

Kumawula, Vol.6, No.1, April 2023, Hal 211 – 219

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i1.42460>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

PENINGKATAN DAYA SAING UKM MELALUI INOVASI OLAHAN BANDENG PRESTO

Isti Khomah^{1*}, Mohamad Harisudin², Indah Nurhidayati³, Erlyna Wida Riptanti⁴, Raden Rara Aulia Qonita⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta

*Korespondensi : aiyanakanza@staff.uns.ac.id

ABSTRACT

UKM Bandeng Presto Bu Rita is an SME in the food sector, mainly processed milkfish. UKM Bandeng Presto Bu Rita is located in Boyolali Regency. The fierce competition in food products required UKM Bandeng Presto Bu Rita to innovate. This community activity aimed to help the SME partner overcome problems and provide solutions to their business problems. The production process of milkfish sticks was still manual, so it was inefficient, the label production code still used manual code, and online marketing was still simple. The method carried out by the Community Service Team was the introduction of planetary mixers for making milkfish sticks, the introduction of production code printing machines directly on the packaging, and online marketing assistance. The results of this community activity showed an increasing knowledge of partner SME managers' business management, improving milkfish processing businesses' production technology, and applying information technology in marketing their production results.

Keywords: Competitiveness; Innovation; Online Marketing; Milkfish Sticks

ABSTRAK

UKM Bandeng Presto Bu Rita adalah UKM bidang makanan khususnya olahan bandeng. UKM Bandeng Presto Bu Rita berada di Kabupaten Boyolali. Persaingan yang ketat di bidang produk makanan mengharuskan UKM Bandeng Presto Bu Rita untuk berinovasi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan membantu UKM mitra dalam mengatasi masalah serta memberikan solusi atas permasalahan usahanya. Proses produksi stik bandeng masih manual sehingga tidak efisien, label kode produksi masih menggunakan kode manual, dan pemasaran *online* masih sederhana. Metode pengabdian yang dilakukan oleh Tim Pengabdian adalah introduksi *planetary mixer* untuk membuat stik bandeng, introduksi mesin *print* kode produksi langsung pada kemasan, dan pendampingan pemasaran *online*. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya pengetahuan manajemen bisnis pengelola UKM mitra, perbaikan teknologi produksi usaha olahan bandeng, serta penerapan teknologi informasi dalam memasarkan hasil produksinya.

Kata Kunci: Daya Saing; Inovasi; Pemasaran *Online*; Stik Bandeng

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 04/12/2022

Diterima : 26/12/2022

Dipublikasikan : 10/04/2023

PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia mampu menunjukkan menjadi tumpuan perekonomian nasional pasca krisis tahun 1997. Hal ini membuktikan bahwa pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia adalah UMKM. Kelompok pelaku ekonomi terbesar juga dibuktikan dengan bertambahnya jumlah UMKM setiap tahunnya (Ramadhani & Arifin, 2013). Hal ini dikarenakan UMKM di Indonesia merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional (Prihatiningtias et al., 2021). Namun saat pandemi, tercatat bahwa dari 63,9% UMKM terdampak, 30% lebih UMKM yang mengalami penurunan omzet, sedangkan yang mengalami peningkatan omzet hanya 3,8% (Putra, 2022).

Pelaku usaha harus mampu bertahan pada era *new normal* dengan mempersiapkan strategi dalam menghadapi persaingan. Upaya yang harus dilakukan oleh UMKM salah satunya dengan inovasi. Inovasi dijadikan sebagai sebuah strategi yang mampu membawa UMKM bertahan dan keluar dari krisis. Bahkan, perusahaan besar pun menggunakan inovasi di tengah pandemi saat ini (Setiawardani, Niaga, & Bandung, 2022). Dengan demikian, pelaku usaha mau berinovasi agar mampu memenangkan persaingan bisnis (Arianto, Wahyudi, & Iswono, 2014).

Gencarnya arus digitalisasi sekarang ini, jika ada pelaku UMKM yang tidak mau berinovasi maka akan terdisrupsi. Adanya inovasi yang dilakukan UMKM dapat meningkatkan daya saingnya sehingga dapat terus maju dan berkarya mengikuti kompetisi pasar (Mawardi, Aprilisanda, Pembangunan, Veteran, & Timur, 2021).

Daya saing adalah kemampuan dari suatu industri yang menunjukkan keunggulan dalam suatu perihal, pada saat kondisi maupun situasi tersebut, yang paling bisa memberikan keuntungan dan hasil pekerjaan yang lebih bagus (Kusnandar dkk., 2021). Kemampuan yang dilakukan oleh UMKM untuk memperoleh suatu karakteristik produk dan kinerja yang lebih tinggi dibandingkan

pesaingnya adalah keunggulan daya saing (Arifin, 2017). Banyaknya pelaku usaha, dalam hal ini UMKM di Indonesia, yang memanfaatkan potensi dan peluang dari kekayaan alam yang ada perlu memiliki daya saing tersebut.

Indonesia beriklim tropis dan masuk dalam perairan tropis menjadikan terkenal kaya dengan kekayaan alam yang ada di perairan, terutama ikan. Berdasarkan beberapa literatur diketahui tidak kurang dari 3.000 jenis ikan yang hidup di Indonesia (Genisa, 1999). Dari 3.000 jenis tersebut sebanyak 2.700 jenis (90 %) hidup di perairan laut dan sisanya 300 jenis (10 %) hidup di perairan air tawar dan payau. Berdasarkan dari jumlah tersebut di atas, tidak semua tergolong ikan ekonomis. Strategi masyarakat lokal dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara memanfaatkan kekayaan alam yang ada berdasarkan adanya potensi dan peluang usaha. Kebanyakan usaha yang dilakukan masyarakat meliputi pada produksi makanan dan minuman tradisional dengan memanfaatkan bahan baku dan cara yang berasal dari lingkungan alam tersebut (Samodro, 2018).

Salah satu jenis kekayaan alam yang ada di Indonesia adalah ikan. Ikan merupakan salah satu sumber protein yang sangat dibutuhkan oleh manusia, karena kandungan proteinnya tinggi, mengandung asam amino esensial yang diperlukan oleh tubuh. Selain itu, nilai biologisnya mencapai 90%, dengan jaringan pengikat sedikit sehingga mudah dicerna. Hal penting adalah harganya jauh lebih murah dibandingkan dengan sumber protein lain.

Salah satu jenis ikan yang banyak digemari oleh masyarakat yaitu ikan bandeng. Budidaya ikan yang mudah dan sangat toleran terhadap perubahan kualitas lingkungan dan tahan terhadap penyakit, bahkan di beberapa daerah cara memelihara bandeng tanpa memberikan pakan buatan, karena bandeng pada dasarnya adalah jenis ikan herbivora, yaitu jenis ikan pemakan tumbuhan (Makmur, Budimawan, & Salengke, 2020). Selain itu, ikan bandeng termasuk ikan makanan berkualitas tinggi dengan tingkat pertumbuhan

yang cepat, dan sangat tahan terhadap penyakit (Ganesh et al., 2020).

Berdasarkan dari aspek konsumsi, Ikan bandeng tergolong sumber protein hewani, yang tidak mengandung kolesterol. Maka, tidak heran jika ikan bandeng digunakan sebagai bahan baku untuk produk olahan bandeng. Ikan bandeng (*Chanos chanos*) merupakan jenis ikan air laut, tawar, dan payau yang mempunyai prospek yang cukup baik dan memiliki beberapa keunggulan dibanding dengan jenis ikan lain. Ikan bandeng merupakan bahan pangan yang mengandung gizi yang cukup dan bermanfaat bagi tubuh. Dengan demikian, salah satu cara memanfaatkan hasil perikanan Indonesia adalah dengan mengolah produk perikanan tersebut sesuai dengan produk bandeng yang dikonsumsi masyarakat luas (Primyastanto, Intyas, Fattah, Rosita, & Aldy Khoiri, 2019).

UKM Bandeng Presto Bu Rita berada di Kabupaten Boyolali. UKM ini membuat produk olahan ikan yaitu ikan bandeng. UKM Bandeng Presto Bu Rita memerlukan kurang lebih 200 kg ikan bandeng per bulan dengan harga Rp 20.000,00-Rp 22.000,00 per kg. Bahan baku yang digunakan untuk olahan ikan diperoleh dari penjual ikan di dekat tempat produksi. UKM Bandeng Presto Bu Rita dalam sebulan dapat menghasilkan 100-120 kg olahan bandeng presto, dengan kisaran harga Rp 26.000,00-Rp 28.000,00.

Produk olahan Bandeng Presto Bu Rita meliputi pepes bandeng, bandeng kremes, bandeng *crispy*, *nugget* bandeng, stik bandeng, kacang bandeng, dan abon bandeng. UKM Bandeng Presto Bu Rita telah melakukan diversifikasi produk yang merupakan upaya untuk meningkatkan nilai tambah, pangsa pasar, dan penjualan agar memiliki keunggulan bersaing (Sofia & Yunita, 2022). Adanya inovasi produk baru yang dihasilkan akan membuat konsumen tertarik.

Produksi ikan bandeng meningkat setiap tahunnya yang berkaitan erat dengan meningkatnya tingkat konsumsi bandeng setiap tahun sehingga meningkatkan permintaan ikan bandeng. Namun, kebanyakan orang kurang suka mengonsumsi ikan bandeng dikarenakan

banyaknya duri (Kurniasih, Sumardianto, Swastawati, & Rianingsih, 2017). Kenyataan inilah yang membuat UKM Bandeng Presto Bu Rita berani mengubah dan memiliki ide untuk menciptakan inovasi olahan produk yang lebih bervariasi (Widiyastuti & Tanfidiyah, 2021). Hal ini dilakukan oleh UKM Bandeng Presto Bu Rita agar produk bandeng dapat disukai oleh masyarakat.

UKM harus berdaya saing dengan mencari keunggulan kompetitif yang dapat membantu meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan. Persaingan dalam bisnis ditentukan oleh keunggulan yang dimiliki (Sumaryana, 2018). Selain inovasi produk, *branding* produk perlu dilakukan oleh UKM. Saat ini, cara *mem-branding* produk memiliki banyak variasi. Selain dalam bentuk tulisan dan gambar, berkat adanya kemajuan teknologi, *branding* produk telah dibuat dalam video pendek. Hal ini memudahkan informasi tersebut disebarluaskan melalui media sosial (Sari et al., 2021). Membangun *branding* dengan menggunakan berbagai media *online* merupakan salah satu kegiatan yang termasuk ke dalam *digital marketing* (Wibowo et al., 2021). Saat ini, media sosial digunakan oleh masyarakat sebagai sarana untuk mencari informasi yang paling utama (Miati & Tresna, 2020). Media sosial menjadi salah satu alat yang paling mudah digunakan oleh para pelaku usaha UKM untuk melakukan kegiatan pemasaran digital. Media sosial yang paling banyak digunakan dan terbilang cukup mudah pengelolaannya yaitu Instagram (Hilmiana & Kirana, 2022).

Pentingnya implementasi *digital marketing* yang merupakan sebuah keharusan dan tantangan bagi UKM karena semakin beratnya persaingan (Widiyanti, Riptanti, Suherlan, & Santoso, 2022). Berdasarkan permasalahan di atas, permasalahan UKM adalah 1) proses pembuatan stik bandeng yang masih manual sehingga membutuhkan waktu yang lama, 2) label kode *expired* masih sederhana, dan 3) pemasaran *online* yang masih terbatas. Solusi atas permasalahan di atas adalah 1) introduksi *planetary mixer* untuk pembuatan stik bandeng, 2) introduksi mesin *print* kode

untuk melabeli langsung pada kemasan, dan 3) pendampingan pemasaran *online*. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah pentingnya penguatan daya saing pada UKM Bandeng Presto Bu Rita melalui inovasi olahan bandeng sehingga UKM memiliki produk yang memiliki daya saing dan meningkatkan penjualan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai pada bulan Maret sampai dengan November 2022. Tahapan kegiatan pengabdian meliputi: 1) Persiapan melalui koordinasi tim internal pengabdian, 2) Sosialisasi kegiatan pengabdian ke UKM Bandeng Presto Bu Rita, 3) Pelaksanaan program pengabdian: pelatihan *digital marketing*, introduksi *planetary mixer*, dan mesin *print* kode, 4) Pendampingan dan evaluasi kegiatan pengabdian, serta 5) pembuatan laporan.

Tahap persiapan kegiatan pengabdian diawali dengan koordinasi internal Tim Pengabdian meliputi merencanakan survei awal ke mitra, sosialisasi kegiatan kepada mitra, dan persiapan serta perencanaan pelaksanaan program. Pentingnya survei awal ke mitra sasaran karena berkaitan dengan perencanaan dan desain program yang sesuai dan tepat dengan kebutuhan UKM sasaran. Selain itu, tahap persiapan juga mendiskusikan tentang kebutuhan sumber daya yang akan dibutuhkan pada pelaksanaan program pengabdian.

Tujuan adanya sosialisasi guna mengomunikasikan kepada mitra terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian agar sesuai dengan target yang diharapkan. Saat sosialisasi juga Tim Pengabdian dan mitra berdiskusi terkait dengan waktu perencanaan pelaksanaan pengabdian. Hal ini dilakukan agar Tim Pengabdian dan mitra dapat menyamakan persepsi terkait dengan pelaksanaan program yang akan dilaksanakan.

Pelaksanaan program kegiatan pengabdian, yaitu pelatihan *digital marketing*, introduksi *planetary mixer*, dan mesin *print* kode. Adanya pendampingan *digital marketing* bagi mitra sasaran diperlukan agar mitra bisa memperluas jangkauan pasar dan berdaya

saing. Tim Pengabdian dan mahasiswa pendamping melakukan pendampingan kepada UKM mitra agar mampu mengimplementasikan jenis media sosial ataupun *marketplace* yang akan digunakan. Tim Pengabdian memperkenalkan alat pencampur/pengaduk adonan stik bandeng dengan menawarkan model *planetary mixer* yang sesuai dan cocok dengan kebutuhan dari UKM mitra. Tim Pengabdian juga menawarkan alat mesin *print* kode yang bisa langsung digunakan pada kemasan produk stik bandeng agar kemasan lebih bagus.

Tim Pengabdian dan mahasiswa pendamping melakukan pendampingan dan evaluasi terhadap kegiatan pengabdian yang sudah berjalan. Pendampingan yang intensif kepada mitra ini perlu dilakukan guna mengetahui beberapa permasalahan setelah dilakukannya introduksi alat maupun pelatihan. Pendampingan juga akan menjaga interaksi antara Tim Pengabdian dan mitra sasaran (Pardono, Muhammad, Khomah, Ihsaniyati, & Setyowati, 2022).

Tim Pengabdian juga perlu melakukan evaluasi dari kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan. Hal ini karena evaluasi dilakukan untuk melihat adanya perubahan baik dari kemampuan teoritis maupun praktiknya dan tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian. Dampak dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian diawali dengan koordinasi Tim Pengabdian yang dilaksanakan di Fakultas Pertanian UNS pada tanggal 11 Mei 2022. Hasil koordinasi internal ini menghasilkan kesepakatan waktu untuk sosialisasi kegiatan pengabdian ke UKM Bandeng Presto Bu Rita, rencana pelatihan *digital marketing*, dan introduksi beberapa alat yang dibutuhkan oleh mitra sasaran. Sosialisasi ke UKM Bandeng Presto Bu Rita pada tanggal 4 Juni 2022 yang berlokasi di Kabupaten Boyolali. Saat sosialisasi kegiatan pengabdian, membahas tentang rencana kegiatan pengabdian kepada mitra sasaran terkait dengan

waktu dan kebutuhan riil yang dibutuhkan. Hasil sosialisasi meliputi 1) Adanya pelatihan *digital marketing* dan pendampingan, 2) Introduksi alat *planetary mixer*, dan 3) Introduksi mesin *print* kode.

Dampak dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan sudah menunjukkan hasil yang lebih meningkat, baik dari segi pengetahuan teoritis dan praktis. Hal ini dapat ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Dampak Kegiatan Pengabdian Kepada UKM Bandeng Presto Bu Rita

Komponen Evaluasi	Sebelum	Setelah
Pengetahuan terhadap:		
1. <i>Digital marketing</i>	60%	85%
2. Proses pembuatan stik bandeng menggunakan mesin	10%	80%
3. Kode <i>expired date</i> pada kemasan	50%	85%
Fasilitas alat produksi:		
1. <i>Planetary mixer</i>	Tidak ada	Ada
2. Mesin <i>print</i> kode	Manual (tembakan)	Digital

(Sumber: Diolah oleh Penulis, 2022)

a. Sosialisasi Kegiatan Pengabdian

Adanya sosialisasi kegiatan pengabdian kepada mitra guna mengomunikasikan kepada mitra terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian agar sesuai dengan target yang diharapkan. Saat sosialisasi juga Tim Pengabdian dan mitra berdiskusi terkait dengan waktu (jadwal) perencanaan pelaksanaan pengabdian, permasalahan, dan kebutuhan mitra. Dengan demikian, Tim Pengabdian merespon dan dapat memberikan beberapa solusi terkait dengan permasalahan yang ada.

Permasalahan yang terjadi saat proses produksi adalah pembuatan stik bandeng yang masih manual dengan menguleni menggunakan tangan. Permasalahan ini menyebabkan waktu

produksi yang lama. Selain itu, adanya permasalahan di bidang pemasaran terkait kemasan sudah cukup bagus, tetapi ada label *expired date* yang masih menggunakan tembakan kertas dan manual sehingga terlihat di kemasan kurang menarik. Permasalahan pada UKM Bandeng Presto juga masih terbatas.

b. Introduksi *Planetary Mixer*

Introduksi *planetary mixer* ini adalah solusi dari permasalahan proses produksi stik bandeng yang membutuhkan waktu yang lama dan masih manual. Adanya inovasi teknologi tepat guna pada proses produksi membuat lebih efisien dalam hal tenaga dan waktu.



Gambar 1. Introduksi *Planetary Mixer*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Introduksi *planetary mixer* dilakukan pada tanggal 14 Juli 2022. *Planetary mixer* yang diintroduksi memiliki kapasitas dengan *bowl* 15 liter untuk adonan stik bandeng. Adanya *planetary mixer* ini, UKM Bandeng Presto Bu Rita mampu menjaga kontinuitas produksinya. Stik Bandeng adalah salah satu inovasi dari olahan bandeng UKM Bandeng Presto Bu Rita yang sudah masuk di Indomaret ataupun Alfamart. Berikut produk stik bandeng UKM Bandeng Presto Bu Rita.



Gambar 2. Stik Bandeng

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Produk stik bandeng ini terbuat dari limbah duri bandeng presto yang diolah menjadi salah satu inovasi produk yang disukai oleh masyarakat.

c. Introduksi Mesin Print Kode

Kemasan yang menarik salah satu strategi untuk bisa meraih pasar. Pada kemasan produk UKM Bandeng Presto Bu Rita, label *expired date* masih sederhana dengan menggunakan alat tembakan label dengan menggunakan kertas. Introduksi Mesin Print Kode dilakukan pada tanggal 2 Juli 2022.



**Gambar 3. Mesin Tembak Label
(Menggunakan Kertas)**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Kemasan yang sudah bagus masih terlihat kurang indah karena ada label kertas. Pada permasalahan ini Tim Pengabdian memperkenalkan mesin *print* kode, di mana dengan mesin ini akan terlihat lebih rapi dan langsung menempel pada kemasan.



Gambar 4. Mesin Print Kode

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Mesin *print* kode diperlukan oleh UKM Bandeng Presto Bu Rita untuk mencetak kode dan tanggal *expired* pada kemasan produk. Mesin *print* kode disetel dulu sesuai tanggal dan secara otomatis memberikan tanggal *expired* langsung pada kemasan. Alat ini juga bisa digunakan untuk mencantumkan tanggal produksi dari setiap produk yang dipasarkan. Fungsi mesin *print* kode adalah untuk memudahkan produsen dalam menginformasikan kepada konsumen sampai kapan produk tersebut layak dikonsumsi.

d. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Kegiatan pendampingan dimulai dengan mengidentifikasi kegiatan pemasaran yang selama ini telah dilakukan. UKM Bandeng Presto Bu Rita telah melakukan promosi dengan baik di

media sosial, yaitu Instagram. Namun, untuk pemasaran *online* masih terbatas.

Tim pengabdian dan mahasiswa melakukan pendampingan untuk pemasaran *online* kepada UKM Bandeng Presto Bu Rita dengan memberikan informasi jenis media sosial ataupun *marketplace* yang akan digunakan. Beberapa *marketplace* yang saat ini banyak diminati konsumen adalah Shopee, Tokopedia, dan Blibli. Ketiga *marketplace* ini masih menduduki posisi tertinggi dalam penjualan *online* di Indonesia. Selanjutnya Tim pengabdian dan mahasiswa juga melakukan pendampingan sampai UKM mitra mampu mengimplementasikan jenis media sosial ataupun *marketplace* yang akan digunakan.



Gambar 4. Tim Pengabdian dengan UKM Bandeng Presto Bu Rita

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

UKM Bandeng Presto Bu Rita sebenarnya sudah cukup bagus dalam mengelola akun media sosialnya. Konten yang disampaikan juga cukup menarik dan bisa mengedukasi. Namun, terkait informasi yang ada di akun media sosial belum memberikan keterangan terkait dengan akun *marketplace*. Nah ini lah yang akan ditambahkan oleh Tim Pengabdian untuk dilakukan pendampingan terkait dengan pemasaran *online*.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian yang dilakukan pada UKM Bandeng Presto Bu Rita di Kabupaten Boyolali sudah dapat

memberikan perbaikan teknologi tepat guna yang digunakan, meningkatnya pengetahuan pelaku UKM, dan pemasaran yang lebih baik. Perbaikan dan peningkatan ini mampu menjadikan UKM Bandeng Presto Bu Rita lebih berdaya saing dengan adanya inovasi produk maupun pemasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih secara khusus diucapkan kepada Universitas Sebelas Maret sebagai pemberi dana program Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih dan apresiasi diberikan kepada berbagai pihak yang telah turut serta dalam membantu terlaksananya program pengabdian sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik, yaitu kepada Tim Dosen Pelaksana Kegiatan, mahasiswa pembantu lapangan, serta UKM Bandeng Presto Bu Rita yang kooperatif dan antusias dalam pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. W., Wahyudi, E., & Iswono, S. (2014). Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Hasil Olahan Belimbing Usaha Dagang Cemara Sari Berbasis Inovasi Produk di Kota Blitar (Competitive Advantages in Small Firms Assorted Starfruits Product of Cemara Sari Trading Business Based on Product Innovation at Blita. *E-SOSPOL*, 1(1), 25–37.
- Arifin, Z. (2017). *Adopsi Teknologi Untuk Keunggulan Daya Saing*. Jakarta: PT. PLN (Persero) Pusat Penelitian dan Pengembangan Ketenagalistrikan (Research Institute).
- Ganesh, G., Devi, B. C., Reddy, D. R. K., Debnath, R., Prasad, G. S., Rao, A. S., & Mahesh, L. V. N. (2020). A Short Review on Milkfish (*Chanos chanos*). *International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences*, 9(12), 899–905. <https://doi.org/10.20546/ijcmas.2020.91.2.108>
- Genisa, A. S. (1999). Pengenalan Jenis-Jenis Ikan Laut Ekonomi Penting di Indonesia. *Oseana*, XXIV(1), 17–38.

- Hilmiana, & Kirana, D. H. (2022). DIGITALISASI PEMASARAN DALAM UPAYA UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM SEGARHALAL. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74–81.
- Kurniasih, R. A., Sumardianto, Swastawati, F., & Rianingsih, L. (2017). Karakteristik Kimia, Fisik, dan Sensori Ikan Bandeng Presto dengan Lama Pemasakan yang Berbeda. *Jurnal Ilmu Pangan Dan Hasil Pertanian*, 1(2), 13–20. <https://doi.org/10.26877/jiphp.v1i2.1816>
- Kusnandar, Harisudin, M., Adi, R. K., Qonita, R. A., Khomah, I., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan Kemasan sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Murni Snack. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 320–327.
- Makmur, A., Budimawan, & Salengke. (2020). Feasibility and development strategy of milkfish (*Chanos chanos*) processing at small industries in Pangkep District. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 564(1), 012043. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/564/1/012043>
- Mawardi, A. I., Aprilisanda, I. D., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2021). Inovasi Pemasaran Produk UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing. *Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 418–432.
- Miati, I., & Tresna, P. W. (2020). BAURAN PEMASARAN PADA BATIK GENDHEIS KOTA BANJAR. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 129–143.
- Pardono, Muhammad, D. R. A., Khomah, I., Ihsaniyati, H., & Setyowati, N. (2022). Peningkatan Brand Image Kopi Robusta Temanggung Berbasis Indikasi Geografis. *Jurnal Warta LPM*, 25(1), 101–111.
- Prihatiningtias, Y. W., Prabandari, S. P., Cahaya, D. N., Kusumadewi, A. W., Anggraeni, O. L., Nisa, K., ... Arasy, F. H. (2021). Peningkatan pengetahuan Aspek Perpajakan dan Kualitas Pengelolaan Produk pada Kelompok UMKM. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(1), 78–89. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i1.8674>
- Primyastanto, M., Intyas, C., Fattah, M., Rosita, I., & Aldy Khoiri, W. (2019). The business evaluation analysis of milkfish otak-otak (*Chanos chanos*) at gresik district, East java. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(12), 444–448.
- Putra, R. O. P. (2022). Pentingnya Branding dan Inovasi Produk untuk Pengembangan Bisnis Olahan Tempe pada Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 1–10.
- Ramadhani, F., & Arifin, Y. (2013). Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2), 135–139.
- Samodro. (2018). Upaya meningkatkan Daya saing Ekspor Produk UMKM Makanan dan Minimum melalui Pengembangan usaha dengan berbasis pada kearifan lokal di Indonesia. *Sembadha 2018 , Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 130–137.
- Sari, W. E., Yulianto, Y., Junirianto, E., Franz, A., Karim, S., & Khamidah, I. M. (2021). Video branding untuk promosi usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(1), 10–18. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i1.7174>
- Setiawardani, M., Niaga, J. A., & Bandung, P. N. (2022). Peran Inovasi Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Bidang Kuliner Pasca Disrupsi Akibat Pandemi Covid 19 di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(1), 25–38.
- Sofia, L. A., & Yunita, R. (2022). Perluasan pasar produk olahan ikan patin melalui perbaikan kemasan dan promosi daring. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian*

Masyarakat (JIPEMAS), 5(1), 58–70.
<https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i1.11860>

- Sumaryana, F. D. (2018). Pengembangan Klaster UMKM dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha. *JISPO*, 8(1), 58–68.
- Wibowo, H., Hidayat, S., Arroyana, H., Sofandi, A. N. F., Permana, A. D., & Salsabila, N. (2021). EDUKASI KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENGEMBANGKAN KETERAMPILAN PEMASARAN PELAKU USAHA OPAK DI DESA CIBODAS SOLOKAN JERUK. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(1), 41–50.
- Widiyanti, E., Riptanti, E. W., Suherlan, Y., & Santoso, A. I. (2022). Peningkatan Daya Saing UMKM Kacang J-Nut Melalui Perbaikan Kemasan dan Pemasaran Online. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 244–250.
- Widiyastuti, A., & Tanfidiyah, N. (2021). Strategi Promosi dan Inovasi Produk Upaya Memulihkan dan Meningkatkan UMKM Masyarakat Di Desa Kopen. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 47–61.