

Mewujudkan UMKM Berkinerja Tinggi melalui Diversifikasi Produk dan Branding pada UMKM Babakaran Raos untuk Mencapai SDG's No. 8

Wiwit Hariyanto¹, Lukman Hudi², *Sigit Hermawan³, Aufa Ahmad⁴, Wiji Amelia Miranda⁵

^{1,3,4}Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

^{2,5}Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Corresponding Author. Email : sigithermawan@umsida.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 06-03-2026

Revised : 09-04-2026

Accepted : 15-04-2026

Online : 19-04-2026

Keywords:

Product Diversification;

Branding; Digital

Marketing; MSMEs

ABSTRACT

Abstract: Babakaran Raos MSME is a culinary business facing challenges in improving product quality, menu variety, and business competitiveness amidst increasingly fierce market competition. This Community Service (Abdimas) activity aims to create a quality MSME through product diversification strategies and strengthening business branding. The implementation method of the activity includes training and mentoring in the production of presto milkfish as a form of product diversification, business branding mentoring through improving visual identity and product packaging, and strengthening understanding of digital-based marketing. Abdimas activities are carried out in a participatory manner by prioritizing direct practice so that partners gain applicable experience in business development. The results of the activity show an increase in partner knowledge and skills in processing more varied, hygienic, and value-added products, as well as an increase in partner understanding of the importance of branding in building product image and appeal in the eyes of consumers. In addition, Babakaran Raos MSME has a diversified product, namely presto milkfish. This program is expected to be able to encourage the sustainability of Babakaran Raos MSME and become a model for MSME empowerment based on product quality improvement and branding strategies.

Abstrak: UMKM Babakaran Raos merupakan usaha kuliner yang menghadapi tantangan dalam peningkatan kualitas produk, variasi menu, dan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini bertujuan untuk mewujudkan UMKM yang berkualitas melalui strategi diversifikasi produk dan penguatan branding usaha. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan dan pendampingan produksi olahan bandeng presto sebagai bentuk diversifikasi produk, pendampingan branding usaha melalui perbaikan identitas visual dan kemasan produk, serta penguatan pemahaman pemasaran berbasis digital. Kegiatan Abdimas dilaksanakan secara partisipatif dengan mengedepankan praktik langsung agar mitra memperoleh pengalaman aplikatif dalam pengembangan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengolah produk yang lebih variatif, higienis, dan bernilai tambah, serta meningkatnya pemahaman mitra terhadap pentingnya branding dalam membangun citra dan daya tarik produk di mata konsumen. Selain itu, UMKM Babakaran Raos telah memiliki produk diversifikasi yakni bandeng presto. Program ini diharapkan mampu mendorong keberlanjutan UMKM Babakaran Raos serta menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis peningkatan kualitas produk dan strategi branding.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

A. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia karena menjadi fondasi utama dalam struktur perekonomian nasional (Sudirjo et al., 2023). Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berkontribusi besar dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi kerakyatan di berbagai daerah. Melalui aktivitas produksi dan jasa yang berbasis lokal, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, termasuk kelompok masyarakat dengan tingkat pendidikan dan keterampilan yang beragam, sehingga berperan penting dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan (Luh Gede Bevi Libraeni et al., 2022; Muntholip et al., 2025).

Selain itu, UMKM memiliki karakteristik fleksibilitas dan adaptabilitas yang tinggi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Hal ini menjadikan UMKM sebagai sektor yang relatif tangguh dalam menghadapi dinamika ekonomi, baik pada masa pertumbuhan maupun ketika terjadi krisis (Dewi Komala Sari et al., 2025). Peran UMKM juga semakin penting dalam mendorong pengembangan kewirausahaan berbasis komunitas, yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat lokal dan penguatan jejaring sosial ekonomi (Fahrudin et al., 2024). Dengan demikian, kontribusi UMKM tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi makro, tetapi juga pada pembangunan sosial dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Namun demikian, di tengah perannya yang strategis, UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan daya saing usaha. Permasalahan yang umum dijumpai meliputi keterbatasan kualitas produk, rendahnya tingkat inovasi dan diversifikasi produk, serta minimnya pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya strategi branding dan pemasaran yang terencana. Banyak UMKM masih berfokus pada aspek produksi semata tanpa diimbangi dengan upaya membangun identitas merek dan komunikasi pemasaran yang efektif, sehingga produk sulit dibedakan dari pesaing dan kurang memiliki nilai tambah di mata konsumen (Oetarjo et al., 2019).

Selain itu, rendahnya kepatuhan terhadap regulasi dan standar usaha, seperti sertifikasi halal dan legalitas usaha, turut menjadi kendala struktural yang membatasi akses UMKM terhadap pasar yang lebih luas. Dalam konteks pasar modern dan digital, aspek legalitas dan sertifikasi tidak hanya berfungsi sebagai persyaratan administratif, tetapi juga menjadi indikator kualitas, keamanan, dan kepercayaan produk di mata konsumen (Hariyanto et al., 2025). Ketidakmampuan UMKM dalam memenuhi standar tersebut berdampak pada terbatasnya peluang kerja sama dengan mitra strategis, sulitnya memasuki rantai pasok formal, serta rendahnya daya saing produk UMKM baik di tingkat nasional maupun internasional (Supardi et al., 2023). Oleh karena itu, upaya penguatan kapasitas UMKM melalui peningkatan kualitas produk, inovasi, branding, pemasaran, serta kepatuhan terhadap standar dan regulasi menjadi kebutuhan yang mendesak dan strategis dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM di Indonesia.

UMKM Babakaran Raos yang berlokasi di Kaliampoh RT 03 RW 01, Desa Kalipecabean, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo ini merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang olahan ikan dengan cara dibakar. Saat ini, produk yang ditawarkan masih terbatas, meliputi gurame bakar, nila bakar, pepes nila bakar, dan pepes bandeng bakar. Permintaan konsumen terhadap produk baru, khususnya bandeng presto, menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan. Mitra memiliki keinginan kuat untuk menambah diversifikasi produk tersebut agar mampu memenuhi permintaan pasar yang semakin beragam dan meningkatkan daya saing usaha (Annafik, 2012; Ulhaq et al., 2025).



Gambar 1. Produk Gurame Bakar dan Nila Bakar UMKM Babakaran Raos

Namun, mitra menghadapi sejumlah tantangan utama. Pertama, kemasan produk yang masih sederhana dan kurang menarik menyebabkan produk kurang mampu bersaing secara visual di pasar modern. Kedua, strategi pemasaran masih bersifat tradisional dan terbatas pada penjualan langsung, sehingga jangkauan pasar relatif sempit. Kondisi ini menegaskan perlunya intervensi yang sistematis untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM.

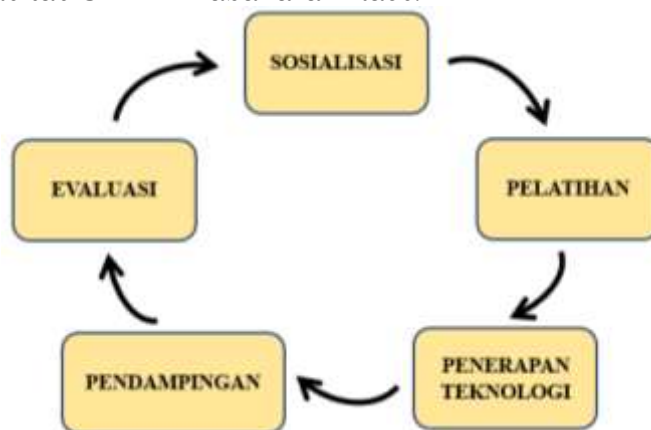
Untuk menjawab permasalahan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan terpadu. Kegiatan ini mencakup pelatihan diversifikasi produk, khususnya pembuatan bandeng presto berkualitas, bantuan peralatan melalui pengadaan panci presto, pendampingan branding dan pemasaran digital dan pengadaan box kemasan untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan pendekatan ini, UMKM tidak hanya dibekali keterampilan teknis, tetapi juga strategi pemasaran dan pemahaman regulasi yang mendukung pertumbuhan usaha.

Tujuan dari program ini adalah meningkatkan kapasitas UMKM secara menyeluruh, mulai dari inovasi produk, pengembangan kemasan yang menarik, strategi pemasaran yang efektif, hingga kepatuhan terhadap regulasi dan standar halal. Pendekatan holistik ini sejalan dengan SDGs No. 8, yang menekankan pentingnya mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, meningkatkan produktivitas, serta menciptakan lapangan kerja yang layak. Dengan meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola usaha secara profesional dan memperluas pangsa pasar, program ini berkontribusi pada terciptanya pekerjaan yang lebih layak dan peluang ekonomi yang lebih merata bagi masyarakat lokal.

Dengan pelaksanaan program yang menyeluruh, UMKM Babakaran Raos diharapkan mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi, menarik bagi konsumen, dan memiliki nilai kompetitif yang jelas. Selain itu, kegiatan ini dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan, yang tidak hanya meningkatkan produktivitas dan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga memperkuat posisi produk lokal di pasar modern, membangun kepercayaan konsumen, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal sesuai prinsip SDGs No. 8.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pendekatan terpadu yang terdiri atas lima tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Setiap tahapan dirancang untuk memastikan intervensi yang tepat sasaran, efektif, dan berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas UMKM Babakaran Raos.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Abdimas

1. Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilakukan sebagai langkah awal untuk memperkenalkan program kepada mitra UMKM Babakaran Raos. Kegiatan ini mencakup pertemuan langsung dengan pemilik dan pengelola UMKM, diskusi mendalam mengenai kondisi usaha, serta pengenalan tujuan dan manfaat program. Melalui sosialisasi, tim memastikan mitra memahami pentingnya diversifikasi produk dan branding kemasan dalam meningkatkan daya saing usaha, sekaligus membangun komitmen untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan program.

2. Pelatihan

Tahap pelatihan menjadi inti dari peningkatan kapasitas mitra. Pada tahap ini, mitra diberikan pelatihan teknis mengenai diversifikasi produk olahan bandeng, terutama pembuatan bandeng presto berkualitas, serta branding kemasan dan pemasaran digital. Pelatihan mencakup pengolahan produk, pengemasan awal, standar mutu, desain kemasan yang menarik dan fungsional, serta strategi promosi melalui media digital dan marketplace. Kegiatan ini dilengkapi dengan praktik langsung agar mitra dapat menguasai keterampilan baru secara efektif.

3. Penerapan Teknologi

Setelah pelatihan, mitra mulai menerapkan teknologi dan metode baru dalam proses produksi dan pemasaran. Tim pengabdian menyediakan fasilitas pendukung seperti alat presto dan box kemasan representatif, serta membimbing mitra dalam penggunaan teknologi agar proses produksi menjadi lebih efisien, konsisten, dan sesuai standar mutu. Tahap ini memastikan pengetahuan dari pelatihan dapat langsung diaplikasikan dalam operasional sehari-hari.

4. Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan secara berkelanjutan untuk memperkuat penerapan teknologi dan strategi bisnis. Tim pengabdian melakukan bimbingan langsung di lapangan, membantu mitra mengatasi kendala teknis, menyesuaikan desain kemasan, dan memaksimalkan strategi pemasaran digital. Pendampingan ini bertujuan agar mitra mampu mengoptimalkan hasil produksi, menjaga kualitas produk, serta meningkatkan kepercayaan konsumen.

5. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program secara menyeluruh. Evaluasi mencakup aspek produksi, kualitas produk, penerapan branding, efektivitas pemasaran digital, dan potensi pertumbuhan usaha jangka panjang. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk memberikan rekomendasi tindak lanjut kepada UMKM Babakaran Raos, sehingga program dapat berkontribusi pada pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan seperti pada Tabel 1. berikut ini:

Tabel 1. Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan

No	Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan	Tanggal	Tempat
1.	Persiapan Sosialisasi, Pelatihan, dan Pendampingan	14 Jan 2026	Umsida
2.	Sosialisasi, Pelatihan, dan Pendampingan Branding Produk, Keamanan Pangan, serta Pengadaan Panci Presto	20 Jan 2026	UMKM Babakaran Raos
3.	Sosialisasi, Pelatihan, Penerapan Panci Presto, dan Pendampingan Diversifikasi Produk yakni Bandeng Presto, serta Pengadaan Box Kemasan	10 Feb 2026	UMKM Babakaran Raos
4	Evaluasi Kegiatan	12-20 Feb 2026	UMKM Babakaran Raos

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Babakaran Raos yang menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, branding, pemasaran, serta kepatuhan terhadap regulasi usaha. Hasil kegiatan ini diperoleh melalui rangkaian pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan.

Sebelum melaksanakan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim abdimas terlebih dahulu melakukan tahap persiapan berupa sosialisasi program, perencanaan materi pelatihan, serta penyusunan strategi pendampingan yang dilaksanakan pada 14 Januari 2026 di lingkungan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA). Tahap ini bertujuan untuk memastikan kesiapan pelaksanaan kegiatan agar berjalan secara terarah, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan UMKM Babakaran Raos.

Kegiatan diawali dengan tahap sosialisasi yang dilaksanakan pada 20 Januari 2026 pukul 09.00 hingga 11.00 WIB. Kegiatan ini turut dihadiri oleh Direktur Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRPM) Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA), Prof. Dr. Sigit Hermawan, S.E., M.Si., CIQaR., CRP. Pada tahap ini disampaikan tujuan, manfaat, serta rangkaian program pengabdian kepada mitra UMKM Babakaran Raos, sehingga mitra memiliki pemahaman awal terkait pentingnya peningkatan kualitas usaha melalui aspek produksi, keamanan pangan, dan penguatan branding.

Tahap selanjutnya adalah pelatihan yang mencakup dua materi utama. Materi pertama terkait keamanan pangan disampaikan oleh Lukman Hudi, S.TP., M.MT. Dalam pemaparannya, dijelaskan pentingnya penerapan prinsip keamanan pangan dalam setiap tahapan pengolahan produk, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, penggunaan peralatan, hingga penyimpanan dan penyajian produk. Materi kedua terkait branding UMKM disampaikan oleh Wiwit Hariyanto, S.E., M.Si., yang membahas pentingnya membangun identitas merek yang kuat dan konsisten. Peserta memperoleh pemahaman mengenai konsep dasar branding, penentuan target pasar, penciptaan nilai unik produk, serta strategi pemasaran, khususnya melalui media digital. Pelatihan ini

bertujuan meningkatkan kesadaran mitra terhadap pentingnya kualitas produk dan citra usaha dalam meningkatkan daya saing.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan

Pada tahap penerapan teknologi, dilakukan serah terima bantuan peralatan berupa panci presto yang digunakan untuk mendukung proses diversifikasi produk, khususnya pengolahan bandeng presto. Bantuan ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi produksi, kapasitas usaha, serta kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM Babakaran Raos.

Tahap selanjutnya adalah pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan mitra mampu mengimplementasikan hasil pelatihan dan pemanfaatan teknologi secara optimal. Pendampingan difokuskan pada praktik langsung proses produksi yang sesuai standar keamanan pangan, penguatan branding, serta strategi pemasaran. Melalui pendampingan ini, diharapkan UMKM Babakaran Raos mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pasar, serta memperkuat keberlanjutan usahanya.



Gambar 3. Serah Terima Bantuan Peralatan Kepada UMKM Babakaran Raos

Kegiatan selanjutnya dilaksanakan sosialisasi pada 10 Februari 2026 pukul 09.00 hingga 11.00 WIB diawali dengan sosialisasi terkait program diversifikasi produk bandeng presto. Pada tahap ini, tim abdimas menyampaikan peluang pengembangan usaha berdasarkan tingginya permintaan pasar terhadap produk bandeng presto yang sebelumnya belum dapat dipenuhi oleh UMKM Babakaran Raos. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mitra mengenai potensi peningkatan nilai tambah produk serta strategi pengembangannya.

Tahap berikutnya adalah pelatihan yang disampaikan oleh Lukman Hudi, S.TP., M.MT., yang memiliki kompetensi di bidang pengolahan hasil perikanan. Materi pelatihan mencakup teknik pengolahan bandeng presto secara tepat, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pembersihan, pemberian bumbu, hingga teknik pemasakan menggunakan alat presto. Penekanan diberikan pada pengendalian waktu, suhu, dan tekanan untuk menghasilkan produk dengan tekstur tulang yang lunak tanpa mengurangi cita rasa dan nilai gizi. Selain itu, disampaikan pula aspek standar mutu dan keamanan pangan, termasuk sanitasi peralatan dan lingkungan produksi.



Gambar 4. Penyampaian Materi oleh Lukman Hudi, S.TP., M.MT

Pada tahap penerapan teknologi, dilakukan serah terima bantuan berupa 1.000 box kemasan produk yang diserahkan secara simbolis oleh tim abdimas kepada UMKM Babakaran Raos. Bantuan ini bertujuan untuk mendukung penguatan branding dan meningkatkan nilai tambah produk. Selain itu, mitra juga memanfaatkan alat panci presto yang telah diberikan sebelumnya sebagai teknologi utama dalam proses produksi bandeng presto, sehingga mampu meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi.



Gambar 5. Serah Terima Bantuan 1.000 Box Kemasan pada UMKM Babakaran Raos

Tahap pendampingan dilakukan melalui praktik langsung proses produksi bandeng presto oleh mitra. Dalam kegiatan ini, mitra mempraktikkan seluruh tahapan produksi secara sistematis, mulai dari persiapan bahan baku hingga penanganan pascaproduksi, dengan bimbingan tim abdimas. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa mitra tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikan teknik produksi secara mandiri dan berkelanjutan. Melalui pendekatan aplikatif ini, keterampilan teknis dan kepercayaan diri mitra meningkat, sehingga diharapkan mampu mendorong produktivitas, menjaga konsistensi kualitas produk, serta membuka peluang pengembangan usaha melalui diversifikasi produk di masa mendatang.



Gambar 6. Proses Pembuatan Bandeng Presto dan Uji Rasa oleh Tim Abdimas.

Sebagai bagian akhir dari rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dilakukan monitoring dan evaluasi secara menyeluruh terhadap seluruh tahapan program, mulai dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, hingga pendampingan. Monitoring dilakukan secara berkala selama kegiatan berlangsung, sedangkan evaluasi

dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan program dalam meningkatkan kapasitas UMKM Babakaran Raos.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa mitra mampu memahami dan mempraktikkan proses pembuatan bandeng presto secara mandiri (Rosyidah et al., 2021). Diversifikasi produk ini memberikan nilai tambah bagi UMKM Babakaran Raos, memperluas variasi produk yang ditawarkan, serta meningkatkan potensi pendapatan usaha (Achmadi et al., 2025). Dari sisi pembahasan, diversifikasi produk merupakan strategi penting dalam penguatan daya saing UMKM karena memungkinkan pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi pasar yang dinamis.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan dan pendampingan diversifikasi produk bandeng presto yang disertai dengan dukungan kemasan produk berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran UMKM Babakaran Raos. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk baru yang diminati konsumen, tetapi juga memperkuat kesiapan mitra dalam mengembangkan usaha secara profesional dan berkelanjutan (Kartikaningsih et al., 2021). Pendekatan ini sejalan dengan tujuan pengabdian kepada masyarakat yang menekankan pemberdayaan UMKM melalui peningkatan keterampilan, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi tepat guna.

Hasil pengabdian ini juga mendukung SDGs No. 8, yang menekankan pertumbuhan ekonomi inklusif dan penciptaan lapangan kerja yang layak. Dengan meningkatnya kemampuan produksi dan manajemen pemasaran, UMKM Babakaran Raos mampu meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, dan membuka peluang usaha yang lebih stabil bagi anggota komunitas. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan, menciptakan pekerjaan yang lebih layak, serta memperkuat peran UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Babakaran Raos, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil menjawab seluruh tujuan kegiatan abdimas dengan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas usaha mitra. Hal ini terlihat dari meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam aspek keamanan pangan, diversifikasi produk, branding, dan pemasaran. Mitra juga mampu mengimplementasikan secara langsung proses produksi bandeng presto dengan standar higienitas dan kualitas yang lebih baik, serta memanfaatkan kemasan dan identitas merek untuk meningkatkan daya saing produk.

Selain itu, kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas produksi dan nilai tambah produk, sehingga berdampak pada peningkatan produktivitas dan peluang pasar. Dengan demikian, program abdimas ini tidak hanya memperkuat kemampuan teknis dan manajerial UMKM, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan serta mendukung pencapaian SDGs No. 8.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Majelis Dikti Litbang PP Muhammadiyah untuk program pengabdian masyarakat RisetMu dengan Kontrak Nomor 0259.620/I.3/D/2025 dan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan ini.

REFERENSI

Achmadi, T. A., Khoiron, A. M., & Ardiansari, A. (2025). Penerapan Inovasi Teknologi Oven Telur Asin dan Pengembangan Diversifikasi Produk Telur Asin di Kelurahan

- Mangunsari Semarang. *Bakti Sekawan : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 98–108.
- Annafik, A. F. (2012). Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Juragan Jasmine Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 679–687.
- Dewi Komala Sari, Sigit Hermawan, Indah Dwi Lestari, Sintha Wahyu Arista, & Nadia Nurifayza Sufiyanti. (2025). Abdimas Untuk Menggerakkan Ranting Muhammadiyah Dan Aisyiyah Desa Boro Melalui Pelatihan Bisnis Kekinian Untuk Pencapaian SDG'S No.8. *DedikasiMU : Journal of Community Service*, 7(2), 131–138. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v7i2.9919>
- Fahrudin, A., Hermawan, S., & Hudi, L. (2024). Implementasi Mesin Perajang dan Pengaduk Sambal untuk Pengembangan UMKM Sambal Klotok Riandi Desa Karangbong Gedangan Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(6).
- Hariyanto, W., Hudi, L., Hermawan, S., Arista, S. W., Akuntansi, P. S., Bisnis, F., Sosial, I., Muhammadiyah, U., B, J. M. N., Sidoarjo, K., Sidoarjo, K., Timur, J., Studi, P., Pangan, T., Sains, F., Sidoarjo, U. M., B, J. M. N., Sidoarjo, K., Sidoarjo, K., ... Timur, J. (2025). *Optimalisasi Potensi UMKM Bandeng "TCHAKU" melalui Pendampingan Keuangan, Diversifikasi Produk, dan Branding untuk SDG's 8*. 9(2), 1–10.
- Kartikaningsih, H., Wati, L. A., Primyastanto, M., Supriyadi, & Putri, R. A. C. (2021). Otak Otak Bandeng Milenial, Diversifikasi Produk Bandeng Cabut Duri Untuk Segala Umur Dari Cv Anugrah Mitra Lestari. *Journal Of Innovation And Applied Technology*, 7(1), 1208–1212.
- Luh Gede Bevi Libraeni, Desmayani, N. M. M. R., Devi Valentino Waas, Ayu Gede Willdahlia, Gede Surya Mahendra, Ni Wayan Wardani, & Putu Gede Surya Cipta Nugraha. (2022). Pelatihan Penentuan Harga Pokok Penjualan pada Toko Kue Dapur Friska. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 255–265. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v3i2.973>
- Muntholip, A., Setiawan, N., Islam, B., & Rosyid, A. (2025). Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia : Studi Systematic Literature Review. *JUMANSI : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 7(1), 26–38.
- Oetarjo, M., Wachid, A., & Rizal, A. (2019). City Branding Sidoarjo Melalui Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Sidoarjo. *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 1(1), 131–136. <https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.420>
- Rosyidah, A., Ediati, R., & Murwani, I. K. (2021). Aneka Olahan Bandeng dan Pemanfaatan Teknologi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kelurahan Keputih. *Sewagati*, 5(3), 269–277. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i3.39>
- Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.134>
- Supardi, S., Sriyono, S., & Hermawan, S. (2023). Pendampingan Strategi UMKM di Era Digital Melalui Pencatatan Keuangan, Penghitungan Harga Pokok Produksi dan Manajemen Pemasaran untuk Dapat Naik Kelas. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(6), 968–979. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.5510>
- Ulhaq, R., Weihaan, R. A., Nasution, A., Andriani, D., Setyowati, M., Putri, N. K., Itawarnemi, H., Jasmi, & Lestari, R. (2025). Optimalisasi lahan melalui integrasi usaha tani kelapa dan budidaya lele untuk meningkatkan keberlanjutan dan diversifikasi pendapatan petani. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(3), 1–11. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i4.23824>