

Pendampingan Pelaku Bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Upaya Pengembangan Potensi Lokal Produk-Produk Pesisir di Kelurahan Ngemplakrejo Kota Pasuruan

Nuruddin¹, M. Asif Nur Fauzi², Azri Zakkiyah³, Ali Machrus^{4*}

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Syaikhona Kholil Sidogiri Pasuruan

Email: ¹nuruddin.nrd1@gmail.com, ²asif.elek21@gmail.com, ³azri@gmail.com,

⁴alicrus@gmail.com

*Correspondence

Article History:

Received: January 2024

Revised: March 2024

Accepted: March 2024

Keywords: Mentoring,
Business Product, UMKM

Abstract: This community service program aims to assist Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Ngemplakrejo Village, Pasuruan City in developing the local potential of coastal products. Ngemplakrejo Village has a wealth of coastal natural resources that have high potential to be processed into products with economic value, but many MSMEs in this area face obstacles in optimizing this potential. These obstacles include lack of knowledge about product processing and packaging, minimal market access, and the absence of an effective branding strategy. This assistance is carried out through several stages, namely identification of local product potential, technical training in product processing and packaging, and development of branding and marketing strategies. In addition, this program also provides education on business legality to increase consumer confidence and expand market reach. With this assistance, it is hoped that MSMEs in Ngemplakrejo Village will be able to improve product quality, strengthen competitiveness, and optimize existing local economic potential. The results of this program are expected to have a positive impact on MSME actors, both in increasing business capacity and in expanding the market for coastal products, so that the contribution of MSMEs to the local economy is increasingly significant.

Kata Kunci: Pendampingan,
Produk Usaha, UMKM

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Ngemplakrejo, Kota Pasuruan dalam

mengembangkan potensi lokal produk-produk pesisir. Kelurahan Ngemplakrejo memiliki kekayaan sumber daya alam pesisir yang berpotensi tinggi untuk diolah menjadi produk bernilai ekonomi, namun banyak UMKM di daerah ini yang menghadapi kendala dalam mengoptimalkan potensi tersebut. Kendala tersebut meliputi kurangnya pengetahuan tentang pengolahan dan pengemasan produk, minimnya akses pasar, serta belum adanya strategi branding yang efektif. Pendampingan ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu identifikasi potensi produk lokal, pelatihan teknis pengolahan dan pengemasan produk, serta pengembangan strategi branding dan pemasaran. Selain itu, program ini juga memberikan edukasi tentang legalitas usaha untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Ngemplakrejo mampu meningkatkan kualitas produk, memperkuat daya saing, dan mengoptimalkan potensi ekonomi lokal yang ada. Hasil dari program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM, baik dalam peningkatan kapasitas usaha maupun dalam perluasan pasar produk-produk pesisir, sehingga kontribusi UMKM terhadap perekonomian lokal semakin signifikan.

Pendahuluan

Kelurahan Ngemplakrejo merupakan kawasan yang potensial di pinggiran Kota Pasuruan sebab secara geografis letaknya berada di pesisir pantai yang kaya akan sumber daya alam pesisir seperti ikan laut dan garam, juga sumber daya air payau seperti budidaya tambak. Lebih dari 80% mata pencaharian penduduk di Kelurahan Tambakrejo berhubungan dengan pengelolaan sumber daya pesisir seperti nelayan, produksi ikan asin, terasi, aneka olahan udang, garam, ikan asap dan lain sebagainya. Secara sosiologis, sebelah utara Kelurahan Ngemplakrejo berbatasan langsung dengan Selat Madura sehingga masyarakatnya didominasi oleh keturunan suku Madura. Masyarakat etnis Madura memiliki etos kerja yang tinggi sehingga pengembangan sumber daya manusia di bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di sektor produk pesisir sesuai dilakukan di daerah ini.

Pengabdian masyarakat kali ini difokuskan terhadap dua hal. Pertama pengembangan UMKM secara eksternal, khususnya pembinaan masyarakat terhadap digitalisasi usaha mikro dengan mengembangkan penjualannya di *marketplace online*, membantu pembaharuan desain *packaging* dari produk-produk yang sudah ada, membantu pemasaran secara digital, dan pengenalan masyarakat terhadap izin-izin resmi pengusaha kuliner seperti Izin Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), izin Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) dan izin sertifikasi halal.

UMKM di wilayah Kelurahan Ngemplakrejo yang berada di pinggiran dapat dikembangkan dengan melakukan digitalisasi produk-produk lokal. Secara kualitas dan kuantitas, produk-produk lokal Kelurahan Ngemplakrejo dapat bersaing dengan produk-produk lokal pesisir lain seperti dari daerah Lamongan, Tuban, bahkan produk asli Madura. Permintaan konsumen terbanyak dari wilayah ini adalah produk ikan asin dan ikan asap yang khas Kota Pasuruan. Mobilisasi produk di wilayah ini ke wilayah lain lebih mudah daripada pengangkutan produk dari Pulau Madura. Dengan melakukan pembaharuan pengemasah atau modernisasi *packaging*, dan meresmikan izin-izin usaha para pelaku UMKM, diharapkan penjualan produk akan meningkat. Fokus kedua adalah pengembangan kualitas sumber daya manusia. Kegiatan yang dilakukan berupa edukasi masyarakat mengenai nilai-nilai positif wirausaha sebagai upaya meningkatkan mentalitas dan moralitas pengusaha yang baik.

Sesuai dengan pernyataan Didi Haryono (2022) yang menyatakan bahwa Pemberdayaan dan Pengembangan UKM Masyarakat Pesisir berdampak pada peningkatan pengetahuan tentang pengolahan sumber daya pesisir, peningkatan diferensiasi produk, brand, pemanfaatan teknologi dan akses internet dalam memasarkan produk yang dihasilkan serta perluasan area pemasaran produk sehingga bisa digunakan oleh konsumen melalui kegiatan pelatihan dan pemberdayaan yang berbasis partisipatif masyarakat¹.

Indonesia adalah Negara maritim yang berdasarkan Konvensi Hukum Laut (*United Nations Convention on The Law of The Sea/UNCLOS*), 62% wilayahnya adalah laut dan perairan. Bagaimanapun, sektor kelautan, perikanan dan UMKM adalah wilayah yang rawan dan berpeluang besar untuk dilakukan kecurangan. Tercatat Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), Menteri Kelautan dan Perikanan di era Kabinet Indonesia Maju, Edhy Prabowo diputus bersalah telah menerima uang suap sebesar Rp 25,7 miliar dari pengusaha eksportir benih bening lobster atau Benur. Selain itu KPK juga menangkap penyelewengan yang dilakukan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) untuk kasus UKMK Fiktif di Jawa Barat sebesar Rp 116,8 miliar dan beberapa catatan aliran dana fiktif di daerah lain di bidang UMKM yang merugikan Negara sampai ratusan miliar. Dalam laman Pusat Edukasi Antikorupsi KPK

¹ D Didiharyono et al., "Pemberdayaan Dan Pengembangan UKM Masyarakat Pesisir Berbasis Platform Digital," *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (2022): 544–53.

kpk.go.id menyatakan bahwa sejak 2004-2021 terdapat 802 kasus penyuapan yang dilakukan oleh swasta atau pengusaha. Catatan KPK menunjukkan, hingga akhir tahun 2022 sebanyak 373 tersangkut kasus korupsi dari swasta. Artinya, bukan hanya perihal kemajuan secara materiil saja yang perlu diperhatikan. Membentuk mental-mental pengusaha kecil yang positif adalah hal yang tidak kalah penting untuk pembangunan bangsa yang kuat².

Penting untuk menciptakan masyarakat yang jujur dan amanah. Pembinaan dilakukan dari pengusaha mikro. Jika komponen terkecilnya sudah baik, maka gabungan dari komponen-komponen tersebut akan menjadi ekosistem yang baik, sehingga bias menjadi masyarakat yang bernegara dengan baik. Nilai-nilai positif yang ditekankan dalam sosialisasi ini dirangkum dalam teori yang pernah dikemukakan Ongki Tedjasurya, yaitu DJITU (Disiplin, Jujur, Inisiatif, Tanggung Jawab, dan Ulet). Sebagai civitas akademika yang menjunjung tinggi nilai-nilai moral, perguruan tinggi harus ikut andil dalam pembentukan mental masyarakat dan mencegah lahirnya pengusaha-pengusaha kotor, ilegal, koruptor yang menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Hasil yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini adalah adanya kemajuan UMKM di kawasan Ngemplakrejo dengan *digitalisasi marketing*, juga terbentuknya masyarakat yang memiliki nilai-nilai positif sebagai pengusaha yang jujur dan amanah.

Metode

Metode pengabdian terkait pendampingan legalitas usaha ini menggunakan *Metode ABCD (Asset-Based Community Development)* adalah pendekatan pengembangan masyarakat yang fokus pada pengidentifikasian dan pengoptimalan aset atau sumber daya yang sudah ada di dalam komunitas³. Identifikasi Aset merupakan upaya mengidentifikasi aset yang dimiliki oleh komunitas di Kelurahan Ngemplakrejo, termasuk sumber daya manusia (pengusaha UMKM, pemimpin komunitas), fisik (lokasi usaha, infrastruktur), ekonomi (produk lokal unggulan, akses pasar), sosial (jaringan sosial, lembaga masyarakat), dan budaya (tradisi, kearifan lokal). pemetaan terhadap potensi produk-produk pesisir yang dimiliki UMKM, serta aset yang dapat mendukung legalitas usaha, seperti akses ke lembaga keuangan atau dinas terkait.

Building Relationships merupakan proses Membangun Kolaborasi Antar-Pelaku UMKM: Fasilitasi pertemuan antar pelaku UMKM untuk saling berbagi pengalaman, tantangan, dan peluang. Ini penting untuk menciptakan solidaritas dan kerjasama dalam upaya mendapatkan legalitas usaha. Memperkuat jaringan sosial dengan

² Komala Ardiyani, Amalia Ilmiani, and Muhammad Maulidin Fachrur, "Evaluasi Kinerja UMKM Ditinjau Dari Aspek Keuangan Dan Aspek Pemasaran Pasca Pandemi Covid 19," *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan* 4, no. 1 (2023): 110–19.

³ Siti Indah Purwaning Yuwana, "Pemberdayaan Dan Peningkatan Kualitas Sdm Masyarakat Dengan Menggunakan Metode Asset Bassed Community Development (Abcd) Di Desa Pecalongan Kec. Sukosari Bondowoso," *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)* 4, no. 3 (2022): 330–38.

menghubungkan pelaku UMKM dengan organisasi kemasyarakatan, kelompok peduli lingkungan, atau asosiasi profesi yang relevan.

Creation of Opportunities merupakan Ciptakan peluang pemasaran bersama dengan memanfaatkan jaringan yang ada, misalnya dengan mengadakan bazar atau pameran produk pesisir yang sudah memiliki legalitas. Melibatkan pelaku UMKM dalam merumuskan rencana aksi bersama untuk meningkatkan legalitas usaha, termasuk penyusunan timeline, tanggung jawab masing-masing, dan target yang ingin dicapai.

Developing the Vision merupakan pengembangan Bersama-sama dengan pelaku UMKM dan masyarakat, rumuskan visi jangka panjang tentang pengembangan produk pesisir di Kelurahan Ngemplakrejo yang berfokus pada keberlanjutan, peningkatan kesejahteraan, dan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. komitmen jangka panjang dari seluruh pihak yang terlibat, baik dari pelaku UMKM, komunitas, maupun mitra eksternal untuk terus mendukung pengembangan potensi lokal secara berkelanjutan.

Dengan menggunakan metode ABCD, program pendampingan legalitas usaha pada UMKM di Kelurahan Ngemplakrejo tidak hanya fokus pada mengatasi masalah, tetapi juga memanfaatkan dan memperkuat aset yang sudah ada di komunitas. Pendekatan ini akan membantu UMKM dalam memperkuat legalitas dan, pada saat yang sama, meningkatkan potensi lokal produk pesisir yang mereka miliki, sehingga dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perekonomian lokal.

Pelaksanaan pendampingan pengembangan produk pesisir ini dilaksanakan sesuai dengan *time Schedule* dibawah ini:

Tabel 1. *Time Schedule* Pengabdian Masyarakat Kelurahan Ngemplakrejo

No	Nama Kegiatan	Tanggal Pelaksanaan	Jumlah Peserta	Hasil
1	Survey Lokasi	22 Januari 2024	30	
2	Workshop Mentalitas Enterpreuner	24 Januari 2024	30	
3	Pendampingan Pengolahan Ikan Asap	02 Januari 2024	15	
4	Pendampingan Pengolahan Ikan Asin	05 Januari 2024	8	
5	Pendampingan Pengolahan Garam	07 Januari 2024	7	
6	Pendampingan Pengolahan Hasil Udang	10 Januari 2024	30	

Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi tentang Mentalitas kepada Pelaku UMKM dalam Pengembangan produk lokal Ngemplakrejo Kota Pasuruan

Sosialisasi adalah proses penyampaian informasi, pengetahuan, atau pemahaman kepada sekelompok orang atau masyarakat mengenai suatu topik, kebijakan, program, atau isu tertentu. Tujuan utama dari sosialisasi adalah untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan partisipasi masyarakat terhadap topik yang disosialisasikan⁴.

Sesuai dengan pengabdian yang dilakukan bahwa sosialisasi tentang mentalitas berusaha kepada pelaku UMKM menjadi penting dilakukan karena tidak sedikit pengusaha yang *gulung tikar* karena mental bersaingnya sangat rendah sehingga menumbuhkan mental berwirausaha ini harus diberikan untuk meningkatkan daya saing diri terhadap persaingan yang terus berkembang.

Pentingnya sosialisasi tentang mentalitas berwirausaha ini sesuai dengan pernyataan Ahmad Nosari (2002) yang menyatakan bahwa mentalitas yang sehat, positif, menarik dan memberi kepuasan mampu dijadikan sebagai upaya mencapai tujuan dan menjadi wirausahawan sukses. Hal ini dikarenakan mentalitas berwirausaha merupakan rangkaian mata rantai bagi seorang wirausahawan.⁵



Gambar 1. Sosialisasi Mentalitas Berwirausaha

⁴ Cut Devi Maulida Sari and Rusma Setiyana, "Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm)," *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar* 2, no. 1 (2020): 63–73.

⁵ Ahmad Nosari, "Mentalitas Seorang Wirausaha, Memimpin Dan Memotivasi Orang Lain," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 8, no. 28 (2002): 73–78.

Dalam konteks program pengabdian kepada masyarakat, sosialisasi biasanya dilakukan untuk memperkenalkan program atau kegiatan yang akan dilaksanakan, memberikan informasi tentang manfaat dan tujuan dari program tersebut, serta mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif. Sosialisasi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti seminar, workshop, pertemuan langsung, penyebaran brosur, atau melalui media massa dan media sosial.

Terkait dengan program pendampingan legalitas usaha bagi UMKM, sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya legalitas usaha, prosedur pengurusan izin, dan manfaat yang akan mereka peroleh setelah usahanya memiliki legalitas yang sah. Masyarakat Kelurahan Ngemplakrejo yang memiliki mata pencaharian di bidang pesisir dan secara sosiologis termasuk orang-orang beretos kerja Islami tinggi cenderung mudah untuk dilakukan pembinaan.

1. Disiplin.

Disiplin adalah kunci untuk keberhasilan dalam berbagai profesi, termasuk nelayan dan pekerja pesisir lain. Nelayan menghadapi banyak faktor yang tidak bisa mereka kendalikan sepenuhnya seperti cuaca, kondisi laut, jumlah hasil tangkapan, dan kebutuhan untuk menjaga kualitas dari hasil tangkapan. Dari segi keselamatan, disiplin membantu menjaga keselamatan nelayan di laut. Mereka perlu memantau perkiraan cuaca, mematuhi aturan navigasi, dan mengantisipasi perubahan cuaca yang dapat membahayakan⁶.

Dengan disiplin, nelayan dapat menjalankan operasional mereka secara efisien. Termasuk dalam mempersiapkan peralatan jaring, kail, mesin kapal, merawat perahu, dan alat tangkap agar selalu siap digunakan. Disiplin juga dibutuhkan dalam konservasi sumber daya. Nelayan memerlukan nilai disiplin dalam mengikuti aturan yang berlaku terkait zona penangkapan ikan, ukuran dan jumlah hasil tangkapan, serta musim penangkapan. Praktik perikanan yang berkelanjutan membantu menjaga populasi ikan agar tetap lestari. Ini penting untuk memastikan bahwa mata pencaharian nelayan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Hal terpenting lain adalah disiplin dalam pengelolaan waktu. Disiplin membantu nelayan mengatur waktu mereka dengan baik, termasuk kapan harus berlayar, kapan harus memulai dan mengakhiri penangkapan, serta kapan harus kembali ke pelabuhan. Hal ini membantu mereka mengoptimalkan waktu kerja dan istirahat. Terakhir, disiplin membantu membangun hubungan kerja sama yang baik dengan rekan-rekan nelayan lainnya dan pihak terkait lainnya di industri perikanan.

⁶ Ayu Linanda, "Membangun Gen Aksi Keluarga Jujur, Keluarga Bahagia, Sebagai Budaya Anti Korupsi Berbasis Keluarga," *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi* 1, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.33292/mayadani.v1i2.16>.

2. Jujur.

Kejujuran adalah nilai fundamental yang harus dijunjung tinggi oleh produsen UMKM. Kejujuran tidak hanya membangun reputasi yang baik, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen yang merupakan kunci keberhasilan jangka panjang. Kekayaan alam laut merupakan salah satu pendapatan Negara yang terbesar. Pada tahun 2022 saja, Kementerian Perikanan dan Kelautan (KKP) berhasil merealisasikan Pendapatan Negara Bukan Pajak (BNBP) sektor kelautan dan perikanan menyumbang pendapatan Negara sebanyak Rp 1,8 triliun. Apabila tidak ada penyelewengan sama sekali dari hulu ke hilir, maka pendapatan Negara tentu akan lebih besar. Pekerja UMKM produk-produk pesisir adalah orang-orang yang menyumbang peran dalam pembentukan rantai produksi sektor kelautan.

Aplikasi nilai kejujuran lain adalah dengan menjaga kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Masyarakat Kelurahan Ngemplakrejo tidak mencurangi konsumen dengan memproduksi ikan asin berbahan pengawet. Budidaya udang juga tidak menggunakan formalin.

3. Inisiatif Musim angin pada bulan Agustus yang menyebabkan sedikitnya ikan, mengharuskan nelayan mencari cara agar tetap dapat menghidupkan proses produksi ikan asin dan ikan asap.
4. Tanggung jawab. Cara yang dilakukan dalam menangkap maupun mengolah hasil laut harus bertanggung jawab. Menjala ikan tidak dengan menggunakan bahan peledak atau racun yang bisa merusak alam. Pengolahannya juga bertanggung jawab agar tidak membahayakan konsumen.
5. Ulet. Digitalisasi memiliki tantangan lain dibanding penjualan secara luar jaringan. Pasar tradisional tidak hanya bersaing dengan pasar modern, akan tetapi juga dengan pasar *online*.

Pasar *online* memberikan banyak kelebihan yang tidak dimiliki pasar tradisional, di antaranya kemudahan untuk berbelanja, gratis ongkos kirim, dan penjualan langsung dari produsen yang menyebabkan harga barang menjadi lebih murah. Bagi penjual, saingan di pasar *online* semakin ketat karena pembeli bisa diarahkan ke ratusan bahkan ribuan penjual yang memiliki lapak di pasar *online*. Contohnya jika kita mencari "ikan asin", maka yang keluar dari hasil pencarian adalah ratusan lapak online yang menjual aneka ikan asin dengan menunjukkan sudah terjual berapa ikan asinnya. Saat ini ada metode baru pemasaran online dengan cara Live. Penjual menawarkan barang secara langsung yang menanggapi pertanyaan-pertanyaan konsumen secara langsung. Penjual harus ulet mengikuti perkembangan zaman. H

Pendampingan Pemasaran produk Pesisir

Pendampingan pemasaran produk ikan asap ini merupakan salahsatu kegiatan yang dilakukan dalam Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk

mendampingi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan strategi pemasaran produk ikan asap di Kelurahan Ngemplakrejo, Kota Pasuruan. Ikan asap merupakan salah satu produk unggulan daerah yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun, para pelaku UMKM sering menghadapi berbagai tantangan dalam hal pemasaran, seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya pengetahuan tentang teknik pemasaran digital, dan branding produk yang masih lemah.

Dalam era digital yang berkembang pesat, pengetahuan tentang teknik pemasaran digital dan branding produk menjadi sangat penting, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mengelola produk olahan ikan asap. Dengan memahami teknik pemasaran digital, pelaku UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform online seperti media sosial, e-commerce, dan website untuk memasarkan produk ikan asap mereka. Hal ini memungkinkan produk mereka dijangkau oleh konsumen yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada pasar lokal tetapi juga nasional.

Sesuai dengan yang disampaikan Edison (2021) yang menyatakan bahwa pentingnya *sistem e-commerce* akan sangat mampu mempertemukan antara produk dengan konsumen dalam rentang yang luas bahkan hampir tak terbatas. Artinya, selagi ada jaringan/akses internet maka sepanjang itu produk-produk yang ditawarkan dapat bertemu dengan konsumennya. Ke depan memang diperlukan sistem pemberdayaan Kube yang mengkolaborasikan dengan partisipasi kaum milenial sebagai tim digital marketingnya⁷.

Selain itu, Branding yang kuat adalah kunci untuk membedakan produk ikan asap dari produk kompetitor. Dengan membangun merek yang kuat, UMKM dapat menciptakan identitas produk yang unik, yang mencerminkan kualitas, keaslian, dan keunggulan produk pesisir ini. Branding yang efektif melalui logo, kemasan, dan narasi merek membantu menarik perhatian konsumen pada pandangan pertama. Hal ini penting dalam pasar yang kompetitif di mana konsumen memiliki banyak pilihan. Maka dari itu konsep pengabdian dalam pengabdian ini adalah workshop branding produk agar dalam keberlanjutan pemasaran produk tersebut dapat menjadi inisiasi sentra ikan asap di kelurahan tersebut dan memudahkan dalam meningkatkan daya beli konsumen.

⁷ Edison Edison and Fitri Kurnianingsih, "Penguatan Kewirausahaan Melalui Pendampingan Sistem E-Commerce Pada Desa Pesisir Di Kabupaten Bintan," *Alfatina: Journal of Community Services* 1, no. 1 (2021): 27–34.



Gambar 2. Pendampingan Proses Pengolahan Produk Pesisir

Pendampingan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu analisis pasar untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan, pelatihan teknis tentang strategi pemasaran, pengembangan branding produk, serta penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, program ini juga melibatkan pendampingan langsung dalam proses promosi dan penjualan produk, baik melalui media sosial, e-commerce, maupun pameran produk lokal.

Dengan adanya program pendampingan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan kapasitas mereka dalam memasarkan produk ikan asap secara lebih efektif dan efisien. Hasil yang diharapkan dari program ini adalah peningkatan volume penjualan, perluasan pasar, dan penguatan brand produk ikan asap yang berasal dari Kelurahan Ngemplakrejo. Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para pelaku UMKM melalui optimalisasi potensi lokal dan peningkatan daya saing produk di pasar yang lebih luas⁸.

Untuk menunjang pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam kegiatan pendampingan yang dilakukan kepada pelaku UMKM juga dilaksanakan dengan workshop labelity terhadap produk yang akan dipasarkan. Hal ini sesuai dengan gambar dibawah ini:

⁸ Dyah Istiyanti, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Di Desa Sukawening (Community Empowerment Through Development of Tourist Villages in Sukawening Village)," *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* 2, no. 1 (2020).



Gambar 3. Workshop Labelity Produk Pesisir

Workshop labeling memberikan pelaku UMKM di sektor produk pesisir pengetahuan dan keterampilan yang sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas, daya saing, dan keberlanjutan produk mereka. Dengan pelabelan yang tepat, produk pesisir tidak hanya memenuhi standar legal tetapi juga memiliki kesempatan yang lebih besar untuk sukses di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, Workshop labeling berperan penting dalam pendampingan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada pengembangan produk pesisir.

Hal ini sesuai dengan hasil pengabdian Andy Hasriningsih (2023) yang menyatakan bahwa masih banyak UMKM yang cenderung terlalu fokus pada produk itu sendiri, sehingga pengembangan aspek kemasan dan label yang mematuhi standar sering terabaikan. Diperlukan komitmen kuat dari para pelaku UMKM untuk mengakui bahwa peningkatan kualitas kemasan mencerminkan inovasi produk yang ada. Kemasan berkualitas tinggi bukan hanya investasi dalam membangun citra merek, tetapi juga dapat menjadi faktor peningkat daya saing produk di pasaran. Maka dari itu workshop tentang labelity ini penting untuk dilakukan.

Pelabelan produk adalah salah satu persyaratan utama dalam regulasi makanan dan produk konsumsi. Label yang sesuai dengan standar hukum membantu UMKM mematuhi peraturan yang berlaku, seperti aturan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan sertifikasi halal. Dengan adanya workshop tersebut pelaku UMKM yang mengikuti workshop labeling akan lebih memahami cara memenuhi persyaratan ini dengan benar. Workshop labeling membantu UMKM menghindari risiko hukum, seperti denda atau penarikan produk dari pasar akibat pelabelan yang tidak sesuai. Ini memastikan produk pesisir mereka dapat dipasarkan secara legal dan aman.

Labeling yang baik memberikan informasi yang jelas tentang produk, seperti bahan baku, tanggal kedaluwarsa, informasi nutrisi, dan petunjuk penggunaan. Konsumen

cenderung lebih percaya dan puas dengan produk yang transparan dan informatif. Produk yang memiliki label yang profesional dan menarik dapat membangun reputasi merek yang baik. Workshop labeling membantu UMKM memahami elemen-elemen penting dalam desain label yang dapat memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Kendala Pendampingan Pelaku Bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Upaya Pengembangan Potensi Lokal Produk-Produk Pesisir di Kelurahan Ngemplakrejo Kota Pasuruan

Pendampingan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam upaya pengembangan potensi lokal produk-produk pesisir di kelurahan sering kali menghadapi berbagai kendala yang dapat menghambat efektivitas program. beberapa kendala yang dieu dalam pendampingan yang dilakukandiantaranya:

1. Minimnya Pendidikan dan Pelatihan

Berdasarkan identifikasi kebutuhan yang dilakukan bahwa Banyak pelaku UMKM di daerah pesisir yang memiliki tingkat pendidikan formal yang rendah dan kurangnya akses terhadap pelatihan yang relevan. Hal ini membuat mereka kesulitan dalam memahami konsep-konsep bisnis, pemasaran, dan pengelolaan usaha yang modern. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital menjadi kendala signifikan, terutama dalam hal pemasaran online dan manajemen keuangan berbasis digital.

2. Kurangnya Akses ke Pasar

Pelaku UMKM di daerah pesisir sering kali memiliki jaringan pemasaran yang terbatas, sehingga sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas di luar komunitas lokal. Banyak UMKM masih bergantung pada pasar tradisional atau penjualan langsung di sekitar lokasi produksi, yang membatasi potensi pertumbuhan dan eksposur produk.

3. Tantangan dalam Pengelolaan dan Manajemen Usaha

pelaku UMKM yang belum memiliki kemampuan manajerial yang memadai, seperti dalam hal perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Kesulitan dalam memprediksi permintaan pasar sering menyebabkan produksi berlebih atau kurang, yang mengakibatkan kerugian atau tidak maksimalnya potensi pendapatan.

4. Permasalahan Legalitas dan Regulasi

UMKM di daerah pesisir yang belum memiliki legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) atau izin-izin lainnya, yang membatasi kemampuan mereka untuk mengakses program pemerintah, pembiayaan, dan pasar yang lebih besar. Pelaku UMKM sering tidak memahami peraturan dan standar yang berlaku,

seperti peraturan mengenai keamanan pangan, sertifikasi produk, atau perlindungan konsumen, yang dapat menjadi penghalang dalam memasarkan produk secara lebih luas.

Kesimpulan

Sesuai dengan hasil pendampingan yang dilakukan pada pelaku UMKM di kelurahan Ngemplakrejo Kota Pasuruan dihasilkan bahwa pengembangan UMKM produk-produk pesisir dapat dilakukan dari luar dan dari dalam, dari segi fisik dan dari segi psikis. Pengembangan yang dilakukan di Kelurahan Ngemplakrejo dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, memperkuat identitas budaya lokal, serta mendukung keberlanjutan ekonomi di tingkat lokal. Masih diperlukan upaya lanjutan dalam memperkuat jaringan kerjasama antar pelaku UMKM dan pemangku kepentingan lainnya guna mengoptimalkan hasil dari pengembangan UMKM ini. Ke depan bisa dikembangkan potensi alam lainnya berupa sumber daya angin yang sangat kencang. Jika biayanya mencukupi, bisa dijadikan sumber pembangkit listrik tenaga angin.

Daftar Pustaka

- Ardiyani, Komala, Amalia Ilmiani, and Muhammad Maulidin Fachrur. "Evaluasi Kinerja UMKM Ditinjau Dari Aspek Keuangan Dan Aspek Pemasaran Pasca Pandemi Covid 19." *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan* 4, no. 1 (2023): 110–19.
- Didiharyono, D, Arif Ferdian, Patahiruddin Patahiruddin, and Besse Qur'ani. "Pemberdayaan Dan Pengembangan UKM Masyarakat Pesisir Berbasis Platform Digital." *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (2022): 544–53.
- Edison, Edison, and Fitri Kurnianingsih. "Penguatan Kewirausahaan Melalui Pendampingan Sistem E-Commerce Pada Desa Pesisir Di Kabupaten Bintan." *Alfatina: Journal of Community Services* 1, no. 1 (2021): 27–34.
- Istiyanti, Dyah. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Di Desa Sukawening (Community Empowerment Through Development of Tourist Villages in Sukawening Village)." *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* 2, no. 1 (2020).
- Linanda, Ayu. "Membangun Gen Aksi Keluarga Jujur, Keluarga Bahagia, Sebagai Budaya Anti Korupsi Berbasis Keluarga." *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi* 1, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.33292/mayadani.v1i2.16>.
- Nosari, Ahmad. "Mentalitas Seorang Wirausaha, Memimpin Dan Memotivasi Orang Lain." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 8, no. 28 (2002): 73–78.
- Sari, Cut Devi Maulida, and Rusma Setiyana. "Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm)." *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar* 2, no. 1 (2020): 63–73.
- Yuwana, Siti Indah Purwaning. "Pemberdayaan Dan Peningkatan Kualitas Sdm Masyarakat Dengan Menggunakan Metode Asset Based Community Development (Abcd) Di Desa Pecalongan Kec. Sukosari Bondowoso." *Sasambo: Jurnal Abdimas*

(Journal of Community Service) 4, no. 3 (2022): 330–38.