

Transformasi UMKM Desa Kuala Simbur Melalui Peningkatan Kualitas dan Pemasaran Produk Berbasis Hasil Laut

Hapsa^{*1}, Alva Beriansyah², Michael Lega³, Riri Maria Fatriani⁴, Fajar Alan Syahrier⁵, Arissy Jorgi Sutan⁶

¹⁻⁶Universitas Jambi

e-mail: ¹by_hapsa@unja.ac.id, ²alvaberiansyah@unja.ac.id, ³michaellega@unja.ac.id

⁴ririmariafatriani@unja.ac.id ⁵fajarsyahrier@unja.ac.id ⁶arissyjorgisutan@unja.ac.id

Article History

Received: 18 November 2025

Revised: 27 November 2025

Accepted: 15 Desember 2025

DOI:

<https://doi.org/10.58794/jdt.v6i1.1839>

Keyword – UMKM, Transformation, Quality Improvement, Marketing

Abstract – This community service program aims to transform seafood-based UMKM products in Kuala Simbur Village, particularly shrimp crackers and shrimp paste, through quality improvement in production and strengthened marketing strategies. The program began with the identification and mapping of 60 UMKM engaged in four types of seafood processing: shrimp crackers, shrimp paste, salted fish, and traditional snacks such as pempek and tekwan. Field findings revealed several key issues, including the seasonal availability of shrimp as the main raw material, non-standardized production techniques, simple packaging, conventional marketing practices, and limited innovation and digital literacy among UMKM actors. To address these challenges, the program implemented training and socialization on product quality enhancement, business management assistance, the development of packaging designs and UMKM identity banners, and marketing facilitation through a village bazaar. Collaboration with the “Cakap Kreatif” community and the involvement of students contributed significantly to producing concrete outputs such as marketing content, visual identity designs, and improved skills among UMKM actors. The results indicate increased capacity in production, packaging, and marketing, as well as the establishment of a more organized visual identity for UMKM in the village. This program demonstrates that a collaborative and continuous mentoring approach can strengthen the competitiveness of seafood-based UMKM in coastal villages. Furthermore, the activities open opportunities for future development through product legal certification, diversification of raw materials, and expanded digital marketing initiatives.

Abstrak – Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mentransformasi produk UMKM berbasis hasil laut di Desa Kuala Simbur, khususnya kerupuk udang dan terasi, melalui peningkatan kualitas produksi dan penguatan strategi pemasaran. Kegiatan diawali dengan identifikasi dan pemetaan 60 UMKM yang bergerak dalam empat jenis olahan hasil laut, yaitu kerupuk udang, terasi, ikan asin, dan pempek/tekwan. Berdasarkan temuan lapangan, berbagai permasalahan utama teridentifikasi, seperti keterbatasan bahan baku udang, teknik produksi yang belum standar, kemasan sederhana, pemasaran yang masih konvensional, serta minimnya inovasi dan literasi digital. Untuk menjawab masalah tersebut, dilakukan

Kata Kunci – UMKM, Transformasi, Peningkatan Kualitas, Pemasaran

pelatihan dan sosialisasi peningkatan kualitas produk, pendampingan manajemen usaha, pembuatan desain kemasan dan spanduk identitas UMKM, serta fasilitasi pemasaran melalui penyelenggaraan bazar desa. Kolaborasi dengan komunitas "Cakap Kreatif" dan keterlibatan mahasiswa memberikan dampak signifikan dalam menghasilkan luaran konkret seperti konten pemasaran, desain visual UMKM, serta peningkatan keterampilan pelaku usaha. Hasil program menunjukkan meningkatnya kapasitas pelaku UMKM dalam produksi, pengemasan, dan pemasaran, serta terbentuknya identitas visual UMKM desa yang lebih terorganisir. Program ini memberikan gambaran bahwa pendekatan kolaboratif dan pendampingan berkelanjutan berpotensi memperkuat daya saing UMKM hasil laut di desa pesisir. Kegiatan ini juga membuka peluang pengembangan lebih lanjut melalui legalitas produk, diversifikasi bahan baku, serta perluasan pemasaran digital.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional [1]. UMKM berkontribusi sebagai kontributor terbesar pertumbuhan ekonomi Indonesia dan memiliki peran vital dalam mendongkrak perekonomian di setiap wilayah[2]. Sebagai unit usaha sederhana berskala kecil yang dapat dijalankan melalui industri rumahan, UMKM memiliki potensi besar untuk mendukung perekonomian lokal[3].

Desa-desa pesisir di Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam mengembangkan UMKM berbasis hasil laut. Produk olahan seperti kerupuk udang dan terasi merupakan produk khas yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan potensi pasar yang luas. Pada bidang perikanan, beberapa daerah merupakan penghasil ikan dan udang terbesar di Indonesia, dimana kerupuk umumnya berbahan ikan atau udang, dan salah satu olahan udang adalah terasi. Produk-produk ini tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga merupakan warisan kuliner yang perlu dilestarikan dan dikembangkan[4].

Meskipun memiliki potensi besar, UMKM menghadapi berbagai tantangan kompleks dalam pengembangannya. Banyak UMKM mengalami tantangan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk [3]. Tantangan utama yang dihadapi meliputi aspek produksi dan pemasaran. Dari segi produksi, [5] menekankan bahwa pengemasan yang baik dapat meningkatkan perlindungan produk, memberikan informasi tambahan serta dapat menarik perhatian konsumen, namun banyak UMKM masih menggunakan pengemasan sederhana. UMKM di pesisir umumnya menggunakan kemasan dan label yang digunakan masih sangat sederhana, sementara teknik pemasaran yang digunakan juga belum maksimal hanya dari mulut ke mulut saja[6]. Transformasi digital menjadi semakin mendesak, terutama setelah pandemi COVID-19. UMKM merupakan sektor yang terdampak paling buruk oleh pandemi Covid-19, dengan menurunnya tingkat penjualan yang berefek pada penurunan kapasitas produksi dan pendapatan. pandemi sangat berdampak terhadap usaha UMKM terutama yang memiliki produk tidak tahan lama, karena UMKM hanya menjual secara konvensional yaitu menunggu konsumen datang dan membeli[7].

Di tengah kondisi ini, terjadi kebutuhan transformasi pemasaran dari konvensional ke digital. Sistem pemasaran UMKM yang masih bersifat konvensional perlu ditransformasi untuk dapat bertahan dan berkembang di era digital[8]. Di era digital ini, banyak produsen ingin mengembangkan dan memasarkan produknya melalui internet agar dapat menjual produknya baik untuk tingkat nasional maupun hingga tingkat internasional. Namun, banyak kendala yang dialami karena kurangnya pengetahuan dan wawasan tentang menjual dan memasarkan produknya[9]. Dalam sebuah usaha inovasi, peningkatan produksi dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan.

Dalam konteks inilah, transformasi produk UMKM Desa Kuala Simbur melalui peningkatan kualitas dan pemasaran produk kerupuk udang dan terasi berbasis hasil laut menjadi sangat relevan dan mendesak untuk dilaksanakan. Program pengabdian ini diharapkan dapat memberikan solusi komprehensif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM lokal dalam menghadapi tantangan ekonomi modern.

Desa Kuala Simbur Kecamatan Muara Sabak Timur Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi, dipilih sebagai lokasi pelaksanaan berdasarkan hasil observasi awal dari tim pengabdian dan diskusi bersama pelaku UMKM serta aparatur desa. Tantangan yang ditemukan meliputi Kualitas Produk yang Monoton, Kemasan Produk Tidak Menarik, Minimnya Akses ke Pasar yang Lebih Luas, Rendahnya Semangat Kewirausahaan, Pelatihan dan Mitra yang Minim. Sehingga untuk menjawab permasalahan di Desa Kuala Simbur tersebut, tim pengabdian juga bermitra bersama lembaga eksternal yaitu Komunitas Lokal 'Cakap Kreatif' yang bergerak dibidang pengembangan UMKM di Provinsi Jambi, dan sudah mendampingi puluhan UMKM mulai dari pengembangan produk, pengemasan, desain grafis dan pemasaran digital. Sehingga besar harapannya kolaborasi tersebut berdampak terhadap Desa mitra. Berikut merupakan gambaran kondisi produk di Desa Mitra dan penguatan kolaborasi antara tim pengabdian dan cakap kreatif, Dengan menggabungkan keilmuan dan pendekatan akademis dari tim pengabdian serta kreativitas dan kompetensi praktis dari Cakap Kreatif di bidang desain, pemasaran digital, dan pemberdayaan masyarakat sehingga kolaborasi ini dapat memperkuat posisi Desa Kuala Simbur dalam pengembangan UMKM.



Gambar 1. Kondisi UMKM Desa Kuala Simbur dan Kolaborasi Mitra

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan program pengabdian masyarakat yang fokus pada transformasi produk UMKM berbasis hasil laut, khususnya kerupuk udang dan terasi, melalui peningkatan kualitas dan strategi pemasaran untuk mengoptimalkan potensi ekonomi desa pesisir dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM di Desa Kuala Simbur masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan usaha mereka. Permasalahan utama meliputi keterbatasan bahan baku utama yaitu udang, serta tantangan umum yang dihadapi UMKM produk hasil laut lainnya seperti: (1) pengemasan yang masih sederhana dan belum memenuhi standar pasar modern, (2) memahami pemahaman tentang strategi pemasaran yang optimal, (3) minimnya penerapan teknologi digital dalam pemasaran, dan (4) lemahnya kesadaran merek produk di pasar.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kualitas produk olahan berbasis hasil laut, khususnya kerupuk udang dan terasi, melalui penerapan teknik produksi yang lebih higienis, efisien, dan sesuai dengan standar keamanan pangan. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam aspek manajemen usaha, seperti pencatatan keuangan sederhana, pengemasan produk, serta peningkatan daya saing melalui inovasi produk. Selanjutnya, pengabdian ini diarahkan untuk mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital dan offline guna memperluas jangkauan pasar produk UMKM di tingkat lokal maupun regional. Secara keseluruhan, kegiatan ini juga berupaya mendorong terbentuknya ekosistem usaha yang berkelanjutan di Desa Kuala Simbur melalui kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah desa, dan mitra pengembangan usaha lainnya. Fokus yang berlebihan pada aspek produksi menyebabkan aspek pengemasan dan pemasaran terabaikan, sehingga berpengaruh pada lemahnya daya saing produk dan sulitnya penetrasi ke pasar yang lebih luas. Kondisi ini mengakibatkan pendistribusian produk masih terbatas pada wilayah sekitar dan belum dikenal masyarakat secara luas.

Harapannya dari program ini Desa Kuala Simbur dapat bertransformasi menjadi desa pesisir yang inovatif dalam mengembangkan produk unggulan berbasis hasil laut seperti kerupuk udang dan terasi. Kolaborasi ini tidak hanya difokuskan pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga pada penguatan identitas merek, desain kemasan yang menarik, serta perluasan akses pasar melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan pendekatan yang holistik, transformasi Desa Kuala Simbur diharapkan mampu mendorong kemandirian ekonomi masyarakat dan menjadi contoh keberhasilan pemberdayaan UMKM lokal di Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

Berdasarkan kondisi dan potensi yang dimiliki Desa Kuala Simbur, diperlukan program transformasi komprehensif untuk meningkatkan kualitas dan pemasaran produk UMKM berbasis hasil laut. Program "Transformasi Produk UMKM Desa Kuala Simbur melalui Peningkatan Kualitas dan Pemasaran Produk Kerupuk Udang dan Terasi Berbasis Hasil Laut" dirancang untuk memberikan solusi terintegrasi melalui peningkatan kualitas produk, inovasi pengemasan, pengembangan merek, dan penerapan strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan daya saing dan pendapatan pelaku UMKM setempat.

2. METODE PENGABDIAN

Tahapan kegiatan diawali dengan identifikasi dan pemetaan UMKM di Desa Kuala Simbur melalui survei dan observasi lapangan. Proses ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi mengenai jenis produk, permasalahan usaha, serta potensi pengembangan yang dimiliki setiap UMKM. Hasil pemetaan menjadi dasar penyusunan materi pelatihan dan strategi pendampingan.

Kegiatan pengabdian ini menggunakan dua pendekatan utama, yaitu pengajaran kepada pelaku UMKM dan pendampingan melalui fasilitasi pengembangan UMKM. Metode ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pengetahuan, keterampilan, serta keberlanjutan usaha masyarakat pelaku UMKM secara komprehensif.

1. Pengajaran kepada UMKM

Metode pengajaran dilakukan melalui penyampaian materi yang bersifat edukatif dan aplikatif sesuai kebutuhan UMKM. Kegiatan ini mencakup:

1. Pemberian materi dasar dan lanjutan terkait pengelolaan usaha.
2. Penyampaian materi dengan pendekatan partisipatif, menggunakan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan demonstrasi.
3. Pemanfaatan media pembelajaran seperti slide, leaflet, video tutorial, serta contoh nyata produk atau desain yang relevan.

Tujuan dari pengajaran ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman UMKM sehingga mampu mengidentifikasi permasalahan usaha dan potensi pengembangannya.

2. Fasilitasi dan Pendampingan Pengembangan UMKM

Selain pengajaran, kegiatan pengabdian juga menggunakan metode fasilitasi yang melibatkan dosen dan mahasiswa sebagai pendamping secara langsung. Kegiatan fasilitasi meliputi:

1. Identifikasi kebutuhan UMKM melalui observasi lapangan dan wawancara singkat guna memetakan permasalahan utama serta potensi yang dapat dikembangkan.
2. Pendampingan intensif kepada pelaku UMKM, mulai dari perbaikan manajemen usaha, pengembangan kemasan, pemasangan spanduk, hingga pembuatan konten pemasaran.
3. Kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan pelaku UMKM untuk menghasilkan luaran konkret seperti desain kemasan, foto produk, akun pemasaran digital dan bazar UMKM.
4. Melakukan Evaluasi Program dengan mengukur perubahan sebelum dan sesudah program melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi hasil.

Peran dosen dalam kegiatan ini adalah sebagai narasumber, pembimbing, dan pengarah teknis, sementara mahasiswa berperan sebagai asisten lapangan yang membantu pelaksanaan pelatihan, pendampingan teknis, dokumentasi, dan pengumpulan data. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat dampak program, tetapi juga menjadi wahana pembelajaran kontekstual bagi mahasiswa [10], [11].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi dan Pemetaan UMKM Desa Kuala Simbur

Identifikasi dan pemetaan UMKM di Desa Kuala Simbur dilakukan secara sistematis oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) dengan dukungan enam mahasiswa program magang "Membangun Desa". Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh data riil mengenai pelaku usaha yang bergerak di sektor pengolahan hasil laut.

Tabel 1. Jumlah UMKM Hasil Laut di Desa Kuala Simbur Tahun 2025

No	Jenis Olahan Produk Hasil Laut	Jumlah UMKM
1	Kerupuk Udang	19 UMKM
2	Terasi Udang	14 UMKM

3	Ikan Asin	14 UMKM
4	Pempek Udang	13 UMKM
	Jumlah	60 UMKM

Berdasarkan tabel 1. teridentifikasi empat kelompok utama UMKM, yaitu: 19 unit usaha kerupuk udang, 14 unit usaha terasi, 14 unit usaha ikan asin, serta 13 unit usaha yang memproduksi empek-empek dan tekwan. Pemetaan ini menjadi dasar penting dalam merancang intervensi program yang tepat sasaran, baik dari segi peningkatan kualitas produksi maupun strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik masing-masing kelompok usaha. Kegiatan ini dilakukan di akhir Juli sampai awal agustus 2025.

Identifikasi UMKM di Desa Kuala Simbur tidak hanya dilakukan melalui pendataan administratif, tetapi juga dengan pendekatan langsung ke lapangan, yakni melalui kunjungan ke lokasi kegiatan dan proses produksi masing-masing pelaku usaha. Tim PPM bersama mahasiswa magang "Membangun Desa" melakukan observasi mendalam terhadap tahapan pengolahan, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga pengemasan produk seperti kerupuk udang, terasi, ikan asin, serta empek-empek dan tekwan. Melalui kunjungan langsung ini, tim dapat memahami secara lebih komprehensif kondisi riil yang dihadapi UMKM, termasuk tantangan teknis, keterbatasan alat produksi, serta potensi yang dapat dikembangkan. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih akurat untuk merancang strategi pendampingan yang tepat dan berkelanjutan.



Gambar 2. Proses Mengidentifikasi secara langsung beberapa pelaku UMKM di Desa Kuala simbur

B. Pelatihan Inovasi Produk

1. Pelatihan dan Sosialisasi

Pada awal Agustus, telah dilaksanakan kegiatan sosialisasi UMKM di Desa Kuala Simbur yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal. Kegiatan ini diisi dengan pembekalan materi dan hasil koordinasi dengan Cakap Kreatif' yang menyajikan strategi pengembangan usaha kecil menengah berbasis potensi desa. Acara ini berlangsung di aula kantor desa dan dihadiri oleh berbagai pihak, termasuk para pelaku UMKM, perangkat desa, dosen dari program studi Ilmu Pemerintahan, serta mahasiswa yang turut serta dalam kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 3. Pelatihan dan sosialisasi kegiatan

Sosialisasi ini membahas beragam topik penting, namun yang paling banyak mendapat perhatian adalah diskusi mengenai keterbatasan bahan baku utama, yaitu udang, yang bersifat musiman. Para pelaku UMKM menyampaikan keresahan mereka terkait ketergantungan pada komoditas ini dan mencari narasumber mencoba merumuskan alternatif bahan baku, seperti diversifikasi bahan baku atau pengolahan produk yang dapat diawetkan lebih lama. Diskusi berlangsung aktif dan terbuka, mencerminkan antusiasme peserta untuk mencari solusi konkret yang bisa diterapkan dalam usaha mereka ke depan [12], [13].

Sebagai bentuk dukungan langsung, pelaku UMKM diberikan bantuan berupa kipas angin untuk menunjang kenyamanan saat bekerja di tempat produksi. Selain itu, dibagikan pula beberapa alat pemotong kerupuk dan pisau sebagai percontohan peralatan produksi, terutama bagi pelaku usaha yang memproduksi kerupuk dan ikan asin. Jika alat-alat tersebut terbukti efektif, rencananya akan dilakukan pengadaan dalam jumlah lebih besar pada tahun berikutnya. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi awal dari solusi pengembangan UMKM yang lebih berkelanjutan dan berbasis kebutuhan nyata di desa.

Selain memberikan pembekalan materi, kegiatan sosialisasi ini juga menekankan pentingnya inovasi dalam pengelolaan usaha. Narasumber dari Cakap Kreatif memaparkan strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM, seperti pemanfaatan media sosial untuk promosi produk dan penggunaan platform marketplace. Peserta diajak untuk memahami bagaimana foto produk yang menarik, deskripsi yang jelas, serta interaksi aktif dengan konsumen dapat meningkatkan penjualan. Materi ini mendapat respons positif karena solusi besar pelaku UMKM sebelumnya masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, sehingga informasi baru ini membuka wawasan mereka untuk bersaing di era digital.

Selain itu, kegiatan ini juga menjadi wadah untuk membangun jaringan antar pelaku UMKM. Dalam sesi diskusi kelompok, peserta saling bertukar pengalaman mengenai tantangan dan peluang usaha yang mereka hadapi. Beberapa pelaku usaha bahkan mulai merencanakan kerja sama, seperti penggabungan produk dalam satu paket penjualan atau berbagi bahan baku untuk mengurangi biaya produksi. Pemerintah desa mendukung inisiatif ini dengan berencana membuat forum UMKM desa yang akan difasilitasi secara rutin. Forum ini diharapkan menjadi sarana komunikasi dan koordinasi yang berkelanjutan, sehingga pelaku UMKM dapat saling mendukung dalam pengembangan usaha [14].

Lebih jauh, kegiatan sosialisasi ini memberikan dampak positif yang signifikan. Kehadiran dosen dan mahasiswa tidak hanya sebagai pendamping, tetapi juga sebagai fasilitator yang membantu pelaku UMKM memahami konsep manajemen usaha sederhana, seperti pencatatan keuangan dan perhitungan laba rugi. Dengan adanya pendampingan ini, pelaku UMKM merasa lebih percaya diri untuk mengelola usaha mereka secara. Harapannya, kegiatan ini tidak berhenti pada tahap sosialisasi, tetapi berlanjut dengan program pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, sehingga UMKM di Desa Kuala Simbur mampu berkembang secara mandiri dan berdaya saing tinggi [15].

2. Desain Visual Pengelompokan UMKM



Gambar 4. Desain Spanduk Berdasarkan Jenis Usaha

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) selanjutnya di Desa Kuala Simbur difokuskan pada desain dan pembuatan spanduk UMKM yang dilaksanakan selama satu minggu dan dikoordinasikan oleh tim mahasiswa. Kegiatan ini diawali dengan pengolahan data hasil pemetaan UMKM yang telah dilakukan sebelumnya, hingga diperoleh jumlah final pelaku UMKM beserta kategorisasi usahanya. Berdasarkan data tersebut, mahasiswa mencari perangkat desa dan beberapa pelaku UMKM bekerja sama mendesain spanduk berukuran 1x0,5 meter dengan nuansa warna yang berbeda untuk tiap jenis usaha: merah untuk kerupuk udang, kuning untuk empek-empek/tekwan udang, biru untuk ikan asin, dan hijau untuk terasi [16], [17].

Setelah proses desain selesai, spanduk dipasang di masing-masing beranda rumah atau tempat usaha para pelaku UMKM. Langkah ini mendapat sambutan positif dan antusias dari warga setempat, karena selain menjadi identitas visual, spanduk tersebut juga berfungsi sebagai penanda jenis usaha yang dijalankan di tiap titik. Pemasangan spanduk ini bertujuan untuk memetakan persebaran UMKM di Desa Kuala Simbur secara visual, serta memudahkan identifikasi jenis usaha melalui kode warna khas. Kegiatan ini diharapkan menjadi strategi awal dalam membangun citra UMKM desa yang lebih terorganisir dan mudah dikenali, baik oleh warga setempat maupun pengunjung dari luar desa [18], [19].



Gambar 5. Pemasangan Spanduk UMKM Oleh Mahasiswa

Selain memberikan identitas visual, desain spanduk ini juga menjadi sarana promosi sederhana yang efektif. Dengan adanya spanduk yang menarik dan berwarna sesuai kategori usaha, pengunjung desa dapat dengan mudah mengenali produk yang ditawarkan oleh masing-masing pelaku UMKM. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik konsumen, baik dari dalam maupun luar desa, sehingga potensi penjualan dapat meningkat. Selain itu,

penggunaan warna yang konsisten untuk setiap jenis usaha menciptakan kesan profesional dan terorganisir, yang menjadi nilai tambah bagi citra UMKM di Desa Kuala Simbur.

Lebih jauh, kegiatan ini juga memberikan dampak sosial yang positif. Kolaborasi antara mahasiswa, perangkat desa, dan pelaku UMKM menciptakan rasa kebersamaan dan gotong royong dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal. Proses diskusi desain hingga pemasangan spanduk melibatkan partisipasi aktif masyarakat, sehingga mereka merasa memiliki kontribusi terhadap hasil akhir. Dengan adanya pemetaan visual ini, pemerintah desa dapat lebih mudah merencanakan program pengembangan UMKM di masa mendatang, seperti pelatihan pemasaran digital atau pengelolaan keuangan. Secara keseluruhan, kegiatan ini bukan hanya sekedar pemasangan spanduk, tetapi juga langkah strategis untuk membangun branding UMKM desa yang lebih kuat dan berkelanjutan [20], [21].

3. Bazar UMKM

Kegiatan bazar UMKM hasil laut di Desa Kuala Simbur berlangsung meriah dan penuh semangat, menjadi puncak dari seluruh rangkaian program pengabdian masyarakat (PPM). Acara ini dihadiri oleh kurang lebih 200 warga desa yang antusias mencicipi berbagai produk olahan laut dari para pelaku UMKM seperti kerupuk udang, pempek, ikan asin, snack, dan sambal terasi. Suasana semakin semarak dengan penampilan seni dari kelompok anak-anak desa yang membawakan lagu dan shalawat, menambah nuansa kebersamaan dan kebanggaan terhadap potensi lokal yang ditampilkan dalam acara tersebut.



Gambar 6. Bazar UMKM

Tidak hanya itu, para ibu-ibu desa juga turut berperan aktif dalam menyiapkan hidangan makan siang, snack, serta minuman yang disajikan kepada tamu dan peserta bazar. Momen ini menjadi cukup emosional karena sekaligus menjadi ajang perpisahan mahasiswa magang yang telah mendampingi kegiatan desa selama beberapa waktu [22]. Sambutan haru pun terasa saat para mahasiswa menyampaikan pesan dan kesan terakhir mereka, yang disambut hangat oleh warga dan perangkat desa. Bazar ini tidak hanya menjadi ajang promosi produk UMKM, tetapi juga simbol kolaborasi dan kebersamaan yang telah terjalin erat selama program berlangsung antara tim PPM, Prodi Ilmu Pemerintahan, dan Laboratorium kajian Pemerintahan. Tujuan dari Bazar UMKM tersebut Adalah untuk upaya pemasaran terkait dengan Produk UMKM pada lingkup lokal di lokal Desa Kuala Simbur, selain itu menjadi asaran Silaturahmi UMKM di desa Kuala Simbur.

Selain sebagai sarana pemasaran, bazar ini juga menjadi media edukasi bagi masyarakat mengenai pentingnya pengemasan dan branding produk. Tim mahasiswa bersama pelaku UMKM memberikan contoh kemasan yang menarik dan informatif, sehingga produk tidak hanya terlihat rapi tetapi juga memiliki nilai jual lebih tinggi. Edukasi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk UMKM Desa Kuala Simbur, terutama jika nantinya dipasarkan ke luar daerah. Dengan adanya interaksi langsung antara penjual dan pembeli, pelaku UMKM juga memperoleh masukan terkait kualitas rasa, harga, dan kemasan, yang dapat dijadikan bahan evaluasi untuk pengembangan usaha ke depan.

Selain itu, bazar UMKM ini membuka peluang jejaring kerja sama antar pelaku usaha lokal. Beberapa pelaku UMKM mulai berdiskusi untuk menciptakan paket produk gabungan, seperti kerupuk udang yang dipadukan dengan sambal terasi, sehingga memberikan nilai tambah bagi konsumen. Pemerintah desa pun menyambut baik ide ini dan berencana menjadikannya program berkelanjutan dengan dukungan promosi melalui media sosial desa [23], [24].

Dengan demikian, bazar ini tidak hanya menjadi acara seremonial, tetapi juga langkah strategis untuk memperkuat ekonomi lokal melalui sinergi antar pelaku UMKM. Harapannya, kegiatan ini dapat menjadi agenda rutin desa yang mampu menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan.

4. Evaluasi

Kegiatan pengabdian di Desa Kuala Simbur dinilai berhasil mencapai sebagian besar tujuan yang telah direncanakan. Program ini mampu memetakan 60 UMKM secara detail, memberikan pelatihan inovasi produk, serta menghasilkan luaran konkret seperti desain kemasan, spanduk identitas, dan penyelenggaraan bazar UMKM. Dampak positif terlihat dari meningkatnya kapasitas pelaku UMKM dalam aspek produksi, pengemasan, dan pemasaran, baik secara konvensional maupun digital. Kolaborasi dengan komunitas Cakap Kreatif dan keterlibatan mahasiswa turut memperkuat hasil program, sehingga UMKM memiliki identitas visual yang lebih terorganisir dan strategi pemasaran yang lebih variatif [25], [26].

Meskipun program berjalan dengan baik, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicatat. Salah satu kendala utama adalah ketersediaan bahan baku udang yang bersifat musiman, sehingga mempengaruhi kontinuitas produksi. Selain itu, waktu pendampingan yang relatif singkat membuat penerapan teknologi digital belum optimal di seluruh pelaku UMKM. Beberapa UMKM masih kesulitan mengadaptasi pemasaran online karena keterbatasan literasi digital dan akses internet. Tantangan ini menunjukkan perlunya strategi lanjutan yang lebih intensif dan berjangka panjang agar transformasi UMKM tidak berhenti pada tahap awal.

Berdasarkan hasil evaluasi, program pengabdian memiliki peluang besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Rekomendasi utama meliputi penguatan sistem pengelolaan bahan baku melalui diversifikasi dan teknologi pengawetan, pendampingan lanjutan terkait manajemen usaha dan pemasaran digital, serta pengurusan legalitas produk seperti PIRT dan sertifikasi halal. Selain itu, perluasan jejaring pemasaran melalui marketplace, media sosial, dan event UMKM tingkat kabupaten dapat meningkatkan daya saing produk. Dengan pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi yang lebih luas, UMKM Desa Kuala Simbur berpotensi menjadi sentra produk hasil laut yang berdaya saing di tingkat regional [27], [28].

4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kuala Simbur menghasilkan peningkatan signifikan pada kapasitas dan kualitas UMKM berbasis hasil laut, khususnya kerupuk udang dan terasi. Program ini berhasil memetakan 60 UMKM secara detail, memberikan pelatihan inovasi produk, menghasilkan desain visual identitas usaha melalui spanduk UMKM, serta membuka akses promosi melalui kegiatan bazar. Pendampingan dosen, mahasiswa, dan kolaborasi dengan Cakap Kreatif telah mampu memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam aspek produksi, pengemasan, dan pemasaran digital. Kelebihan kegiatan ini terletak pada pendekatan komprehensif yang menggabungkan edukasi, fasilitasi langsung, serta implementasi luaran yang dapat digunakan secara berkelanjutan oleh pelaku UMKM. Keterlibatan aktif pemerintah desa, mitra eksternal, serta antusiasme masyarakat menjadi faktor pendukung utama keberhasilan program. Namun demikian, kegiatan ini juga memiliki beberapa keterbatasan, terutama terkait ketersediaan bahan baku udang yang bersifat musiman, waktu pendampingan yang relatif singkat, serta belum optimalnya penerapan teknologi digital pada seluruh pelaku UMKM. Ke depan, kegiatan ini memiliki peluang pengembangan berupa implementasi teknologi pengawetan bahan baku, penguatan branding dan legalitas produk seperti PIRT atau Halal, serta perluasan pemasaran digital melalui marketplace, media sosial, dan kolaborasi dengan lebih banyak mitra bisnis. Pengembangan program lanjutan yang bersifat intensif dan berjangka panjang sangat berpotensi mendorong UMKM Desa Kuala Simbur menjadi sentra produk hasil laut yang berdaya saing di tingkat regional.

5. SARAN

Agar hasil pengabdian ini semakin optimal dan memberikan dampak berkelanjutan bagi pelaku UMKM Desa Kuala Simbur, maka beberapa saran berikut dapat dijadikan acuan:

- a) Pemerintah desa dan pelaku UMKM perlu membangun sistem pengelolaan bahan baku yang lebih stabil, termasuk diversifikasi sumber udang serta pengembangan teknik pengawetan untuk mengatasi faktor musim.
- b) Kegiatan pelatihan lanjutan terkait manajemen usaha, pencatatan keuangan sederhana, inovasi produk, serta pemasaran digital perlu dilakukan secara berkala agar kapasitas pelaku UMKM terus meningkat.
- c) Pemerintah desa bersama mitra eksternal diharapkan memperluas jejaring pemasaran melalui marketplace digital, event UMKM tingkat kabupaten, serta kerja sama dengan toko atau restoran lokal.
- d) Program pengabdian selanjutnya sebaiknya menerapkan pendampingan jangka panjang agar transformasi

UMKM tidak bersifat sementara, melainkan berkembang menjadi ekosistem usaha yang mandiri dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Jambi yang telah memberikan dukungan penuh terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Kuala Simbur, para pelaku UMKM, Komunitas Cakap Kreatif, serta mahasiswa program “Membangun Desa” yang telah berpartisipasi aktif dan berkontribusi besar dalam keberhasilan seluruh rangkaian kegiatan. Kolaborasi dan kerja sama yang terjalin menjadi faktor penting dalam tercapainya tujuan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. T. Hidayat, D. Hidayatulloh, G. L. Asmarandani, I. Mashofah, and I. Ilmi, “Upaya Penigkatan Produksi dan Digitalisasi Pemasaran UMKM di Desa Cimanggu,” *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 52–59, 2023, doi: 10.37567/pkm.v3i2.1842.
- [2] W. Maulana, “Upgrading UMKM Kerupuk Desa Pademawu Barat Melalui Inovasi Produk Dan Pemasaran Digital,” *J. SINERGI*, vol. 5, no. 2, pp. 97–103, 2023, doi: 10.59134/sinergi.v5i2.601.
- [3] M. Watulandi, W. Hadi Gunawan, R. Dwi Agustina, and T. Agustina, “UMKM level up mengembangkan produk umkm untuk menghadapi pasar global di Desa Kertawinangun Kabupaten Kuningan Jawa Barat,” *Abdimas Siliwangi*, vol. 7, no. 1, pp. 18–26, 2024, doi: 10.22460/as.v7i1.21532.
- [4] N. Nurhayati *et al.*, “Pendampingan IKM Kerupuk Terasi L3 : Pemasaran Online, Desain Kemasan, dan Inovasi Produk,” *Abdi Wiralodra J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 247–258, 2022, doi: 10.31943/abdi.v4i2.83.
- [5] L. N. Sutrisni *et al.*, “Revitalisasi UMKM Terasi Udang ‘Ak Leho’ Di Desa Belo Laut Melalui Pelatihan Pengemasan Dan Pelabelan,” *semnas-pkm*, vol. 1, no. 1, pp. 316–321, 2023, doi: 10.35438/semnas-pkm.v1i1.97.
- [6] M. Agustina, V. Sahfitri, E. P. Agustini, and M. Marlindawati, “Penyuluhan Dan Pelatihan Peningkatan Kualitas Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Pada UMKM Desa Suka Negeri,” *J-ABDI J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 9, pp. 6383–6388, 2023, doi: 10.53625/jabdi.v2i9.4869.
- [7] T. Hanifawati and R. S. Listyaningrum, “Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online,” *War. LPM*, vol. 24, no. 3, pp. 412–426, 2021, doi: 10.23917/warta.v24i3.12615.
- [8] M. N. Qomar, L. D. P. Karsono, F. Z. Aniqoh, C. N. Aini, and Y. Anjani, “PENINGKATAN KUALITAS UMKM BERBASIS DIGITAL DENGAN METODE PARTICIPATORY ACTION RESEARCH (PAR),” *Community Dev. J. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 74–81, 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i1.3494.
- [9] S. Komala and L. Suharti, “Penguatan Bidang UMKM ‘Kerupuk Silet’ Di Desa Kedungsana Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon Jawa Barat, Indonesia,” *Darma Abdi Karya*, vol. 2, no. 1, pp. 46–55, 2023, doi: 10.38204/darmaabdkarya.v2i1.1368.
- [10] R. Y. Endra, A. P. Redaputri, H. Dunan, and ..., “Pelatihan design dengan canva untuk UMKM sebagai sarana promosi produk di Desa Ganjar Asri Metro,” ... *Pengabdian UMKM*. academia.edu, 2024, [Online]. Available: <https://www.academia.edu/download/118014145/55.pdf>.
- [11] S. Aisyah, A. N. A. Sinaga, G. A. Tondang, and ..., “Penerapan Pencatatan Keuangan pada UMKM Melalui Aplikasi Buku Warung,” *ADI Pengabdi*. ..., 2023, [Online]. Available: <https://www.adjournal.org/index.php/adimas/article/view/835>.
- [12] A. Kurniawan, T. Alinda, and ..., “Pendampingan UMKM Kerupuk Pisang dan Talas melalui Packaging dan Digital Marketing di Kelurahan Rakam, Kabupaten Lombok Timur, NTB,” *Komatika: Jurnal* pdfs.semanticscholar.org, 2023, [Online]. Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/71b6/b5edcc790730963e0509423eaaf0a8882a48.pdf>.
- [13] A. Achadi, H. Cahyo, and A. Pahlevi, “Pemasaran Produk UMKM Melalui Sarana Digital,” *Wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2023.
- [14] H. Muhamar, H. Gursida, R. Hurdawaty, Y. Asmana, and ..., “Sosialisasi Akses Permodalan Di UMKM Tajur Halang Makmur Kabupaten Bogor Jawa Barat,” *Al-Ijtima: Jurnal Pengabdian* 2023.
- [15] D. Manongga, U. Rahardja, I. Sembiring, and ..., “Pengabdian masyarakat dalam pemberdayaan umkm dengan melakukan implementasi website menggunakan plugin elementor sebagai media promosi,” *ADI Pengabdi*. ..., 2022, [Online]. Available: <https://www.adjournal.org/index.php/adimas/article/view/810>.
- [16] M. N. Qomar, L. D. P. Karsono, F. Z. Aniqoh, C. N. Aini, and Y. Anjani, “Peningkatan kualitas umkm berbasis digital dengan metode participatory action research (Par),” ... *Jurnal: Jurnal Pengabdian* 2022.
- [17] M. F. Najib, A. Februadi, T. Djatnika, and ..., “Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM,” ... : *Jurnal Pengabdian* academia.edu, 2022, [Online]. Available: <https://www.academia.edu/download/106550862/3780.pdf>.
- [18] N. N. Dewi and N. L. Fitriya, “Pengabdian Kepada Masyarakat Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Kecil Menengah Di Desa Wonoayu Kabupaten Sidoarjo,” *J. Karya Abdi Masy.*, 2021, [Online]. Available: <https://mail.online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/13843>.
- [19] N. Y. Pratiwi, F. Febiyana, and ..., “Membantu UMKM Dalam Memasarkan Produk Di Marketplace Shopee Dan Tokopedia,” ... *Pengabdian* download.garuda.kemdikbud.go.id, 2021, [Online]. Available: <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2809178&val=24962&title=Membantu%20UMKM%20Dalam%20Memasarkan%20Produk%20Di%20Marketplace%20Shopee%20Dan%20Tokopedia>.
- [20] T. Susilowati, F. Mustafa, T. W. Hendratni, and ..., “Pelatihan dan penguatan literasi digital untuk meningkatkan kapasitas UMKM menuju pasar internasional: Pengabdian,” *J. Pengabdi*. ..., 2025, [Online]. Available: <http://jerkin.org/index.php/jerkin/article/view/2001>.
- [21] A. Y. Permana, N. Simanjuntak, A. Hutabarat, and ..., “Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Di Era Digital Pada UMKM Kerupuk Singkong Berkah Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun,” *J. Pengabdi*. ..., 2024, [Online]. Available: <http://jurnal.usi.ac.id/index.php/JPMSMH/article/view/22>.
- [22] S. F. Rezky, R. Hamdani, D. Suherdi, K. Erwansyah, and ..., “Branding UMKM untuk meningkatkan potensi promosi dan penjualan secara mandiri,” *Jurnal Pengabdian* 2021, [Online]. Available: <https://www.academia.edu/download/89999438/233.pdf>.
- [23] R. E. Putri, M. Wasito, and A. N. Lestari, “Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai,” *JURPIKAT (Jurnal* 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/jurpikat/article/view/1550>.
- [24] O. Ariyanti and F. A. Sujud, “Strategi Pemasaran Digital UMKM dengan Pendekatan Kegiatan Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Legoksayem,” *J. Pengabdi. Masy. Al* ..., 2024, [Online]. Available: <https://ejurnal.staitangho.ac.id/index.php/jpmag/article/view/5>.
- [25] B. Hadinugroho and B. R. Firdaus, “Pemberdayaan UMKM Digital Tingkat Desa: Pengabdian KKN Melalui Pendampingan Digitalisasi UMKM di Desa Gaum, Tasikmadu, Karanganyar,” *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*. 2023.
- [26] F. N. R. Budiarto, K. S. Amelia, S. Arindawati, and ..., “Pendampingan pembuatan nomor induk berusaha (NIB) dalam rangka pengembangan UMKM desa Ngampungan,” ... : *Jurnal Pengabdian* 2022.
- [27] R. D. Suresh and K. Balanaga Gurunathan, “Micro, small and medium enterprise – Gearing up to global competitiveness & challenges,” *Int. J. Appl. Eng. Res.*, vol. 10, no. 30, pp. 23053–23059, 2015, [Online]. Available: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84958534807&partnerID=40&md5=4b3c848c1a51c9d50002af83c8ec1d12>.
- [28] S. Satapathy, “Designing a multi-criteria decision-making framework to reduce the Post-COVID-19 impact on SMEs,” in *Handbook of Research on Strategies and Interventions to Mitigate COVID-19 Impact on SMEs*, KIIT University, India: IGI Global, 2021, pp. 150–167.