

## **Pemberdayaan UMKM Turunan Nanas Melalui Platform Digital di Desa Belantaraya Kecamatan Gaung**

**Eka Indah Rahayu Putri<sup>1</sup>, Randi Rahmat Saputra<sup>2</sup>, Diana Ruvita<sup>3</sup>, Ratu Ulandari<sup>4</sup>, Fezli Mukhlis<sup>5</sup>, Sartika<sup>6</sup>, Riskifitriadi<sup>7</sup>, Agung<sup>8</sup>, Muhammad Rizkan<sup>9</sup>, Suhardi<sup>10</sup>, Suriansyah<sup>11</sup>, Sakrani<sup>12</sup>, M.Sopyan<sup>13</sup>, Jumiati<sup>14</sup>, Bambang Sasmita Adi Putra<sup>15</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15</sup> Universitas Islam Indragiri, Indonesia

Ekaindah711@gmail.com<sup>1</sup>, randirahmat022@gmail.com<sup>2</sup>, diana.diana01012003@gmail.com<sup>3</sup>, ratuwulandariwulandari@gmail.com<sup>4</sup>, fezlimukhlis983@gmail.com<sup>5</sup>, sartika.ika4x@gmail.com<sup>6</sup>, riskipasar02@gmail.com<sup>7</sup>, agungindra1567@gmail.com<sup>8</sup>, mrizkan855@gmail.com<sup>9</sup>, unisi.suhardi@gmail.com<sup>10</sup>, rianabdmajid@gmail.com<sup>11</sup>, Sakranimustapa@gmail.com<sup>12</sup>, msopyanalbanjari1@gmail.com<sup>13</sup>, umipermata57@gmail.com<sup>14</sup>, bambangsasmitaadiputra@gmail.com<sup>15</sup>

### **Abstract**

*The Community Service Program (KKN) in Belantaraya Village, Gaung District, Indragiri Hilir Regency, focused on empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) producing pineapple-based products such as dodol and jam. The main challenges faced by local entrepreneurs were limited marketing strategies, simple packaging, and the absence of business legality. This program was carried out through a participatory approach involving observation, interviews, mentoring, and training related to product innovation and digital marketing strategies. The results showed an increased awareness of MSME actors regarding the importance of business identity through logo design, improved and more hygienic packaging, and the utilization of digital platforms such as social media for product promotion. In addition, entrepreneurs were assisted in obtaining a Business Identification Number (NIB) as a form of legal recognition. Through this digital-based empowerment, pineapple dodol and jam products have greater potential to compete, expand their market reach, and contribute to the local economy.*

### **Kata Kunci:**

UMKM  
Nanas,  
Dodol,  
Selai,  
Digital Marketing Gula Juru

### **Abstrak**

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik di Desa Belantaraya, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir, berfokus pada pemberdayaan UMKM produk turunan nanas berupa dodol dan selai. Permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha adalah keterbatasan dalam aspek pemasaran, kemasan, serta legalitas usaha. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui metode partisipatif yang melibatkan observasi, wawancara, pendampingan, serta pelatihan terkait inovasi produk dan strategi pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya identitas usaha melalui pembuatan logo, pengembangan kemasan yang lebih menarik dan higienis, serta pemanfaatan platform digital seperti media sosial untuk promosi. Selain itu, pelaku usaha berhasil didampingi dalam pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas usaha. Dengan adanya pemberdayaan berbasis digital ini, produk dodol dan selai nanas berpotensi memiliki daya saing lebih tinggi, memperluas pasar, dan meningkatkan perekonomian desa.

**Corresponding Author:**

Eka Indah Rahayu Putri  
Universitas Islam Indragiri  
[Ekaindah711@gmail.com](mailto:Ekaindah711@gmail.com)

**1. PENDAHULUAN**

Indonesia memiliki komoditas unggulan di bidang pertanian. Komoditas hasil pertanian ini dapat dijadikan sebagai peluang usaha untuk meningkatkan nilai guna dari suatu produk hasil pertanian[1]. Desa belantaraya, kecamatan gaung, dikenal sebagai salah satu sentra perkebunan nanas di kabupaten indragiri hilir. Buah nenas merupakan buah yang cukup dominan di Indonesia dan produk olahannya menjadi komoditas ekspor yang penting. Nanas menjadi salah satu komoditas tanaman yang banyak dimanfaatkan buahnya untuk olahan makanan. Selain nikmat dimakan secara langsung, buah nanas kerap diolah dalam berbagai jenis makanan[2]. Banyak perusahaan dan pabrik besar yang membutuhkan pasokan buah nanas dalam besar. Buah nanas ini kerap dijadikan olahan makanan mulai dari keripik, selai, sirup, sari buah dan olahan lainnya[3]. Buah nanas kaya akan nutrisi, serta mengandung vitamin C, Vitamin A, Kalium, dan Bromelain. Bromelain adalah enzim yang memiliki berbagai manfaat kesehatan termasuk membantu pencernaan, mengurangi peradangan, dan meredakan nyeri[4].

Nanas (*Ananas comosus*) sebagai bahan utama dodol nanas merupakan salah satu tanaman buah yang mempunyai nilai ekonomis cukup tinggi dan berkembang meluas di wilayah tanah air khususnya di wilayah yang beriklim tropis[5]. Buah nanas adalah jenis buah yang relative mudah untuk dibudidayakan, sangat populer dan disukai Masyarakat luas, serta dapat diolah menjadi berbagai macam produk[6]. Potensi nanas yang melimpah telah dimanfaatkan masyarakat belantaraya untuk diolah menjadi berbagai produk turunan seperti dodol dan selai nanas. Meskipun kualitas produk cukup baik, pemasaran masih dilakukan secara tradisional dengan mengandalkan penjualan langsung di pasar lokal.

Seiring dengan perkembangan teknologi, strategi pemasaran digital telah menjadi salah satu solusi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk[7]. Upaya yang dapat dilakukan dengan pemanfaatan internet oleh pelaku usaha dodol nanas adalah dengan melakukan pemasaran secara digital. Platform digital seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan Marketplace memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dari berbagai wilayah[8].

Pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan platform digital bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Melalui pendampingan, pelatihan, dan strategi pemasaran digital, pelaku UMKM diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada, menjangkau konsumen yang lebih luas, dan pada akhirnya meningkatkan perekonomian desa. Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan teknologi tersebut. Oleh karena itu, dengan adanya pemberdayaan UMKM berbasis digital menjadi solusi untuk meningkatkan daya saing, pendaoatan, dan keberlanjutan usaha di desa belantaraya.

**2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Desa Belantaraya, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir pada bulan juli sampai agustus 2025. Metode pelaksanaan KKN di Desa Belantaraya dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan masyarakat dan pelaku UMKM. Kegiatan dimulai dari observasi potensi desa, terutama komoditas nanas, dilanjutkan koordinasi dengan pemerintah desa dan pelaku usaha untuk menyusun program kerja.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat langsung proses produksi, pengemasan, dan pemasaran dodol serta selai nanas. Wawancara digunakan untuk menggali informasi dari pelaku usaha mengenai strategi, tantangan, dan peluang usaha. Dokumentasi dilakukan dengan merekam proses kerja, memotret produk. Pelaksanaan program meliputi pembuatan langsung olahan dodol dan selai nanas bersama pelaku usaha, pembuatan desain packaging, pembuatan platform digital untuk promosi dan penjualan menggunakan platffoam digital, serta pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB).

**3. PEMBAHASAN****Gambaran umum UMKM Ibu Rianti****1. Profil Usaha**

Ibu Rianti adalah pemilik warung Bah Yang, sebuah usaha kuliner yang berlokasi di jalan H.Horman Rt. 01 Rw 06 Desa Belantaraya, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir. Usaha ini dijalankan secara mandiri oleh Ibu Rianti bersama anggota keluarganya dan usaha ini terkenal di masyarakat setempat karena

cita rasa yang khas dan terjaga. Berawal dari kecintaannya terhadap dunia kuliner, Ibu Rianti merintis usaha ini dengan semangat untuk menghadirkan berkualitas, terjangkau, dan memanfaatkan potensi bahan baku lokal.

Warung bah yang memilkii ragam jenis menu yaitu nasi uduk, pecel lele, ayam geprek, canai, dll. Tidak hanya itu, ibu rianti juga memproduksi jenis kue dan cemilan, seperti brownies, lapis legit, bolu ketan, serta dodol nanas dan selai nanas. Dalam proses produksi, Ibu Rianti selalu mengutamakan penggunaan bahan-bahan segar dan berkualitas. Hal ini dilakukan untuk memastikan setiap hidangan yang disajikan memiliki cita rasa yang konsisten dan memuaskan. Selain melayani pembeli yang datang langsung ke warung, Warung bah yang juga menerima pesanan untuk berbagai acara, seperti hajatan, perayaan, rapat, hingga paket oleh-oleh bagi pengunjung dari luar daerah.

Dari latar belakang yang ada potensi desa belantaraya yaitu buah nanas, Ibu Rianti membuat dodol nanas dan selai nanas sebagai makanan khas belantaraya. Dodol nanas buatan Ibu Rianti memiliki tekstur yang lembut, rasa manis alami, dan aroma nanas segar yang menggugah selera. Proses pembuatannya dilakukan secara tradisional dengan teknik pengadukan yang sabar dan telaten, sehingga menghasilkan kualitas dodol yang tahan lama tanpa mengurangi cita rasanya. Sementara itu, selai nanas produksi Ibu Rianti dibuat dari buah nanas pilihan yang matang sempurna, menghasilkan rasa manis-asam yang seimbang dan warna keemasan yang menggoda. Selai ini cocok digunakan sebagai olesan roti, bahan kue, maupun isian pastry, menjadikannya favorit para pelanggan, baik untuk konsumsi pribadi maupun sebagai oleh-oleh khas Belantaraya.

## 2. Kondisi Awal

Sebelum dilakukan pendampingan, produk turunan nanas berupa dodol dan selai nanas di Desa Belantaraya masih dijual dengan kemasan sederhana. Dodol nanas umumnya dikemas menggunakan mika plastik bening tanpa label, sedangkan selai nanas dikemas dalam wadah plastik polos dengan penutup standar. Kemasan tersebut memang berfungsi melindungi produk, namun kurang mampu memberikan nilai tambah secara visual maupun fungsional.

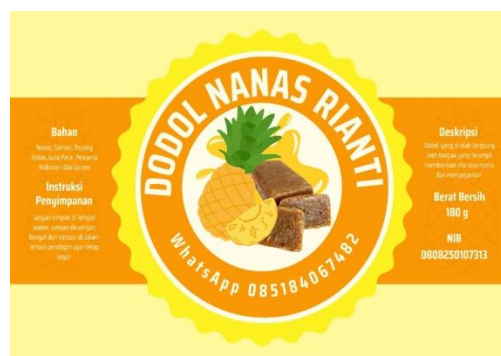
Penggunaan mika plastik membuat produk terlihat sederhana dan terkesan kurang higienis di mata sebagian konsumen. Selain itu, tidak adanya label yang memuat informasi dasar seperti komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, izin edar, maupun identitas produsen menjadikan produk sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah memiliki kemasan lebih profesional. Akibatnya, pemasaran produk dodol dan selai nanas masih terbatas pada pasar lokal dengan skala penjualan yang relatif kecil.

Kondisi awal ini menunjukkan bahwa meskipun produk memiliki cita rasa khas dan potensi pasar yang luas, namun belum didukung oleh kemasan yang menarik dan sesuai standar pasar modern. Oleh karena itu, pengembangan kemasan menjadi salah satu fokus utama dalam pendampingan, agar produk dodol dan selai nanas dapat memiliki daya tarik lebih tinggi, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperluas jangkauan pemasaran.

## Strategi Dalam Penguatan Identitas Usaha Serta Inovasi Promosi dan Kemasan Produk

### a. Identitas Usaha dan Logo

Perdampingan pertama yang dilakukan pada usaha Dodol Nanas dan selai nanas Bu Rianti adalah pembuatan identitas usaha serta desain logo. Identitas usaha berfungsi sebagai penanda resmi dan membedakan produk dari pesaing, sedangkan logo berperan sebagai elemen visual utama yang menarik perhatian konsumen.



Gambar 1 Visual Logo Produk UMKM

Logo Dodol Nanas Rianti menampilkan kombinasi ilustrasi buah nanas sebagai bahan baku utama dan potongan dodol yang menjadi hasil olahan. Elemen visual ini menggambarkan keterkaitan langsung antara sumber daya lokal dengan produk yang dihasilkan. Dominasi warna kuning dan oranye dipilih untuk melambangkan kesegaran, keaslian, dan rasa manis alami dari buah nanas. Bentuk lingkaran yang membingkai logo memberikan kesan rapi, modern, dan profesional.

Selain menonjolkan simbol produk, logo juga dilengkapi dengan nama merek, komposisi, berat bersih, Nomor Induk Berusaha (NIB), serta kontak WhatsApp yang memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan. Dengan logo ini, Dodol Nanas Rianti tidak hanya tampil menarik, tetapi juga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen.

### **b. Media Promosi Digital**

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu sarana strategis yang dapat digunakan UMKM untuk mempromosikan produk dan menjangkau konsumen secara luas tanpa memerlukan biaya besar. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk, membangun relasi dengan pelanggan, dan meningkatkan brand awareness secara interaktif dan real-time.

Bagi pelaku UMKM, media promosi digital bukan hanya berfungsi sebagai sarana untuk mengenalkan produk kepada konsumen, tetapi juga sebagai wadah interaksi langsung dengan pelanggan. Melalui konten kreatif berupa foto, video, maupun desain grafis, produk dapat ditampilkan secara lebih menarik sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen.

Selain itu, penggunaan media promosi digital juga memungkinkan adanya proses pemasaran yang lebih terukur. Misalnya, jumlah audiens yang melihat, menyukai, maupun membagikan konten dapat dievaluasi sebagai dasar untuk meningkatkan strategi promosi berikutnya. Dengan demikian, media digital tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga mendukung terbentuknya branding produk yang kuat serta peningkatan penjualan.

Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, terutama UMKM di desa Belantaraya, pemanfaatan media promosi digital sangat penting untuk membantu pelaku usaha memperluas pasar tanpa terbatas ruang dan waktu. Melalui pendampingan dan pelatihan, masyarakat dapat lebih memahami bagaimana cara mengelola akun bisnis, membuat konten yang menarik, serta mengoptimalkan interaksi dengan konsumen.

### **c. Pengembangan Kemasan Produk**

Pengembangan kemasan produk merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen. Kemasan yang baik mampu memberikan nilai tambah pada produk, meningkatkan daya tarik visual, serta memperkuat identitas merek. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kemasan menjadi faktor penentu yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Dalam konteks pemasaran modern, kemasan tidak lagi sekadar pembungkus, melainkan instrumen promosi yang dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. Desain kemasan yang menarik, penggunaan warna yang sesuai, serta pencantuman informasi yang jelas (seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, label halal, dan izin edar) dapat meningkatkan kredibilitas produk di mata pasar. Selain itu, inovasi dalam pemilihan bahan kemasan yang ramah lingkungan juga menjadi nilai tambah, sejalan dengan tren keberlanjutan yang semakin diperhatikan konsumen.

Pada UMKM dodol dan selai nanas di Desa Belantaraya, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir, pengembangan kemasan menjadi salah satu fokus utama dalam upaya peningkatan daya saing produk lokal. Berdasarkan hasil observasi, produk masih banyak menggunakan kemasan sederhana berupa plastik bening tanpa label atau informasi yang memadai. Hal ini membuat produk kurang menarik di mata konsumen, terutama jika dibandingkan dengan produk sejenis yang sudah dipasarkan melalui retail modern maupun marketplace.

Melalui kegiatan pendampingan KKN, mahasiswa memberikan pelatihan desain kemasan sederhana dengan menggunakan label cetak yang mencantumkan merek produk, komposisi bahan, tanggal produksi dan kedaluwarsa, serta nomor kontak produsen. Selain itu, dilakukan pula pengenalan penggunaan standing pouch dengan kombinasi plastik transparan dan aluminium foil agar produk terlihat lebih modern dan higienis. Hasil pengembangan ini terbukti meningkatkan minat konsumen, karena produk menjadi lebih praktis, menarik, dan layak dipasarkan ke toko maupun dipromosikan melalui media digital.

Dengan demikian, pengembangan kemasan produk dapat dipandang sebagai strategi penting dalam memperkuat daya saing UMKM di Desa Belantaraya. Melalui kemasan yang inovatif, menarik, dan informatif, produk lokal seperti dodol dan selai nanas berpotensi lebih diterima oleh konsumen, tidak hanya di pasar lokal tetapi juga berpeluang untuk dipasarkan ke tingkat regional hingga nasional.

#### d. Legalitas & Sertifikasi

Legalitas usaha merupakan salah satu syarat utama dalam pengembangan UMKM agar dapat diakui secara resmi oleh pemerintah dan memiliki kepastian hukum. Bagi pelaku usaha turunan nanas, seperti dodol dan selai, legalitas menjadi langkah awal sebelum mengurus sertifikasi lain seperti PIRT, halal, atau izin edar BPOM. Dengan adanya legalitas, pelaku UMKM lebih mudah memperoleh akses pembinaan, permodalan, serta kesempatan memasarkan produk melalui berbagai saluran distribusi.

Dalam kegiatan KKN di Desa Belantaraya, mahasiswa berfokus pada pendampingan pelaku UMKM dodol dan selai nanas untuk memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB). NIB merupakan identitas resmi yang diterbitkan oleh Lembaga OSS (Online Single Submission) sebagai tanda registrasi sah dari suatu usaha. Melalui NIB, UMKM mendapat pengakuan hukum dan dapat menjalankan aktivitas usaha dengan lebih profesional.

Pengurusan NIB ini dilakukan dengan cara membantu pelaku UMKM mendaftarkan usahanya melalui sistem OSS secara daring. Proses pendaftaran meliputi pengisian data identitas pelaku usaha, alamat, jenis usaha, serta skala usaha. Setelah proses selesai, NIB dapat dicetak dan dijadikan dasar legalitas usaha.



**PERINTAH REPUBLIK INDONESIA**  
**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO**  
**NOMOR INDUK BERUSAHA: 008250107313**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Perubahan Peraturan Pemerintah Pengantar Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Kinetik Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai:

1. Nama Pelaku Usaha : RIANTI  
2. Alamat : SEBERANG PASAR, Desa/Kelurahan/Belantayan, Kec. Gang. Kab. Indragiri Hilir, Provinsi Riau  
3. Nomor Telepon Seluler :  
Email : umkmdotdewi@gmail.com  
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) : Lini/Lampiran  
5. Sifat Usaha : Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama masa berlaku kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepemilikan, penyaliran, penyaliran, jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan kepatuhan pertama (First-Letter Certification of Compliance (2023)).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku efektif setelah proses final berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah pemeriksaan secara langsung penyaliran Proses Final (PFM) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dibuatkan di Jakarta, tanggal 8 Agustus 2023

Menteri Investasi dan Keterserapan  
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik



**PERINTAH REPUBLIK INDONESIA**  
**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO**  
**LAMPIRAN**  
**NOMOR INDUK BERUSAHA: 008250107313**

Lampiran berikut ini memuat data lapangan usaha untuk:

| No. | Kode KBLI | Jumlah KBLI          | Lokasi Usaha                                                                                                                          | Tingkat Risiko | Perizinan Berusaha |        |           |
|-----|-----------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|--------|-----------|
|     |           |                      |                                                                                                                                       |                | Revisi             | Statis | Perubahan |
| 1   | 11792     | Industri Kimia Dasar | Di N. Horman II T. M. di Desa Belantayan, Desa/Kelurahan Belantayan, Kec. Gang. Kab. Indragiri Hilir, Provinsi Riau<br>Kode PU: 25204 | Rendah         | NIB                | Statis | Perubahan |

- Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Jumlah KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
- Pelaku Usaha wajib mematuhi persyaratan dan ketentuan lainnya sesuai NIB, Standar, Prosedur, dan Kriteria (SPSK).
- Pemangku pemerintahan penyaliran dan/atau kelompok Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Perintah Daerah terkait.
- Lampiran ini merupakan bagian dari terbitan dan dokumen NIB tersebut.

Ditulis tanggal 8 Agustus 2023

1. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

2. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

3. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

4. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

5. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

1. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

2. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

3. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

4. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

5. Dokumen ini diterbitkan sesuai dengan ketentuan dari Peraturan Presiden tentang NIB yang terlampir terlampir sebagai:

### Gambar 3 Surat Perizinan NIB UMKM

Hasil dari pendampingan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM dodol dan selai nanas di Belantarya kini telah memiliki legalitas resmi berupa NIB. Hal ini memberikan manfaat nyata, antara lain:

1. Perlindungan hukum atas usaha yang dijalankan.
  2. Kemudahan akses permodalan dari lembaga keuangan atau program bantuan pemerintah.
  3. Peningkatan kredibilitas produk, sehingga lebih mudah diterima oleh konsumen maupun mitra dagang.
  4. Landasan awal untuk mengurus legalitas lanjutan seperti PIRT, sertifikasi halal, atau merek dagang.
- Dengan demikian, pengurusan NIB menjadi langkah awal yang strategis dalam meningkatkan profesionalisme dan keberlanjutan usaha dodol dan selai nanas di Desa Belantaraya. Legalitas ini diharapkan dapat membuka jalan bagi pengembangan usaha yang lebih besar dan berdaya saing di masa mendatang.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

##### 4.1 Kesimpulan

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar kegiatan pengabdian berikutnya lebih menekankan pada pendampingan lanjutan dalam manajemen konten digital agar pemasaran lebih konsisten dan efektif; fasilitasi pengurusan sertifikat halal dan PIRT untuk memperluas akses pasar; pengembangan jejaring kemitraan dengan took modern atau platform e-commerce; serta pelatihan manajemen keuangan sederhana guna memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan. Kegiatan KKN Tematik di Desa Belantaraya berhasil memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM turunan nanas melalui pendampingan pembuatan logo, pengembangan kemasan, legalitas usaha, serta promosi berbasis platform digital. Hasilnya, produk dodol dan selai nanas yang sebelumnya hanya dipasarkan secara sederhana kini memiliki identitas usaha yang lebih jelas, kemasan yang lebih layak, serta peluang promosi dan pemasaran yang lebih luas.

Kedepan, disarankan agar kegiatan pengabdian serupa difokuskan pada pelatihan lanjutan terkait strategi pemasaran digital yang lebih profesional, seperti penggunaan marketplace dan iklan berbayar, serta pendampingan pengurusan sertifikasi lanjutan (PIRT, halal, atau BPOM). Dengan langkah ini, UMKM Desa Belantaraya tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal, tetapi juga memiliki peluang untuk menembus pasar regional maupun nasional.

#### REFERENSI

- P. Pendapatan, U. Di, and T. Selatan, "ISSN : 3025-9495 Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi," vol. 20, no. 7, pp. 0–5, 2025.
- E. Sungkawati, E. D. Yuniwati, and N. D. Hernanik, "Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani ' Barokah ' melalui Inovasi Pembuatan Produk Olahan Nanas di Desa Semen Kec . Gandusari Blitar buah nanas ( Ananas comosus L . Merr ) yang tumbuh subur dan berlimpah di wilayah ekonomi yang tinggi bagi masyarakat setempat," vol. 8, no. 2, pp. 253–268, 2024.
- P. Dan and E. D. Purnamasari, "Desa Lembak," 2025.
- K. Rempak and K. Siak, "MAHKOTA SIAK UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM," vol. 07, no. 01, pp. 120–127, 2025.
- Opan Arifudin, Fenny Damayanti Rusmana, Rahman Tanjung, and Udin Wahrudin, "Inovasi Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Dodol Nanas Di Subang Jawa Barat," *Din. J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 3, pp. 408–417, 2020, doi: 10.31849/dinamisia.v4i3.4469.
- J. Di and D. Jurit, "Prosiding Seminar Nasional Gelar Wicara," vol. 2, no. April, pp. 24–26, 2024.
- T. Zulfikar *et al.*, "Branding dan Digital Marketing Meningkatkan Penjualan pada Pelaku Usaha Dodol Nanas Desa Tambakmekar Jalancagak Kabupaten Subang," *J. Abdimas Perad.*, vol. 3, no. 1, pp. 41–47, 2022, doi: 10.54783/ha1xr444.
- O. Karneli, M. Mandataris, M. Ihsan, A. Wasillah, and S. Safitri, "Pengembangan Olahan Nanas Gambut sebagai Produk Unggulan Daerah dalam Keberlanjutan Program Zero Waste pada Kelompok Tani Tunas Makmur di Sungai Pakning-Bengkalis," *Madaniya*, vol. 5, no. 3, pp. 1271–1277, 2024, doi: 10.53696/27214834.912.