

LAPORAN KEGIATAN

**PROGRAM INSENTIF PENGABDIAN MASYARAKAT
TERINTEGRASI DENGAN MERDEKA BELAJAR KAMPUS
MERDEKA BERBASIS KINERJA INDIKATOR KINERJA UTAMA
BAGI PERGURUAN TINGGI SWASTA TAHUN 2022**



**STRATEGI OPTIMALISASI PRODUKSI DAN PEMASARAN DIGITAL INDUSTRI
KERUPUK PASCA PANDEMI COVID DI GUNUNG ANYAR KORA SURABAYA**

Tim Pengusul:

Dr. Nur Handayani, S.E., M.Si., Ak., CA. (Ketua)

NIDN: 0724037501

Dr. Fidiana, M.S.A. (Anggota)

NIDN: 0702027803

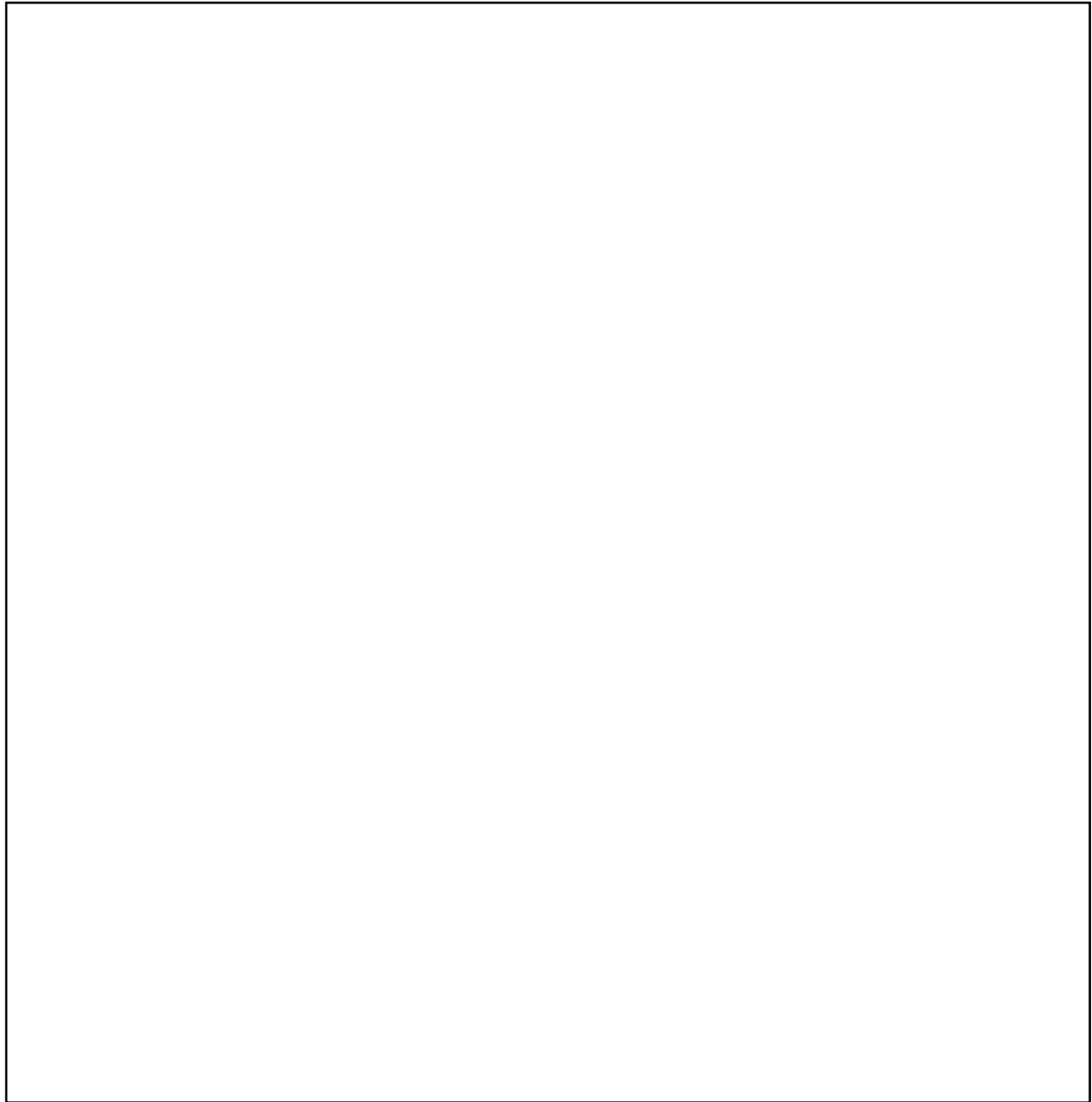
Dr. Hindah Mustika, S.M., M.S.M. (Anggota)

NIDN: 0705088302

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

DESEMBER 2022



Ketua Tim Pengusul

(Dr. Nur Handayani., S.E., M.Si., AK.)

Penanggung jawab
Ketua LPPM/LPM
Lembaga yang sejenis

(Dr. Nur Laily, M.Si)

Daftar Isi

Ringkasan / Abstraksi Kegiatan

Gunung Anyar Tambak dikenal sebagai kampung penghasil kerupuk atau sering disebut Kampung Kerupuk. Warga Gunung Anyar Tambak RW 01 sebagai salah satu penghasil kerupuk berbahan dasar ikan. Berbagai macam ikan hasil tambak seperti: Ikan bandeng, Udang, Kerang, Ikan Ilat-ilat, dan Ikan Payus yang menjadi favoritnya. Salah satu kelemahan dari ikan adalah memiliki duri yang banyak, tetapi ternyata ikan jika di olah dengan cara yang benar menghasilkan nilai lebih dibidang kesehatan ekonomi. Banyak hal yang sudah dilakukan oleh warga setempat untuk menghasilkan kerupuk dengan bahan dasar ikan yang dapat dikenal dan dinikmati oleh konsumen dari berbagai usia dan latar belakang. Kondisi tersebut belum optimal dan terlihat kurang berhasil. Oleh karena itu, salah satu tujuan dari pengabdian ini berupaya memberikan pemahaman dan pelatihan terkait dengan pentingnya optimalisasi produksi, perhitungan harga pokok produksi dan harga jual, labeling dan *packaging* serta optimalisasi pengemasan produk dan strategi pemasaran produk kepada 18 UKM di warga Gunung Anyar Tambak RW 01 Surabaya. Pelatihan dan mentoring tersebut dilakukan berlatar belakang keluhan para pelaku UKM dalam menjalankan usahanya. Pengabdian ini dilakukan dengan memberikan pelatihan dan mentoring secara langsung kepada mitra, sehingga pelatihan ini tidak hanya sekedar memberikan teori tetapi juga praktik secara langsung. Narasumber yang ahli dibidangnya memberikan arahan dan berbagi cerita tentang apa yang pernah dilakukan sehingga bias menjadi “role model” para pelaku UKM. Narasumber secara totalitas dapat mendengarkan dan menanggapi keluhan serta sharing dari mitra. Narasumber langsung mencontohkan hal hal yang seharusnya dan tidak seharusnya dilakukan oleh para pelaku UKM kerupuk baik dalam proses produksi, pelabelan, pengemasan dan pemasaran produk.

Pelatihan dan mentoring oleh Owner UD MAWAR Kerupuk Kasandra yang telah berhasil dengan memproduksi kerupuk per harinya menghabiskan bahan berupa tepung tapioca sebanyak 1 ton. Tim pelaksana menghadirkan beliau untuk memotivasi dan mentoring para pelaku UKM Kerupuk tersebut. Topik yang pertama berupa pelatihan dan mentoring optimalisasi produksi. Topik pelatihan yang kedua yaitu berupa pelatihan menghitung harga pokok produksi dan harga jual, dalam konteks ini mitra dibimbing dan diberi contoh cara mengidentifikasi biaya-biaya produksi kemudian menghitungnya. Pelatihan yang ketiga berupa *labelling* yang disampaikan oleh narasumber dari PT.Solusi Inovasi Pancarona yang bergerak dalam bidang desain produk. Produk kerupuk milik mitra masih banyak yang belum ada label nya. Hal ini yang melatarbelakangi mengapa produk tersebut tidak mudah dikenal oleh banyak orang, Pelaku UKM kurang peka dan memahami pentingnya *labeling* dalam produk kerupuk yang mereka hasilkan. Pelatihan yang ke empat berkaitan dengan *packaging*. Pembuatan kemasan dan cara mengemasnya juga menjadi salah satu kunci dalam memasarkan produk. *Packaging* yang menarik sesuai dengan karakteristik, jumlah dan ukuran produk akan menjadikan produk lebih berkualitas. Selanjutnya pelatihan dan mentoring yang kelima adalah praktik bagaimana pengemasan produk yang optimal sehingga bisa mempengaruhi keputusan calon pembeli untuk membeli produk atau bahkan berlangganan. *Packaging* sebagai hal yang pertama yang dilihat oleh konsumen sehingga perlu dibuat sebaik mungkin. Cara mengemas produk menjadi salah satu strategi untk memasarkan produk. Hal tersebut merupakan topic dari pelatihan yang ke enam.

Pengabdian yang di wujudkan dalam bentuk pelatihan dan mentoring tidak hanya pada mitra, tetapi juga memiliki tujuan dan manfaat bagi lingkungan sekitar, yaitu: pemanfaatan hasil tambak, penyerapan tenaga kerja. Kerupuk memang terkenal sebagai makanan ringan yang memiliki cita rasa dan bentuk yang unik, sehingga perlu dipertahankan dan dilestarikan. Kerupuk dapat memberikan manfaat dalam berbagai aspek kehidupan.

Keywords: kerupuk, optimalisasi produk, labeling, packaging, strategi pemasaran.

Kata Pengantar

Segala Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat dapat menyelesaikan laporan kegiatan “Program insentif pengabdian masyarakat yang terintegrasi dengan MBKM berbasis kinerja IKU bagi PTS Tahun 2022”.

Kami mengucapkan terima kasih kepada STIESIA Surabaya dan Direktorat Jendral Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi (Ditjen Ristek Dikti) sebagai pemberi dana dalam kegiatan pengabdian kepada 18 UKM yang berada di Wilayah Gunung Anyar Tambak RW 001. Pelaksanaan pengabdian ini berfokus pada peningkatan bisnis kerupuk melalui optimalisasi pengolahan, labeling dan packaging kerupuk berbahan dasar ikan.

Semoga kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat bagi Mitra dan lingkungan sekitarnya, sehingga dapat menjalankan usahanya dengan lebih semangat karena juga mendapat bantuan alat produksi serta bahan produksi yang didanai dari Ditjen Ristek Dikti. Manfaat bagi mahasiswa yang turut aktif dalam kegiatan ini adalah mengaplikasikan teori yang mereka dapatkan dengan praktik di lapangan, Bagi institusi tercinta STIESIA Surabaya dan bagi tim pelaksana dapat berpartisipasi dalam membantu pemerintah untuk menciptakan kemandirian masyarakat

. Tim pelaksana menyadari bahwa dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini masih jauh dari sempurna. Tiada gading yang tak retak, oleh karena itu kami mohon maaf yang sebesar– besarnya apabila ada yang kurang berkenan.

Surabaya, 22 Desember 2022

Hormat Kami

Tim Pelasana.

BAB 1

Pendahuluan

1.1. Analisis Situasi

Pada tahap pendahuluan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tim pelaksana sebaiknya memahami kondisi mitra. Oleh karena itu sebaiknya dilakukan analisis situasi. Analisis situasi dilakukan dengan melakukan identifikasi profil mitra yang dilanjutkan dengan kegiatan pendahuluan.

1.1.1 Profil Mitra

Kerupuk menjadi makanan favorit bagi sebagian besar penduduk di Indonesia, kerupuk telah lama menjadi bagian penting kuliner (Wahyono, Rudi dan Marzuki. 2010) . Jika makan tidak ditemani oleh kerupuk rasanya kurang nikmat. Setiap daerah pasti mempunyai produk lokal jenis kerupuk yang sangat lezat. Sebagai contoh: daerah Madiun dengan kerupuk pulinya, Palembang dengan kerupuk kemplangnya, Sidoarjo penghasil kerupuk udang, Tulung agung dan Mojokerto dengan kerupuk rambak sapinya, Kota Surabaya dengan kerupuk hasil lautnya antara lain: teripang, kerung, kupang dan lain sebagainya, kerupuk opak dari Sunda, Kerupuk pohung dari Madura. Kerupuk dapat menjadi komoditas unggulan dengan ciri khas rasa yang berbeda – beda sesuai dengan masing-masing daerahnya. Ada beragam jenis kerupuk yang ada di Indonesia menjadikan kerupuk sebagai makanan yang tidak terlupakan.

Sebagai salah satu makanan ringan, kerupuk banyak dihasilkan oleh industri kecil dan industri rumah tangga, oleh karena itu, sebagian besar pelaku usaha kecil menengah (UKM) kerupuk biasanya hanya menjalankan usahanya secara sederhana. Industri kerupuk merupakan salah satu Industri yang sangat di gemari oleh warga Gunung Anyar, tepatnya jalan Gunung Anyar Tambak RW 01 Surabaya. Didaerah tersebut terdiri lebih dari 20 Kepala Keluarga dengan latar belakang ekonomi yang kurang baik atau sering disebut dengan masyarakat prasejahtera. Dari 20 Kepala Keluarga ada sebanyak 18 Kepala Keluarga yang memiliki penghasilan yang tidak menentukan karena mayoritas mata pencarian masyarakat sebagai nelayan, penjual makanan ringan disetiap sore dan sebagai pekerjaan paruh waktu, sehingga untuk membantu dan menambah nilai ekonomi beberapa warganya menjadi pelaku industri kerupuk. Gunung Anyar Tambak Surabaya memiliki jarak sekitar 7,5 km dari kampus STIESIA Surabaya, warganya memiliki kreativitas yang unik dan bermanfaat yaitu, mengolah produk yang kurang diminati menjadi produk yang bersih dan siap untuk dikonsumsi. Hasil olahan tersebut berupa kerupuk, yang berasal dari ikan dan udang yang didapat dari tambak atau hasil tangkapan di laut, fokus utama yang digunakan adalah ikan payus, karena ikan payus memiliki banyak duri dan kurang memiliki nilai ekonomis jika di jual masih dalam bentuk ikan, sehingga warga berusaha mengolah ikan payus menjadi kerupuk. Ikan payus yang diolah menjadi kerupuk menghasilkan kerupuk yang sangat gurih dan lezat. Berikut beberapa hal terkait proses pembuatan produk (Gambar 1.1 – 1.4):



Gambar 1.1 (Pembuatan Adonan)

Pada Gambar 1 terlihat jelas adanya proses pembuatan adonan (campuran antara tepung pilihan dengan ikan yang sudah dibersihkan. Hal ini sudah dilakukan selama bertahun – tahun dengan cara yang manual.



Gambar1. 2 (Proses Bahan Siap di Kukus)

Pada Gambar 2 adanya kegiatan penggulungan (adonan yang sudah tercampur dengan rata kemudian di gulung, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam proses pengukusan dan pemotongan).



Gambar 1.3 (Pengukusan Adonan)

Pada Gambar 3 dimana proses pengukusan, pengukusan adonan ini menggunakan bahan daun sebagai pembungkus, hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan mendapatkan tekstur yang baik. Daun salah satu bahan alternative yang tidak memiliki dampak bagi kesehatan (Anonim, 2008a; Supardi dan Sukamto, 1999).



Gambar 1.4 (Penjemuran)

Pada Gambar 4 terlihat adanya penjemuran yang dilakukan dengan matahari sebagai sumber utamanya, bahan yang telah di kukus kemudian di diamkan sampai dingin dan benar – benar siap untuk di potong, setelah dipotong sesuai dengan ukuran (dalam hal ini pemotongan dilakukan secara manual) kemudian di lakukan penjemuran di papan yang terbuat dari bambu. Penjemuran sendiri dilakukan sampai bahan tersebut kering dan terkait berapa lama, hal ini tergantung dari sinar matahari. Rata – rata penjemuran memerlukan waktu normal 2 (dua) hari dengan sinar matahari yang benar benar terang.

Kerupuk yang sudah kering di biarkan sampai benar – benar dingin dan kemudian siap untuk di goreng ataupun langsung di jual kepada konsumen atau pelanggan. Rata-rata hasil produksi yang siap dikonsumsi dalam waktu satu minggu sebanyak minimal 20 kg mentah per UKM dengan varian rasa yang bermacam-macam sesuai jenis ikannya.



Gambar 1.5: Kerupuk Mentah yang langsung dijual

Banyak varian rasa yang di buat oleh para pelaku UKM sehingga hal ini menjadi daya tarik tersendiri, salah satu warga setempat yang bernama Ibu Inayah sebagai pelaku dari industri kerupuk menyebutkan bahwa produk yang dihasilkan berupa kerupuk memiliki jenis varian yang unik karena adanya kemampuan untuk memadukan jenis bahan dasar berupa ikan dengan buah - buahan. Sehingga hal ini memancing rasa penasaran konstumer selain hanya melihat tetapi ingin menikmati. Saat ini produk kerupuk yang dihasilkan kurang lebih ada 12 varian dengan rasa dan ukuran yang berbeda – beda. Usaha yang dilakukan oleh warga setempat untuk mengolah ikan dan udang mentah menjadi kerupuk dilakukan secara manual dan dengan peralatan seadanya. Dapat dikatakan warga masih menggunakan metode dan alat yang serba tradisional. Beberapa alat sebagai penunjang untuk kegiatan produksi yaitu panci sebagai tempat mengukus adonan yang sudah di olah, pisau sebagai alat untuk membersihkan duri dan kotoran, kompor sebagai pengukus, wajan sebagai tempat penggorengan, baskom sebagai tempat untuk mengaduk adonan, sealer sebagai perekat setelah kerupuk di goreng.



Gambar 1.6: Kerupuk Matang

Rata – rata kegiatan ini sudah dilakukan lebih dari 5 tahun, sebagai salah satu bentuk aktivitas yang dilakukan sehari – hari dan sebagai mata pencaharian. Aktivitas ini lebih banyak dilakukan oleh ibu – ibu dimana usianya sudah tidak muda lagi. Beberapa hasil olahan mereka di jual dalam 2 jenis yaitu produk (kerupuk) yang siap di konsumsi dan produk (kerupuk) yang masih setengah jadi yaitu belum di goreng. Dilihat dari segi pemasaran, 90 persen sistem yang dilakukan oleh warga masih terbilang sangat sederhana sekali, yaitu menjual ke tetangga, dititipkan ke warung – warung kecil dengan kemasan yang sangat minim sekali.

1.1.2 Kegiatan Pendahuluan

Kegiatan ini untuk mendata secara rinci dan detail tentang keberadaan (lokasi) serta aktivitas dari UKM warga Gunung Anyar Tambak, hal ini perlu dilakukan karena untuk mengetahui secara lebih jauh beberapa hal yang harus dan tidak harus dilakukan oleh UKM mulai dari proses produksi sampai produk benar – benar dinikmati oleh konsumen. Survey yang dilakukan langsung bertemu dengan ketua paguyupan (ketua UKM) berserta dengan beberapa warga setempat yang terjun langsung dengan usaha kerupuk.

Warga merasakan banyak hal yang perlu dilakukan untuk mempertahankan kondisi ekonomi melalui usaha kerupuk, sehingga perlu adanya diskusi dan survey untuk menemukan cara dan solusi yang baik dan tepat guna dapat mewujudkan suatu produk dapat mudah di kenal orang dan mudah dinikmati oleh berbagai jenis usia yang tersebar di berbagai daerah.



Gambar 1.7: Diskusi Permasalahan



Gambar 1.8: Diskusi Permasalahan Lanjutan

Kegiatan diskusi sebagai langkah awal untuk mencari solusi terhadap beberapa hal yang dialami oleh warga sebagai salah satu upaya tindakan yang dilakukan, dari diskusi awal yang dilakukan dua sampai tiga hari ini, menemukan titik terang adanya beberapa hal yang perlu di jelaskan dan di perbaiki serta adanya praktik langsung melalui pelatihan.

BAB 2

Tujuan dan Sasaran

2.1 Tujuan

Tujuan dari kegiatan ini ada dua yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum adalah tujuan kegiatan ini secara garis besar. Sedangkan tujuan khusus adalah tujuan yang hendak dicapai atas pelaksanaan kegiatan ini.

2.1.1 Tujuan Umum

Membantu UKM warga Gunung Anyar Tambak RW 01 dalam mengembangkan usaha pengolahan kerupuk ikan dengan lebih memahami bagaimana produk hasil olahan dapat diminati oleh konsumen dari berbagai kalangan dan berbagai tempat.

2.1.2 Tujuan Khusus

Sebagai salah satu bentuk upaya untuk mencari solusi dan menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh warga khususnya Wilayah Gunung Anyar Tambak RW 01, Kec Gunung Anyar yang telah sukses memproduksi kerupuk berbahan dasar ikan. Pengabdian ini fokus bagaimana hasil produk yang dihasilkan dapat memiliki nilai ekonomi lebih dan tentunya dapat bersaing dengan produk lain yang terbilang sejenis. Beberapa tujuan yang di berikan tim pengabdian di Wilayah Gunung Anyar Tambak RW 001 yaitu:

1. Memberikan pelatihan dan mentoring berupa optimalisasi proses produksi, dimana optimalisasi proses produksi merupakan suatu proses pencarian solusi yang terbaik. Kendala-kendala proses produksi seperti kendala penjemuran krupuk menjadi topik yang menarik dan solutif. Proses produksi sangat relevan dengan biaya produksi dan harga pokok produksi serta harga jual. Tujuan pengoptimalan tidak hanya memaksimalkan keuntungan, atau tidak selalu meminimalkan biaya. Ada 3 point penting dalam optimalisasi yaitu: tujuan, alternatif pengambilan keputusan dan adanya sumber daya yang terbatas.
Manfaat dari optimalisasi yaitu mengidentifikasi tujuan, mengatasi kendala, mencari solusi dan mengambil keputusan dengan cepat.
2. Memberikan pelatihan dan membimbing mitra dalam perhitungan harga pokok produksi dan harga jual, harga jual sendiri merupakan harga akhir yang ditetapkan oleh penjual, dimana ada 3 faktor yang menentukan harga jual yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli, harga yang bersedia diterima oleh penjual dan harga yang bersaing di pasaran.
Pentingnya memberikan pelatihan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual ini karena berkaitan dengan jumlah uang yang nantinya akan diterima oleh penjual ketika penjualan produk tersebut laku.

3. Memberikan pelatihan berupa *labeling* pada produk yang sudah siap di jual, karena *labeling* merupakan salah satu komponen penting dari produk. Label sendiri dalam hal ini dapat dikatakan sebagai keterangan yang dipresentasikan dengan kata-kata ataupun berupa gambar yang mana dapat dikatakan sebagai sumber informasi mengenai produk (Kotler, 2000: 478). Label sendiri identik berupa nama atau singkatan pendek pada produk. Hal ini dapat berupa keterangan bahan maupun komposisi produk, bahan baku, informasi gizi, isi produk, tanggal kadaluarsa (Swastha, 1984: 142).

4. Memberikan pelatihan berupa *packaging* yang benar sesuai dengan jumlah dan jenis produk. *Packaging* sendiri merupakan material yang membungkus dan melindungi produk, yang memiliki tujuan untuk melindungi produk agar kualitas tetap baik dan memudahkan konsumen untuk membawa, *packaging* sendiri memiliki tingkat umur simpan. Disisi lain, *packaging* produk memiliki manfaat untuk keperluan branding, sehingga perlu adanya desain, kombinasi warna, logo, tagline dan identitas brand pada kemasan (Danger, 1992:3).
 Adanya identitas *brand* yang melekat pada produk, akan menjadikan konsumen lebih mudah mengenali *brand* dan membedakan dengan produk lain.

5. Memberikan mentoring praktik secara langsung dalam mengemas produk yang aman sehat dan menarik konsumen. Aman maksudnya aman bagi produk tersebut aman dikonsumsi oleh konsumen, sehat maksudnya produk tersebut bebas dari bakteri dan kotoran serta terjamin kebersihannya. Menarik maksudnya produk tersebut dikemas dengan cara yang unik dan warna label yang estetik serta informative. Oleh karena itu, Mitra di beri pelatihan lebih detail terkait pentingnya *packaging* agar lebih memahami dan mengetahui seluk beluk pengemasan produk.
 Ada tiga jenis *packaging* yaitu: 1) *packaging* primer (kemasan utama sebuah produk), 2) *packaging* sekunder yang berupa kemasan kedua yang tidak terlalu dilihat oleh konsumen atau pelanggan dan 3) *packaging* tersier yang berupa pengelompokkan produk dalam jumlah yang besar untuk kebutuhan pengiriman.

2.2 Sasaran

Sasaran yang diterapkan dengan adanya pengabdian yang berupa pemberian latihan yaitu:

2.2.1 Bagi UKM

1. UKM dapat mengelola keuangan mulai dari proses produksi sampai produk di tangan konsumen.
2. UKM dapat menggunakan dan menerapkan persepsi pentingnya produk di kenal oleh masyarakat melalui label/merk.
3. UKM dapat menggunakan dan menerapkan *packaging* sebagai faktor penting agar produk dapat terjaga kualitas dan tingkat keamanan.

4. UKM dapat memberikan dan menciptakan inovasi pada produk yang dihasilkan dengan lebih memperhatikan *labeling* dan *packaging* yang baik, maka produk lebih mudah sampai ketangan konsumen.

2.2.2 Bagi Konsumen

1. Konsumen lebih mudah untuk mengenali produk
2. Kemudahan membawa dan mendapatkan produk

BAB 3

Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian di Wilayah Gunung Anyar Tambak RW 01, banyak hal yang harus dilakukan melalui kegiatan. Beberapa metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan antara lain:

- a. Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai pentingnya optimalisasi produksi, pelatihan ini dilakukan dan disampaikan oleh nara sumber yang telah memiliki pengalaman dalam bidang yang sama. Pelatihan ini memiliki *impact* positif khususnya pada 18 UKM supaya memahami dengan benar – benar bagaimana proses optimalisasi produksi.
- b. Memberikan pelatihan dan mentoring tentang perhitungan biaya produksi, harga pokok produksi dan harga jual, hal ini dilakukan oleh narasumber yang memiliki pengalaman di bidangnya.
- c. Memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan *labeling* yang menarik dan mudah dikenal oleh konsumen, dari narasumber yang memiliki pengalaman tentunya akan memberikan *knowledge* dan *skill*-nya.
- d. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada 18 UKM dengan narasumber yang fokus pada *packaging*. Narasumber memberikan secara detail kebermanfaatan dari adanya *packaging*.
- e. Mentoring dan praktik secara langsung dalam pengemasan produk untuk meningkatkan daya beli calon pembeli. Narasumber bersama mitra langsung mempraktikkan bagaimana menyiapkan plastik kemasan, merk, timbangan untuk mengetahui berat produk dan mesin sealer untuk mengemas *packing*-an produk.
- f. Mentoring dan pelatihan berkaitan dengan strategi pemasaran produk melalui media on line misalnya whats app dan aplikasi lainnya. Bagaimana mebnjawab pesanan konsumen dan melayani calon pembeli dengan baik.

Keenam jenis pelatihan, mentoring dan pendampingan serta praktik langsung dari narasumber kepada mitra diharapkan dapat menambah wawasan dan meningkatkan ketrampilan mitra sehingga dapat meningkatkan kemampuan menjalankan bisnis dan usaha mitra.

BAB 4

Keluaran Yang Di Capai (Output)

4.1 Program Pengabdian

Program pengabdian ini telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, dimana pihak Tim Pengabdian akan melakukan empat (4) pelatihan kepada mitra UKM. Pelatihan yang dimaksud berupa adanya kegiatan untuk memberikan pemahaman dan pengenalan serta penerapan yang sesuai dengan realita.

4.1.1 Pelatihan Optimalisasi Produksi

Pelatihan yang dilakukan oleh narasumber kepada 18 UKM ini memberikan point kepada peserta bagaimana cara mengoptimalisasi produksi. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.1



Gambar 4.1 Pelatihan Optimalisasi Produksi

Pelatihan yang diberikan oleh narasumber yang diikuti oleh 18 UKM memiliki makna bahwa optimalisasi produksi sebagai langkah awal harus di pahami, karena hal ini memiliki peran penting dalam menentukan berapa banyak dan besar nilai uang yang harus dikeluarkan untuk proses produksi. Keluaran yang dicapai adalah: Mitra memahami kelebihan dan kelemahannya dalam menjalankan usahanya. Dengan demikian, alternatif solusi bisa dipilih. Salah satu kendala dalam proses produksi kerupuk adalah: ada beberapa jenis ikan yang adanya hanya bulan bulan tertentu atau musiman. Selain itu, kendala dalam menjemur kerupuk apabila musim hujan, Proses penggorengan kerupuk harus menggunakan 2 wajan dalam waktu yang sama.

Luaran: Mitra dapat menambah wawasan berkaitan dengan optimalisasi proses produksi dan perhitungan biaya produksi, harga pokok produksi dan harga jual.

4.1.2 Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Produk

Pelatihan dan pendampingan dalam mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi yang kemudian dikelompokkan kedalam biaya-biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan Biaya overhead pabrik. Selanjutnya, menghitung jumlah produk yang dihasilkan. Setelah terekap semuanya, maka harga pokok

produksi bisa dihitung. Tahap selanjutnya setelah harga pokok produksi terhitung selanjutnya ukm bisa menghitung dan menentukan harga jualnya.



Gambar 4.2 Pelatihan Harga Jual

Adanya pelatihan harga jual yang dilakukan untuk sebagai bukti bahwa dalam menentukan harga produk harus benar – benar perlu di pahami dan perlu adanya hitungan yang detail, hal ini memiliki bagian yang penting dalam mempertahankan agar antara bahan – bahan yang diproses sampai dengan produk siap di jual terlihat jelas nilainya.

Luaran: Pelaku UKM bisa menghitung biaya produksi, harga pokok produksi dan harga jual produk.

4.1.3 Pelatihan Labeling

Sebagai salah satu komponen yang melekat pada produk, maka salah satu bentuk pelatihan yang ketiga (3) yaitu pemberian labeling pada produk. Produk yang memiliki labeling tentunya akan menjadi ciri khas yang menjadi pembeda. Sehingga narasumber yang sudah kompeten memberikan pelatihan arti dan manfaat dari labeling.



Gambar 4.3 Pelatihan Labeling

Pelatihan labeling ini sangat antusias sekali diikuti oleh 18 UKM yang berfokus pada kerupuk ikan, ikan sebagai salah satu bentuk dasar yang tentunya memiliki taste yang khas. Selain tinggi akan omega maka ikan juga sehat dikonsumsi oleh segala usia, sehingga pelatihan

labeling ini penting karena hasil dari produk yang sudah baik, perlu adanya suatu labeling yang baik untuk mendukung produk supaya lebih menarik dan banyak diminati konsumen.

Luaran: setiap UKM yang belum berlabel, sekarang memiliki Merk dagang hasil konsultasi dengan narasumber. Adapun label untuk masing-masing UKM adalah sebagai berikut:



4.1.4 Pelatihan *Packaging*

Packaging dalam hal ini sebagai pelatihan yang ke empat dalam pengabdian ini, pengabdian ini merupakan pelatihan yang terakhir karena sebagai salah bentuk produk yang sudah siap untuk dijual ke konsumen, sehingga perlu adanya suatu *packaging* yang menarik. Narasumber yang memiliki pemahaman memberikan dan berbagi atas pengalaman yang pernah di alami.



Gambar 4.4 Pelatihan Packaging

Pelatihan yang dilakukan oleh narasumber yang sudah kompeten di bidangnya tentunya dapat memberikan point yang baik dan positif bagi ke 18 UKM. Pelatihan terjadi dua arah antara narasumber dengan ke -18 UKM, banyak hal yang semula tidak tahu atau tidak disadari oleh UKM, menjadi tahu dan sadar setelah adanya pelatihan *packaging* ini.

Luaran: Mitra memahami hal-hal penting dalam pengemasan produk. Contohnya: Pemilihan plastik kemasan, penempelan merk dagang, pengemasan rapi dengan mesin *sealer*.



Gambar 4.5 Pemilihan Plastik

Pada Gambar 4.5 para peserta diberi pelatihan cara pemilihan kemasan yang sesuai dengan ukuran dan jenis dari produk yang akan di kemas. Narasumber memberikan penjelasan secara detail terkait dengan pemilihan plastik, beberapa komponen yang dijelaskan dalam hal ini yaitu terkait bahan, bentuk dan jenis plastik. Disisi lain dijelaskan secara mendetail terkait dengan manfaat dari plastik.



Gambar 4.6 Pemberian Label

Gambar 4.6 berupa adanya pemberian catatan penting terkait beberapa hal yang harus dilakukan oleh peserta yang di pandu narasumber ketika label sudah di pasang, sebagai contoh terkait waktu konsumsi produk. Peserta yang terdiri dari 18 UKM memberikan catatan pada masing – masing produk yang dimiliki atau dibawanya. Seperti: berat produk, bahan dan komposisi.



Gambar 4.7 Pengemasan (mesin sealer)

Pada Gambar 4. 7 salah satu atau beberapa peserta diberik kesempatan untuk berlatih menggunakan mesin *sealer*, sehingga harapannya dapat menggunakan sealer dengan benar setelah diberi pelatihan.

4.1.5 Pelatihan dan Mentoring Optimalisasi Pengemasan Produk

Salah satu upaya untuk meningkatkan nilai ekonomi dalam produk yaitu berupa adanya suatu pengemasan produk yang semenarik mungkin sehingga hal ini akan memberikan dampak positif baik bagi produk maupun bagi calon pembeli. Pelatihan optimalisasi pengemasan produk memerlukan ketelitian dan kejelian karena hal ini akan memberikan pengaruh yang kuat ketika konsumen melihat dan membawa (Gambar 4.8).

Sebagai komponen yang pertama kali di lihat dan dirasakan oleh konsumen (ketika memegang), narasumber memberikan pemahaman sedetail kepada para peserta, adanya kegiatan ini akan menjadi point tersendiri.



Gambar 4.8 Optimalisasi Pengemasan Produk

Luaran : Mitra dapat mengemas produk dengan rapi, aman, sehat dan menarik. Adapun hasil pengemasan produk terlihat dalam foto berikut ini:



Gambar 4.9: Produk yang sudah dikemas.

Ada 7 (Tujuh) langkah pengemasan produk yang sudah sesuai syarat.

1. Siapkan produk untuk dikemas
Dimana dipastikan produk sudah di cek terkait dengan kualitas, bentuk dan rasa.
2. Pastikan menggunakan pakaian bersih, masker, penutup kepala dan sarung tangan
Hal ini dilakukan agar saat proses packaging lebih higienish dan tidak terkontaminasi kotoran, debu ataupun rambut.
3. Siapkan kemasan dan label
Siapkan sesuai dengan kemasan yang dikehendaki dan menempelkan label, apabila kemasan/label habis bisa melakukan proses beli/cetak ulang.

4. Timbang produk sesuai dengan berat bersih yang diharapkan
Pastikan ukuran pas, agar mendapatkan konsistensi isi yang benar
5. Kemas produk dan segel produk dengan mesin sealer
Pastikan produk yang akan disegel tidak dalam keadaan panas agar produk tidak mengembun
6. Jangan lupa untuk menambahkan exp. date pada label
Masukkan experied date sesuai dengan ketahanan produknya terhitung sejak produk telah di produksi.
7. Produk siap di jual
Gunakan saluran pemasaran yang sesuai

4.1.6 Pelatihan Strategi Pemasaran melalui Media Online

Adanya pelatihan berupa pemasaran melalui media online ini menjadi peserta (18 UKM) memahami dengan benar pentingnya pemasaran yang dilakukan secara online, sehingga akan begitu terlihat jelas bahwa seiring dengan perkembangan teknologi menjadikan setiap pelaku usaha harus siap menggunakan media sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran.

Peserta diberi pelatihan dan praktik secara langsung beberapa platform yang dapat digunakan sebagai sarana pemasaran, pemasaran yang baik harus dilakukan dengan cara baik dan benar (Gambar 4.9).



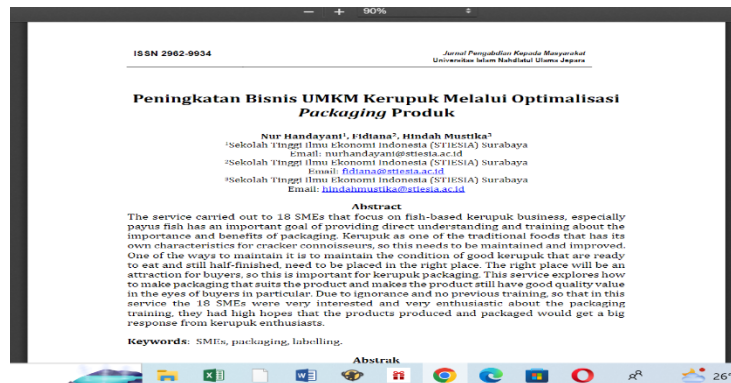
Gambar 4.9 Pelatihan Strategi Pemasaran Via Media Online

Pemasaran dengan on line sebagian besar telah dilakukan melalui WA (whats app). Mereka belum mampu untuk melakukan pemasaran melalui tokopedia maupun shoppee. Hal tersebut dikarenakan usia para pelaku UKM sudah diatas 50 tahunan. Penggunaan WA (whats app) inipun mereka seringkali dibantu oleh anggota keluarga lainnya seperti anak, menantu dll.

Luaran: Mitra memahami etika dalam memasarkan produk melalui WA (whats app) dengan benar dan beretika baik dari cara menjawabnya dan waktu menjawabnya.

4.1.7 Keluaran lainnya yang dicapai dalam kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Artikel yang terbit di jurnal Khaira Ummah dengan judul artikel Peningkatan Bisnis UMKM Kerupuk Melalui Optimalisasi Packaging Produk



2. Artikel terbit di media online (SINDOnews), Kampung Kerupuk Gunung Anyar Surabaya Menggeliat dengan Pendampingan STIESIA.
<https://daerah.sindonews.com/read/973103/704/kampung-kerupuk-gunung-anyar-surabaya-menggeliat-dengan-pendampingan-stiesia-1671423141>



3. Artikel terbit di media online (Suaraku), Tim pengabdian STIESIA Surabaya Gelar Pelatihan Labeling dan Packaging Kerupuk Ikan di Kelurahan Gunung Anyar Tambak.
<https://suarabaru.id/2022/12/19/tim-pengabdian-stiesia-surabaya-gelar-pelatihan-labeling-dan-packaging-kerupuk-ikan-di-kelurahan-gunung-anyar-tambak>



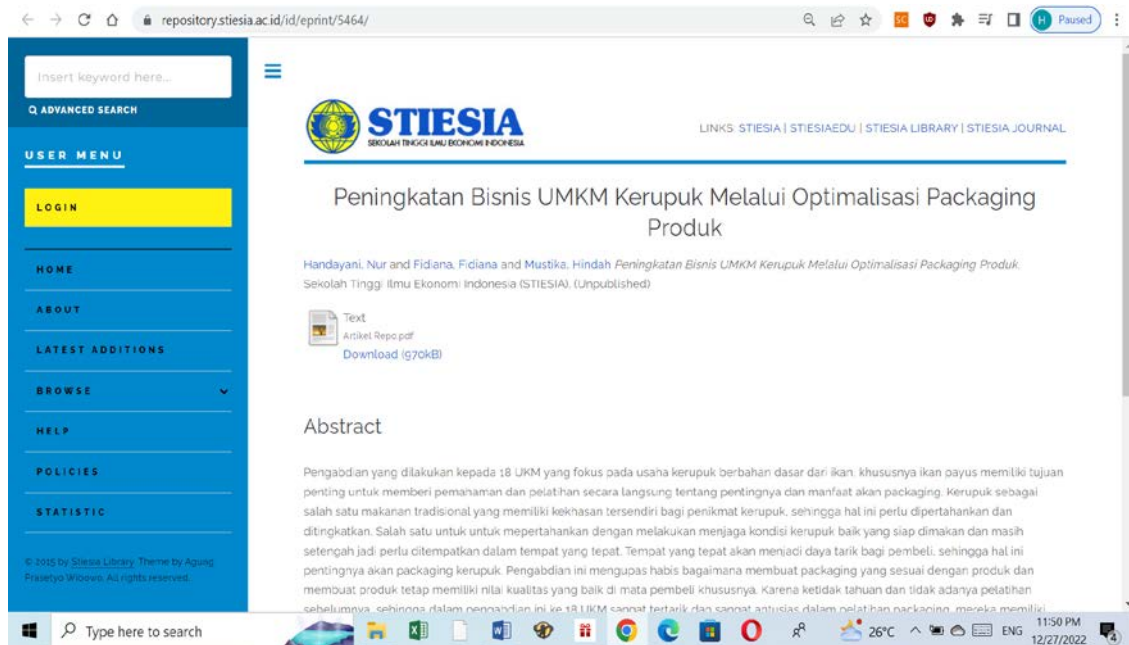
4. Media elektronik (Youtube)

<https://www.youtube.com/watch?v=AvTL15-8IfM>



5. Media online (Repositori), Peningkatan Bisnis UMKM Kerupuk Melalui Optimalisasi Packaging Produk

<https://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/5464/>



Manfaat Yang Diperoleh (*Outcome*)

5.1 Fungsi dan Manfaat hasil penelitian dan pengabdian masyarakat

Adapun fungsi dan manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

5.1.1 Fungsi Pengabdian Masyarakat

Fungsi pengabdian masyarakat kepada mitra yang terdiri dari kepada 18 UKM pelaku industry kerupuk dalam hal ini memberikan tambahan pengetahuan tentang pentingnya proses produksi yang baik yang sesuai dengan standar. Oleh karena itu, perlunya pelatihan dan mentoring berkaitan dengan optimalisasi proses produksi, perhitungan biaya produksi, harga pokok produksi dan harga jual Selanjutnya proses packaging dan labelling produk. Setelah dipahamkan tentang labelling dan packaging produk, langkah berikutnya adalah melakukan pelatihan dan mentoring optimalisasi pengemasan produk dan strategi pemasaran *on line*. Dimana fungsi utamanya untuk memberikan pemahaman dalam bentuk praktik secara langsung.

5.1.2 Manfaat Pengabdian Masyarakat

Manfaat dengan adanya penelitian memiliki manfaat khusus pada 18 UKM yang terutama mempertahankan kondisi ekonomi agar tetap bertahan dan dapat menjadi kompetitif dimasa mendatang, warga yang notabene berstatus sebagai pengelola kerupuk yang berbahan dasar ikan, tentunya hal ini menjadi kebermanfaat. Pelatihan yang peserta didominasi oleh ibu – ibu memiliki dampak positif langsung karena ibu – ibu sebagai pelaku langsung terhadap proses pembuatan kerupuk, sehingga adanya pengabdian ini yang berupa adanya pelatihan dapat menjadi support selain dari sisi ekonomi juga dari sisi wawasan akan pengetahuan terkait produk, harga, labeling dan packaging.

5.2 Dampak Ekonomi dan Sosial

Dampak dari kegiatan pengabdian ini dilihat dari sisi ekonomi dan sosialnya adalah sebagai berikut:

5.2.1 Dampak Ekonomi

Pengabdian yang dilakukan ini memberikan dampak positif yaitu jika dilihat dari segi ekonomi dapat membantu meningkat keuangan dan tentunya kesejahteraan, karena hal ini terlihat jelas pengabdian yang diwujudkan dengan salah satu berupa pelatihan mampu mendorong peserta untuk memahami dan menerapkan secara langsung.

5.2.2 Dampak Sosial

Dampak sosial dari adanya pengabdian yaitu adanya saling memahami dan mengerti akan pentingnya berbagai akan wawasan dan pengetahuan arti pentingnya pengabdian. Sehingga ke-18 UKM merasakan hasil dari pengabdian yang dilakukan ini, adanya rasa saling berbagi dan saling memahami sehingga mewujudkan suatu perubahan yang lebih baik

5.3 Kontribusi Terhadap Sektor Lain

Pengabdian ini memberikan kontribusi yang tidak hanya dari salah satu sisi saja tetapi meliputi banyak sisi atau banyak faktor, pengabdian ini memberikan masukan dan sebagai role model dalam menentukan suatu kebijakan pada usaha yang sejenis.

BAB 6

Kendala/ Hambatan dan Tindak lanjut

6.1 Kendala/ Hambatan

Kendala yang dialami adalah adanya kurang on time peserta untuk data karena peserta adalah ibu – ibu rumah tangga yang memiliki banyak aktivitas seperti harus menganatra adan menjemput anak sekolah juga harus memasak terlebih dahulu. Adanya kebiasaan yang kurang fokus diberi pelatihan karena sudah lelah setelah melakukan aktivitas sebelumnya. Tetapi disisi lain mereka memiliki aktivitas yang tidak bisa dilupakan yaitu sebagai pembuat kerupuk.

6.2 Tindak lanjut

Perlu adanya suatu pengecekan untuk melihat realisasi, karena harapan dari pengabdian ini tidak hanya sekedar pengabdian tetapi perlu adanya suatu proses yang lebih lanjut. Di sisi lain perlu adanya pengabdian lanjutan yaitu berupa pelatihan yang lebih memfokuskan pada proses yang lebih inovasi, dengan harapan akan mempersingkat waktu produk sampai jadi dan produk dapat dinikmati oleh konsumen.

BAB 7

Kesimpulan dan Sasaran

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan rangkaian program kerja yang berupa pengabdian kepada Warga Gunung Anyar Tambak RW 01 dapat diambil kesimpulan :

- 1). Pengolahan produk yang baik harus di dukung oleh adanya ketrampilan dan kemampuan sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan yang baik.
- 2). Perlu adanya pengabdian yang dikemas dalam suatu pelatihan, pendampingan dan mentoring serta praktik nyata, dengan demikian dapat menjadi tambahan pemahaman tersendiri bagi para UKM.
- 3). Pelatihan yang dalam hal ini meliputi optimalisasi produksi, perhitungan biaya produksi, harga produksi dan harga jual, labeling dan *packaging* dapat menjadikan komponen penting pendukung proses produksi dan pemasaran produk sampai dengan produk dapat di nikmati oleh konsumen.
- 4). Para pelaku UKM sebanyak 18 orang yang dominasi oleh ibu – ibu mempunyai dampak positif, karena dapat membantu meningkatkan perekonomian keluarga.

7.2 Saran

Dalam berbisnis tentu membutuhkan suatu *skill* dimana harus menciptakan suatu inovasi baru baik dari proses awal sampai produk dapat dinikmati oleh konsumen. Sehingga setelah adanya pengabdian diharapkan peserta pelatihan dalam hal ini 18 UKM dapat menerapkan karena hal itu untuk kepentingan dari UKM sendiri. Sehingga kemampuan dan ketrampilan UKM terus meningkat dan berkembang. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan perekonomian keluarga.

Daftar Pustaka

- Anonim, 2008 a, Daun : Lembar Pembungkus Alami. On-line 2 Desember 2008 diperoleh dari [http : //klinikhijau. multiply. Com /journal/ item/ 5/ DAUN_LEMBAR_PEMBUNGKUS_ALAMI](http://klinikhijau.multiply.com/journal/item/5/DAUN_LEMBAR_PEMBUNGKUS_ALAMI). 2008
Basu Swastha. 1984. Azas-Azas Marketin. Liberty. Yogyakarta
Danger, E.P. 1992. Memilih Warna Kemasan. PT. Pustaka Bina Pressindo. Jakarta
Kotler, Philip, 2000. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Prenhallindo. Jakarta
Supardi dan Sukamto. 1999. Mikrobiologi, Pengolahan dan Keamanan Pangan. Alumni. Jakarta
Wahyono, Rudi dan Marzuki. 2010. Pembuatan Aneka Krupuk. Penebar Swadaya. Jakarta

Lampiran 1: identitas Mitra yang terdiri dari 18 UKM dan KTP

- 1. Nama : NUR MUNIRO
- Nama produk : JAYA ABADI
- Lampiran foto :



KTP :



- 2. Nama : SHOLIKATIN

Nama Produk : LANCAR JAYA
Lampiran Foto :



KTP :



3. Nama : MAISAROH

Nama Produk :
Lampiran Foto :



KTP :



4. Nama : FATIMAH

Nama Produk :
Lampiran Foto :



KTP :



5. Nama : LAILI

Nama Produk :
Lampiran Foto :



KTP :



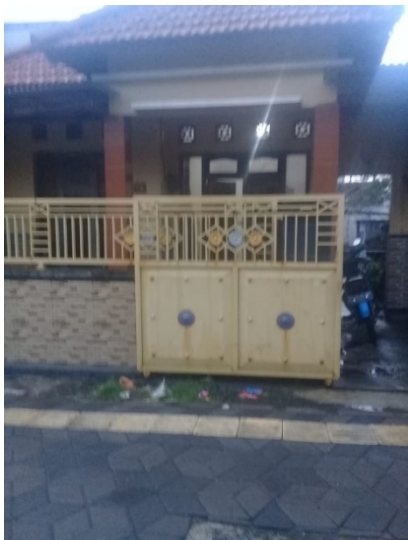
6. Nama : SAROKA
Nama Produk : ATTHOHIR
Lampiran Foto :



KTP :



7. Nama : SITI MARIYAM
Nama Produk :
Lampiran Foto :



KTP :



8. Nama : NURYATIMA
Nama Produk : CHARISMA
Lampiran Foto :



KTP :



9. Nama : CHOTIJA
Nama Produk :
Lampiran Foto :



KTP :



10. Nama : ARIFATUN NISFIYAH
Nama Produk :
Lampiran Foto :



KTP :



11. Nama : HJ. SALBIYA
Nama Produk : 3A
Lampiran Foto :



KTP :



12. Nama : LI' ANAH
Nama Produk : SUMBER REZEKI
Lampiran Foto :



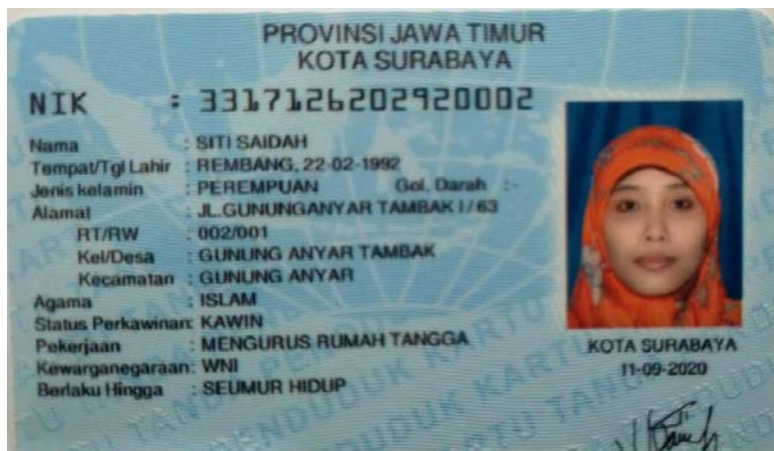
KTP :



13. Nama : SAIDAH
Nama Produk : GATRA
Lampiran Foto :



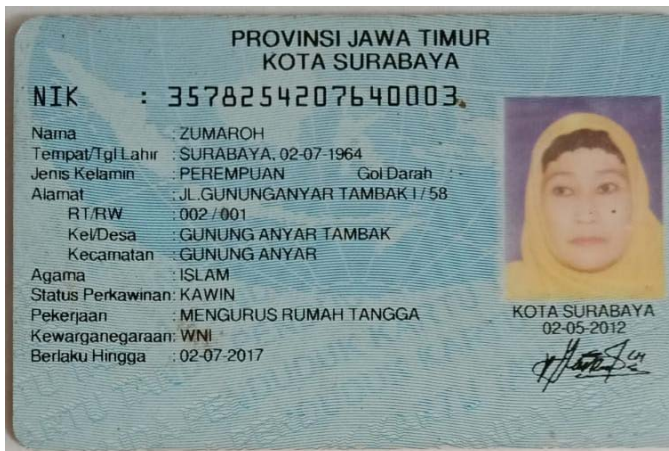
KTP :



14. Nama : ZUMAROH
 Nama Produk : AL-MAIDA
 Lampiran Foto :



KTP :



15. Nama : NORIZUL INAYAH
Nama Produk : PAMURBAYA
Lampiran Foto :



KTP :



16. Nama : NURUL SA' ADAH
Nama Produk :
Lampiran Foto :



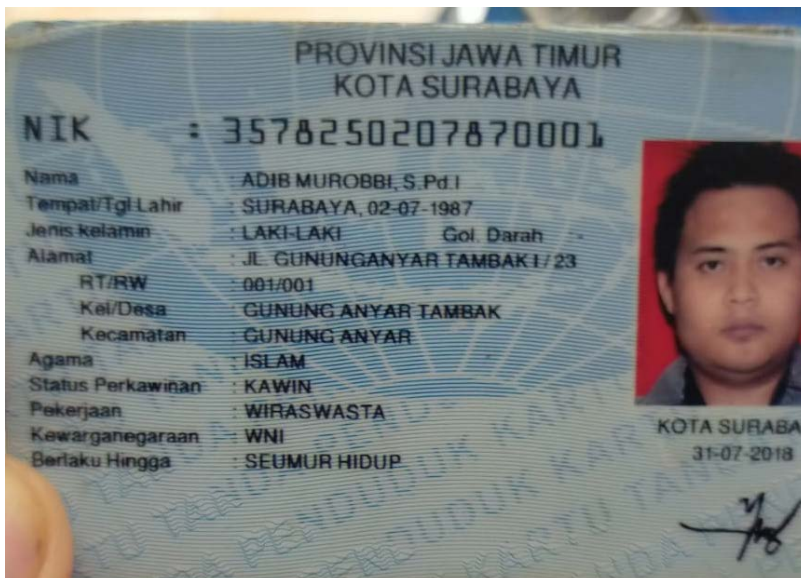
KTP :



17. Nama : ADIB MUROBBI
Nama Produk : KERUPUK TAMBAK
Lampiran Foto :



KTP :



18. Nama : MAZIDAH AM
Nama Produk : ZIDAN ABADI
Lampiran Foto :



Lampiran 2: Foto-foto Kegiatan

Pada lampiran ini disajikan beberapa hal terkait proses yang terjadi (pengabdian) sampai produk siap di pasarkan ke konsumen. Beberapa hal ini meliputi adanya:



Gambar: 1

Pada Gambar 1 terlihat adanya proses pelatihan penggunaan sealer terhadap produk (dimana produk yang berupa kerupuk) dimasukkan kedalam tempat (*standing pouch*). Sealer yang sudah di sambungkan dengan listrik, kemudian setelah menunggu sekitar 2 menit sealer sudah siap di pakai, dimana para peserta di beri kesempatan untuk bergantian menggunakan atau praktik secara langsung penggunaan dari sealer dimana harus tahu tentang tingkat ketebalan dan tingkat kelamaan dalam menahan sealer ketika produk sudah berada di atas sealer (penjepit). Setelah semua peserta mencoba satu satu kemudian peserta dapat melakukan aktivitas lain seperti mengecek hasil dari praktik sealer terhadap produknya.



Gambar :2

Pada Gambar ke-2 terlihat jelas bahwa semua peserta telah memegang masing – masing hasil design yang diinginkan untuk produknya. Peserta dapat melihat design yang akan di tempel pada kemasan dari produknya. Rata – rata kemasan yang dipakai adalah standing pouch dimana berupa plastic yang memiliki ketebalan dan memiliki perekat sebelum di beri sealer.



Gambar 3

Pada gambar ke-3 semua peserta yang mengikuti pelatihan mendapat peralatan yang sesuai dengan harapan mereka salah satunya berupa blender, blender dalam hal ini memiliki kegunaan untuk mencampur adonan (bahan dasar berupa ikan dan bahan – bahan lainnya). Blender ini akan mempermudah dalam proses pencampuran bahan sehingga akan mempersingkat waktu.

Tambahkan foto penandatanganan kontrak penyerahan barang



Lampiran 3: Identifikasi Produk untuk menentukan Label/Merk Produk

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil

Nama Pemilik UKM: Alim Mublis
 Nama UKM: YUMAH KAMPUS TAVAS
 Alamat: Jl. Gunung Anjra TAVAS 1 No 14
 No. Telpun / WA: 0852 918 4842 Email: _____ Lain Lain: _____

Certifikat Singkat Pembuatan Biosk

Certikan sejarah dan motivasi membangun biosk ini.
Karena biosk ini akan digunakan sebagai tempat untuk menjual produk dari rumah saya sendiri

Detail Produk

Bahan Baku / Komposisi (jika ada dan yang terbayar): 18 m
 Proses Pembuatan: sempurna
 Lain lain: Detail Produk, Saran Penyajian, Exp. Date, Do & Don't (jika ada dan yang terbayar)

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil

Nama Pemilik UKM: Arifan Nurrahma
 Nama UKM: Arifan
 Alamat: Arifan
 No. Telpun / WA: 0852 918 4842 Email: _____ Lain Lain: _____

Certifikat Singkat Pembuatan Biosk

Certikan sejarah dan motivasi membangun biosk ini.

Detail Produk

Bahan Baku / Komposisi (jika ada dan yang terbayar): _____
 Proses Pembuatan: _____

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil

Nama Pemilik UKM: Alim
 Nama UKM: YUMAH KAMPUS TAVAS
 Alamat: Jl. Gunung Anjra TAVAS 1 No 14
 No. Telpun / WA: _____ Email: _____ Lain Lain: _____

Certifikat Singkat Pembuatan Biosk

Certikan sejarah dan motivasi membangun biosk ini.

Detail Produk

Bahan Baku / Komposisi (jika ada dan yang terbayar): _____
 Proses Pembuatan: _____

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil

Nama Pemilik UKM: Alim Mublis
 Nama UKM: YUMAH KAMPUS TAVAS
 Alamat: Jl. Gunung Anjra TAVAS 1 No 14
 No. Telpun / WA: 0852 918 4842 Email: _____ Lain Lain: _____

Certifikat Singkat Pembuatan Biosk

Certikan sejarah dan motivasi membangun biosk ini.

Detail Produk

Bahan Baku / Komposisi (jika ada dan yang terbayar): _____
 Proses Pembuatan: _____

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil

Nama Pemilik UKM: Arifan Nurrahma
 Nama UKM: Arifan
 Alamat: Arifan
 No. Telpun / WA: 0852 918 4842 Email: _____ Lain Lain: _____

Certifikat Singkat Pembuatan Biosk

Certikan sejarah dan motivasi membangun biosk ini.

Detail Produk

Bahan Baku / Komposisi (jika ada dan yang terbayar): _____
 Proses Pembuatan: _____

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil

Nama Pemilik UKM: Alim
 Nama UKM: YUMAH KAMPUS TAVAS
 Alamat: Jl. Gunung Anjra TAVAS 1 No 14
 No. Telpun / WA: 0852 918 4842 Email: _____ Lain Lain: _____

Certifikat Singkat Pembuatan Biosk

Certikan sejarah dan motivasi membangun biosk ini.

Detail Produk

Bahan Baku / Komposisi (jika ada dan yang terbayar): _____
 Proses Pembuatan: _____

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil

Nama Pemilik UKM: Alim Mublis
 Nama UKM: YUMAH KAMPUS TAVAS
 Alamat: Jl. Gunung Anjra TAVAS 1 No 14
 No. Telpun / WA: 0852 918 4842 Email: _____ Lain Lain: _____

Certifikat Singkat Pembuatan Biosk

Certikan sejarah dan motivasi membangun biosk ini.

Detail Produk

Bahan Baku / Komposisi (jika ada dan yang terbayar): _____
 Proses Pembuatan: _____

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil

Nama Pemilik UKM: Arifan Nurrahma
 Nama UKM: Arifan
 Alamat: Arifan
 No. Telpun / WA: 0852 918 4842 Email: _____ Lain Lain: _____

Certifikat Singkat Pembuatan Biosk

Certikan sejarah dan motivasi membangun biosk ini.

Detail Produk

Bahan Baku / Komposisi (jika ada dan yang terbayar): _____
 Proses Pembuatan: _____

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil

Nama Pemilik UKM: Alim
 Nama UKM: YUMAH KAMPUS TAVAS
 Alamat: Jl. Gunung Anjra TAVAS 1 No 14
 No. Telpun / WA: 0852 918 4842 Email: _____ Lain Lain: _____

Certifikat Singkat Pembuatan Biosk

Certikan sejarah dan motivasi membangun biosk ini.

Detail Produk

Bahan Baku / Komposisi (jika ada dan yang terbayar): _____
 Proses Pembuatan: _____

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil	
Nama Pemilik UKM SUKRUMADIAH	Nama Pemilik UKM
Nama UKM CHAKRISAMA	
Alamat Jl. Gunung Anyar Tambak 1/37	
No. Telpn/WA 0893 360 000 3	Email Lain-Lain
Cerita Singkat Pembuatan Bisnis Ceritakan sejarah dan motivasi membangun bisnis ini.	
Detail Produk	
Bahan Baku / Komposisi (sajikan dari yang terbanyak)	Kesistimewaan Produk (jelaskan keunggulan, keunggulan khusus, nilai yang istimewa, dll)
Proses Pembuatan	
Lampirkan Detail Produk, Sampel Pengepakan, Exp. Date, Di & Dura's (jika ada dan yang relevan)	

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **0**

Profil	
Nama Pemilik UKM SITI MADIYAH	Nama Pemilik UKM
Nama UKM ARFAN	
Alamat GUMUNG ANYAR TAMBAK 1/73	
No. Telpn/WA 08772074322	Email Lain-Lain
Cerita Singkat Pembuatan Bisnis Ceritakan sejarah dan motivasi membangun bisnis ini.	
Detail Produk	
Bahan Baku / Komposisi (sajikan dari yang terbanyak)	Kesistimewaan Produk (jelaskan keunggulan, keunggulan khusus, nilai yang istimewa, dll)
Proses Pembuatan	
Lampirkan Detail Produk, Sampel Pengepakan, Exp. Date, Di & Dura's (jika ada dan yang relevan)	

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain

Profil	
Nama Pemilik UKM FAERAH	Nama Pemilik UKM
Nama UKM AT-THOHIR	SAROKAH
Alamat Gumung Anyar Tambak 1/80	
No. Telpn/WA 0891 7016606	Email Lain-Lain
Cerita Singkat Pembuatan Bisnis Ceritakan sejarah dan motivasi membangun bisnis ini.	
Detail Produk	
Bahan Baku / Komposisi (sajikan dari yang terbanyak)	Kesistimewaan Produk (jelaskan keunggulan, keunggulan khusus, nilai yang istimewa, dll)
Proses Pembuatan	
Lampirkan Detail Produk, Sampel Pengepakan, Exp. Date, Di & Dura's (jika ada dan yang relevan)	

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain

Profil	
Nama Pemilik UKM Laili	Nama Pemilik UKM
Nama UKM ILDAVIL	Laili
Alamat Jl. Gunung Anyar Tambak 3	
No. Telpn/WA 0897-0850 822	Email Lain-Lain
Cerita Singkat Pembuatan Bisnis Ceritakan sejarah dan motivasi membangun bisnis ini.	
Detail Produk	
Bahan Baku / Komposisi (sajikan dari yang terbanyak)	Kesistimewaan Produk (jelaskan keunggulan, keunggulan khusus, nilai yang istimewa, dll)
Proses Pembuatan	
Lampirkan Detail Produk, Sampel Pengepakan, Exp. Date, Di & Dura's (jika ada dan yang relevan)	

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain

Profil	
Nama Pemilik UKM Mastarah	Nama Pemilik UKM
Nama UKM Barokah	
Alamat Gumung Anyar Tambak 1/67	
No. Telpn/WA 08191420944	Email Lain-Lain
Cerita Singkat Pembuatan Bisnis Ceritakan sejarah dan motivasi membangun bisnis ini.	
Detail Produk	
Bahan Baku / Komposisi (sajikan dari yang terbanyak)	Kesistimewaan Produk (jelaskan keunggulan, keunggulan khusus, nilai yang istimewa, dll)
Proses Pembuatan	
Lampirkan Detail Produk, Sampel Pengepakan, Exp. Date, Di & Dura's (jika ada dan yang relevan)	

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain

Profil	
Nama Pemilik UKM Mastarah	Nama Pemilik UKM
Nama UKM Safwa	
Alamat Gumung Anyar Tambak 1/62	
No. Telpn/WA	Email Lain-Lain
Cerita Singkat Pembuatan Bisnis Ceritakan sejarah dan motivasi membangun bisnis ini.	
Detail Produk	
Bahan Baku / Komposisi (sajikan dari yang terbanyak)	Kesistimewaan Produk (jelaskan keunggulan, keunggulan khusus, nilai yang istimewa, dll)
Proses Pembuatan	
Lampirkan Detail Produk, Sampel Pengepakan, Exp. Date, Di & Dura's (jika ada dan yang relevan)	

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain

Profil	
Nama Pemilik UKM SOLU CHATIAH	Nama Pemilik UKM
Nama UKM UD LANCAR JAYA	
Alamat Jl. S-A TAMBAK 1/33	
No. Telpn/WA 08991369839	Email Lain-Lain
Cerita Singkat Pembuatan Bisnis Ceritakan sejarah dan motivasi membangun bisnis ini.	
Detail Produk	
Bahan Baku / Komposisi (sajikan dari yang terbanyak)	Kesistimewaan Produk (jelaskan keunggulan, keunggulan khusus, nilai yang istimewa, dll)
Proses Pembuatan	
Lampirkan Detail Produk, Sampel Pengepakan, Exp. Date, Di & Dura's (jika ada dan yang relevan)	

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain

Profil	
Nama Pemilik UKM NIUR ANIRI ROH	Nama Pemilik UKM
Nama UKM JAYA ABADI	
Alamat Jl. Gunung Anyar Tambak 1/55	
No. Telpn/WA	Email Lain-Lain
Cerita Singkat Pembuatan Bisnis Ceritakan sejarah dan motivasi membangun bisnis ini.	
Detail Produk	
Bahan Baku / Komposisi (sajikan dari yang terbanyak)	Kesistimewaan Produk (jelaskan keunggulan, keunggulan khusus, nilai yang istimewa, dll)
Proses Pembuatan	
Lampirkan Detail Produk, Sampel Pengepakan, Exp. Date, Di & Dura's (jika ada dan yang relevan)	

MIAZAKI® pengetahuan produk dan ringkasan desain **01**

Profil	
Nama Pemilik UKM Nabi Ail	Nama Pemilik UKM
Nama UKM Dian Jaya	
Alamat Gumung Anyar Tambak	
No. Telpn/WA	Email Lain-Lain
Cerita Singkat Pembuatan Bisnis Ceritakan sejarah dan motivasi membangun bisnis ini.	
Detail Produk	
Bahan Baku / Komposisi (sajikan dari yang terbanyak)	Kesistimewaan Produk (jelaskan keunggulan, keunggulan khusus, nilai yang istimewa, dll)
Proses Pembuatan	
Lampirkan Detail Produk, Sampel Pengepakan, Exp. Date, Di & Dura's (jika ada dan yang relevan)	

Lampiran 4: Foto Mitra menerima bantuan Alat dan Bahan Produksi

