Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat | LPPM UNSERA
Website: https://ejournal.unsera.ac.id/index.php/senama
E-ISSN: 3063-4849

Pemberdayaan Usaha Mikro Sate Bandeng Ratu Iis melalui Penguatan Legalitas, Sertifikasi Halal, dan Strategi Pemasaran Digital

Farid Wajdi[1,*], Nina Arlofa[2], Muhammad Nurhaula Huddin[3], Shohifah Annur[2] Ikmal Haikal[3], Pinkan Apriliani[4]

[1]Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Serang Raya, Jl. Raya Serang Cilegon KM.5, Drangong, Kota Serang 42162

[2] Program Studi Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Serang Raya, Jl. Raya Serang Cilegon KM.5, Drangong, Kota Serang 42162

[3]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Serang Raya, Jl. Raya Serang Cilegon KM.5, Drangong, Kota Serang 42162

[4]Program Studi Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Serang Raya, Jl. Raya Serang Cilegon KM.5, Drangong, Kota Serang 42162

Email penulis korespondensi: farid wajdi@unsera.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi pengrajin usaha mikro Sate Bandeng "Ratu Iis" dalam meningkatkan legalitas dan daya saing usaha. Berdasarkan hasil analisis situasi, pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala, antara lain belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikat halal, serta kemasan dan strategi pemasaran yang kurang menarik. Permasalahan ini berdampak pada keterbatasan akses pasar dan kepercayaan konsumen. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan langsung kepada pelaku usaha. Tahapan kegiatan meliputi fasilitasi pembuatan NIB, pendampingan sertifikasi halal dengan skema self-declare, pengembangan desain kemasan dan label produk, serta strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh tahapan telah terlaksana dengan baik dan diterima secara positif oleh pelaku usaha. Meskipun dampak terhadap peningkatan penjualan belum dapat dievaluasi secara langsung dalam waktu singkat, kegiatan ini telah memberikan pemahaman baru, meningkatkan semangat pelaku usaha, serta mendorong pengelolaan usaha yang lebih profesional. Keterlibatan akademisi dalam kegiatan ini juga memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan.

Kata kunci: usaha mikro, sertifikasi halal, legalitas usaha, kemasan produk, pemasaran digital.

ABSTRACT

This community service program aimed to support the micro business Sate Bandeng "Ratu Iis" in strengthening its legal status and market competitiveness. The business faced issues such as the absence of a Business Identification Number (NIB), halal certification, and professional packaging or marketing. Activities included assistance with NIB registration, halal certification via the self-declare scheme, packaging and labeling improvement, and digital marketing through social media and e-commerce platforms. All activities were implemented successfully and well-received by the business owner. While measurable sales impact cannot yet be determined in the short term, the program increased awareness, motivation, and professionalism. Academic involvement played a significant role in empowering the microenterprise for sustainable development.

Keywords*: micro enterprise, halal certification, business legality, product packaging, digital marketing.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting perekonomian nasional yang berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjaga stabilitas ekonomi local (Arlofa et al., 2019). Salah satu pelaku UMKM yang cukup dikenal di Kota Serang, Provinsi Banten, adalah Pengrajin Sate Bandeng "Ratu Iis", sebuah usaha kuliner lokal di lingkungan Kaujon, Kota Serang, yang telah berdiri sejak tahun 1978. Produk utama dari usaha ini adalah sate bandeng khas Serang yang diolah secara tradisional, menggunakan bahan bakar arang dan dikemas secara sederhana dengan daun pisang atau plastik bening.



Gambar 1. Produk olahan ikan sate bandeng "Ratu Iis"

Namun demikian, meskipun telah berjalan cukup lama dan memiliki cita rasa khas yang menjadi daya tarik tersendiri, usaha ini masih mengalami berbagai kendala dalam pengembangannya. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum adanya legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal yang kini menjadi syarat penting untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk retail modern atau platform digital. Selain itu, pengemasan produk yang masih sangat sederhana belum mencerminkan nilai jual yang lebih tinggi dan tidak mampu bersaing dengan produk-produk olahan ikan serupa dari daerah lain yang telah menggunakan kemasan yang lebih modern, higienis, dan menarik. Hal ini turut memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan menyebabkan omzet bulanan usaha ini cenderung stagnan di kisaran Rp2.000.000 hingga Rp4.000.000.



Gambar 2. Metode pengemasan yang digunakan pada produk sate bandeng

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa legalitas usaha dan kualitas pengemasan merupakan dua faktor penting dalam peningkatan daya saing UMKM. Menurut Fadilah (2025), kepemilikan izin usaha seperti NIB dapat meningkatkan akses pelaku usaha terhadap pembiayaan dan pembinaan pemerintah. Sertifikasi halal juga terbukti memberikan jaminan kualitas dan keamanan produk, serta meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya di pasar domestik yang mayoritas penduduknya beragama Islam (Chaniago, 2025; Indriastiningsih et al., 2025; Kristin et al., 2024).

Di sisi lain, pengemasan produk merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi

juga sebagai media komunikasi dan identitas merek (Mubarat et al., n.d.; Mughni & Retnoningsih, 2025). Kemasan yang baik akan meningkatkan persepsi nilai produk dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Inovasi kemasan yang menarik dan informatif, seperti penggunaan label yang mencantumkan komposisi, tanggal kedaluwarsa, serta branding produk, terbukti mampu meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan.

Kesuksesan produk juga ditentukan oleh jalur distribusi produk yang tepat. Saat ini pemasaran digital sangat penting bagi pelaku usaha mikro karena memungkinkan para pelaku usaha menjangkau calon monsumen lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan pemasaran tradisional (Nurhaula Huddin et al., 2024). Selain itu pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas produk, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan platform digital, pelaku usaha mikro dapat membangun kehadiran online yang kuat dan bersaing secara efektif di pasar (Ruslim, 2025; Wajdi et al., 2024).



Gambar 3. Suasana pembuatan sate bandeng Ratu Iis.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha Pengrajin Sate Bandeng “Ratu Iis” melalui pendampingan legalitas usaha dan inovasi pengemasan produk. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini antara lain adalah tercapainya legalitas usaha yang sah, meningkatnya kepercayaan konsumen melalui sertifikasi halal, serta peningkatan nilai jual dan potensi pasar dari produk sate bandeng melalui pengemasan yang lebih menarik dan profesional. Dengan demikian, usaha tradisional ini diharapkan dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar kuliner yang semakin ketat.

2. METODE PELAKSANAAN

Mitra kegiatan pengabdian ini adalah Pengrajin Sate Bandeng “Ratu Iis” yang berlokasi di Kota Serang, Banten. Usaha ini dikelola secara turun-temurun oleh keluarga pendiri dan saat ini masih menggunakan metode produksi manual serta sistem pemasaran tradisional. Lokasi produksi berada di lingkungan pemukiman padat penduduk, dengan fasilitas produksi sederhana. Produk dijual langsung ke konsumen dan melalui pesanan, terutama pada momen hari raya dan acara keluarga.

Berdasarkan permasalahan di atas, solusi yang dapat ditawarkan dalam program pengabdian ini meliputi:

1. Pendampingan dalam pengurusan legalitas usaha melalui pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal *self-declare* melalui platform resmi BPJPH Kementerian Agama.
2. Peningkatan kapasitas usaha melalui pelatihan pengemasan modern dengan memperkenalkan kemasan food grade yang tahan lama, higienis, dan memiliki tampilan visual yang menarik.
3. Edukasi dasar mengenai pentingnya branding dan labeling untuk meningkatkan nilai jual produk sate bandeng khas Serang ini.
4. Penyusunan desain label dan kemasan baru yang sesuai standar distribusi

modern dan dapat menarik perhatian konsumen.

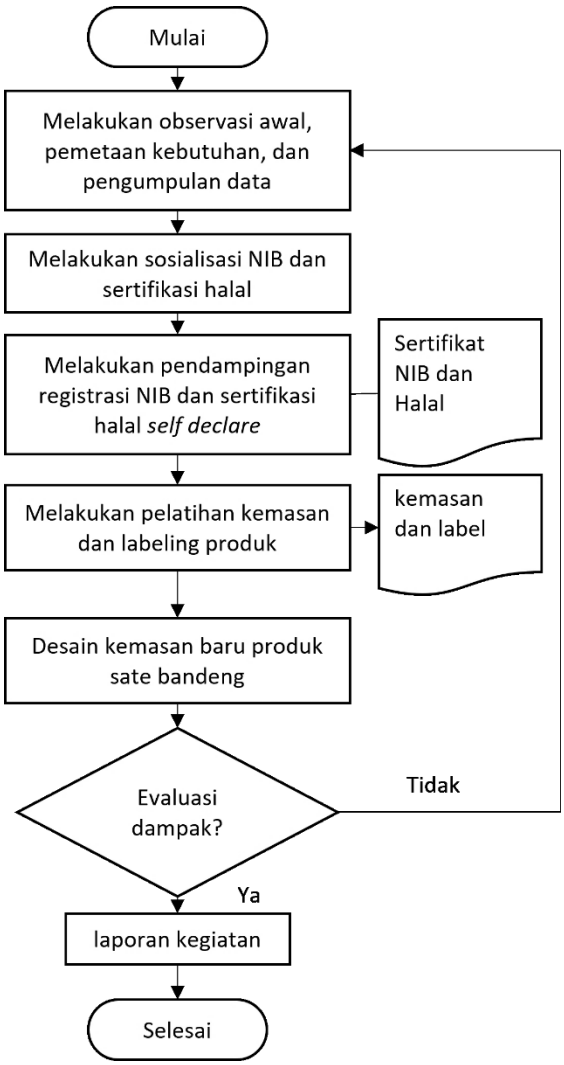
5. Pembuatan materi promosi digital sederhana untuk memperluas akses pemasaran melalui media sosial atau katalog daring.

Program pengabdian ini akan dilaksanakan selama 3 bulan, dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Rencana pelaksanaan kegiatan pengabdian

Minggu	Kegiatan
1	Observasi awal, pemetaan kebutuhan, dan pengumpulan data
2	Sosialisasi pentingnya legalitas usaha dan pelatihan pengurusan NIB serta sertifikasi halal
3-4	Pendampingan registrasi NIB dan sertifikasi halal self-declare
5-6	Pelatihan pengemasan modern dan pengenalan material kemasan food grade
7-8	Workshop desain label dan branding produk
9-10	Pembuatan dan uji coba kemasan baru serta materi promosi digital
11-12	Evaluasi dampak, dokumentasi, dan pelaporan hasil kegiatan

Pada minggu pertama dilakukan observasi awal dengan melakukan kunjungan ke rumah sekaligus tempat produksi sate bandeng. Selanjutnya pada minggu kedua dilakukan sosialisasi kepada pemilik usaha mengenai pentingnya registrasi NIB dan halal. Realisasi pendampingan registrasi NIB dan halal dilakukan pada minggu ke-3 dan ke-4. Kegiatan ketiga yaitu melakukan pengenalan kemasan yang lebih moderen dan memberikan nilai komersial pada produk. Keempat, pembuatan kemasan baru disertai dengan label sesuai kebutuhan pasar. Kegiatan diakhiri dengan evaluasi pada minggu ke-11 dan 12. Adapun rincian dan urutan kegiatan-kegiatan ini dapat dijelaskan melalui diagram alir pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram alir kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Legalitas Usaha

Pendampingan legalitas usaha mikro pengrajin sate bandeng “Ratu Iis” merupakan langkah awal dalam upaya menjadikan usaha tersebut sebagai entitas yang formal dan legal. Salah satu bentuk legalitas yang diupayakan adalah kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang terdaftar di Kementerian

Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) melalui sistem Online Single Submission (OSS).

Kepemilikan NIB memberikan berbagai manfaat bagi pelaku usaha, di antaranya adalah pendataan resmi oleh pemerintah, yang memudahkan dalam penyusunan dan implementasi kebijakan terkait pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, NIB juga membuka akses bagi pelaku usaha terhadap berbagai program pembinaan, pelatihan, serta fasilitasi dari pemerintah, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha mikro agar dapat naik kelas dan berkembang secara berkelanjutan.

Kegiatan pendampingan dimulai dengan penyuluhan mengenai pentingnya legalitas usaha dan manfaat kepemilikan NIB bagi pengembangan usaha mikro. Selanjutnya, dilakukan pendampingan teknis pendaftaran NIB melalui situs resmi OSS di alamat https://oss.go.id. Setelah seluruh proses pendampingan dilalui, NIB berhasil diterbitkan dan kini telah dimiliki oleh pemilik usaha sate bandeng “Ratu Iis”.

Melalui kegiatan ini, diharapkan usaha mikro seperti sate bandeng “Ratu Iis” dapat tumbuh secara formal dan mendapatkan akses yang lebih luas dalam ekosistem perekonomian nasional.

3.2 Sertifikasi Halal

Langkah kedua dalam kegiatan pendampingan adalah memberikan penyuluhan terkait kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal bagi produk pangan. Sertifikasi halal merupakan kewajiban bagi setiap pelaku usaha di sektor pangan, karena berfungsi sebagai jaminan kepastian hukum, keamanan, dan kehalalan produk yang ditawarkan kepada konsumen, khususnya bagi konsumen Muslim. Kepemilikan sertifikat halal juga menjadi salah satu bentuk tanggung jawab moral dan profesional pelaku usaha dalam menjaga kualitas dan integritas produknya.

Sebagai pendamping, kami berupaya untuk meyakinkan pelaku usaha agar memiliki pemahaman dan persepsi yang benar mengenai pentingnya sertifikasi halal. Edukasi ini mencakup aspek hukum, etika, dan peluang pasar yang lebih luas dengan adanya sertifikasi tersebut.

Pendampingan sertifikasi halal kemudian dilanjutkan dengan bimbingan teknis pengurusan sertifikat halal melalui skema self-declare yang difasilitasi oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dalam proses ini, pelaku usaha sate bandeng “Ratu Iis” didampingi untuk mengisi dan melengkapi seluruh persyaratan serta menjawab pertanyaan yang diajukan dalam proses verifikasi halal.

Melalui bimbingan dari pendamping halal, pelaku usaha berhasil memenuhi seluruh kriteria yang ditentukan, termasuk memastikan bahwa seluruh bahan baku yang digunakan dalam pembuatan sate bandeng telah memiliki sertifikasi halal. Dengan demikian, usaha sate bandeng “Ratu Iis” kini tidak hanya berstatus legal, tetapi juga telah memenuhi standar kehalalan produk, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas peluang pasar.

3.3 Kemasan dan Label Produk

Tahapan selanjutnya dalam program pendampingan adalah pengembangan kemasan dan label produk sate bandeng guna menciptakan citra produk yang higienis, profesional, dan meyakinkan dari segi kualitas. Sebelumnya, produk sate bandeng dikemas menggunakan plastik bening tanpa identitas yang jelas, sehingga belum mampu memberikan nilai tambah maupun daya tarik visual bagi konsumen.

Melalui kegiatan pendampingan ini, pelaku usaha diberikan beberapa alternatif desain kemasan dan label yang lebih sesuai

dengan karakteristik produk, serta mampu meningkatkan daya tarik dan nilai jual. Desain kemasan yang diajukan mempertimbangkan aspek estetika, fungsionalitas, dan keamanan pangan, sehingga tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga menjaga kualitas produk selama distribusi.

Label pada kemasan dirancang untuk menonjolkan keunggulan produk, seperti cita rasa khas, proses produksi yang higienis, dan tanpa bahan pengawet. Selain itu, label juga mencantumkan informasi penting yang menunjukkan legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan logo halal yang telah diperoleh melalui proses sertifikasi dengan skema self-declare. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk sate bandeng "Ratu Iis" sebagai produk yang aman, halal, dan telah memenuhi standar legalitas usaha.

Diharapkan, pengembangan kemasan dan label ini dapat memberikan nilai tambah yang signifikan, membantu memperkuat citra merek, serta meningkatkan minat dan loyalitas konsumen terhadap produk sate bandeng buatan "Ratu Iis".

3.4 Promosi Digital

Sebagai penutup dari rangkaian kegiatan pendampingan usaha mikro pengrajin sate bandeng "Ratu Iis", dilakukan dukungan pada aspek pemasaran produk, khususnya melalui pemanfaatan media digital. Strategi pemasaran digital dipilih sebagai salah satu alternatif efektif untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar, yang pada akhirnya diharapkan dapat mendorong peningkatan volume penjualan (Ruslim, 2025; Wajdi et al., 2024).



Gambar 5. Desain baru kemasan sate bandeng.

Media yang digunakan dalam pemasaran digital ini meliputi platform media sosial seperti Instagram dan status WhatsApp, yang dinilai cukup efektif untuk menjangkau konsumen lokal dan komunitas terdekat. Selain itu, produk juga didaftarkan dan mulai dipasarkan melalui platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, guna memperluas pasar ke tingkat regional maupun nasional.



Gambar 6. Penyerahan kemasan dan label dari tim pengabdian dengan pemilik usaha sate bandeng "Ratu Iis".

Dengan memperluas saluran pemasaran secara online, pelaku usaha tidak hanya memperoleh peluang penjualan yang lebih luas, tetapi juga dapat meningkatkan *brand awareness* dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Diharapkan, strategi pemasaran digital ini dapat membantu meningkatkan omzet penjualan sekaligus mendorong pertumbuhan pendapatan

usaha mikro pengrajin sate bandeng, khususnya milik Ibu Ratu Iis.

3.4 Evaluasi Kegiatan

Kegiatan pendampingan usaha mikro pengrajin sate bandeng "Ratu Iis" secara umum telah berjalan dengan baik dan lancar tanpa mengalami hambatan yang berarti. Seluruh tahapan, mulai dari legalisasi usaha, penyuluhan sertifikasi halal, pengembangan kemasan dan label, hingga strategi pemasaran digital, telah dilaksanakan sesuai rencana. Namun, untuk saat ini belum dapat disimpulkan secara pasti mengenai peningkatan penjualan produk, mengingat diperlukan waktu beberapa bulan ke depan untuk melihat dampak nyata dari intervensi yang dilakukan, khususnya pada aspek pemasaran dan omzet. Meskipun demikian, kegiatan ini telah memberikan dampak positif bagi pelaku usaha, terutama dalam hal peningkatan pengetahuan, motivasi, dan kepercayaan diri untuk mengelola usaha secara lebih profesional. Kehadiran dan perhatian dari kalangan akademisi dalam bentuk pendampingan nyata juga memberikan dorongan moral dan semangat baru bagi pelaku usaha mikro, serta menjadi bentuk kontribusi nyata dalam mendorong kemajuan UMKM agar lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dalam bentuk pendampingan usaha mikro pengrajin sate bandeng "Ratu Iis" telah berhasil dilaksanakan dengan baik, mencakup aspek legalisasi usaha melalui penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal dengan metode self-declare, pengembangan kemasan dan label produk yang lebih menarik dan profesional, serta perluasan strategi pemasaran melalui media digital dan e-commerce. Seluruh rangkaian kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan profesionalisme pelaku usaha mikro agar mampu berkembang dan naik kelas. Meskipun hasil akhir berupa peningkatan penjualan belum dapat dievaluasi secara langsung dalam waktu singkat, kegiatan ini telah memberikan dampak positif berupa peningkatan pemahaman, motivasi, dan kesiapan pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih terstruktur. Pendampingan yang dilakukan juga menunjukkan bahwa keterlibatan akademisi dalam mendukung UMKM sangat penting dan berdampak nyata bagi penguatan ekonomi masyarakat di tingkat akar rumput.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada Lembaga penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Serang Raya yang telah memfasilitasi kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arlofa, N., Febriasari, A., Elysabeth, T., Cahyadi, D., & Wajdi, F. (2019). Meningkatkan Pendapatan Usaha Mitra Melalui Teknologi Fermentasi Teh Kombucha. *KUAT : Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, *1*(3), 169–175. https://doi.org/10.31092/kuat.v1i3.628

Chaniago, N. (2025). *Pentingnya Sertifikasi dan Labelisasi Halal pada Bisnis UMKM*. *7*, 311–322. https://doi.org/10.36407/berdaya.v7i2.1664

Fadilah, N., Syifa, N., & Ilhama, N. (2025). Pentingnya Pengurusan NIB Sebagai Sebagai Instrumen Legalitas Usaha : Studi Pada UMKM Jellicious dalam Bingkai Hukum Bisnis. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, *2*(2), 38–41.

Indriastiningsih, E., Mutiasari, A. I., Oktaviana, A., & Devi, T. (2025). *Dampak Kepemilikan Sertikasi Halal Terhadap Profitabilitas dan Kinerja Operasional Usaha Mikro , Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Karanganyar*. *4*(2), 317–324.

Kristin, O. V, Harmen, H., Indriani, R., & ...

(2024). Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Halal Terhadap Perkembangan Umkm Di Bangkalan. *Jurnal Masharif Al …*, *9*(204), 1516–1528. https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/22814%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/22814/7914

Mubarat, H., Iswandi, H., Zihni, A., & Amin, Y. (n.d.). *Sosialisasi Pentingnya Kemasan Kreatif Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan*. 143–154.

Mughni, M., & Retnoningsih, S. (2025). *Peran Elemen Visual Kemasan Ramah Lingkungan Jumpstart Dalam Meningkatkan Daya Tarik Penjualan*. *9*(1), 1309–1323.

Nurhaula Huddin, M., Nafiudin, & Wajdi, F. (2024). UMKM Desa Kurungdahu Berdayasaing Melalui Pendampingan Berkelanjutan. *Setia Mengabdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 16–22. https://doi.org/10.31113/setiamengabdi.v5i1.52

Ruslim, T. S. (2025). Transformasi Digital Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah : Pelatihan Strategis untuk Meningkatkan Daya Saing Toko Tata Jaya di Era E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Masyarakat NEAR*, *4*(2). https://doi.org/10.32877/nr.v4i2.2621

Wajdi, F., Kusmasari, W., & Huddin, M. N. (2024). Empowering Micro Enterprise in the Knife Manufacturing Industry through Digital Promotion. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, *9*(2), 199–209. https://doi.org/10.22441/jam.v9i2.23264