

PENDAMPINGAN RINTISAN UMKM KERUPUK IKAN DI DESA SELETRENG KECAMATAN KAPONGAN KABUPATEN SITUBONDO

Angga Dimas Hermawan^{1*}, Rizqi Ainur Hendrawan², Sari Rahmawati Putri³, Amelia Puspita Wulandari⁴, Bambang Sugiarto⁵, Krisna Arga Saputra⁶

¹Ilmu Sejarah, Universitas Jember, ²Ilmu Pertanian Perkebunan, Universitas Jember, ³Pertambangan, Universitas Jember, ⁴Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Jember, ⁵Administrasi Bisnis, Universitas Jember, ⁶Teknik Elektro, Universitas Jember

email: anggadimas480@gmail.com¹, rizqiainur08@gmail.com²,
sarirahmawatip111@gmail.com³, amelwulan742@gmail.com⁴, bsvirgo20@gmail.com⁵,
krisnaduraace@gmail.com⁶

ABSTRAK

Desa Seletreng Kecamatan Kapongan Kabupaten Situbondo ialah suatu wilayah dengan geografis pesisir pantai. Kondisi semacam itu tentunya memberikan limpahan hasil laut yang kemudian secara tidak langsung akan memunculkan usaha rumahan pengolah hasil perikanan. Usaha yang ada masih berupa usaha rintisan rumahan atau baru melakukan produksi berskala kecil. Adanya usaha kecil atau UMKM yang baru terbentuk tentu memiliki beberapa permasalahan yang membutuhkan pendampingan dan penguatan. UMKM yang baru berdiri pada umumnya masih belum mempunyai legalitas, bahan baku utama yang berupa ikan yang telah dipilih hanya diperoleh pada musim tertentu, dan kurangnya kemampuan dalam aspek branding maupun *digital marketing*. Penguatan UMKM ini memiliki tujuan agar UMKM yang baru berdiri mampu bersaing dan berkualitas dengan cara 1) Pendampingan dalam pengurusan legalitas UMKM berupa Nomor Induk Berusaha, SPP-IRT, dan Sertifikasi Halal, 2) Inovasi bahan baku pengganti, 3) Pendampingan dan pelatihan dalam membranding produk dan *digital marketing*. Pengabdian yang dilakukan dalam program KKN UNEJ Membangun Desa (UMD) memiliki target capaian, yaitu UMKM yang telah mendapatkan pendampingan maupun penguatan dapat bersaing dan memiliki kualitas tinggi. Keberlanjutan juga menjadi sorotan serius agar UMKM dalam segi pemasaran dapat terus berjalan, yaitu dengan memberikan pelatihan terhadap pelaku usaha dalam pengoperasian *market place*.

Kata Kunci: Branding Produk; Inovasi Bahan; Legalitas; Penguatan; UMKM

ABSTRACT

Seletreng Village, Kapongan District, Situbondo Regency has a coastal area geographically. The condition impacts to abundance of marine products, which gives rise to home-based businesses processing fishery products indirectly. The businesses are still home-based start-ups or are small-scale production. The existence of newly started small businesses or micro small and medium enterprises (MSMEs) certainly has several problems that require assistance and strengthening. Newly started MSME generally still does not have legality, the main raw materials are selected fish obtained in certain seasons, and lack of ability in branding and digital marketing aspects. The strengthening MSME is purposed to newly started MSME are able to compete and have quality through 1) Assistance MSME legality in the form of Business Identification Number, SPP-IRT, and Halal Certification, 2) Innovation in substitute raw materials, 3) Assistance and training in product branding and digital marketing. The service carried out in the UNEJ KKN Building Villages (UMD) program has an achievement target: MSME has received assistance, and strengthening can

compete and has high quality. Sustainability is also a serious concern so MSME can continue to run in the market, so the service train business actors in operating marketplaces.

Keywords: *Product Branding, Inovation, Material, Legality, Streghtening, MSME*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ialah usaha yang dijalankan secara perseorangan atau juga dapat berupa usaha kecil rumahan dengan kapasitas produksi skala kecil. UMKM merupakan usaha yang mempunyai peranan sangat besar dalam proses pembangunan perekonomian nasional. UMKM yang ada di Indonesia menunjukkan angka sebanyak 8,71 juta hingga tahun 2023, dimana angka tersebut telah memperlihatkan bahwa UMKM mempunyai potensi yang sangat besar untuk terus dikelola dan dikembangkan (Qurrota dkk, 2023). Sejarah juga telah mencatat bahwa UMKM berperan menjadi tumpuan utama ekonomi pada saat terjadinya krisis moneter pada tahun 1998. Keuangan dan ekonomi perbankan terpuruk tidak memberikan dampak signifikan terhadap UMKM karena usaha ini tidak bergantung pada modal bank (Santi dkk, 2021). Hal tersebut juga menunjukkan bahwa UMKM perlu mendapatkan perhatian berupa pendampingan dan penguatan.

Teknologi yang semakin berkembang dengan cepat membuat masyarakat memiliki kebiasaan untuk memanfaatkan adanya teknologi dalam kegiatan interaksi maupun komunikasi. Hal tersebut juga membuat metode komunikasi yang berkaitan dengan pemasaran produk telah banyak menggunakan media digital atau *digital marketing* sebagai sarana penunjang distribusi produk. *Digital marketing* banyak memberikan manfaat bagi para pemilik usaha yang utamanya usaha kecil atau rumahan dalam menjangkau konsumen dengan cakupan yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar (Rianawati dkk, 2023). Adanya kemajuan teknologi yang begitu pesatnya ternyata tidak semua pelaku usaha mampu atau memiliki kapasitas dalam menggunakannya. Hal serupa terdapat juga pada persoalan yang berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam membranding produknya. Sering ditemukan produk yang menggunakan logo maupun kemasan yang sangat sederhana. Branding produk tentunya dapat berpengaruh pada proses pemasaran dan tingkat pembelian produk.

Pelaku usaha UMKM kerupuk ikan memiliki kendala yang berkaitan dengan bahan baku berupa ikan bandeng hasil tangkapan laut yang hanya akan banyak didapatkan pada musim-musim tertentu. Hal tersebut membuat produksi akan berhenti pada saat bahan baku yang berupa ikan bandeng tidak berhasil diperoleh. Bahan baku ikan bandeng hanya mengandalkan hasil tangkapan ikan dari para nelayan dan bukan ikan bandeng hasil budidaya tambak. Kegiatan produksi akan berhenti beroperasi hingga musim ikan bandeng datang kembali. Persoalan semacam ini perlu adanya langkah inovasi yang berkaitan dengan bahan baku pengganti ikan bandeng.

UMKM rintisan yang baru melakukan produksi masih belum mempunyai dokumen-dokumen legalisasi usaha. Para pelaku usaha masih belum melakukan pengurusan perizinan terkait usaha yang mereka jalankan. Legalitas usaha yang berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), dokumen perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), dan sertifikasi halal masih belum dimiliki oleh para pelaku usaha. Dokumen legalisasi usaha merupakan suatu komponen yang sangat penting karena dapat menjadi acuan dari para konsumen mengenai jaminan keamanan produk olahan yang akan dipasarkan sehingga nantinya juga berdampak dalam besarnya penjualan produk. Sertifikasi halal menjadi jaminan mutlak agar konsumen lebih percaya terhadap

keamanan produk yang dipasarkan. Pada dasarnya legalisasi UMKM merupakan perihal yang sangat penting untuk dilakukan oleh para pelaku usaha, tetapi masih banyak yang belum memahami alur atau mekanisme pengurusan legalitas usaha.

Tujuan dari pengabdian yang dijalankan melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Jember, yaitu melakukan penguatan dan pendampingan terhadap UMKM mengenai aspek legalitas, inovasi bahan baku pengganti, dan branding produk maupun *digital marketing*. Kaderisasi juga telah dijalankan agar keberlanjutan dari usaha yang berkaitan dengan produksi hingga pemasaran dapat tercapai melalui pendampingan dan pelatihan terhadap sumber daya manusia yang ada di dalam UMKM. Pelatihan dan pendampingan berkaitan dengan *digital marketing* memiliki tujuan utama, yaitu agar pemasaran dari produk UMKM dapat tetap berlangsung dengan memiliki jangkauan luas serta tanpa harus mengeluarkan banyak biaya tambahan. Branding produk dilakukan dalam upaya menyiapkan logo maupun desain kemasan yang sesuai dengan standar pasar.

MATERI DAN METODE

Metode Kegiatan

Pada Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat diwujudkan dalam bentuk penguatan, pendampingan, dan pelatihan yang berkaitan dengan legalitas usaha, inovasi bahan baku pengganti, dan branding produk maupun *digital marketing* terhadap UMKM kerupuk ikan yang ada di Desa Seletreng Kecamatan Kapongan Kabupaten Situbondo. UMKM yang telah dipilih merupakan usaha dengan cakupan pasar yang sempit, belum membranding produk dengan baik, omset masih rendah, dan keterbatasan dalam aspek bahan baku. Penguatan, pelatihan, dan pendampingan dijalankan secara bertahap yang diawali dengan menganalisis kondisi sasaran, sosialisasi, dan hingga pada tahap pelatihan maupun pendampingan.

Analisis sosial dan *Appreciative Inquiry* dimanfaatkan dalam pelaksanaan pengabdian terhadap masyarakat. Analisis dilakukan guna menggali persoalan yang terdapat pada lingkungan maupun kelompok tertentu. Terdapat perbedaan pada kedua metode analisis tersebut, yaitu analisis sosial memiliki penekanan pada akar permasalahan yang terjadi dengan menggunakan problematika yang ada guna menentukan kerangka kerja sedangkan *Appreciative Inquiry* ialah adanya pengalaman dari masa lalu yang dijadikan sebagai acuan untuk perancangan program kerja.

Pelaksanaan pengabdian juga menerapkan metode *Participatory Action Learning System* (PALS) yang terjadi pelibatan partisipan secara aktif untuk melakukan pelatihan hingga penerapannya sehingga terjadilah interaksi secara personal maupun kelompok. Pendampingan dilakukan dalam upaya pengurusan legalitas usaha dengan mendaftarkan pada beberapa perizinan usaha. Pelatihan lebih ditekankan terhadap pemanfaatan bahan baku pengganti, branding produk, dan pembuatan akun *market place*. Branding dilakukan dengan inovasi yang segar agar memberikan efek ketertarikan dari para konsumen dan kemudian dapat menimbulkan efek positif bagi keberlanjutan UMKM.

Lokasi Kegiatan

Pada kegiatan pengabdian yang diwujudkan melalui program KKN UMD Universitas Jember dilaksanakan di Desa Seletreng, Kecamatan Kapongan, Kabupaten Situbondo, Provinsi Jawa Timur. Pelaksanaan kegiatan sesuai dengan jadwal KKN periode dua, yaitu Juli-Agustus 2023.

Peserta

Sasaran dari program yang dijalankan adalah warga yang ada di Desa Seletreng

khususnya yang memiliki usaha kecil atau UMKM maupun yang baru akan memulai usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa peserta program KKN UMD Universitas Jember mempunyai beberapa fokus kerja utamanya yang berkaitan dengan penguatan dan pendampingan UMKM. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan memiliki sasaran utama berupa UMKM yang masih belum dapat melebarkan cakupan wilayah pemasaran dan keterbatasan dalam persoalan branding produk maupun legalitas. Hal tersebut kemudian memunculkan adanya program kerja yang memberikan perhatian secara langsung terhadap para pelaku usaha kecil atau rumahan.

Legalitas Usaha

Mayoritas UMKM yang dikelola oleh masyarakat masih belum memiliki dokumen legalisasi usaha. Hal tersebut terjadi karena para pelaku usaha belum memahami mekanisme untuk mengajukan legalisasi usaha atau juga disebabkan faktor lainnya sehingga pelaku usaha belum mengurus legalitas. Adanya persoalan pada rintisan UMKM kerupuk ikan yang khususnya berkaitan dengan legalitas dapat diselesaikan dengan adanya program pendampingan untuk mengajukan legalisasi tersebut. Dokumen legalitas usaha dapat berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), SPP-IRT, dan sertifikasi halal. Legalitas usaha sangat penting karena dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terkait dengan kemanan saat mengkonsumsi produk. Adanya legalitas usaha dapat meluaskan kesempatan dalam upaya pengembangan usaha, lebih dipercaya. pelaku usaha memiliki rasa percaya diri yang kuat dalam pemasaran produk (Hana dkk, 2023). Legalitas yang telah didapatkan nantinya akan dicantumkan pada logo kemasan, sehingga dapat diketahui oleh para konsumen.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2023)
 Gambar 1. Nomor Induk Berusaha (NIB)

Pada UMKM kerupuk ikan di Desa Seletreng dilakukan pendampingan dalam pengurusan Nomor Induk Berusaha dan SPP-IRT. Dokumen legalitas tersebut memiliki peran yang sentral dalam upaya perluasan dan pengembangan usaha serta juga dapat mempermudah saat pengajuan pinjaman modal usaha maupun pendampingan usaha dari pemerintah (Kusmanto dan Warjiyo, 2019). Pengajuan izin usaha yang berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) dan SPP-IRT dapat diakses secara online melalui *Online Single*

Submission (OSS). Penggunaan layanan satu pintu tersebut diatur oleh pemerintah melalui PP No. 24 Tahun 2018 yang tujuan utamanya untuk memudahkan para pelaku usaha dalam mendapatkan legalitas. Nomor Induk Berusaha akan menjadi semacam payung hukum bagi para pelaku usaha untuk menjalankan UMKM yang telah dijalankan. NIB juga dapat dimanfaatkan oleh para pemilik UMKM khususnya yang memproduksi kerupuk ikan dalam aspek bantuan modal dan lainnya. PIRT berfungsi sebagai jaminan produk berkualitas yang dihasilkan oleh usaha rumahan dengan skala kecil sehingga produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk-produk lainnya (Purborini, 2023). Legalitas yang telah dimiliki tentunya membuat para pemilik UMKM harus menjaga standar keamanan maupun kebersihan atas proses produksinya hingga proses pemasaran produk.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2023)
Gambar 2. SPP-IRT

UMKM juga perlu mengurus sertifikasi halal atas produk yang akan dipasarkan karena sertifikasi tersebut akan menjadi jaminan kuat terhadap kualitas maupun keamanan produk. Sertifikasi halal dikeluarkan oleh BPJPH Kemenag, dimana pelaku usaha dapat juga mendapatkan pendampingan dari Kemenag daerah masing-masing. Konsumen pada dasarnya butuh suatu transparansi khususnya berkaitan dengan kehalalan atas bahan baku dari produk yang akan dibeli. Pendaftaran serifikasi halal maupun legalitas yang lainnya tidak dapat serta merta dilakukan, tetapi perlu diawali dengan sosialisasi tentang pentingnya legalitas yang nantinya juga akan berdampak positif terhadap usaha tersebut (Andri dkk, 2023). Pendampingan dalam upaya pendaftaran legalitas usaha dilakukan melalui website yang telah disediakan oleh pemerintah guna mempermudah para pelaku usaha, tetapi masih banyak pelaku usaha khususnya UMKM yang belum mempunyai dokumen legalitas usaha (Bulgis dkk, 2023). Peserta KKN UMD Universitas Jember membantu mulai dari persiapan persyaratan, pendaftaran, pengisian formulir data legalisasi, dan pengawalan hingga dokumen legalitas diterbitkan.

SISTEM JAMINAN PRODUK HALAL (SJPH)
 UNTUK SERTIFIKASI HALAL
 DENGAN PERNYATAAN PELAKU USAHA MIKRO DAN KECIL
 (SELF DECLARE)

ANDRIYANI

Pengesahan		
Revisi 1.0		
Disiapkan/Disetujui	Pemilik Usaha	Penanggung Jawab/ Penyelia Halal
Tanda Tangan		
Nama	Andriyani	

Manual halal ini adalah milik (ANDRIYANI) yang memuat kebijakan dan ketentuan yang dilaksanakan dalam rangka pemenuhan persyaratan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Manual halal ini hanya berlaku apabila telah diisi secara lengkap beserta lampirannya dan ditanda tangani oleh pemilik usaha. Manual halal ini tidak boleh duplikasi/ diedit tanpa seizin dari pemilik usaha (ANDRIYANI).

BAB I
 PENDAHULUAN

A. Informasi Umum Perusahaan

Nama Perusahaan	Andriyani
Nomor Induk Berusaha	0108230128259
Skala Usaha	Mikro
Nama Pimpinan	Andriyani
Nama Penanggung Jawab/ Penyelia Halal	Andriyani
Alamat Perusahaan	Salasaan, Seletreng, Kapongan, Rt/Rw - Seletreng, Kapongan Kab. Situbondo Jawa Timur

Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2023)
Gambar 3. Surat Jaminan Produk Halal

Inovasi Bahan Baku Pengganti

UMKM kerupuk ikan yang ada di Desa Seletreng Kecamatan Kapongan Kabupaten Situbondo menggunakan bahan baku utama berupa ikan bandeng yang berasal Ikan bandeng yang digunakan bukan ikan hasil budidaya tambak, tetapi hasil tangkapan nelayan dari laut. Hal tersebut kemudian memunculkan persoalan baru berupa langkanya ikan bandeng pada musim tertentu. pada dasarnya bandeng yang hasil tangkapan laut dengan hasil budidaya tambak memiliki perbedaan pada aspek kandungannya (Hafiludin, 2015). Sulitnya bahan baku utama untuk didapatkan berdampak pada usaha yang harus berhenti beroperasi. Upaya yang dapat diambil guna mengatasi persoalan berhentinya produksi UMKM pada musim tertentu, yaitu dengan mencari bahan baku pengganti. Bahan baku pengganti yang digunakan oleh kelompok KKN Universitas Jember berupa ikan yang memiliki karakteristik hampir sama dengan ikan bandeng. Ikan yang akhirnya digunakan sesuai dengan hasil diskusi terlebih dahulu dengan para pelaku usaha, yaitu ikan yang sering disebut warga dengan nama ikan *belidha*. Penyebutan nama ikan tersebut sesuai dengan kearifan lokal, dimana penamaan ikan tersebut sudah demikian adanya.

Penggunaan bahan baku ikan pengganti tentunya tidak serta merta dapat diterima oleh pelaku usaha. Pemilik UMKM terlebih dahulu harus diyakinkan bahwa ikan yang berbeda akan memiliki cita rasa yang hampir sama. Pemilik UMKM diberikan pelatihan untuk pembuatan kerupuk ditengah rasa keraguan atas rasa yang akan dihasilkan. Pada dasarnya para pelaku usaha sangat menjaga kualitas produk olahannya. Hal tersebut juga membuat mereka memiliki prinsip lebih baik tidak melakukan produksi daripada harus mengorbankan kepercayaan pelanggan karena penggunaan bahan yang berbeda. Hasil akhir dari upaya percobaan dalam menggunakan bahan baku pengganti dapat berjalan dengan baik, sehingga UMKM kerupuk ikan tidak perlu berhenti melakukan produksi pada saat ikan bandeng belum mampu didapatkan. Penggunaan bahan pengganti bukan berarti mengubah kualitas produk, namun pelaku usaha berupaya untuk tetap menjaga kualitas maupun cita rasa dari kerupuk ikan yang diproduksi.

Branding Produk dan *Digital Marketing*

Branding produk dan *digital marketing* sangat penting dilakukan oleh pelaku usaha yang utamanya UMKM (Mahfudhoh dan Pujiyanto, 2023). Tujuan dari branding produk dan kemampuan dalam mengakses *market place* sebagai upaya pemasaran produk melalui metode *digital marketing* agar produk dari UMKM dapat dikenal dan mampu bersaing sehingga perlu dilakukan dengan baik. Branding produk berupa pembuatan suatu tanda atau identitas dari suatu produk agar promosi yang akan dilakukan dapat berjalan dengan efektif (Narmaditya dkk, 2022). Pengabdian yang dilakukan di Desa Seletreng mempunyai program pendampingan branding produk dan pelatihan *digital marketing* bagi pemilik UMKM kerupuk ikan. UMKM kerupuk ikan yang ada di Desa Seletreng yang merupakan usaha rintisan masih belum memiliki logo atau penanda dari produk yang dihasilkan.

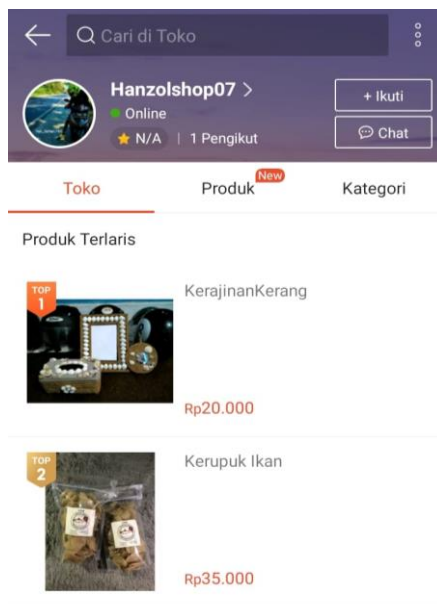
Pemilihan program kerja pendampingan branding produk didasarkan pada kurangnya kemampuan dan pemahaman pemilik UMKM untuk membuat logo atau kemasan pada produknya. Hal tersebut terjadi karena rata-rata pelaku usaha memiliki usaha yang sudah dewasa dengan kisaran 40-an tahun dan tingkat pendidikan yang masih rendah. Kegiatan pendampingan branding produk diawali dengan pembuatan desain logo yang kemudian didiskusikan bersama para pelaku usaha. Pemilik UMKM diberikan penjelasan mengenai logo yang telah selesai melalui tahap desain awal. Logo juga memuat beberapa komponen, yaitu nama pemilik usaha, komposisi, legalitas usaha, sertifikasi halal, tanggal kadaluarsa, dan komponen lainnya. Logo dicetak menggunakan kertas maupun yang berbentuk stiker. Terdapat variasi pada logo yang berkaitan dengan ukuran logo, berat produk pada setiap kemasan, dan sesuai dengan kemasan yang akan digunakan. Kemasan berupa plastik PP dan *standing pouch*, dimana penggunaannya sesuai dengan keinginan dari pemilik usaha dan sasaran penjualan.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2023)
Gambar 4. Branding produk

Pendampingan juga dilakukan pada proses pemasaran produk UMKM melalui pasar online atau *digital marketing* yang memanfaatkan media sosial maupun *market place* lainnya. *Digital marketing* dipilih sebagai metode pemasaran karena memiliki jangkauan yang luas dan pemilik UMKM tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan yang besar untuk pemasarannya (Mubarok, 2021). *Market place* yang dipilih dalam

pendampingan dan pelatihan adalah Shoppe karena sudah sangat familiar dikalangan masyarakat luas. Pelatihan Shoppe dilakukan dengan sasaran utama keluarga atau orang terdekat dari pemilik UMKM yang secara usia masih remaja dan memiliki kapasitas dalam mengakses *platform* tersebut. Adanya pelatihan juga sekaligus menjadi upaya kaderisasi untuk menjamin keberlanjutan dari proses pemasaran produk UMKM yang menjadi binaan KKN Universitas Jember. Penggunaan media sosial atau *market place* juga dapat membantu produsen untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2023)
Gambar 5. *Market place*

KESIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian melalui KKN UMD Universitas Jember dapat berjalan secara baik dan tentu dampaknya dapat dirasakan secara langsung oleh para pemilik UMKM. Pengabdian berupa penguatan dan pendampingan terhadap rintisan UMKM kerupuk ikan tidak hanya berbentuk sosialisasi, tetapi dilakukan interaksi praktik secara langsung oleh para pemilik UMKM. UMKM telah mempunyai modal dasar dalam menjalankan produksinya karena legalitas usaha telah dimiliki. Legalitas yang berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), SPP-IRT, dan sertifikasi halal telah dipegang oleh pelaku usaha. Aspek branding produk dan *market place* juga sudah disiapkan sehingga dapat dijalankan oleh UMKM tersebut. Media sosial dapat dimanfaatkan dalam upaya memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM dan tentunya secara tidak langsung dapat membantu para pemilik UMKM untuk secara bertahap mengembangkan usaha. Pendampingan dan penguatan UMKM tersebut merupakan solusi alternatif yang dapat dilaksanakan sehingga dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha dengan skala kecil untuk terus mempertahankan usahanya. UMKM juga diharapkan memiliki daya saing yang kuat agar mampu bersaing dengan produk-produk hasil pabrikan.

Saran kegiatan Lanjutan

Adanya pendampingan maupun penguatan yang telah diberikan kepada UMKM diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik. Hasil yang telah dicapai agar mampu dilanjutkan sehingga terjadi keberlanjutan yang semakin baik dan menimbulkan manfaat bagi para pelaku usaha. Pemerintah juga perlu lebih memberikan perhatian terhadap para pelaku usaha dan memperbanyak sosialisasi berkaitan dengan legalitas usaha hingga masalah permodalan dalam usaha kecil.

UCAPAN TERIMA KASIH

Jika Terima kasih penulis haturkan kepada Universitas Jember dan LP2M UNEJ yang telah memberikan kesempatan dalam melakukan kegiatan pengabdian melalui wadah KKN UMD Universitas Jember Tahun 2023. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan dalam hal ini, yaitu Bapak Agus Mahardiyanto, S.E., M.A. yang telah memberikan pendampingan, dukungan, dan informasi berkaitan dengan kegiatan pengabdian. Kepada masyarakat yang telah berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan pendampingan.

REFERENSI

- A'yuni, Qurrota. Et Al. (2023). Pendampingan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM Di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso, 2(3), 234-239.
- Hafiluddin. (2015). *Analisis Kandungan Gizi Pada Ikan Bandeng Yang Berasal Dari Habitat Yang Berbeda The Analysis Of Nutritional Content Of Milkfishes Which Come From Different Habitats*, 8(1). <http://journal.Trunojoyo.Ac.Id/Jurnalkelautan>
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *JUPIIS: JURNAL PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL*, 11(2), 324. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.13583>
- Mahfudhoh, Dalillah Hotimatul dan Whyu Eko Pujiyanto. (2023). Digitalisasi Home Industry Produk Fashion Guna Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(1), 1-7.
- Malikal Bulgis, U., Yuliati, L., Istiyani, N., & Sunlip Wibisono. (2023). *Branding Produk Dan Pendampingan Legalitas Usaha Umkm Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember* (Vol. 63, Issue 1). <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/IPMA>
- Mubarok, A., & Duddy Dinantara, M. (2021). *Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada Umkm Desa Pabuaran*, 2(3), 534-539.
- Nurwandri, A., Marzuki, D., & Yanuardin. (2023). Sosialisasi Dan Pendampingan Sertifikasi Produk Halal Bagi Pelaku UMKM Di Desa Air Teluk Hessa, Kecamatan Air Batu, Kabupaten Asahan, 3(3), 60-65. <https://doi.org/>
- Purborini, V. S. (2023). *Pentingnya Legalitas Pirt Dan Nib Bagi Pelaku Usaha Kue Kering*, 14(1).
- Rahma Dewi, S. (2021). Pendampingan Dan Penguatan UMKM Desa Kenongo Melalui Branding Dan Legalitas Produk Di Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks* (Vol. 7, Issue 1).
- Rianawati, A., Savitri, W. D., Prayoga, W., Ecinsia, E., & Bintura, A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat RT 03 RW 07 Mejoyo Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Pengembangan UMKM. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2). <https://doi.org/10.30651/aks.v7i2.16779>
- Shandy Narmaditya, B., Sandi Sugiarto, N., Assabilqul Khoiriah, A., Sheila Anggraini, F., Maulidya Tungga Dewi, H., & Agustina, Y. (2022). Implementasi Branding Produk

UMKM Desa Tumpakrejo Guna Meningkatkan Nilai Jual Produk. *Jurnal Karinov*, 5(2).
<https://doi.org/10.17977/Um045v5i2p091>

Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 17. <https://doi.org/10.35914/Tomaega.V6i1.1271>,