

**PENGUATAN USAHA KERIPIK BERBASIS PANGAN LOKAL
MELALUI INOVASI TEKNOLOGI, PERLINDUNGAN HUKUM,
DAN STRATEGI PEMASARAN DI DESA BALONGBENDO
KECAMATAN BALONGBENDO KABUPATEN SIDOARJO**

**Lilla Puji Lestari^{1*}, Rahayu Sri Utami², Sugiarto Raharjo Jafar³, Sri Purwanto⁴,
Muhammad Yusril⁵**

^{1,2,3,4,5}Universitas Maarif Hasyim Latif

Email: lilla_puji_lestari@dosen.umaha.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas usaha mikro pengolah keripik di Desa Balong Bendo, Kabupaten Sidoarjo melalui pendekatan perlindungan hukum, inovasi teknologi, dan strategi pemasaran. Permasalahan utama mitra meliputi proses produksi yang masih manual, kemasan yang kurang menarik, keterbatasan pemasaran digital, serta belum adanya legalitas usaha. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan berbasis partisipatif. Tim multidisiplin dari program studi teknik dan hukum terlibat dalam pelatihan penggunaan alat inovatif seperti perajang semi-otomatis dan spinner minyak, pengemasan vakum, pelatihan legalitas usaha termasuk pendaftaran NIB dan merek dagang, serta pelatihan promosi produk melalui media sosial dan marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa lebih dari 75% peserta mengalami peningkatan pengetahuan berdasarkan pre-test dan post-test, serta telah menerapkan alat inovatif dan strategi pemasaran digital. Selain itu, mitra berhasil memperoleh NIB dan memahami proses legalitas produk. Program ini terbukti efektif meningkatkan produktivitas, kualitas kemasan, dan keberlanjutan usaha mikro pangan lokal.

Kata Kunci: Inovasi teknologi, keripik, legalitas usaha, pengabdian masyarakat, pangan lokal, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Desa Balong Bendo, Kecamatan Balong Bendo, Kabupaten Sidoarjo terletak di wilayah dataran rendah dengan kondisi iklim tropis yang hangat dan lembab sepanjang tahun. Tanah di desa ini tergolong subur dan kaya akan unsur hara, sangat mendukung pertumbuhan tanaman pangan seperti pisang. Budidaya pisang telah menjadi bagian dari tradisi pertanian masyarakat desa selama bertahun-tahun, di mana para petani lokal memiliki pengalaman yang baik dalam memilih varietas pisang yang sesuai dengan kondisi iklim dan tanah setempat.

Selain sebagai komoditas pertanian utama, pisang juga memiliki potensi ekonomi yang besar jika diolah menjadi produk turunan bernilai tambah (Sinambela et al., 2025). Desa Balong Bendo memiliki peluang untuk mengembangkan industri olahan pisang, seperti keripik pisang, dodol pisang, dan berbagai olahan lainnya yang dapat meningkatkan nilai jual

sekaligus memperluas jangkauan pasar. Terlebih lagi, posisi strategis Kabupaten Sidoarjo sebagai kawasan penyangga kota besar seperti Surabaya menjadikan akses distribusi produk sangat terbuka, baik untuk pasar lokal maupun regional.

Budaya konsumsi camilan masyarakat Indonesia yang kuat menjadi peluang tersendiri dalam pengembangan usaha keripik pisang. Keripik merupakan salah satu jenis camilan yang sangat digemari karena teksturnya yang renyah, rasanya yang variatif (manis, asin, pedas, balado, BBQ, dll.), serta kepraktisan dalam konsumsi (Wahyuni et al., 2022). Masyarakat Sidoarjo sendiri memiliki kebiasaan menjadikan camilan sebagai pelengkap saat berkumpul keluarga, menjamu tamu, maupun sebagai oleh-oleh khas daerah.

UMKM “Sinar Fajar” yang dikelola oleh Bapak Suprianto merupakan salah satu pelaku usaha di Desa Balong Bendo yang memproduksi keripik singkong dan keripik pisang dengan berbagai varian rasa. Produk ini memiliki cita rasa khas dan potensi menjadi oleh-oleh unggulan daerah. Namun demikian, UMKM ini masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan alat produksi, kemasan yang belum menarik, belum adanya branding, dan lokasi produksi yang belum memenuhi standar sanitasi dan keamanan pangan. Di sisi lain, usaha ini juga belum memiliki perlindungan hukum yang memadai seperti legalitas usaha dan perlindungan hak kekayaan intelektual, termasuk merek dagang. Padahal, aspek hukum sangat penting untuk menjamin keberlanjutan dan daya saing produk di pasar yang lebih luas.

Isu utama yang diangkat dalam artikel ini adalah lemahnya daya saing UMKM berbasis pangan lokal akibat keterbatasan teknologi produksi, kurangnya strategi pemasaran digital, serta belum adanya perlindungan hukum usaha. Isu ini relevan karena banyak UMKM di Indonesia menghadapi tantangan serupa, yakni keterbatasan inovasi, legalitas usaha yang lemah, dan minimnya adaptasi pada pemasaran digital (Bahits & Wulansari, 2025). Studi-studi terdahulu menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis pangan lokal dapat berhasil jika dilakukan dengan pendekatan terintegrasi. Misalnya, (Taufiq & Wijaya, 2023) membuktikan bahwa penggunaan alat spinner dan vacuum sealer meningkatkan kualitas produk UMKM keripik. (Zilma et al., 2023) menekankan pentingnya perlindungan hukum dan pengemasan menarik dalam meningkatkan nilai jual produk lokal. Sedangkan menurut (Lestari et al., 2025) menunjukkan efektivitas strategi pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar UMKM pangan di Sidoarjo. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih cenderung fokus pada satu aspek (teknologi, hukum, atau pemasaran), sementara pendekatan yang mengintegrasikan ketiga aspek secara bersamaan masih jarang dilakukan.

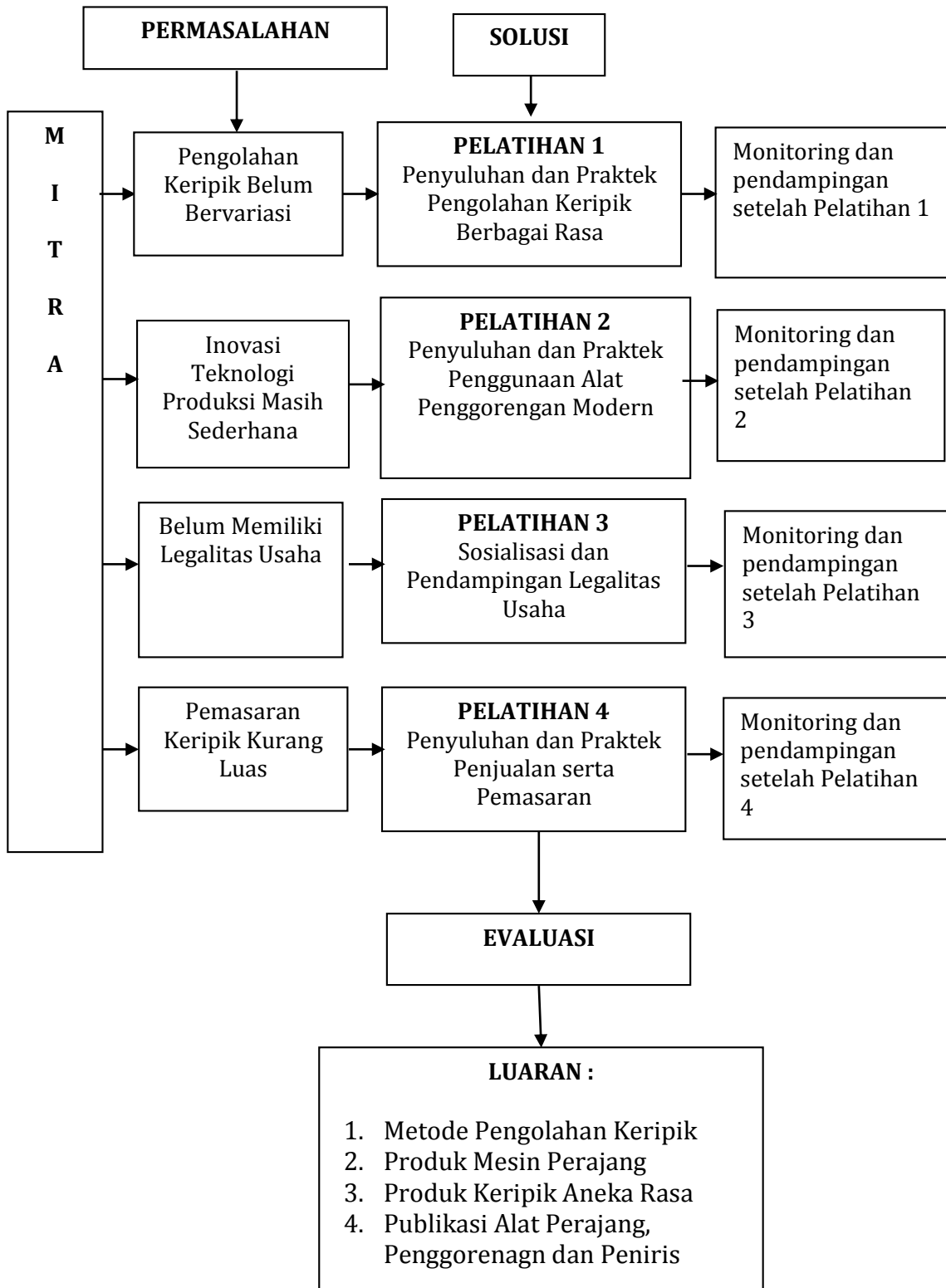
Menanggapi tantangan tersebut, kelompok pengabdian masyarakat dari Program Studi Teknik Mesin dan Ilmu Hukum hadir untuk memberikan solusi melalui pendekatan lintas disiplin. Inovasi teknologi pengolahan dan pengemasan dari sisi teknik mesin, penyuluhan dan pendampingan legalitas usaha dari sisi hukum, serta pelatihan pemasaran digital dari sisi manajerial dipadukan dalam satu program kegiatan. Tujuannya adalah memperkuat kapasitas UMKM keripik berbasis pangan lokal di Desa Balong Bendo, khususnya dalam hal produksi yang efisien, legalitas usaha yang kuat, dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap era digital.

Kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada pelaku usaha sasaran, tetapi juga menjadi model replikasi pemberdayaan UMKM lokal berbasis potensi desa yang terintegrasi antara aspek teknologi, hukum, dan pasar. Industri makanan olahan terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama dalam kategori camilan sehat dan bernutrisi. Di tengah kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat, permintaan akan camilan yang lebih sehat dan alami semakin meningkat. Pisang, sebagai salah satu buah yang kaya akan nutrisi dan memiliki berbagai manfaat kesehatan, menjadi pilihan ideal untuk diolah menjadi camilan yang lezat dan bernutrisi.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan problem solving melalui beberapa tahapan utama, yaitu.

- a) Identifikasi Masalah dan Kebutuhan
 - Melakukan observasi langsung ke lokasi usaha keripik di Desa Balongbendo.
 - Melakukan wawancara dan diskusi dengan pelaku usaha untuk memetakan permasalahan terkait produksi, legalitas, dan pemasaran.
 - Menyusun analisis kebutuhan mitra sebagai dasar intervensi program.
- b) Inovasi Teknologi Produksi
 - Memberikan pelatihan penggunaan alat penggorengan modern (vacuum frying atau spinner oil remover) untuk menghasilkan keripik berkualitas lebih renyah, sehat, dan tahan lama.
 - Pendampingan pengemasan produk dengan teknologi kemasan vakum dan desain label modern untuk meningkatkan daya tarik dan memperpanjang masa simpan.
 - Transfer teknologi sederhana yang dapat dikelola secara mandiri oleh mitra.
- c) Perlindungan Hukum dan Legalitas Usaha
 - Sosialisasi pentingnya legalitas usaha (PIRT, Halal, HKI/Merek Dagang).
 - Pendampingan pendaftaran izin usaha secara bertahap sesuai kapasitas mitra.
 - Penyuluhan perlindungan hukum terhadap hak merek agar produk keripik memiliki identitas dan terlindungi secara legal.
- d) Strategi Pemasaran Berbasis Digital
 - Pelatihan pemasaran melalui platform digital (WhatsApp Business, Instagram, TikTok, marketplace).
 - Pembuatan konten promosi sederhana dengan foto dan video produk.
 - Penyusunan strategi branding produk keripik lokal dengan narasi keunggulan pangan lokal Balongbendo.
- e) Monitoring dan Evaluasi
 - Evaluasi awal (baseline) dilakukan sebelum intervensi untuk mengetahui kondisi usaha.
 - Evaluasi proses dilakukan selama kegiatan untuk mengukur keterlibatan mitra.
 - Evaluasi hasil dilakukan dengan melihat peningkatan kualitas produk, legalitas usaha, serta jangkauan pemasaran.

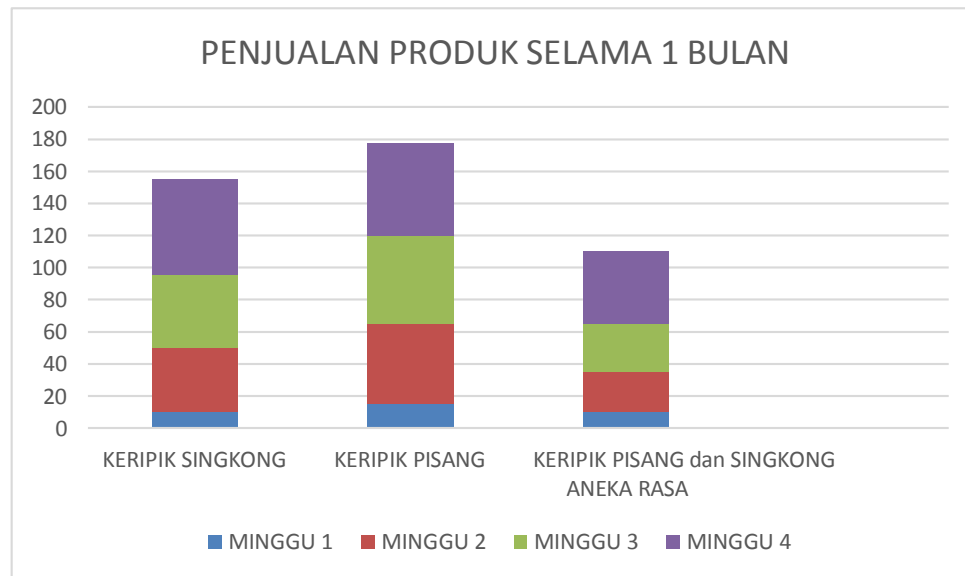


3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan selama [misal: tiga bulan] dan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas produksi, kesadaran hukum, serta strategi pemasaran UMKM Sinar Fajar sebagai mitra pelaksana di Desa Balong Bendo. Hasil pelaksanaan kegiatan diuraikan berdasarkan tiga aspek utama intervensi sebagai berikut:

a) Peningkatan Kapasitas Produksi Melalui Inovasi Teknologi

Sebelum program dilaksanakan, proses produksi keripik pisang dan singkong dilakukan secara manual, mulai dari perajangan hingga pengemasan. Setelah pelatihan dan pendampingan, mitra telah menggunakan alat bantu berupa perajang semi-otomatis dan spinner minyak, yang terbukti mempercepat proses produksi serta meningkatkan kualitas produk akhir (Ermawati & Restie, 2025). Selain itu, alat vakum dan press kemasan telah digunakan secara rutin dalam proses pengemasan sehingga produk lebih tahan lama dan tampak lebih profesional (Lussak et al., 2020).



Gambar 1. Grafik Penjualan produk mitra selama 1 bulan

Penjualan produk selama 1 Bulan terakhir, bulan Juni sampai Juli, penjualan produk mitra UMKM meningkat karena produk tersebut sangat di gemari masyarakat yaitu Keripik Singkong dan Keripik Pisang aneka rasa dengan harga yang relatif murah.



Gambar 2. Alat bantu berupa perajang semi-otomatis



Gambar 3. Alat bantu berupa perajang semi-otomatis



Gambar 4. Mesin Vakum

Peningkatan kapasitas produksi melalui inovasi teknologi menjadi salah satu tantangan utama dalam usaha keripik berbasis pangan lokal adalah keterbatasan kapasitas produksi akibat penggunaan alat manual yang kurang efisien. Oleh karena itu, penerapan inovasi teknologi sederhana namun tepat guna menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing usaha kecil menengah (UKM) di sektor pangan yaitu :

1) **Alat Perajang Otomatis**

Alat perajang otomatis membantu mempercepat proses pemotongan bahan baku (seperti pisang, singkong, atau umbi-umbian) dengan ukuran yang seragam. Konsistensi ukuran hasil irisan tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga mempermudah pengendalian proses penggorengan sehingga keripik menjadi lebih renyah dan menarik secara visual (Utami et al., 2023). Dengan demikian, produktivitas meningkat signifikan dibandingkan pemotongan manual.

2) Alat Peniris Minyak (Spinner)

Inovasi berupa mesin peniris minyak sangat berperan dalam meningkatkan kualitas keripik. Proses penirisan yang cepat dan merata mengurangi kadar minyak berlebih sehingga produk menjadi lebih sehat, renyah, dan memiliki daya simpan lebih lama (Nasution et al., 2021). Selain itu, keripik yang tidak berminyak juga lebih disukai konsumen, sehingga berdampak pada peningkatan daya jual dan kepercayaan pasar (Musyafa et al., 2025).

3) Mesin Vacuum Packaging

Teknologi pengemasan dengan vacuum packaging dapat memperpanjang umur simpan produk keripik dengan cara mengurangi oksidasi yang menyebabkan ketengikan (Singh & Veterinary, 2024). Selain itu, kemasan vakum meningkatkan penampilan produk dan memungkinkan distribusi ke pasar yang lebih luas, termasuk toko modern dan potensi ekspor. Penggunaan teknologi ini mendukung branding produk agar naik kelas, dari produk tradisional menjadi produk yang memiliki standar modern.

b) Peningkatan Kesadaran dan Perlindungan Hukum Usaha

Sebelum intervensi, mitra belum memiliki legalitas formal dan tidak memahami pentingnya perlindungan merek dagang. Setelah penyuluhan hukum dan pendampingan dari tim hukum, mitra telah berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dan memahami proses pengajuan sertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT).

Selain itu, mitra juga telah dibimbing untuk menyusun dokumen pendukung dalam pengajuan merek dagang melalui sistem daring Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Langkah ini menjadi dasar penting bagi perlindungan jangka panjang usaha dan peningkatan kepercayaan pasar.

Berikut ini adalah penjelasan rinci dari bagian hasil penyuluhan hukum dan pendampingan legalitas usaha pada mitra UMKM Sinar Fajar, yang mencakup: NIB, PIRT, dan pendaftaran merek dagang.



REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية اندونيسيا

SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)

شهادة الحلال

Nomor Sertifikat / Certificate Number: ID35110017597130424 رقم الشهادة

Berdasarkan keputusan komite fatwa produk halal nomor :
Based on the decree to stipulating halal products of fatwa committee:
على قرار مجلس الفتوى لوزارة الشؤون الدينية لجمهورية اندونيسيا.
KF-SD-202405057134 Tanggal 18 Mei 2024

Jenis Produk Type of Product	Buah dan sayur dengan pengolahan dan penambahan bahan tambahan pangan	نوع المنتج
Nama Produk Name of Product	-Terlampir / As Attached-	اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha Name of Company	FACHRIN AZIZAH HANUM	اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha Company's Address	BALONGBENDO, RT/RW -, BALONGBENDO, BALONGBENDO, KAB. SIDOARJO, JAWA TIMUR, , INDONESIA	عنوان الشركة

Diterbitkan di Jakarta pada / Issued in Jakarta on: 18 Mei 2024 أصدرت الشهادة بجاكرتا في

telah memenuhi ketentuan perundang-undangan
Has complied with the provision of laws and regulations
قد استوفت احكام التشريع

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال

Muhammad Aqil Irfham

Dokumen ini telah dibandingkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik, BSSN



c) Nomor Induk Berusaha (NIB)

Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah identitas resmi pelaku usaha yang diterbitkan oleh sistem Online Single Submission (OSS) dari Kementerian Investasi/BKPM. NIB berfungsi sebagai izin tunggal untuk pelaku usaha mikro, kecil, menengah, maupun besar. Sebelum pendampingan, mitra belum memahami pentingnya legalitas ini.

Melalui kegiatan pengabdian, tim dari prodi hukum melakukan bimbingan teknis OSS berbasis risiko dan membantu mitra mendaftarkan usaha mereka secara daring. Mitra berhasil mendapatkan NIB yang terintegrasi dengan:

- d) Nomor pokok wajib pajak (NPWP) usaha,
 - a. Sertifikasi standar usaha (khusus pangan olahan),
 - b. Perizinan berusaha berbasis risiko rendah hingga menengah.
 Dengan NIB ini, usaha keripik mitra dapat:
 - a. Diakui secara hukum,
 - b. Lebih mudah mengakses program pembinaan UMKM dari pemerintah,
 - c. Memperoleh kepercayaan konsumen dan calon distributor/reseller.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 260420275586

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha : FACHRIN AZIZAH HANUM
 2. Alamat : BALONGBENDO, Desa/Kelurahan Balongbendo, Kec. Balongbendo, Kab. Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur
 3. Nomor Telepon Seluler : +6281915914510
 Email :
 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) : Lihat Lampiran
 5. Skala Usaha : Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepastian jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan usaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 26 April 2024

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 26 April 2024

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terjamin dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
 2. Dalam hal terjadi kesalahan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
 3. Dokumen ini tidak ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE-BSSN.
 4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat dipantau melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



e) Sertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)

PIRT adalah izin edar yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan atau Dinas Penanaman Modal/Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) untuk produk pangan yang diolah oleh industri rumah tangga. Dalam pendampingan ini, mitra diberikan penyuluhan tentang:

- Jenis produk yang wajib memiliki PIRT,
- Dokumen dan tahapan pengurusan PIRT, seperti hasil pelatihan keamanan pangan dan pemeriksaan sanitasi lokasi produksi,
- Pentingnya label PIRT pada kemasan sebagai bentuk jaminan keamanan pangan bagi konsumen.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA
SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN
INDUSTRI RUMAH TANGGA
(SPP-IRT)**

PB-UMKU: 26042402755860000001

Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Perizinan Berusaha Untuk Menunjang Kegiatan Usaha (PB-UMKU), yang merupakan Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) kepada Pelaku Usaha berikut ini:

1. Nama Pelaku Usaha : FACHRIN AZIZAH HANUM
2. Nomor Induk Berusaha (NIB) : 2604240275586
3. Alamat Kantor : BALONGBENDO, Desa/Kelurahan Balongbendo, Kec. Balongbendo, Kab. Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur
Kode Pos:
4. Status Penanaman Modal : Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN)
5. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha : 10794 - Industri Kerupuk, Keripik, Peyek Dan Sejenisnya
Indonesia (KBLI)
6. Lokasi Usaha : BALONGBENDO RT 06 RW 02 BALONGBENDO SIDOARJO
Desa/Kelurahan Balongbendo, Kec. Balongbendo, Kab. Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur
Kode Pos: 61263

Telah memenuhi persyaratan:

1. Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan
2. Memenuhi persyaratan keamanan, mutu, label dan iklan pangan olahan

Lampiran Perizinan Berusaha Untuk Menunjang Kegiatan Usaha ini memuat data teknis yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen ini. Pelaku Usaha tersebut di atas wajib menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Diterbitkan tanggal: 14 Juni 2024

a.n. Bupati Sidoarjo
Kepala DPMPPTSP Kabupaten Sidoarjo,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 14 Juni 2024

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, sehingga dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi ketidaklengkapan data dalam dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Data yang tertera Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.

f) Penguatan Branding dan Strategi Pemasaran

Penguatan branding menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha keripik berbasis pangan lokal. Branding yang kuat tidak hanya sekadar menampilkan nama dan logo produk, tetapi juga mencerminkan identitas, kualitas, dan nilai tambah yang ditawarkan kepada konsumen (Rolando, 2024). Dalam konteks UMKM pangan, strategi branding dapat dilakukan melalui desain kemasan yang menarik, konsisten, dan informatif. Kemasan modern dengan penggunaan vacuum packaging tidak hanya memperpanjang umur simpan produk tetapi juga memperkuat citra higienis dan berkualitas tinggi. Selain itu, sertifikasi halal dan izin edar dari BPOM atau Dinas Kesehatan akan menambah kepercayaan konsumen.

Strategi pemasaran juga harus menyesuaikan dengan perkembangan era digital. UMKM perlu memanfaatkan platform e-commerce (Shopee, Tokopedia, Lazada) dan media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) untuk memperluas jangkauan pasar. Penggunaan digital marketing berbasis konten kreatif—seperti storytelling produk, testimoni pelanggan, dan kampanye peduli lingkungan—akan semakin memperkuat daya tarik produk. Lebih lanjut, pemasaran offline tetap perlu dipertahankan melalui kemitraan dengan toko oleh-oleh, swalayan lokal, serta pameran produk UMKM. Kombinasi strategi online dan offline inilah yang akan menciptakan omni-channel marketing, sehingga produk lebih mudah diakses oleh berbagai segmen konsumen.

Dengan branding yang kuat dan strategi pemasaran yang tepat, usaha keripik lokal tidak hanya mampu bertahan di pasar, tetapi juga memiliki daya saing tinggi dalam menghadapi kompetisi produk pangan modern.

Kegiatan pelatihan desain kemasan dan branding menghasilkan identitas visual baru berupa logo usaha “Sinar Fajar”, desain label produk berbahan stiker tahan minyak, serta

kemasan dengan tampilan menarik. Produk yang sebelumnya hanya dikemas menggunakan plastik polos kini telah memiliki daya tarik visual dan kesan profesional.

Pelatihan digital marketing menghasilkan peningkatan signifikan dalam akses pasar (Karawang, 2025). Mitra telah membuat akun Instagram Business dan mulai aktif memasarkan produknya melalui WhatsApp Business. Produk juga mulai dikenalkan melalui marketplace lokal dan dibantu oleh tim dalam menyusun narasi promosi berbasis lokalitas. Cakupan pemasaran pun mulai menjangkau area luar desa seperti Mojokerto, Sidoarjo kota, dan sebagian wilayah Surabaya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat ini telah berhasil memberikan penguatan usaha keripik berbasis pangan lokal di Desa Balongbendo melalui tiga aspek utama. Pertama, inovasi teknologi dengan penerapan alat perajang otomatis, spinner, dan vacuum packaging mampu meningkatkan kapasitas produksi, efisiensi waktu, serta kualitas produk keripik yang lebih higienis dan tahan lama. Kedua, perlindungan hukum melalui sosialisasi mengenai pentingnya legalitas usaha (izin PIRT, sertifikasi halal, dan merek dagang) memberikan pemahaman kepada pelaku usaha terkait keamanan produk dan perlindungan hak usaha. Ketiga, strategi pemasaran dan penguatan branding berhasil meningkatkan daya saing produk melalui pelatihan desain kemasan, penggunaan media digital, serta strategi pemasaran online yang lebih terstruktur. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa sinergi antara inovasi teknologi, perlindungan hukum, dan strategi pemasaran mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM pangan lokal di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahits, A., & Wulansari, R. (2025). *DIGITAL MARKETING STRATEGIES TO IMPROVE MARKETING EFFECTIVENESS AND SALES PERFORMANCE OF MSMEs IN THE*. 5(1), 215–225.
- Ermawati, L., & Restie, Z. (2025). *Empowering Community MSMEs : Enhancing Economic Potential Through Digital Marketing and Innovative Packaging Solutions in Lampung Province Article History : Keywords : Digital Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 09(01), 10–26.
- Karawang, L. K. (2025). *Pengenalan pemasaran digital untuk umkm di desa lemahabang kabupaten karawang*. 4(2), 79–88.
- Lestari, L. P., Wiraswati, M. O., Huda, F. M., & Maghfiroh, R. H. (2025). *Pengembangan Target Pasar Dengan Strategi Digital Marketing dan Peningkatan Kualitas Produk UMKM Minuman Sehat Kurma di Desa Tawang Sari*. 2(3).
- Lussak, A., Abdurachman, E., Gautama, I., & Setiowati, R. (2020). *The influence of financial performance and innovation of services and products on the survival of small businesses in food and beverage in the Jakarta city with mediation of operational improve- ment*. 10, 463–468. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.024>
- Musyafa, A., Abadi, I., Muhammad, H., Asy, K., & Brian, C. I. (2025). *Rancang Bangun Oil Spinner Sebagai Peniris Minyak Goreng Otomatis Terintegrasi Panel Surya Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Kerupuk Pada UMKM Toko Lestari Lokasi : (Kenjeran Bulak , Surabaya , Jawa Timur)*. 9(3).

- Nasution, D. M., Bukit, F. R. A., Hasugian, I. A., & Hasibuan, N. H. (2021). *Oil Spinner Machine to Improve the Quality of UMKM Chips Products in the Community of Food and Beverage Processed Association (IMO) of Sumatera Utara Department of Mechanical Engineering.*
- Rolando, B. (2024). *The Impact of E-Commerce on the Growth of Micro , Small , and Medium Enterprises in Indonesia.* 12(3), 1113–1127.
- Sinambela, H., Munthe, R. E., Sihotang, R. A., Sijabat, R., Hutasoit, N. H., & Nababan, T. S. (2025). *Meningkatkan Penjualan Olahan Pisang dengan Strategi Pemasaran Kreatif di Desa Parparean Kecamatan Porsea Increasing Sales of Processed Bananas with Creative Marketing Strategies in Parparean Village , Porsea District Universitas HKBP Nommensen Medan.*
- Singh, D., & Veterinary, K. (2024). *Effect of vacuum packaging on the physico- chemical and shelf life attributes of herbal.* December 2023. <https://doi.org/10.51966/jvas.2023.54.4.1052-1060>
- Taufiq, M., & Wijaya, R. S. (2023). *MELALUI TEKNOLOGI TEPAT GUNA SPINNER Pendahuluan Metode.* 1(3), 205–210.
- Utami, H., Ginting, S., & Wardono, H. (2023). *Aplikasi Mesin Pengiris Otomatis Pada Proses Produksi Keripik Singkong UMKM Swakarya Di Desa Rulung Sari ,.* 3(1).
- Wahyuni, S., Suprihatiningrum, A., Wati, L., Kurniyah, A., Nada, A. Q., F, R. A., Bagus, M., Fachrudin, M. A., Saputra, B., Hidayat, D., & Lestari, L. P. (2022). *Edukasi Branding Umkm Keripik Pisang.* 04, 7–12.
- Zilma, P., Utama, M., & Indarwati, T. A. (2023). *MEDIATION OF DIGITAL INNOVATION ON DIGITAL MARKETING CAPABILITIES (A Study on Food and Beverage MSMEs in Gedangan Sub-district).* 154–171.