

Diversifikasi dan Branding Produk Olahan Bahan Ikan Pada UMKM Kerupuk Tengiri di Pengkol Jepara

Diversification and Branding of Processed Fish Products at UMKM Mackerel Crackers in Pengkol Jepara

¹Ali Sofwan, ²Sisno Riyoko, ³Safrizal, ⁴Fandy Indra Pratama,
⁵Raden Hadapiningradja Kusumodestoni, ⁶Azzah Nor Laila

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nahdlatul Ulama Jepara

²Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Nahdlatul Ulama Jepara

³Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Nahdlatul Ulama Jepara

⁴Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Wahid Hasyim Semarang

⁵Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Nahdlatul Ulama Jepara

⁶Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Nahdlatul Ulama Jepara

Korespondensi: alisofwan1047@unisnu.ac.id

Naskah Diterima: 23 September 2024. Disetujui: 9 Desember 2024. Disetujui Publikasi: 31 Oktober 2025

Abstract. Fish crackers produced by local MSMEs in Pengkol vary in type, including regular and premium (super) crackers, with mackerel-based crackers serving as the flagship product among 20 MSMEs. This community service program addresses partner challenges primarily in two areas: production and management. On the production side, identified issues include a lack of product innovation, outdated packaging, and the absence of a strong branding image. On the management side, problems include the lack of financial bookkeeping and poor organization of production facilities. This program aimed to enhance partner empowerment in managing product diversification and innovation, as well as in financial and production layout management. The service activities involved socialization, training on new product innovations, branding strategies, market expansion approaches, and financial management. These were followed by mentoring, technology implementation, and evaluation. The outcomes of the program include the adoption of new packaging design, use of cracker drying tools, and implementation of financial management applications. The results show an 80% improvement in partner empowerment related to product innovation and management, and another 80% improvement in financial and production layout management. Product diversification outputs include frozen food innovations such as empek-empek, ekado, and redesigned packaging. Partners are now able to manage their finances using applications and organize drying processes more efficiently using stainless steel clothespins. Regarding participant feedback, 80% strongly agreed and 20% agreed on the usefulness of the program. In terms of material relevance, 85% strongly agreed it met partner needs, and 15% agreed.

Keywords: *Diversification, fish crackers, mackerel, branding, Jepara.*

Abstrak. Kerupuk ikan yang diproduksi sangat variatif, ada kerupuk dari bahan ikan biasa, dan ada pula kerupuk super dari bahan ikan Tengiri. Kerupuk Tengiri menjadi unggulan produk

UMKM di Pengkol dengan jumlah 20. Permasalahan mitra yang menjadi prioritas pada aspek produksi dan manajemen. Aspek produksi yakni belum adanya inovasi produk hasil olahan bahan ikan selain kerupuk, kemasan tampak kuno, dan belum mempunyai branding *image* produk. Aspek manajemen yakni belum adanya pengelolaan pembukuan keuangan, dan tata kelola tempat usaha. Tujuan program pengabdian ini adalah meningkatkan keberdayaan mitra dalam pengelolaan dan inovasi diversifikasi produk, dan meningkatkan keberdayaan mitra dalam mengelola keuangan dan tata letak produksi. Metode pengabdian melalui lima tahapan, sosialisasi, pelatihan inovasi produk baru, branding, dan strategi membuka peluang pangsa pasar baru, dan pengelolaan keuangan. Kemudian tahap pendampingan, penerapan teknologi, dan evaluasi. Hasil pengabdian ini menunjukkan penerapan teknologi desain kemasan baru, alat jemuran kerupuk, dan aplikasi keuangan. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan keberdayaan mitra dalam pengelolaan dan inovasi produk mencapai 80%; peningkatan keberdayaan mitra dalam mengelola keuangan dan tata letak produksi 80%. Hasil diversifikasi produk berupa inovasi produk *frozen food* empek-empek, ekado, dan *packaging* baru. Mitra mampu mengelola keuangan menggunakan aplikasi dan tata letak untuk penjemuran kerupuk lebih rapi menggunakan jemuran stainless. Peserta 80% merespon sangat setuju, 20% setuju atas kebermanfaatan kegiatan. Pada aspek materi 85% sangat setuju sesuai kebutuhan mitra, dan 15% merespon setuju.

Kata Kunci: *Diversifikasi, kerupuk ikan, tengiri, merek, Jepara.*

Pendahuluan

Pengkol kecamatan Jepara termasuk salah satu daerah yang memiliki penduduk mayoritas pengusaha kerupuk ikan. Hal itu karena akses warga Pengkol ke wilayah pantai tergolong dekat berjarak kurang lebih 11 Km, sehingga pasokan ikan bisa didapatkan dengan mudah. Potensi wilayah pesisir tersebut memiliki hasil laut dan ikan melimpah. Hal itu sangat mendukung adanya usaha masyarakat membuat kerupuk dari bahan ikan (Sudarias 2012). Pada aspek manfaat, kerupuk ikan menjadi pelengkap makanan serta camilan yang memiliki kandungan bahan ikan dan lainnya. Ikan Tengiri khususnya mempunyai berbagai gizi bagus, antara lain asam lemak serta omega-3. Maka, produk dengan bahan ikan Tengiri menjadi suatu potensi yang dapat diunggulkan serta memiliki daya saing di pasar lokal maupun nasional.

Pengkol merupakan kelurahan yang berada di kecamatan Jepara kota. Secara geografis, Kelurahan Pengkol berada di tengah kota, pada bagian utara dekat dengan Kelurahan Mulyoharjo, pada bagian selatan berbatasan dengan Kelurahan Saripan. Kemudian pada area barat berada di samping Kelurahan Ujungbatu, serta bagian timurnya yakni Kelurahan Saripan. Lokasi kelurahan Pengkol di tengah kota juga menjadi peluang dan potensi menjadi titik sentra kunjungan belanja para wisatawan dari pantai Kartini, Bandengan, dan lainnya. Kelurahan Pengkol juga termasuk daerah padat penduduk, dengan total dua puluh sembilan Rukun Tetangga (RT).

Secara kuantitas, usaha rumahan yang memproduksi kerupuk ikan di Pengkol Jepara ada dua puluh (20) UMKM. Kerupuk ikan yang diproduksi sangat variatif, ada kerupuk dari bahan ikan biasa, dan ada pula kerupuk super dari bahan ikan Tengiri. Kerupuk Tengiri menjadi unggulan produk UMKM di Pengkol, karena bahannya ikan yang berkualitas sehingga hasilnya enak, dan dapat dijual dengan harga tinggi (Munthe dkk., 2016). Hal itu mendorong kerupuk Tengiri sebagai salah satu produk khas dan menjadi peluang usaha masyarakat Pengkol Jepara. Maka label Pengkol menjadi sentra industri kerupuk Tengiri merupakan suatu keniscayaan, karena banyaknya UMKM kerupuk dan menjadi pusat oleh oleh bagi para wisatawan yang berkunjung di Kota Jepara.

Usaha kerupuk Tengiri di Pengkol tersebut rata-rata merupakan *home industri*, diproduksi di rumah warga dengan memberdayakan masyarakat sekitar sebagai pegawai. Pengusaha kerupuk Tengiri tersebut rata-rata memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang tergolong rendah, lulusan jenjang Sekolah Dasar (SD) dan Menengah. SDM pengusaha memiliki hubungan pada kualitas pengelolaan, dan pengembangan pasar. Ketika SDM baik, memiliki visioner ke depan, maka akan

muncul kesadaran pentingnya inovasi dan branding suatu produk (El Adawiyah & Patrianti 2021).

Dua puluh UMKM di Pengkol Jepara, mayoritas mengelola usaha dengan cara alamiah, turun temurun dari orangtua dan belum ada upaya pengembangan. Produk yang dijual selama bertahun-tahun yakni kerupuk ikan yang masih mentah, dan produk kerupuk ikan digoreng dengan bahan pasir. Selama ini ada beberapa bagian ikan yang tidak terpakai, dan belum ada olahan jenis lain. Selain itu, modal usaha yang terbatas karena belum adanya kemampuan penataan keuangan juga dialami UMKM kerupuk di Pengkol Jepara. Oleh karena itu, tim pengabdian yang merupakan kolaborasi Dosen Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara dengan Dosen Universitas Wahid Hasyim (UNWAHAS) Semarang menggandeng UMKM kerupuk Tengiri Pengkol Jepara sebagai mitra program pengabdian kepada masyarakat.

Permasalahan mitra yang menjadi prioritas berdasarkan kesepakatan dengan mitra untuk ditangani yakni aspek produksi dan aspek manajemen. *Pertama*, pada aspek produksi. Masalah produksi mitra antara lain belum adanya inovasi produk hasil olahan bahan ikan selain kerupuk, kemasan produk kerupuk yang sudah ada tampak kuno, dan belum mempunyai branding *image* produk. *Kedua*, pada aspek manajemen. Masalah yang dihadapi mitra dari aspek manajemen antara lain belum adanya pengelolaan pembukuan keuangan, dan tata kelola tempat usaha. Rata-rata mitra tidak melakukan pencatatan keuangan, dan belum memahami cara-cara mengelola keuangan usaha yang dimiliki. Pada sisi tempat usaha, mitra belum memahami cara mengatur serta menata tempat usaha. Rata-rata tempat produksi, masih bercampur dengan tempat pengemasan, dan tempat jualan. Hal itulah yang menjadikan pendampingan manajemen serta pengelolaan tempat itu sangat dibutuhkan mitra. Tujuan program pengabdian ini adalah meningkatkan keberdayaan mitra dalam pengelolaan dan inovasi diversifikasi produk, dan meningkatkan keberdayaan mitra dalam mengelola keuangan dan tata letak produksi.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kelurahan Pengkol Jepara, mulai tanggal 13 Juni sampai 30 September 2024.

Khalayak Sasaran. Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemilik usaha dan seluruh pegawai dari UMKM kerupuk ikan di kelurahan Pengkol Jepara. Mitra kegiatan pengabdian adalah kelompok UMKM kerupuk ikan di Pengkol Jepara, sejumlah dua puluh (20) UMKM.

Metode Pengabdian. Tahapan pada program pengabdian kepada masyarakat ini melalui lima tahapan. Pada tahap awal, sosialisasi. Tahap pertama ini dilakukan sosialisasi program bersama mitra, untuk membahas diskusi dan sharing terkait kegiatan pelatihan, peserta, dan jadwal kegiatan. Tahap kedua pelatihan yang terdiri dari beberapa pelatihan, antara lain pelatihan inovasi produk baru, dan pelatihan branding dan strategi membuka peluang pangsa pasar baru. Tahap pelatihan tersebut, tim pengabdian menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi bersama. Tahap berikutnya yakni pendampingan, meliputi tahap pendampingan inovasi kemasan, pengelolaan keuangan dan penggunaan aplikasi. Tahap ini menggunakan metode tutorial, dan praktek. Tahap keempat, penerapan teknologi desain kemasan baru, alat jemuran kerupuk dari bahan tahan lama dan bersih, dan aplikasi keuangan. Tahap akhir evaluasi, yakni tim pengabdian melakukan evaluasi bersama mitra.

Indikator Keberhasilan. Keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini dilihat dari indikator peningkatan keberdayaan mitra dalam pengelolaan dan inovasi produk 80%, dan peningkatan keberdayaan mitra dalam mengelola keuangan dan tata letak produksi 80%.

Metode Evaluasi. Metode evaluasi pada program pengabdian ini yakni diskusi, dan angket tertutup. Selanjutnya tahap pengukuran hasil angket melalui metode kuantitatif komparatif, dengan menghitung hasil angket serta diolah persentasenya dan dibandingkan dengan data satu dengan lainnya. Tahap ini digunakan untuk mengukur kepuasan mitra dan kebermanfaatan program pengabdian kepada masyarakat di Pengkol Jepara.

Hasil dan Pembahasan

A. Tahap Sosialisasi

Sosialisasi kegiatan pengabdian pada mitra telah dilaksanakan pada tanggal 29 Juni 2023, di rumah produksi salah satu UMKM di Pengkol Jepara. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan. Sehingga diharapkan para mitra dapat berpartisipasi aktif di dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pada sosialisasi kegiatan pengabdian dengan mitra ini dipresentasikan oleh ketua tim pengabdian yaitu Bapak Dr. Ali Sofwan, SE, M.Si. Setelah sosialisasi dilanjutkan dengan tahap foto bersama tim dengan peserta sebagaimana pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap Sosialisasi Kegiatan

B. Pelatihan Inovasi Produk Baru

Kegiatan selanjutnya “Pelatihan Inovasi Produk Baru”, tahap ini dilaksanakan dalam rangka peningkatan kapasitas pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam inovasi produk baru. Narasumber pelatihan ini adalah anggota tim pengabdian Ibu Ir. Luky Mudiarti, M.Si yang merupakan pengusaha restoran dan akademisi yang sudah berpengalaman di bidang ini. Pelatihan ini telah dilaksanakan pada tanggal 10 Juli 2024, di ruang pertemuan balai desa Pengkol Jepara.

Melalui pelaksanaan kegiatan ini, mitra memiliki pengembangan produk baru. Inovasi produk menjadi hal penting, sehingga dapat mengembangkan efektifitas usaha menjadi lebih besar dengan omset yang meningkat (Kusumodestoni dkk., 2023). Hasil produk inovasi baru berupa empek-empek dan ekado ikan sebagaimana pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Produk Inovasi Empek-Empek dan Ekado Ikan

Produk empek-empek dan ekado ikan menjadi peluang produk yang bisa dijual mentah, dikemas sebagai *frozen food*. Hal ini menjadi bentuk diversifikasi produk olahan dari bahan ikan untuk UMKM di Pengkol Jepara. Selain itu, mitra juga dilatih untuk sejalan dengan efektifnya inovasi suatu produk untuk pengembangan suatu usaha, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat (Sari dkk., 2021).

Selain itu, langkah inovasi produk dari bahan ikan tersebut juga sejalan dengan efektifnya pemanfaatan hasil laut yang mendukung konsep *blue economy*. Konsep pemanfaatan sumber daya serta hasil laut yang berkelanjutan serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Pada konteks usaha kerupuk ikan tenggiri, konsep ini dapat mengarahkan upaya menuju pengelolaan perikanan yang berkelanjutan dan pengolahan ikan yang efisien.

C. Pelatihan Branding dan Strategi Membuka Peluang Pangsa Pasar Baru

Pelatihan branding dan strategi membuka peluang pangsa pasar baru ini dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama mitra. Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka meningkatkan branding dan strategi membuka peluang pangsa pasar baru. Melalui kegiatan ini, mitra diajari strategi pengelolaan untuk melebarkan usahanya ke pangsa pasar baru, dan pentingnya branding dalam membangun identitas produk yang kuat dan dikenal oleh konsumen. Narasumber pada kegiatan ini adalah ketua tim pengabdian Dr. Ali Sofwan, M.Si, CADE, CAAT merupakan praktisi dan akademisi yang sudah berpengalaman di bidang ini. Tim pengabdian juga membekali mitra dengan keterampilan dalam merancang strategi branding yang efektif, termasuk pembuatan logo, slogan, dan nilai-nilai merek yang menarik. Kegiatan ini telah dilaksanakan pada tanggal 11 Agustus 2024, sebagaimana pada Gambar 4.



Gambar 4. Paparan Tim Pengabdian Pada Tahap Pelatihan Branding

Branding dan strategi membuka peluang pangsa pasar baru ini menjadi materi yang diminati peserta, mereka antusias agar mengetahui cara membuat branding produk mereka. Karena selama ini belum pernah ada upaya perbaikan dan inovasi gambar, serta kemasan. Hal itu sejalan dengan simbol atau gambar itu memiliki fungsi sebagai pembeda dan penciri suatu produk agar dikenal masyarakat luas (Valentino, 2018).

D. Pendampingan Inovasi Kemasan

Kegiatan pendampingan inovasi kemasan krupuk yang menarik ini telah dilaksanakan pada tanggal 26 Agustus 2024 pendampingan pembuatan desain kemasan krupuk yang menarik dilaksanakan dengan harapan untuk meningkatkan pemahaman mitra tentang pentingnya kemasan sebagai elemen penting dalam menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu tahap ini juga untuk membekali mitra dengan keterampilan desain kemasan yang sesuai dengan tren pasar dan preferensi konsumen, sehingga produk krupuk tampil

lebih menarik dan profesional, dan menciptakan identitas merek yang kuat. Kemasan dapat mempengaruhi daya saing produk di pasaran agar mampu menarik lebih banyak pelanggan (Wijayanti dkk., 2020). Tim pengabdian yang mendampingi tahap inovasi kemasan ini yaitu R. Hadapiningradja Kusumodestoni, M.Kom dan Fandy Indra Pratama, M.Kom yang merupakan praktisi sekaligus akademisi yang berpengalaman di bidangnya. Tahap ini sebagaimana pada Gambar 5.



Gambar 5. Tahap Pendampingan Inovasi Kemasan

Pada tahap ini, tim pengabdian juga melibatkan putra putri mitra yang membantu sebagai pegawai muda serta cakap terhadap teknologi. Peserta pegawai muda dilatih membuat desain gambar, hal ini untuk membekali bilamana mitra hendak membuat desain unik untuk logo, kemasan, stempel, pamflet, flayer dan lainnya. Sejalan dengan efektifnya informasi dalam bentuk gambar sebagai bagian dari usaha promosi serta branding suatu produk maupun layanan (Candraloka dkk., 2021). Pendampingan praktek inovasi kemasan ini meliputi kemasan kardus, untuk *packaging* kerupuk mentah dan juga produk yang matang. Baik kerupuk matang yang digoreng pasir, dan juga produk inovasi baru empek-empek serta ekado ikan. Inovasi kemasan menjadi bagian penting untuk memperbarui tampilan, dan menarik pelanggan. Terlebih saat dijual secara online, hal itu memiliki nilai jual yang lebih (Marjito & Tesaria, 2016).

E. Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Penggunaan Aplikasi

Kegiatan selanjutnya yang telah dilakukan yakni “Pendampingan penyusunan laporan keuangan dan penggunaan aplikasi keuangan berbasis Android”. Pendampingan ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam menyusun laporan keuangan secara akurat dan sistematis menggunakan aplikasi berbasis android. Melalui kegiatan pelatihan ini, diharapkan mengurangi kesalahan pencatatan manual, sehingga laporan keuangan menjadi lebih cepat, tepat, dan efisien (Kurniawan dkk., 2021). Narasumber pada kegiatan ini adalah Dr. Sisno Riyoko, SE, MM yang merupakan praktisi dan akademisi yang sudah berpengalaman di bidangnya, kegiatan ini telah dilaksanakan pada tanggal 4 September 2024. Tahap pemaparan ini sebagaimana pada Gambar 6.



Gambar 6. Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan

Kemampuan pengusaha UMKM dalam mengatur serta mencatat keuangan merupakan aspek penting. Hal itu sejalan dengan banyaknya manfaat pengelolaan keuangan dapat mendukung agar usaha berjalan secara efektif serta efisien (Malinda dkk., 2024).

F. Tahap Penerapan Teknologi

Tahap penerapan teknologi pada mitra ini, tim pengabdian memberikan peralatan dan teknologi kepada mitra berupa alat kukus, box, freezer box, dan alat penjemuran kerupuk dari bahan stainless. Tahap ini dilaksanakan dalam rangka upaya peningkatan produksi mitra. Hal itu sejalan dengan temuan bahwa penggunaan alat yang canggih dapat meningkatkan kualitas hasil produksi (Darmanto & Priangkoso, 2018). Tahap pemberian alat teknologi sebagaimana pada Gambar 7.



Gambar 7. Penerapan Teknologi dan Alat Pada Mitra

G. Tahap Evaluasi

Kegiatan selanjutnya yang telah dilakukan yakni evaluasi. Tahap ini dilakukan melalui sharing bersama mitra, dan mitra diberikan form kuesioner untuk menilai kebermanfaatan program. Hasilnya menunjukkan 80% peserta merespon sangat setuju, 20% merespon setuju atas kebermanfaatan kegiatan pengabdian ini. Kemudian pada aspek materi, 85% sangat setuju materi sesuai kebutuhan mitra, dan 15% merespon setuju.

H. Keberhasilan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kemitraan dengan UMKM Kerupuk di Pengkol Jepara ini tergolong berhasil. Mitra UMKM Kerupuk sejumlah 20 UMKM sepakat bergabung dan bersedia menjadi mitra, serta aktif mengikuti berbagai tahapan program. Mulai tahap sosialisasi, peserta antusias mengikuti. Kemudian tahapan pelatihan dan pendampingan, mitra juga sangat aktif karena merasa sangat membutuhkan serta berkaitan dengan permasalahan prioritas yang mereka hadapi. Maka pada tahap evaluasi, hasilnya juga kelihatan memuaskan dan memiliki nilai positif bagi mitra. Secara umum keberhasilan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan dapat dilihat dari hasilnya. *Pertama*, tahap sosialisasi berhasil meningkatkan pemahaman mitra tentang pentingnya program, serta seluruh tahapan disepakati bersama. Hasilnya 100% mitra berticipasi aktif dalam rangkaian kegiatan pada pelaksanaan seluruh tahapan pengabdian kepada masyarakat. *Kedua*, keberhasilan tahap pelatihan dapat dilihat dari adanya peningkatan keberdayaan mitra dalam pengelolaan dan inovasi produk 80%, yakni adanya inovasi produk *frozen food* empek-empek, ekado, dan inovasi kemasan baru. *Ketiga*, keberhasilan tahap pendampingan menunjukkan

peningkatkan keberdayaan mitra dalam mengelola keuangan serta menggunakan aplikasi keuangan. *Keempat*, keberhasilan tahap penerapan teknologi pada mitra ini dapat dilihat dari peningkatan tata letak untuk penjemuran kerupuk lebih rapi menggunakan jemuran bahan stainless dan tata letak produksi meningkat 80%. *Kelima*, tahap evaluasi bersama mitra menunjukkan 80% peserta merespon sangat setuju, 20% merespon setuju atas kebermanfaatan kegiatan pengabdian ini. Kemudian pada aspek materi, 85% sangat setuju materi sesuai kebutuhan mitra, dan 15% merespon setuju. Hal itu menunjukkan tingginya kepuasan mitra dan kegiatan ini dinilai bermanfaat, dan sesuai kebutuhan mitra.

Kesimpulan

Pengabdian kemitraan ini telah terlaksana mulai tahap sosialisasi, pelatihan, pendampingan, penerapan teknologi, dan evaluasi. Hasil kegiatan ini menunjukkan mitra berpartisipasi aktif dalam rangkaian kegiatan. Setelah keseluruhan program dilaksanakan, adanya peningkatan keberdayaan mitra dalam pengelolaan dan inovasi produk. Kemudian peningkatan keberdayaan mitra dalam mengelola keuangan dan tata letak produksi. Hasilnya diversifikasi produk berupa inovasi produk *frozen food* empek-empek, ekado, dan *packaging* baru. Mitra juga mampu mengelola keuangan menggunakan aplikasi dan tata letak untuk penjemuran kerupuk lebih rapi menggunakan jemuran bahan stainless. Pada aspek kepuasan mitra, mitra sepakat atas kebermanfaatan kegiatan dan kesesuaian kegiatan dengan kebutuhan mitra.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Terima kasih atas bantuan hibah program pendanaan pada tahun kedua 2024. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada mitra pengabdian UMKM Kerupuk Tengiri desa Pengkol Jepara, atas partisipasi dan kerjasamanya dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Terima kasih juga kepada Pemerintah desa Pengkol Jepara yang mendukung dan memberikan sumbangsih keberhasilan kegiatan pengabdian di desa.

Referensi

- El Adawiyah, Sa'idah, & Patrianti, T. (2021). Islamic Branding Dalam Ekonomi Syari'ah. *Jurnal Al-Tsarwah* 4(1):26–35. 10.30863/al-tsarwah.v4i1.1556.
- Candraloka, Revalita, O., Laila, A.N., & Darmawanto, E. (2021). Peningkatan Keterampilan Santri Dalam Desain Dan Layout Gambar Untuk Menghadapi Era Millenial. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 5(2):184–192. doi: <https://doi.org/10.20956/pa.v5i2.8680>.
- Darmanto, & Priangkoso, T. (2018). Peningkatan Kapasitas Produksi Pengrajin Keripik Singkong Dengan Menggunakan Mesin Perajang Rotari. *J Abdimas Unwahas* 3(2):1–4. <http://dx.doi.org/10.31942/abd.v3i2.2494>.
- Kurniawan, R., Tarantang, J., Akbar, W., Hakim, S., Sukmana, E.T., & Hafizi, R. (2021). Literasi Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital Bukukas Pada UMKM Di Kota Sampit Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa (JPMF)* 1(1):35–52. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v1i1.342>.
- Kusumodestoni, R. H., Sagaf, M., Setiyowati, D., & Hidayat, S. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Limbah Bonggol Jamur Tiram Dalam Upaya Peningkatan Varian Produk Unggulan Pada AJJ Jamur Jepara. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement* 4(1):119–126. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i1.2030>.
- Malinda, M., Saragih, S., Junita, I., Zaniarti, S., Kristine, F., Suwarno, H.L., &

- Margaretha, Y. (2024). Penguatan UMKM Di Kabupaten Toba Melalui Workshop Literasi Keuangan. *Jurnal Panrita Abdi* 8(2):271–279. doi: <https://doi.org/10.20956/pa.v8i2.24890>.
- Marjito, & Tesaria, G. (2016). Aplikasi Penjualan Online Berbasis Android (Studi Kasus: Toko Hoax Merch). *Computech & Bisnis* 10(1):40–49. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=568474&val=7183&title=Aplikasi%20Penjualan%20Online%20Berbasis%20Android%20Studi%20Kasus%20Di%20Toko%20Hoax%20Merch>.
- Munthe, I., Isa, M., Winaruddin, Sulasmi, Herrialfian, & Rusli. (2016). Analisis Kadar Protein Ikan Depik (*Rasboratawarensis*) Di Danau Laut Tawar Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Medika Veterinaria* 10(1):67–69. DOI: <https://doi.org/10.21157/j.med.vet.v10i1.4044>.
- Sari, S.K., Isrofani, A.N., Pratiwi, C., & Batu, R.L. (2021). Pentingnya Inovasi Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Brand Iphone Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 8(1):181–187. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5605>.
- Sudarias, E. (2012). *Pengolahan Ikan Tenggiri*. Jakarta: Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Valentino, D.E. (2018). Perancangan Logo Brand Identity Sandipiper Sebagai Upaya Peningkatan Brand. *Jurnal Tematik* 5(2):127–140. <https://doi.org/10.38204/tematik.v5i2.158>.
- Wijayanti, E., Rachmawati, J.A., Rahmawati, T., & Sa'adah, I.N. (2020). Pendampingan Masyarakat Dalam Pengelolaan Kopi Robusta Di Indrokilo. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan* 20(2):145–156. doi: 10.21580/DMS.2020.202.6400.

Penulis:

Ali Sofwan, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara. E-mail: alisoftware1047@unisnu.ac.id

Sisno Riyoko, Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Nahdlatul Ulama, Jepara. E-mail: sisno@unisnu.ac.id

Safrizal, Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Nahdlatul Ulama, Jepara. E-mail: safrizal@unisnu.ac.id

Fandy Indra Pratama, Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Wahid Hasyim, Semarang. E-mail: fandy@unwahas.ac.id

Raden Hadapiningradja Kusumodestoni, Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Nahdlatul Ulama, Jepara. E-mail: kusumodestoni@unisnu.ac.id

Azzah Nor Laila, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Nahdlatul Ulama, Jepara. E-mail: azzah@unisnu.ac.id

Bagaimana men-sitasi artikel ini:

Sofwan, A., Riyoko, S., Safrizal, Pratama, F.I., Kusumodestoni, R.H., & Laila, A.N. (2025). Diversifikasi dan Branding Produk Olahan Bahan Ikan Pada UMKM Kerupuk Tenggiri di Pengkol Jepara. *Jurnal Panrita Abdi*, 9(4), 1014-1022.