

Peningkatan Daya Saing UMKM Kerupuk Ibu Supatmah Melalui Pendaftaran Halal, NIB, Shopee dan Rebranding

Afif Wahyu Lestari*, Sri Rahayu

Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI

*Email: afifwahyulestari@gmail.com

ABSTRACT

Karimunjawa is a place famous for its natural beauty, attracting many local and foreign tourists. In addition to its tourism potential, Karimunjawa also has a community of MSMEs in various sectors, one of which is the fish cracker processing sector. However, from the field observations conducted by the community service team, it was found that many MSMEs still experience problems with productivity, weak product branding, and customers having difficulty finding business locations. One of the MSMEs experiencing this is the Karimunjawa specialty cracker MSME owned by Mrs. Supatmah. The community service team implemented several programs to address these issues, including registering the business address on Google Maps, obtaining halal certification and legal NIB registration, creating a Shopee account, and strengthening branding through product logos and rebranding on labels and packaging. Based on the evaluation results, the assisted SMEs experienced increased customer trust, expanded market reach, and were able to compete with similar SMEs that were already established.

Keywords: Branding; Halal Certificate; MSME; NIB Legality; Shopee

ABSTRAK

Karimunjawa adalah tempat yang terkenal dengan keindahan alamnya, menarik banyak wisatawan lokal dan mancanegara. Selain potensi wisatanya, Karimunjawa juga memiliki komunitas UMKM di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pengolahan kerupuk ikan. Namun, dari observasi lapangan yang dilakukan oleh tim pelayanan masyarakat, ditemukan bahwa banyak UMKM masih mengalami masalah produktivitas, branding produk yang lemah, dan pelanggan kesulitan menemukan lokasi usaha. Salah satu UMKM yang mengalami hal ini adalah UMKM kerupuk khas Karimunjawa milik Ibu Supatmah. Tim pelayanan masyarakat melaksanakan beberapa program untuk mengatasi masalah ini, termasuk mendaftarkan alamat bisnis di Google Maps, memperoleh sertifikasi halal dan pendaftaran NIB yang sah, membuat akun Shopee, serta memperkuat branding melalui logo produk dan rebranding pada label dan kemasan. Berdasarkan hasil evaluasi, UMKM yang dibantu mengalami peningkatan kepercayaan pelanggan, perluasan jangkauan pasar, dan mampu bersaing dengan UMKM sejenis yang sudah ada sebelumnya.

Kata Kunci: Branding; Legalitas NIB; Sertifikat Halal; Shopee; UMKM

PENDAHULUAN

Karimunjawa dikenal karena keindahan alamnya yang luar biasa, mulai dari pantai berpasir putih dengan ombak yang tenang hingga pesona bawah lautnya yang menarik minat para penggemar *snorkeling* dan *diving*. Selain potensi wisatanya, Karimunjawa juga memiliki komunitas UMKM yang berkembang di berbagai sektor seperti UMKM produk kerupuk, sambal dan budidaya rumput laut. Keberadaan UMKM ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan prinsip demokrasi ekonomi yang berkeadilan sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Permadhy et al., 2022)

Berdasarkan observasi lapangan yang dilakukan di Desa Karimunjawa, sektor UMKM pengolahan kerupuk menjadi salah satu sektor yang memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian masyarakat

Karimunjawa. Sektor ini membuka lapangan pekerjaan bagi warga lokal, menggerakkan aktivitas ekonomi di tingkat rumah tangga, dan memperluas peluang pemasaran produk khas Karimunjawa kepada wisatawan serta pasar yang lebih luas. Namun, sejumlah UMKM pengolahan kerupuk masih mengalami kendala produktivitas seperti penjualan yang masih sedikit, *branding* produk yang belum kuat dan calon customer sering kali kesulitan untuk menemukan rumah para pelaku UMKM saat akan membeli produknya.

UMKM Kerupuk Khas Karimunjawa milik Ibu Supatmah merupakan salah satu UMKM yang menghadapi masalah produktivitas, *branding* produk dan alamat rumah yang sulit ditemukan oleh calon pembeli. UMKM yang didirikan pada 22 November 2024 berupa *home industry* ini menghasilkan sekitar 12 kg kerupuk dalam sekali produksi. Jumlah produksi tersebut tentu jauh berbeda jika dibandingkan dengan UMKM sejenis yang mampu menghasilkan 1 kuintal dalam sekali produksi. Beberapa faktor yang menjadi tantangan dalam perkembangan usaha kerupuk Ibu Supatmah meliputi keterbatasan sumber daya manusia dalam hal pengetahuan, keterampilan, inovasi, *branding* produk yang belum kuat, jaminan keamanan produk seperti sertifikat halal dan legalitas NIB yang belum didapatkan, akses pasar yang terbatas, serta minimnya pemanfaatan teknologi sehingga menyebabkan daya saing usaha ini kalah dibandingkan UMKM serupa. Sedangkan menurut Fahimah et al., (2023) penerapan teknologi, inovasi dalam layanan, pengembangan sumber daya manusia, kemampuan membangun kemitraan, serta jaminan keamanan produk merupakan elemen penting yang berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Berdasarkan permasalahan tersebut, beberapa program pengabdian akan dilakukan untuk meningkatkan daya saing UMKM kerupuk khas Karimunjawa milik Ibu Supatmah. Program pengabdian ini terdiri dari mendaftarkan rumah produksi ke Google Maps, pendaftaran sertifikasi halal, legalitas NIB, penguatan *branding* produk dan pembuatan akun Shopee. Dengan memperkuat daya saing, UMKM mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkokoh posisi di pasar, serta menawarkan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah (Nasrulloh et al., 2023).

Program ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan daya saing UMKM kerupuk khas Karimunjawa milik Ibu Supatmah, tetapi juga menjadi contoh bagi UMKM lain di Karimunjawa yang menghadapi permasalahan serupa. Program ini menekankan pentingnya memperhatikan berbagai aspek yang diperlukan agar UMKM dapat bersaing, terutama dengan UMKM yang sudah dikenal luas di kalangan wisatawan yang berkunjung ke Karimunjawa. Dengan demikian, program ini bertujuan memberikan inspirasi dan strategi yang dapat diterapkan oleh berbagai sektor UMKM demi peningkatan kualitas dan daya saing usaha mereka.

METODE

Lokasi pelaksanaan program pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berada di Desa Karimunjawa, Kabupaten Jepara dengan fokus utama tertuju pada UMKM kerupuk khas Karimunjawa milik Ibu Supatmah. Program ini dilaksanakan mulai dari tanggal 5 – 20 Agustus 2025 melalui beberapa tahap, yaitu :

- Tahap Observasi
Pada tahap observasi, tim pengabdian kepada masyarakat (KKN) melakukan wawancara terhadap Petinggi Karimunjawa yaitu Bapak Arif Setiawan dan juga para pelaku UMKM serta mengamati kondisi lapangan. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan informasi atau data guna mengetahui permasalahan yang terjadi, potensi yang bisa dikembangkan dan mendapatkan mitra yang akan dijadikan sebagai sasaran program pengabdian.
- Tahap Sosialisasi
Pada tahap sosialisasi, tim pengabdian mendatangi rumah salah satu UMKM yang dijadikan mitra untuk melakukan sosialisasi terkait program-program yang akan dilaksanakan. Penyampaian rangkaian program dilakukan supaya mitra lebih mengetahui detail program yang akan dilakukan dan pihak mitra juga bisa memberitahu program yang sebenarnya mereka inginkan dan butuhkan.
- Tahap Pelaksanaan
Pada tahap pelaksanaan, tim pengabdian melakukan beberapa tahapan dimulai dari pengumpulan data diri Ibu Supatmah sebagai *owner* untuk digunakan sebagai syarat administrasi pendaftaran alamat rumah produksi ke Google Maps, pengajuan sertifikasi halal, legalitas NIB dan pembuatan akun Shopee. Selama menunggu proses pengajuan alamat, sertifikat halal dan legalitas NIB kurang lebih 2-3 hari, tim pengabdian menjalankan program lain yaitu *rebranding* produk. *Rebranding* produk dilakukan mulai dari pembuatan logo usaha, dikarenakan sebelumnya usaha ini tidak memiliki logo yang menjadi ciri khas. Selanjutnya pembaharuan label produk pada kemasan, dimana sudah lebih lengkap dengan adanya logo halal dan terdapat nomor NIB. Setelah itu pembaharuan *packaging* yaitu dari yang sebelumnya

hanya direkatkan menggunakan stapler kini diperbarui dengan alat pres yaitu *sealer* untuk lebih menjamin keamanan produk terlebih untuk pengiriman jarak jauh. Tahap terakhir yaitu penyerahan sertifikat halal, NIB dan akun Shopee kepada Ibu Supatmah untuk dapat dioperasikan dalam menjalankan usahanya.

- Tahap Evaluasi

Tahap terakhir yaitu evaluasi, pada tahap ini tim pengabdian melakukan evaluasi atas setiap program yang telah dilaksanakan. Tahap evaluasi juga digunakan untuk mengetahui pengaruh program yang dilakukan terhadap peningkatan daya saing UMKM kerupuk khas Karimunjawa milik Ibu Supatmah dan pengaruhnya terhadap sosial. Hasil evaluasi ini nantinya akan digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan program di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian dan pemberdayaan ini dimulai dengan tahap observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian pada tanggal 5 Agustus 2025. Observasi lapangan dilakukan dengan melakukan wawancara kepada Petinggi Karimunjawa yaitu Bapak Arif Setiawan guna mengetahui keadaan UMKM di Desa Karimunjawa. Selanjutnya, tim pengabdian melakukan observasi ke pelaku UMKM setempat yaitu UMKM yang menghasilkan produk hasil dari olahan rumput laut dan UMKM pengolahan kerupuk berbahan dasar ikan, cumi – cumi dan kepiting untuk mendapatkan informasi berupa permasalahan yang dihadapi dan potensi yang bisa dikembangkan.

Berdasarkan informasi yang telah didapatkan dari tahap observasi lapangan, tim pengabdian memutuskan untuk fokus terhadap satu pelaku UMKM, yaitu Ibu Supatmah. Pemilihan Ibu Supatmah untuk menjadi mitra dalam pelaksanaan program pengabdian ini didasarkan atas ketersediaan Ibu Supatmah untuk dapat menerima program yang diajukan oleh tim pengabdian dan bersedia untuk berpartisipasi dalam pelaksanaannya. Langkah selanjutnya yaitu sosialisasi lebih lengkap dan penyelarasan program yang diusulkan tim pengabdian dengan kebutuhan pada UMKM kerupuk khas Karimunjawa milik Ibu Supatmah.

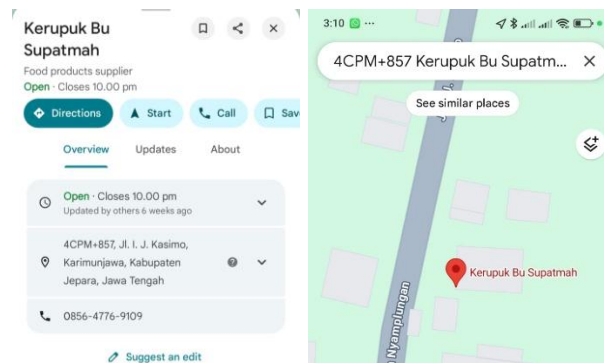


Gambar 1. Tahap Observasi Lapangan



Gambar 2. Sosialisasi dan Penyelarasan Program dengan Ibu Supatmah

Saat melakukan sosialisasi program pada tanggal 6 Agustus 2025, Ibu Supatmah dan keluarga menyetujui semua program yang diajukan oleh tim pengabdian. Selanjutnya tim pengabdian mulai menyusun agenda untuk mulai melaksanakan program pengabdian. Program pengabdian dilaksanakan dari tanggal 7 Agustus 2025, yang diawali dengan pendaftaran alamat rumah produksi ke Google Maps. Pendaftaran alamat ini dilakukan karena sebelumnya terdapat keluhan bahwa banyak calon konsumen yang kesulitan saat akan membeli langsung ke tempat pembuatan. Sehingga dengan tercantumnya alamat di Google Maps akan mempermudah calon customer dalam proses pembelian. Menurut Hidayah, (2025) Google Maps bukan hanya sekedar alat untuk navigasi tetapi juga media promosi yang efektif dan mudah sehingga dalam pemanfaatannya dapat meningkatkan daya saing UMKM.



Gambar 3. Pelaksanaan Program Pendaftaran Rumah Produksi ke Google Maps

Program selanjutnya dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 2025 yaitu pengumpulan data administratif yang dibutuhkan untuk melakukan pendaftaran sertifikasi halal dan legalitas NIB. Pengajuan halal dan NIB dilakukan setelah semua dokumen terkumpul dan akan di proses dalam jangka 1-3 hari kerja. Pendaftaran halal dan NIB dilakukan karena dengan adanya sertifikasi dan legalitas produk maka akan semakin membuat yakin para calon *customer* akan kualitas produk yang telah terjamin. Dengan adanya sertifikasi halal dan legalitas usaha yaitu NIB dapat meningkatkan kualitas dan daya saing suatu produk dalam pemasarannya (Astuti et al., 2024)(Afiah & Ilhama, 2025).



Gambar 4. Penyerahan Logo Halal dan NIB Secara Simbolis dari Tim Pengabdian

Upaya untuk meningkatkan *branding* produk kerupuk milik Ibu Supatmah juga dilakukan dengan pembuatan logo produk, dimana sejak usaha didirikan usaha ini belum memiliki logo yang menjadi identitas produk. Menurut Ainun et al., (2023) pemberian logo, nama, istilah, desain atau campuran dapat menciptakan identitas dan meningkatkan *branding* produk. Dalam pembuatan logo, tim pengabdian berdiskusi secara langsung dengan Ibu Supatmah dan keluarga dalam menentukan *design* yang sesuai.



Gambar 5. Logo Usaha UMKM Kerupuk Khas Karimunjawa Ibu Supatmah

Program selanjutnya yaitu tim pengabdian melakukan *rebranding* pada label dan *packaging* produk kerupuk milik Ibu Supatmah. Label pada kemasan kini telah dilengkapi dengan adanya logo halal, NIB, nomor yang dapat dihubungi dan lokasi. Sedangkan untuk *packaging* dari yang sebelumnya hanya direkatkan menggunakan stapler, kini disempurnakan menggunakan alat press plastik untuk memastikan keamanan produk saat dalam proses pengiriman.



Gambar 6. Label dan Packaging Sebelum Rebranding

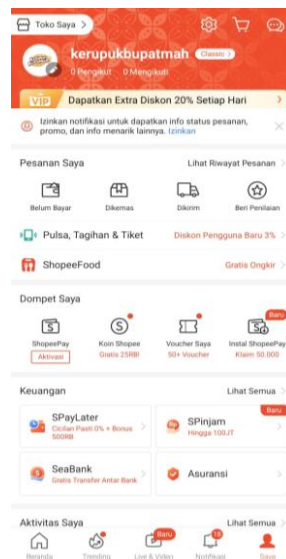
Rebranding dilakukan sebagai strategi supaya produk kerupuk Ibu Supatmah memiliki tanda pengenal yang semakin kuat di pasaran, karena UMKM perlu mengembangkan strategi agar tetap bertahan di pasar, salah satunya dengan menghadirkan kemasan modern yang menarik dan multifungsi. Tujuan dari langkah ini adalah untuk meningkatkan daya saing produk mereka dibandingkan dengan produk yang sudah lebih dulu beredar di pasaran (Lesmini et al., 2024).





Gambar 7. Label dan Packaging Setelah Rebranding

Program terakhir yaitu pembuatan akun Shopee, program ini sebagai solusi dari permasalahan adanya permasalahan jangkauan pasar yang kurang luas dan kesulitan pengiriman ke luar wilayah Karimunjawa. *E-commerce platform shopee* dipilih karena implementasinya yang mudah dan dapat dipahami oleh pemilik UMKM yaitu Ibu Supatmah dan keluarga yang mengelola. Shopee berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia, dengan memberikan banyak keuntungan bagi pelaku usaha kecil dan menengah (Rahmawati & Fasa, 2025). Platform *e-commerce* ini menyediakan berbagai fitur, dukungan teknologi, dan program pemberdayaan yang mendorong pertumbuhan UMKM di era digital. Shopee menjadi agen transformasi digital yang penting bagi UMKM dengan menyediakan sarana untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membantu mereka beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi. Dengan platform ini, UMKM mampu menjangkau pelanggan lebih luas, memperbaiki cara pengelolaan bisnis, dan bersaing lebih efektif di pasar digital yang kompetitif.



Gambar 8. Akun Shopee UMKM Kerupuk Ibu Supatmah

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian di Desa Karimunjawa terkhusus pada UMKM kerupuk khas Karimunjawa milik Ibu Supatmah menunjukkan bahwa masih terdapat UMKM yang belum memperhatikan aspek penting guna meningkatkan daya saing produk di pasaran. Aspek tersebut seperti adanya keterangan alamat di Google Maps, sertifikat halal, legalitas NIB, *branding* dan pemanfaatan Shopee dapat membuat produk daya saingnya meningkat. Meskipun masih memiliki kendala seperti kebingungan dalam mengoperasikan toko di Shopee karena Ibu Supatmah dan suami kurang menguasai teknologi. Solusi praktis yang diberikan yaitu memberikan pelatihan kepada anak dari Ibu Supatmah tentang bagaimana mengoperasikan penjualan menggunakan toko Shopee.

Diharapkan dengan adanya program pengabdian ini jangkauan pasar, *branding* dan daya saing kerupuk Ibu Supatmah semakin kuat di pasaran dan mampu bersaing dengan UMKM yang sudah ada terlebih dahulu. Selain itu, diharapkan kerupuk Ibu Supatmah juga menjadi contoh untuk UMKM di Karimunjawa yang mengalami permasalahan serupa. Sehingga kedepannya akan membuat UMKM di Karimunjawa lebih produktif dan mampu bersaing dengan produk lokal lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Afiyah, J., & Ilhama, N. (2025). *Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (Nib) Melalui Sistem Online Single Submission (Oss) Untuk Usaha Mikro Berbasis Jasa Konveksi Rumah Tangga*. 2(2), 42–45.
- Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). *Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding*. 6(1), 674–681.
- Astuti, D., Ginting, D., Silaen, N. E., Sepristiwanto, M., Juwita, Syafitri, A., Drajat, F. I., Ningsih, A. W., Anjelina, M., Ninda, & Septiana. (2024). *Sosialisasi Pendampingan Pembuatan Sertifikat Halal Untuk Umkm Desa Rawang Pasar Iv*. 4(2).
- Fahimah, M., Satiti, W. S., Fadhli, K., Listiani, A., Putri, A. U., Santoso, T. A., Manajemen, P. S., Hasbullah, U. K. H. A. W., Studi, P., Matematika, P., Kh, U., & Hasbullah, A. W. (2023). *Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Instagram Dan Marketplace Bagi Pelaku Digital , Pola Konsumsi Barang Dan Jasa*. 2(2), 61–70.
- Hidayah, I. (2025). *Peran Google Maps Dalam Meningkatkan Visibilitas Umkm : Studi Kasus Di Kecamatan Cileungsi , Jawa Barat The Role Of Google Maps In Enhancing Msme Visibility : A Case Study In Cileungsi District , West Java*. 1(1), 37–41. <https://doi.org/10.37373/Jvk.V1i1.1875>
- Lesmini, L., Firdaus, M. I., & Rifni, M. (2024). *Sosialisasi Strategi Packaging Dan Branding Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk*. 4(2), 375–386. <https://doi.org/10.20812/Adma.V4i2.3353>
- Nasrulloh, M. F., Mahendri, W., Fadhli, K., Wahyuni, S., Jafar, M., & Maksum, S. (2023). *Pelatihan Digital Marketing Produk Umkm Pada Masyarakat Desa Betek Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. 4(2).
- Permady, Y. T., Tristiarto, Y., Ekonomi, F., Pembangunan, U., Veteran, N., Depok, K., Barat, J., Jawa, D., Ukuran, B., Mikro, T. U., & Dalam, M. (2022). *Analisis Sikap Keuangan Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Umkm Di Kota Depok Jawa Barat*. 5(1), 201–211.
- Rahmawati, L. H., & Fasa, M. I. (2025). *Transformasi Digital : Peran E-Commerce (Shopee) Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia Digital Transformation : The Role Of E-Commerce (Shopee) In Improving The Competitiveness Of Umkm In Indonesia*. April, 6704–6712.