currently rely on consignment at small kiosks, and the product is not yet widely known within the Lingsar District community. To address these issues, the community service team provided business development assistance through the following measures: 1) Conducting outreach on the importance of an attractive brand identity and product promotion via digital marketing; 2) Providing training and guidance on brand identity design; and 3) Providing training and guidance on designing promotional materials for digital marketing.*

Keywords: *MSME; Outreach; Brand Identity Training; Digital Marketing Training*

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan sektor UMKM masyarakat di Desa Sari Baye, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Adapun salah satu usaha mikro yang dijadikan lokasi binaan adalah Usaha Rumahan (Home Industri) Usus Krispy yang berada di Dusun Sandongan Timur, Desa Saribaye, Kecamatan Lingsar, yang merupakan salah satu usaha kuliner mikro milik masyarakat yang memiliki cita rasa khas serta harga yang terjangkau. Usus ayam yang sebelumnya sering dianggap sebagai bahan makanan biasa dapat diolah menjadi camilan Usus Krispy yang renyah, gurih, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Usus Krispy juga memiliki peluang untuk dikembangkan melalui berbagai varian rasa, seperti original, balado, pedas, barbeque, dan keju. Variasi tersebut dapat meningkatkan daya tarik produk serta menjangkau lebih banyak segmen pasar, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Permasalahan yang dihadapi oleh Pemilik Usaha Usus Krispy adalah belum memiliki identitas merek usaha yang menarik dan belum melakukan pemasaran secara digital melalui internet atau media sosial lainnya. Penjualan masih mengandalkan menitip penjualan produk pada kios-kios kecil dan belum terkenal secara luas di masyarakat sekitar Kecamatan Lingsar. Untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Usus Krispy, tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan pendampingan pengembangan usaha dengan cara: 1) Memberikan penyuluhan tentang peran penting memiliki identitas merek usaha yang menarik dan melakukan promosi penjualan produk dengan memanfaatkan pemasaran digital (*Digital Marketing*) 2. Melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan desain identitas merek usaha 3. Melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan desain promosi yang memanfaatkan pemasaran digital.

Kata Kunci : UMKM; Penyuluhan, Pelatihan Identitas Merek; Pelatihan Digital Marketing

PENDAHULUAN

Desa Saribaye terletak di wilayah Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Desa Saribaye terbagi ke dalam 5 dusun, yaitu Dusun Sandongan Barat, Dusun Sandongan Timur, Dusun Sandongan Presak, Dusun Nirbaye, dan Dusun Repok Keri. Jumlah penduduk yang berdomisili di Desa Saribaye adalah 2.483 jiwa. Desa Saribaye memiliki potensi yang cukup baik. Hal ini terlihat pada kearifan dan kreativitas warga Desa Saribaye. Dari data yang tercatat, Desa Saribaye memiliki sekitar 273 UMKM. Salah satu dusun yang memiliki UMKM unggul yaitu Dusun Sandongan Timur dengan usaha USUS KRISPY yang sudah terkenal sebagai salah satu dusun pengusaha Usus Krispy di Desa Saribaye.

Masyarakat saat ini cenderung menyukai makanan yang praktis, memiliki cita rasa khas, serta memiliki harga yang terjangkau. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menciptakan produk makanan yang inovatif dan diminati oleh berbagai kalangan. Salah satu produk yang memiliki potensi pasar yang baik adalah Usus Krispy. Usus ayam yang sebelumnya sering dianggap sebagai bahan makanan biasa dapat diolah menjadi camilan yang renyah, gurih, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Usus ayam memiliki potensi untuk diolah menjadi produk bernilai tambah. Penambahan soda kue pada proses produksi dapat meningkatkan karakteristik kerenyahan dan tingkat kesukaan konsumen terhadap produk usus krispi (Ermawati, S. (2022)

Dengan proses pengolahan yang tepat serta penerapan standar kebersihan yang baik, Usus Krispy dapat menjadi produk makanan yang aman, lezat, dan menarik bagi konsumen. Selain bahan bakunya mudah diperoleh dan relatif murah, Usus Krispy juga memiliki peluang untuk dikembangkan melalui berbagai varian rasa, seperti original, balado, pedas, barbeque, dan keju. Variasi tersebut dapat meningkatkan daya tarik produk serta menjangkau lebih banyak segmen pasar, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Pengembangan usaha kripik usus ayam dipengaruhi oleh kualitas produk, pemasaran digital, perizinan usaha, sertifikasi halal, dan keamanan pangan. Kendala utama meliputi pasokan bahan baku dan fluktuasi harga (Juniarni, S. R., & Safitri, W. (2025)

Melihat tingginya minat masyarakat terhadap camilan kekinian dan peluang keuntungan yang menjanjikan, usaha Usus Krispy dipilih sebagai salah satu alternatif usaha kuliner yang memiliki prospek baik. Usaha ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan camilan yang lezat dan terjangkau, sekaligus menjadi sumber pendapatan yang berkelanjutan bagi pelaku usaha.

Dengan demikian, pendirian usaha Usus Krispy merupakan langkah yang tepat untuk memanfaatkan peluang pasar di bidang kuliner serta menciptakan produk yang memiliki nilai ekonomis tinggi dari bahan baku yang mudah didapatkan

Di balik potensi yang besar, usaha Usus Krispy di Dusun Sandongan Timur masih menghadapi sejumlah permasalahan yaitu :

1. UMKM Usus Krispy Dusun Sandongan Timur belum memiliki Identitas Merek Usaha yang jelas, seperti nama merek, logo, maupun desain banner sebagai Identitas Usahanya.
2. UMKM Usus Krispy Dusun Sandongan Timur belum menerapkan strategi promosi dan pemasaran produk atau layanan yang memanfaatkan digital marketing dan jaringan internet.

METODE

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, pelaksana pengabdian memberikan solusi atas setiap permasalahan kepada pemilik usaha melalui penyelenggaraan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan.

1. Penyuluhan

   Melihat pentingnya identitas merek usaha dalam meningkatkan promosi dan jati diri pada UMKM Usus Krispy yang ada di Dusun Sandongan Timur, kami dari tim pengabdian masyarakat STIE AMM Mataram melakukan penyuluhan mengenai pentingnya identitas merek usaha. Dengan identitas merek usaha yang dimiliki UMKM Usus Krispy Dusun Sandongan Timur, akan lebih mudah memasarkan produk dengan Digital Marketing yang memanfaatkan internet dan social media. Seiring dengan kemajuan teknologi, strategi pemasaran kini mulai bergeser ke arah yang lebih kontemporer. Dengan internet, pemasaran akan lebih mudah dijangkau dibandingkan dengan sistem tradisional yang masih memanfaatkan iklan melalui radio, televisi, surat kabar, majalah dan media lainnya. (Febriansyah et al., 2023). Keunggulan lain dari digital marketing adalah biaya iklan yang jauh lebih hemat jika dibandingkan dengan biaya iklan pada sistem pemasaran tradisional. Selain itu, digital marketing akan memungkinkan hubungan secara terus-menerus dengan pelanggan. (Pranoto et al., 2019).

   Dari kegiatan penyuluhan yang dilakukan, Tim Pengabdian memberikan materi terkait

   a. Pemahaman tentang arti pentingnya identitas merek usaha dalam menjalankan bisnis
   b. Pemahaman mengenai dampak positif dari memiliki identitas merek usaha,
   c. Pemahaman tentang arti pentingnya pemasaran secara digital (*Digital Marketing*) dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan persaingan usaha.

2. Pelatihan

Tim Pengabdian melakukan pelatihan desain merek usaha Usus Krispy bertujuan membantu pelaku usaha menciptakan identitas merek usaha yang mudah dikenali, menarik pelanggan, dan membedakan produknya dari pesaing.

Materi yang diberikan:

a. Pengertian merek dan fungsinya.
b. Perbedaan antara produk dan merek.
c. Pentingnya identitas visual dalam usaha makanan.
d. Desain Merek yang menarik dan mudah dikenali.

Tujuan: Pemilik usaha Usus Krispy memahami bahwa identitas merek usaha bukan hanya logo, tetapi juga citra merek yang dapat menarik pelanggan.

Sedangkan Pelatihan digital marketing usaha Usus Krispy bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mempromosikan dan menjual produk secara online sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelanggan.

Materi pelatihan yang diberikan terkait digital marketing adalah :

a. Pengertian digital marketing.
b. Manfaat pemasaran digital bagi usaha kuliner.
c. Perbedaan pemasaran konvensional dan digital.
d. Tren penggunaan media sosial untuk bisnis makanan

Tempat dan Waktu Pelaksanaan:

a. Lokasi di Dusun Sandongan Timur, Desa Saribaye, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat.
b. Waktu pelaksanaan selama 5 hari kerja.

Target Peserta

a. Pemilik usaha Home Industri Usus Krispy.
b. Karyawan di tempat usaha.
c. Masyarakat setempat yang ingin belajar berwirausaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan pengabdian pada masyarakat di Desa Saribaye, Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat adalah sebagai berikut:

1. Penyuluhan identitas Merek Usaha dan *Digital Marketing*

Penyuluhan merupakan kegiatan yang penting untuk memberikan edukasi kepada masyarakat. Penyuluhan mengenai pentingnya identitas merek usaha menjadi langkah awal dalam membangun usaha yang dimiliki pelaku UMKM. Identitas merek usaha, atau sering kita sebut sebagai nama usaha (merek) maupun branding, merupakan cerminan nilai, karakteristik, dan jati diri usaha yang akan memberikan pengaruh terhadap persepsi konsumen.

Penyuluhan mengenai pentingnya identitas merek usaha pada pelaku UMKM Usus Krispy di Desa Saribaye, khususnya Dusun Sandongan Timur, bertujuan memperkenalkan konsep dasar *branding* dan dampaknya bagi keberlanjutan usaha. Penyuluhan ini memberikan penjelasan mengenai pentingnya identitas merek usaha sebagai *branding yang* berperan dalam memberikan perbedaan usaha yang mereka jalani dengan kompetitor lainnya. Diharapkan setelah mengikuti penyuluhan ini, pelaku usaha Usus Krispy di Dusun Sandongan Timur dapat menyadari bahwa identitas merek usaha yang kuat bukan hanya menjadi daya tarik konsumen, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas para konsumen. Penyuluhan strategi *branding* melalui identitas visual merupakan langkah strategis untuk memberdayakan UMKM agar mampu bersaing di era digital.



Gambar 1. Penyuluhan mengenai pentingnya identitas Merek Usaha dan Pemasaran Digital

2. Mendesain Identitas Merek Usaha.

Pelaku bisnis, khususnya UMKM, perlu memahami pentingnya identitas merek usaha. Meskipun bisnis Usus Krispy tergolong usaha rumahan, dengan memetakan dan membangun identitas merek usaha mulai dari nama, logo, warna khas hingga *tagline* (jargon) dapat meningkatkan daya tarik pada konsumen. Identitas merek usaha yang dirancang haruslah sesuai dengan keunikan dari masing-masing UMKM. Keunikan dan ciri khas usaha Usus Krispy yang dimiliki warga dapat dipertimbangkan dari jenis Usus Krispy yang ditawarkan, rasa, kualitas bahan, inovasi, bahkan dari ciri masing-masing penjual. Hasil akhir dari merek dan logo yang dirancang harus mampu menggambarkan keunggulan dan keunikan produk dengan jelas.



Gambar 2. Pelatihan dan Pendampingan Desain Identitas Merek Usaha

3. Pelatihan *digital marketing*

Pengabdian yang dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan pendampingan *digital marketing* merupakan upaya dalam memberikan wawasan dan pemahaman kepada masyarakat untuk memanfaatkan dan memaksimal teknologi yang semakin pesat. Melalui media digital, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran. Pengenalan *digital marketing* melalui media sosial menjadi terobosan baru yang potensial untuk memperluas pasar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Aditya (2025), *digital marketing* mampu meningkatkan akses pasar, efisiensi anggaran promosi, dan loyalitas pelanggan. Melalui pengabdian penyuluhan *digital marketing* ini, diharapkan mampu memaksimalkan peluang pasar yang jauh lebih luas.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang kami berikan kepada pelaku UMKM Usus Krispy di Dusun Sandongan Timur, Desa Saribaye menunjukkan bahwa memahami identitas merek usaha dan perluasan pasar melalui *digital marketing* dapat menjadi fondasi penting dalam mengembangkan usaha. Melalui penyuluhan ini, pelaku usaha UMKM Usus Krispy dapat memahami bahwa identitas merek usaha tidak hanya sekadar simbol, tetapi juga menjadi ciri khas dan merupakan karakter bisnis yang memberikan persepsi dan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Merancang dan menentukan Identitas Merek Usaha merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan kompetensi di bandingkan dengan kompetitor. Selain itu, melalui *digital marketing, pelaku UMKM Usus Krispy Dusun Sandongan Timur mendapatkan wawasan bahwa pemanfaatan internet dan teknologi* digital dalam mempromosikan dan memasarakan produk dapat meningkatkan penjualan melalui perluasan jangkauan usaha. Kegiatan penyuluhan ini menjadi sebuah langkah nyata dalam memberdayakan UMKM agar lebih dapat memanfaatkan peluang dan berdaya saing serta meningkatkan omzet penjualan yang mampu meningkatkan pendapatan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, E. (2025). Pengaruh digital marketing terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia: Kajian literatur komprehensif. Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ), 3(Maret), 269–273. http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index

Bangsawan, S., Ms, M., Nama, G. F., & Febrian, A. 2023. Pelatihan dan pendampingan desain digital content marketing menunjang keindahan wisata yang ditawarkan. (Ciolac et al, 2022). Dimulai sejak tahun 2021 dalam program " Pelatihan dan Pembinaan Pengembangan". 3(3), 1093–1101

Coleman, D., de Chernatony, L., & Christodoulides, G. (2015). B2B service brand identity: Scale development and validation. Industrial Marketing Management, 46, 106–117 B2B service brand identity: Scale development and validation - ScienceDirect

Ermawati, S. (2022). *Inovasi Pembuatan Produk Usus Krispi dengan Penambahan Soda Kue (Studi Kasus Usus Krispi @kitchen.twinsss).* Politeknik Negeri Tanah Laut

Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. 2019. Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan UKM di Kota Sawahlunto. Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat.19(1), 42. https://doi.org/10.24036/sb.0310

Febriansyah, Fauziah, H., & Restilia, A. 2023. Penyuluhan dan Pelatihan Masyarakat Desa Sukadadi Melalui Strategi Digital marketing Sebagai Upaya Pengembangan UMKM. I-Com: Indonesian Community Journal, 3(2), 817–823. https://doi.org/10.33379/icom.v3i2.2654

Juniarni, S. R., & Safitri, W. (2025). *Analisis Hukum Pengembangan Usaha Kripik Usus Ayam pada Pelaku UMKM di Kecamatan Melak*

Hendriadi, A. A., Sari, B. Nurina, & Padilah, T. N. 2019. Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(2), 120–125. https://doi.org/10.25047/j dinamika.v4i2.1133

Thaha, S., Hatidja, S., & Hasniati, H. 2021. Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Turikale, Kabupaten Maros. ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2), 133–139. https://doi.org/10.52072/abdine.v1i2.208