

## **PEMBERDAYAAN UMK PELINDO MARITIM PRENEUR UMKM BUDIDAYA KRUPUK IKAN PAYUS KELURAHAN TAMBAK SARIO SO SURABAYA**

**Gugus Wijonarko<sup>1</sup>, Dian Arisanti<sup>2</sup>, Gigih Saputra<sup>3</sup>, Audi Permana<sup>4</sup>, Soedarmanto<sup>5</sup>**

STIAMAK Barunawati

e-Mail: [gugus.wijonarko@stiamak.ac.id](mailto:gugus.wijonarko@stiamak.ac.id)

### **Abstract**

*Wilayah sasaran program Kemitraan STIAMAK-Pelindo Sub Holding Terminal Petikemas PT Terminal Teluk Lamong Surabaya - CSR ini adalah Kelurahan Sariroso Kecamatan Asemrowo Kota Surabaya. Potensi terbesar di kelurahan ini adalah keberadaan UKM Produksi Krupuk Ikan Payus tradisional dengan permasalahan yaitu: (1) Tingkat efisiensi dan efektivitas produksi sarung tenun yang rendah, karena besarnya jumlah penumpukan; (2) Penjualan sarung mengalami penurunan; (3) Pengusaha UKM krupuk ikan payus belum memiliki perencanaan produksi yang baik; (4) Kompetensi Pengelola UKM krupuk ikan payus masih rendah; dan (5) Partisipasi pemuda dan ibu-ibu rumah tangga dalam perencanaan, pembangunan dan pengembangan desa rendah. Permasalahan di bidang Pariwisata, yaitu: (6) Belum adanya sinergitas usaha krupuk ikan antar UKM; (7) Desa belum memiliki sarana/infrastruktur memadai yang dibutuhkan sebagai Desa penghasil krupuk ikan; (8) Partisipasi masyarakat desa dari berbagai elemen masih parsial; (10) Sertifikasi HAKI dan Sertifikasi Halal belum ada, (11) Belum ada produk turunan dan variasinya; dan (12) Branding dan promosi sebagai desa yang memiliki produk unggulan sarung tenun belum dilakukan Solusi dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain melakukan pelatihan dengan materi Standar Operasional Prosedur (SOP), Pengelolaan Mutu dan Stock Opname, pra sertifikasi P-IRT dan lisensi halal Surabaya, keuangan, dan legal drafting, selain itu juga diberikan pemberian peralatan dan pendampingan secara berlanjut.*

**Keywords:** *Kemitraan, Pelatihan, Pendampingan, dan Corporate Social Responsibility (CSR)*

### **PENDAHULUAN**

Kelompok pengolah dan pemasar (Pohlasar) dalam hal ini UMKM krupuk ikan payus di Tambak Sarioso kemungkinan besar adalah bagian dari ekonomi lokal yang berkembang di sekitar perikanan dan pengolahan hasil laut. Ikan payus sendiri cukup populer di beberapa wilayah Indonesia, dan krupuk yang dihasilkan dari ikan ini memiliki rasa gurih yang khas, sehingga banyak diminati. Pemasaran yang dilakukan Kelompok Pengolah dan Pemasar (Pohlasar) ini menjual produk secara langsung di pasar-pasar tradisional atau melalui warung-warung lokal. Serta pemasaran dilakukan melalui grup-grup whatsapp. Pemasaran melibatkan pendekatan langsung kepada konsumen di sekitar Surabaya dan sekitarnya.

Pohlasar dalam memasarkan produk krupuknya juga memasarkan krupuknya di PT Terminal Teluk Lamong (TTL) melalui program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) dan memasarkan melalui kantin PT. TTL. Selain itu Pohlasar juga memasarkan di pasar di Wilayah Tambak Sarioso. Mereka menjual tanpa menggunakan merek, sehingga mudah diakui oleh pemasar lainnya. Untuk kemasan produk, Pohlasar telah menggunakan kemasan yang relatif masih sederhana. Sehingga secara strategi bisnis, Pohlasar belum menggunakan Strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi pasar saat ini.

Pohlasar yang terdiri dari warga Tambak Langon RW 6 Kelurahan Sarioso yang berjumlah 20 orang berfokus pada produksi krupuk ikan Payus. Mereka adalah UMKM binaan Terminal Teluk Lamong. Bisnis UMKM tersebut sudah berjalan selama kurang lebih 20 tahun. Produk UMKM tersebut tetap eksis di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Krupuk ikan Payus diolah dari ikan Bandeng jantan yang sangat gemar memakan bibit ikan yang masih kecil.

Dari berbagai pemetaan situasi, ada beberapa permasalahan fundamental pada kelompok UMKM krupuk Payus Tambak Sarioso, antara lain : 1) Proses produksi dan pemasaran belum menjadi usaha bersama, 2) Proses produksi krupuk ikan payus cenderung bersifat manual, 3) Cenderung belum menenal aspek legalitas hukum dalam kerjasama dan berdagang, 4) Aspek kebersihan kurang terjaga karena proses penjemuran hanya diletakkan di jalan kampung, 5) Wilayah pemasaran masih cenderung mengandalkan pada pasar-pasar tradisional dan sebagian sudah dipasarkan di kantor TTL, 6) Kemasan krupuk kurang menarik, 7) Masih belumm ada kebiasaan pencatatan keuangan, 8) Pemasaran kurang mengandalkan pemasaran digital, dan 9) Belum terjalin kerjasama dengan Tenant.

## **METODE**

Metode dalam Pengabdian kepada masyarakat yang dimaksudkan adalah suatu perencanaan dan urutan kerja untuk mendapatkan hasil dari pengabdian masyarakat yang dilakukan kepada mitra UMKM kerupuk ikan payus di Tambak Sarioso. Dimana para mitra UMKM kerupuk ikan payus di Tambak Sarioso juga memasarkan produk krupuknya juga memasarkan krupuknya di PT Terminal Teluk Lamong (TTL) melalui pogram Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) dan memasarkan melalui kantin PT. TTL.

Adapun metode pelaksanaan tahapan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam lima tahapan, berikut ini penjelasan rinci dari kelima tahapan pengabdian tersebut :

### **1. Tahap Pemetaan dan Sosialisasi**

Pelaksanaan awal kegiatan diawali dengan dengan ijin ke Lurah Tambak Sarioso. Disampaikan maksud , tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Lurah Tambak menyambut baik kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pada proses ijin ini Stiamak didampingi oleh TJSL dari PT. Terminal Teluk Lamong, dan LPMK Tambak Sarioso serta Ketua RW Kelurahan Tambak Sarioso. Kemudian berlanjut pada tahap pemetaan lapangan di kampung Tambak Langon, RW 6, Kecamatan Asemrowo, Kelurahan Sarioso. Tim STIAMAK bersama dengan bagian tanggung jawab sosial lingkungan Terminal Teluk Lamong (TJSL TTL), perwakilan kelurahan Sarioso, dan warga RW 6. Serta selanjutnya dilakukan sosialisasi dan pengarahan awal kepada UMKM Payus Makmur.

### **2. Tahap Pelatihan**

Pada tahap pelatihan, diberikan materi pelatihan antara lain : 1) Pelatihan Pelatihan Standar Operasional Prosedur (SOP), Pengelolaan Mutu dan Stock Opname. 2) Pelatihan pra sertifikasi P-IRT dan lisensi halal Surabaya. 3) Pelatihan dasar keuangan pendampingan. 4) Pelatihan Legal Drafting. 5) Pelatihan Digital Marketing

### **3. Tahap Pemberian Hibah Peralatan**

Pada tahapan ini dilakukan pemberian hibah peralatan untuk UMKM Payus Makmur salah satu bentuk dukungan untuk kebutuhan peralatan yang benar-benar akan membantu UMKM berkembang. Selain itu Hibah peralatan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas dan produktivitas UMKM.

### **4. Tahap Pendampingan dan Evaluasi**

Setelah pelaksanaan pelatihan selesai, pendampingan dan evaluasi dilakukan melalui kunjungan ke UMKM Payus Makmur. Salah satu tujuan dari kegiatan pendampingan ini adalah untuk memastikan bahwa UMKM Payus makmur mendapat lokasi pemasaran dan bekerjasama dengan tenant. Serta memastikan bahwa mereka memiliki P-IRT dan lisesnsi halal. Pendampingan juga dilakukan untuk mengukur jumlah penjualan beserta pencatatan keuangannya

#### 5. Tahap Keberlanjutan Program

Pada tahap ini. tim pelaksana akan terus memantau dan melakukan tindak lanjut hasil pendapatan dan menghitung jumlah Social Return on Investment (SROI) nya. Dengan menghitung SROI, UMKM Payus Makmur daapt mengukur sejauh mana hasil pendapatan setelah mengikuti pelatihan .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penandatanganan Nota Kesepakatan Bersama

Kegiatan dimulai dengan penandatanganan Nota Kesepakatan Bersama PT. Pelindo Terminal Petikemas, PT. Terminal teluk Lamong, dan STIAMAK Barunawati Suarabaya. Nota Kesepakatan Bersama berisi tentang Pemberdayaan UMK Pelindo Maritimepreneur, Kelompok Pengolah dan Pemasar Ikan “Payus Makmur”Kelurahan Tambak Sarioso Kecamatan Asemrowo Surabaya

### Pemetaan Lapangan

Ada beberapa poin penting temuan dari pemetaan masalah langsung di lapangan:

- a. UKM yang dituju pada RW 6 terdiri dari 3 RT, terdapat 24 pengrajin krupuk payus dan semuanya perempuan;
- b. Beberapa pengrajin sudah memiliki NIB dan sertifikat halaldan beberapa yang belum memiliki NIB dan sertifikat halal;
- c. Usia produksi kerupuk ikan Payus kira-kira 20 tahun;
- d. RW 6 masih belum banyak mendapatkan pelatihan dan pendampingan, namun memiliki semangat yang tinggi untuk mengembangkan UMKM;
- e. Proses produksi, pengemasan hingga pemasaran cenderung manual dan konvensional;
- f. Komposisi produk terdapat campuran ikan Payus, Udang, tepung tapioka, dan berbagai bumbu yang jumlah rasionya satu kilo campuran ikan-udang untuk satu kilo tepung tapiokoa;
- g. Rasa krupuk Payus gurih dan cenderung diproduksi dengan rasa original karena itu yang banyak disukai oleh pasar, namun bisa dipesan dengan berbagai rasa dan tambahan semisal sambal kecap;
- h. Rentang kadaluwarsa produk hingga mencapai satu tahun;
- i. Produk masih belum pernah dipatenkan atau memiliki sertifikat HAKI;
- j. Bahan baku utama dibeli dari pasar ikan Pabean dan lain-lain;
- k. Pendapatan bersih per pengrajin per hari rata2 Rp. 100.000 dengan menghasilkan 3-5 Kg krupuk dan bisa meningkat saat hari raya ;
- l. Sudah ada standariasi rasa (takaran komposisi resep), namun rasa masih bisa berbeda karena

pengrajin memasak di rumah masing- masing;

- m. Terdapat inovasi bentuk krupuk seperti bunga dan fauna serta terdapat pilihan bakaran dan gorengan;
- n. Terdapat dua kemasan yaitu kemasan plastik tanpa merk dan bermerk, namun hanya ditulis krupuk ikan serta design yang terlalu sederhana;
- o. Produk dapat dipesan via online, namun terbatas di platform whatsapp;
- p. Administrasi data tentang keuangan, pertumbuhan bisnis, dan data statistik lainnya belum dimiliki dengan baik oleh pengrajin;
- q. Aparat setempat mendukung, tetapi masih perlu dukungan yang lebih besardari stakeholder eksternal.

Berdasarkan hasil pemetaan terdapat nama anggota Pohlasar Payus Makmur pada tabel dibawah ini

:

**Tabel 2.1. Nama Anggota Pohlasar Payus Makmur**

NO	NAMA PESERTA	NIK
1	NURIDAH	3578284105720001
2	CHOLILAH	3578284904760001
3	SITI AMINAH	3578286712730001
4	MUJIATI	3578284211710001
5	KASNUAH	3578284508640001
6	SUKANA	3578284210630001
7	ANAYATI	3578284702600001
8	MUSNING	3578287006470002
9	CHAMIDAH	3578285001630001
10	DWI MIHASTUTIK	3578285904790001
11	SITTI AISYAH	3578285906770001
12	SAMA'INAH	3578284302640001
13	SITI ZUROIDA	3578285104670001
14	NUR YATI	3578195503770004
15	NASICHAH	3578284101690002
16	AMINAH	3578285606570001
17	DJUMINI	3578284306620003
18	MARFU'ATUN	3578285902590001
19	MASTIKAH	3578287006660045

20	HJ. AFIFAH	3578284201620001
----	------------	------------------

Sumber: Kecamatan Asemrowo

Berdasarkan data yang diperoleh melalui, observasi, wawancara, rekaman, dan lain sebagai berikut :

Tabel 2.2 Hasil Analisis SWOT

<p><b>Strength</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Semangat UMKM tinggi dalam pengembangan usaha.</li> <li>2. Taste produk sudah memenuhi selera konsumen.</li> <li>3. Dukungan bahan baku mencukupi.</li> <li>4. Sudah perintisan pemasaran online sederhana.</li> <li>5. Sudah ada Upaya inovasi produk (meskipun belum terstandar).</li> <li>6. Kepemilikan NIB dan sertifikat halal (namun belum semua).</li> <li>7. Rentang kadaluwarsa produk hingga cukup kuat (mencapai satu tahun).</li> </ol>	<p><b>Wekanness</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Administrasi keuangan, data pertumbuhan usaha, dan data statistik lainnya belum dikelola baik.</li> <li>2. Jumlah produk terbatas dan belum ada variasi produk.</li> <li>3. Pemasaran online masih terbatas pada platform sederhana (<i>whatsapp</i>).</li> <li>4. Packaging/ kemasan sangat sederhana.</li> <li>5. Belum semuanya memiliki NIB dan serifikasi produk halal dari MUI.</li> <li>6. Belum ada pelatihan dan pendampingan yang terstandar.</li> <li>7. Proses produksi dan marketing masih konvensional sederhana.</li> <li>8. Produk belum dipatenkan merk dagang atau memiliki sertifikat HAKI</li> </ol>
<p><b>Opportunity</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dukungan Stakeholder.</li> <li>2. Memiliki mitra TTL dan Perguruan Tinggi.</li> <li>3. Platform pemasaran Digitalisasi &amp; pasar <i>online</i>.</li> <li>4. Customer Loyality (Segmen tertentu).</li> </ol>	<p><b>Threat</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi penjiplakan produk.</li> <li>2. Persaingan tidak sehat sesama produsen krupuk ikan Payus.</li> <li>3. Cuaca yang tidak mendukung (tidak dapat diprediksi) dalam proses produksi.</li> </ol>

Sumber : Tim Abdimas STIAMAK 2024

Pada tahap ini dilakukan sosialisasi dan pengarahan awal kepada UMKM Payus Makmur.terkait dengan hasil survey dan wawancara para pengrajin UMKM krupuk ikan payus Makmur, dimana disampaikan langkah pemberdayaan kepada para pengrajin UMKM krupuk ikan payus Makmur, antara lain : Pengadaan Pelatihan dan Modernisasi alat melalui pemberian bantuan alat produksi

### **Kegiatan Pelatihan**

Melalui pelatihan ini, diharapkan kepada para pengrajin UMKM krupuk ikan payus Makmur, mampu mengembangkan keterampilan pemasaran digital yang efektif untuk mencapai lebih banyak konsumen dan memperkuat kehadiran merek mereka di dunia digital. Pelatihan ini juga membekali peserta dengan keterampilan untuk beradaptasi dengan tren digital yang terus berkembang dan memastikan bahwa bisnis mereka dapat berkembang di era digital.

Pelatihan dilaksanakan di Gedung Cendana lanatai 1, Kantor PT. Terminal Teluk Lamong. Karena lokasi pelatihan di kelurahan kurang memadai. Pelatihan dilaksanakan 2 (dua) kali pertemuan yaitu

- 1) Pelatihan dan Pembukaan, Kamis 19 September 2024, sebagai berikut:
  - Pelatihan Standar Operasional Prosedur (SOP), dengan materi Pengelolaan Mutu dan Stock Opname,
  - Pelatihan pra sertifikasi P-IRT dan lisensi halal dengan materi Surabaya Narasumber: Dr. Mochammad Soleh, SE.,MEI. Sekretaris Pusat Halal Universitas Airlangga.
- 2) Pelatihan Kedua , Selasa 24 September 2024, sebagai berikut:
  - Pelatihan Legal Drafting, Narasumber: Dr. Gugus Wijonarko, MM, Dosen Tetap STIAMAK Barunawati
  - Pelatihan Packaging, Narasumber: Audi Permana, M.SM., Dosen Praktisi STIAMAK Barunawati
  - Pelatihan Digital Marketing, Narasumber: Khofifah Gita Cahyani, SAB, Pelaku Entrepreneur, Pengguna Digital Marketing, Alumni STIAMAK

### **Tahap Pemberian Hibah Peralatan**

Pada tahap ini dilakukan hibah peralatan bertujuan untuk membantu Pohlasar Payus Makmur dalam meningkatkan kualitas produk dan kapasitas produksi mereka. Kegiatan pembagian Hibah peralatan produksi krupuk Payus, dilaksanakan di kelurahan Tambak Sarioso, 7 September 2024 yang dihadiri oleh Bpk. Syaiful Anam Corporate Secretary TTL, Bpk. Dr Gugus Wijonarko, MM, Ketua STIAMAK Barunawati dan Camat Asemrowo HM Khusnul Amin Sip MSI dan Bapak Lurah Tambak Sarioso.

**Tabel 4.1. Peralatan Hibah**

<b>NO</b>	<b>ITEM PERALATAN</b>	<b>MERK</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>KONDISI BARANG</b>
1	Kantong Sealer	Vacuum Sealer Refill: Kris	20	Baru , Baik

2	Mesin Spiner Pengereng Minyak	Rakitan buatan lokal	1	Baru , Baik
3	Mesin Vacum Sealer	Vacuum Sealer Machine: Kris	1	Baru , Baik
4	Blender	Philips	20	Baru , Baik
5	Panci Pengukus	Ukuran 33 merk Jawa	20	Baru , Baik
6	Timbangan Digital	Digital Kitchen Scale: Kris	20	Baru , Baik
7	Freezer Penyimpan Ikan		1	Baru , Baik
<b>TOTAL ITEM PERALATAN</b>			<b>7 (Tujuh)</b>	

Sumber : Tim Abdimas STIAMAK 2024

Pendistribusian peralatan dilaksanakan sebanyak dua tahap yaitu pada tanggal 25 September 2024 dan di kantor Kelurahan Tambak Sarioso dan pada tanggal 17 Oktober 2024. Pendistribusian tahap pertama fokus pada pembagian peralatan kantong sealer hingga freezer penyimpanan ikan. Pendistribusian tahap kedua fokus pada pembagian mesin spiner pengereng minyak.

Dengan peralatan yang lebih modern dan efisien, diharapkan kualitas krupuk payus yang dihasilkan menjadi lebih baik dan konsisten, serta mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih besar. Selain itu harapannya adalah dengan adanya peningkatan kapasitas produksi dan kualitas produk, diharapkan pendapatan para pengusaha krupuk payus dapat meningkat. Hibah ini bertujuan untuk menciptakan dampak ekonomi positif bagi pengusaha kecil, yang pada gilirannya akan memperkuat perekonomian lokal.

### Tahap Pendampingan Dan Evaluasi

Dalam rangka melakukan monitoring dan evaluasi pada pelaksanaan pengabdian masyarakat pada mitra kegiatan UD Ridho Illahi, maka dilakukan monitoring dan evaluasi dengan cara membagikan kuisisioner kepada para peserta pelatihan. Kuisisioner ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana para peserta memahami materi yang telah disampaikan. Kegiatan monitoring juga dilakukan dengan cara melakukan pendampingan secara online melalui grup WhatsApp dengan buku pedoman sebagai bahan ajar secara tertulis. Tujuannya adalah untuk memonitor sejauh mana para peserta menggunakan metode bisnis canvas, serta untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami strategi dalam menjalankan bisnisnya.

Pendampingan dilakukan oleh Tim STIAMAK, sebagai berikut:

- a) Monitoring Kegiatan: pemantauan rutin untuk mengevaluasi kemajuan setelah pelatihan
- b) Evaluasi Hasil: Tinjau hasil pendampingan dan buat laporan tentang pencapaian dan area yang perlu perbaikan
- c) Berikan dukungan lanjutan setelah program pendampingan selesai.
- d) Kumpulkan umpan balik dari UMKM untuk perbaikan program di masa depan.

Berikut ini Hasil Pendampingan pohlasar Payus Makmur Setelah Pelatihan.

**Tabel 5.2 Rekap Hasil Pendampingan UMKM Payus Makmur (1)**

Tanggal	Keterangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
8 Oktober 2024	Data produksi	Pendapatan bersih per pengrajin per hari rata2 Rp. 100.000 dengan menghasilkan 3-5 Kg krupuk dan bisa meningkat saat hari raya	Produksi rata-rata 5 Kg krupuk per produksi. Seminggu 5 kali. Satu bulan: 5 Kg * 5 kali * 4 minggu = 100 Kg.
	Ketersediaan produk berkualitas (stock opname)	Belum	Belum Produk dapat mencukupi kebutuhan 1-2 bulan ke depan
	Terdaftar P-IRT BPOM atau Dinas terkait)	2 PIRT per pengrajin	2 PIRT per pengrajin
	Tersertifikasi Halal (MUI atau Kemenag)	5 sertifikat halal	5 sertifikat halal
	Dipasarkan di platform digital	Produk dapat dipesan via online, namun terbatas di platform whatsapp	Produk dapat dipesan via online, namun terbatas di platform whatsapp
	Dokumen kontrak kerjasama dengan pihak eksternal	Toko kelontong, Pasar Gresik, Corner TTL	Toko kelontong, Pasar Gresik, Corner TTL

Sumber : Tim Abdimas STIAMAK 2024

**Tabel 5.3 Rekap Hasil Pendampingan UMKM Payus Makmur (2)**

Tanggal	Keterangan	
18 Oktober 2024	Koordinasi pengurusan kelengkapan syarat mendapatkan PIRT	
	Lokasi produksi bersama sebagai salah satu syarat memperoleh ijin PIRT	Belum ditemukan lokasi produksi bersama untuk pengurusan PIRT. Tempat bersama yang menjadi produksi bersama terhambat karena minimnya fasilitas umum dan rumah warga yang representatif. Hal tersebut sedang dicari solusinya oleh Pak Eko selaku koordinator LPMK setempat;

	Pendampingan penggunaan peralatan spinner dan berita acara serah terima	Terlaksana
	Rencana ke depan untuk penyiapan pengurusan PIRT bersama untuk izin edar di berbagai tennant	Melengkapi Syarat pemenuhan PIRT

Sumber : Tim Abdimas STIAMAK 2024

Pendampingan selanjutnya dilaksanakan tanggal 21 November 2024. Target utama dalam pendampingan kali ini adalah fiksasi proses PIRT, membiasakan penulisan laporan keuangan, dan perluasan pemasaran.

### Tahap Keberlanjutan Program

Rencana tindak lanjut terpenting untuk Pohlasar Krupuk Payus adalah perbantuan untuk membuka jaringan pasar yang lebih luas secara *online* dan *offline* untuk pemasaran produk. Hal tersebut untuk memperkuat konsistensi pendapatan omzet dan keberlanjutan bisnis di berbagai segmen masyarakat. Selain itu, pasca pelatihan dan pendampingan, para pengrajin sudah memiliki ilmu baru dan peralatan yang lebih lengkap. Terlebih para pengrajin jika telah selesai berbagai legalitas termasuk izin edar. Tindak lanjut *link and match* juga tidak mengganggu semangat kemandirian pada pengrajin krupuk, namun lebih pada menguatkan program kolaboratif yang berkelanjutan. Jaringan pemasaran *online* mencakup rekognisi produk krupuk Payus pada media sosial pemangku kepentingan yang dalam hal ini adalah kolaborasi Pelindodan STIAMAK.

Penguatan *link and match* dalam pasar *offline* berupa perizinan produk krupuk Payus untuk dipasarkan di berbagai *tenant* di jaringan Pelindo dan lingkungan Barunawati secara rutin. Hal tersebut diharapkan memperkuat wilayah pemasaran selain di *tenant-tenant* umum seperti rumah makan, mini market, pasar, pusat oleh-oleh, dan toko klontong.

Perpaduan penguatan pemasaran *online* dan *offline* diharapkan dapat menciptakan *word of mouth* yang besar. Hal tersebut akan berefek positif dapat meningkatkan reputasi produk pada konsumen sehingga menjadi *top of mind* konsumen. Efek terakhir yang diharapkan adalah reputasi produk tidak hanya dikenal pada lingkup lokal, namun setidaknya memiliki daya saing nasional bahkan internasional.

## **SIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Berdasarkan evaluasi, terdapat beberapa kesimpulan penting yang dapat diambil dari pelaksanaan program ini:

- 1) Pendampingan manajemen usaha membantu pelaku UMKM dalam memahami pentingnya pengelolaan administrasi keuangan yang rapi dan terstruktur. Pelaku usaha diajarkan tentang pencatatan arus kas, perhitungan laba rugi, serta penyusunan anggaran usaha. Hasilnya, Pohlasar mampu memonitor performa keuangan mereka dengan lebih baik, sehingga keputusan bisnis dapat diambil berdasarkan data yang akurat.
- 2) Pelatihan standarisasi rasa produk berfokus pada diversifikasi rasa dan bentuk Krupuk Payus agar lebih menarik bagi konsumen. Pelaku Pohlasar Payus Makmur didorong untuk mengembangkan produk berbasis kebutuhan pasar tanpa menghilangkan identitas lokal. Upaya ini terbukti meningkatkan daya saing produk, sehingga lebih mudah menembus pasar yang lebih luas, termasuk peluang untuk ekspor.
- 3) Pengenalan strategi pemasaran digital memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan visibilitas produk. Pelaku usaha diajarkan cara menggunakan platform media sosial dan marketplace untuk mempromosikan produk mereka secara efektif. Hasilnya, terjadi peningkatan penjualan hingga 30% selama tiga bulan pertama setelah pelatihan.
- 4) Pelatihan pengemasan produk, mengurus sertifikasi halal, PIRT, dan standarisasi rasa membantu Pohlasar Payus Makmur untuk lebih siap bersaing di pasar yang lebih luas

Adapun implikasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini antara lain :

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku Pohlasar Krupuk Payus baik dalam aspek manajerial, inovasi produk, maupun pemasaran.
2. Diharapkan, hasil dari program ini dapat menjadi fondasi yang kuat bagi Pohlasar dalam mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan, sekaligus mendorong pemberdayaan ekonomi lokal di masa mendatang

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih diberikan kepada pihak kelurahan Tambak Sarioso Kecamatan Asemrowo, PT. Pelindo Terminal Petikemas, PT. Terminal teluk Lamong, dan mitra Kelompok Pengolah dan Pemasar Ikan "Payus Makmur" Kelurahan Tambak Sarioso Kecamatan Asemrowo Surabaya UMKM Krupuk Ikan Payus

## DAFTAR REFERENSI

- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70
- Aribowo, Handy., Wijonarko, Gugu., Sugito, Ali Fefe (2024) “Manajemen Sumber Daya Manusia: Praktek Menghola Pelatihan Untuk Meningkatkan Kinerja dan Produktivitas Karyawan”. KYTA Yogyakarta.
- Ikramuddin, I., Matriadi, F., Iis, E., & Mariyudi, M. (2021). Marketing Performance Development: Application Of The Concept Of Digital Marketing And Market Orientation Strategy In The Msme Sector. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v1i2.85>.
- Latifah, E., Suroso, S., Martiwi, W., Mu’minah, R., Ningsih, F., Fadlilah, E., Lestari, D., Salsabila, W., Hashin, M., & Nurah, N. (2023). Pendampingan Strategi Marketing di Era Digital bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Masyarakat Desa Bulangan Gresik. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i4.160>.
- Mudayat, h. (2021). Pelatihan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Produk UMKM di kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik (Studi Kasus: Produk Kopi Dan Temulawak). , 1. <https://doi.org/10.20895/IJCOSIN.V1I1.274>.
- Pambreni, Y., Udriyah, U., Mumtaz, N., & Firmansyah, H. (2023). Optimasi Desain Packaging dan Digital Marketing UMKM Dapoer Umi Navisah. *Jurnal Pemberdayaan Umat*. <https://doi.org/10.35912/jpu.v2i2.1569>.
- Rangkuti, Freddy (2015). *Personal Swot Analysis*. Jakarta: Gramedia Utama
- Yulistiawan, B., Wirawan, R., Dewi, C., & Hananto, B. (2023). The Impact of Digital Promotion, Product Quality, Product Price, and Business Location on Purchase in MSMEs in The Coastal Region. *JISA(Jurnal Informatika dan Sains)*. <https://doi.org/10.31326/jisa.v6i1.1567>.
- Siregar, D., Indrawan, M., Putri, A., Rosiska, E., & Raymond, R. (2023). Development Of Product Packaging Design In Income Increasing Business Group Of Prosper Family (UPPKS) Friends Kitchen In Batam City. *Puan Indonesia*. <https://doi.org/10.37296/jpi.v4i2.140>.

## LAMPIRAN FOTO-FOTO KEGIATAN

Foto kegiatan pelatihan Pemberdayaan UMK Pelindo Maritime Preneur, Kelompok Pengolah dan Pemasar Ikan “Payus Makmur”, Kelurahan Tambak Sarioso Kecamatan Asemrowo Surabaya.



### Foto Penyerahan Secara Simbolis Bantuan Peralatan Kepada Pohlasar Payus Makmur



### Hibah peralatan Pohlasar Payus Makmur



Timbangan Dapur



Panci Pengukus



Blender



Kantong Sealer



Vacuum Sealer Machine: Kris



Paket Tas Berisi Blender, Timbangan Dapur, Kantong Sealer