

PENGUATAN DAYA SAING UMKM KERAJINAN BAMBU MELALUI DIVERSIVIKASI PRODUK DAN BRANDING LOKAL DI DESA SUKASARI KECAMATAN TUNJUNG TEJA

**Meiby Zulfikar¹⁾, Sulkiah Hendrawati²⁾, Ulfi Jefri³⁾, Ira Damayanti⁴⁾,
Agustina Dwiyantri⁵⁾, Nia Marlina Kurnia⁶⁾, Mokhammad Mahroji⁷⁾,
Andini Nurfatimah⁸⁾, Arif Hidayat⁹⁾, Adi Setiadi¹⁰⁾**

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bina Bangsa

²⁾ Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Bina Bangsa

³⁾ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

⁴⁾ Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

⁵⁾ Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

^{6,7,8,9,10)} Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Bina Bangsa

meiby.zulfikar@binabangsa.ac.id

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) producing bamboo handicrafts in Sukasari Village, Tunjung Teja Subdistrict, possess significant potential based on local natural resources and traditional craftsmanship. However, their competitiveness remains limited due to low product diversification, conventional designs, and the absence of strong local branding. This community service program aims to strengthen the competitiveness of bamboo handicraft MSMEs through product diversification and the development of local branding. The program was implemented using a participatory approach, including needs assessment, training on product innovation and design development, assistance in creating local brand identities (logos, packaging, and storytelling), and mentoring in basic marketing strategies. The results show improvements in the variety and aesthetic value of bamboo handicraft products, increased awareness of the importance of branding, and enhanced capacity of MSME actors to promote their products more professionally. The program also encourages the utilization of local cultural identity as a unique selling proposition to differentiate products in broader markets. In conclusion, strengthening product diversification and local branding contributes positively to improving the competitiveness and sustainability of bamboo handicraft MSMEs in Sukasari.

Keywords: *Bamboo, Handicraft, Product Diversification, Local Branding.*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kerajinan bambu di Desa Sukasari, Kecamatan Tunjung Teja, memiliki potensi besar yang bersumber dari ketersediaan bahan baku lokal dan keterampilan masyarakat. Namun demikian, daya saing UMKM masih relatif rendah akibat keterbatasan diversifikasi produk, desain yang konvensional, serta belum optimalnya penerapan branding lokal. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat daya saing UMKM kerajinan bambu melalui diversifikasi produk dan penguatan branding lokal. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan inovasi dan pengembangan desain produk, pendampingan pembuatan identitas merek lokal (logo, kemasan, dan narasi produk), serta pendampingan pemasaran dasar. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan variasi dan nilai estetika produk kerajinan bambu, meningkatnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya branding, serta meningkatnya kemampuan pelaku usaha dalam memasarkan produk secara lebih profesional. Program ini juga mendorong pemanfaatan identitas lokal sebagai keunggulan kompetitif dalam memperluas akses pasar. Dengan demikian, penguatan diversifikasi produk dan branding lokal berkontribusi positif terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari, serta mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi desa.

Keywords: *Kerajinan Bambu, Diversifikasi Produk, Branding Lokal.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar namun belum dikelola secara optimal adalah UMKM kerajinan bambu. Desa Sukasari, Kecamatan Tunjung Teja, merupakan salah satu wilayah yang memiliki ketersediaan bahan baku bambu melimpah serta keterampilan masyarakat dalam mengolah bambu menjadi berbagai produk kerajinan. Potensi ini menjadi modal sosial dan ekonomi yang penting untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan masyarakat desa (Wikansari et al., 2025).

Namun demikian, UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari masih menghadapi berbagai permasalahan yang menghambat peningkatan daya saing. Produk yang dihasilkan umumnya masih bersifat konvensional, dengan desain sederhana dan variasi produk yang terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan produk bambu kurang mampu bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain yang telah menerapkan inovasi desain, fungsi, dan nilai estetika yang lebih tinggi. Selain itu, rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan diversifikasi produk berdampak pada keterbatasan pangsa pasar serta ketergantungan pada permintaan lokal semata (Ragil et al., 2025).

Permasalahan lain yang cukup signifikan adalah lemahnya aspek

branding dan pemasaran produk. Sebagian besar pelaku UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari belum memiliki identitas merek yang jelas, baik dari segi nama produk, logo, kemasan, maupun strategi promosi. Produk umumnya dijual tanpa label dan kemasan yang menarik, sehingga nilai jual produk menjadi rendah dan sulit dikenali oleh konsumen. Minimnya pemanfaatan media digital dan pemasaran berbasis teknologi juga menyebabkan produk kerajinan bambu kurang dikenal secara luas, padahal peluang pasar baik di tingkat regional maupun nasional cukup terbuka.

Di tengah meningkatnya minat masyarakat terhadap produk ramah lingkungan dan berbasis kearifan lokal, kerajinan bambu sesungguhnya memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan desa. Bambu sebagai bahan baku memiliki keunggulan karena bersifat alami, berkelanjutan, serta memiliki nilai estetika tinggi apabila diolah dengan desain yang inovatif. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk memperkuat daya saing UMKM kerajinan bambu melalui diversifikasi produk yang berorientasi pada kebutuhan pasar, serta penguatan branding lokal yang mampu menonjolkan identitas dan keunikan Desa Sukasari.

Kegiatan penguatan daya saing UMKM kerajinan bambu melalui diversifikasi produk dan branding lokal menjadi langkah penting dalam mendorong peningkatan kualitas dan nilai tambah produk. Melalui pendampingan dan pelatihan yang terstruktur, diharapkan pelaku UMKM mampu mengembangkan variasi produk yang lebih inovatif, fungsional,

dan bernilai ekonomis, serta memiliki merek dan kemasan yang menarik dan kompetitif. Dengan demikian, UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat desa (Muhdar & Fujiaturrahman, 2025).

Selain aspek produksi dan pemasaran, penguatan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing kerajinan bambu di Desa Sukasari. Sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara turun-temurun dengan pendekatan tradisional, tanpa perencanaan usaha yang matang, pencatatan keuangan sederhana, maupun strategi pengembangan jangka panjang. Kondisi ini menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam menentukan harga jual yang kompetitif, mengelola biaya produksi, serta mengukur keuntungan usaha secara akurat. Akibatnya, keberlanjutan usaha menjadi rentan dan sulit berkembang secara optimal (Hibar et al., 2026).

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan terjadi transfer pengetahuan dan keterampilan yang aplikatif kepada pelaku UMKM, tidak hanya dalam aspek teknis produksi, tetapi juga dalam manajemen usaha dan pemasaran. Pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM secara aktif akan mendorong tumbuhnya kesadaran akan pentingnya inovasi, kualitas produk, dan citra merek dalam menghadapi persaingan pasar. Penguatan branding lokal juga diharapkan mampu membangun rasa bangga terhadap produk kerajinan bambu sebagai identitas Desa Sukasari, sehingga mendorong kolaborasi antar pelaku UMKM dan pemerintah desa.

Dengan adanya sinergi antara potensi lokal, peningkatan kapasitas pelaku UMKM, serta dukungan kelembagaan desa, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan. Pada akhirnya, penguatan daya saing UMKM kerajinan bambu tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan (Hidayat et al., 2025).

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan penguatan daya saing UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari, Kecamatan Tunjung Teja, dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan berkelanjutan. Tahap awal diawali dengan kegiatan observasi dan identifikasi permasalahan untuk memetakan kondisi eksisting UMKM, meliputi jenis produk, proses produksi, kapasitas sumber daya manusia, serta pola pemasaran yang telah berjalan. Hasil pemetaan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM. Selanjutnya, dilakukan pelatihan diversifikasi produk yang berfokus pada pengembangan desain, fungsi, dan inovasi produk kerajinan bambu agar lebih variatif dan bernilai tambah, dengan tetap mempertahankan kearifan lokal sebagai ciri khas Desa Sukasari.

Tahap berikutnya adalah penguatan branding lokal dan pemasaran produk melalui pendampingan intensif. Kegiatan ini meliputi pelatihan pembuatan identitas merek, seperti penentuan nama produk, logo, kemasan, serta strategi promosi yang efektif, termasuk pemanfaatan

media digital dan pemasaran berbasis daring. Selain itu, dilakukan pendampingan manajemen usaha sederhana, seperti pencatatan keuangan dan penetapan harga jual. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan melalui praktik langsung, diskusi, dan evaluasi berkala untuk memastikan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara mandiri. Dengan metode ini, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan daya saing produk kerajinan bambu secara berkelanjutan dan memperluas akses pasar(Zahro et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan penguatan daya saing UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari, Kecamatan Tunjung Teja, menunjukkan hasil yang positif baik dari aspek peningkatan kapasitas pelaku usaha maupun kualitas produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil observasi awal dan evaluasi pascapelaksanaan kegiatan, terdapat perubahan signifikan dalam pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya inovasi produk dan strategi pemasaran berbasis branding lokal. Pelaku UMKM yang sebelumnya hanya memproduksi satu atau dua jenis kerajinan bambu dengan desain sederhana mulai mampu mengembangkan variasi produk baru yang lebih fungsional dan bernilai estetika, seperti peralatan rumah tangga, souvenir, dan produk dekoratif dengan sentuhan desain modern tanpa meninggalkan unsur kearifan lokal(Rahmawati et al., 2025).

Dari sisi diversifikasi produk, hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya keterampilan teknis pelaku UMKM dalam mengolah bambu menjadi produk yang lebih inovatif. Pelatihan yang diberikan mendorong pelaku UMKM untuk memahami

kebutuhan pasar dan menyesuaikan produk dengan selera konsumen. Diversifikasi ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas. Produk kerajinan bambu yang sebelumnya hanya dipasarkan di lingkungan sekitar desa kini mulai diminati oleh konsumen dari luar wilayah, terutama karena keunikan desain dan fungsi produk yang lebih variatif(Hasibuan & Hidayat, n.d.).

Penguatan branding lokal juga memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar produk kerajinan bambu belum memiliki identitas merek yang jelas dan dipasarkan tanpa kemasan. Melalui pendampingan branding, pelaku UMKM mulai memiliki pemahaman tentang pentingnya identitas produk sebagai pembeda di pasar. Hasilnya, beberapa UMKM telah memiliki nama merek, logo sederhana, serta kemasan yang lebih menarik dan informatif. Branding lokal yang mengangkat identitas Desa Sukasari sebagai sentra kerajinan bambu turut memperkuat citra produk sebagai hasil karya lokal yang memiliki nilai budaya dan ramah lingkungan(Oktober et al., 2025).

Selain itu, kegiatan pendampingan manajemen usaha memberikan kontribusi terhadap peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara lebih profesional. Pelaku UMKM mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana, memahami struktur biaya produksi, serta mampu menentukan harga jual yang lebih tepat. Hal ini berdampak pada meningkatnya kesadaran pelaku UMKM terhadap keberlanjutan usaha dan pentingnya perencanaan jangka panjang. Meskipun masih dalam tahap awal, perubahan

pola pikir ini menjadi modal penting dalam pengembangan UMKM kerajinan bambu ke depan.

Dari sisi pemasaran, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi mulai diperkenalkan dan diterapkan oleh sebagian pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan minat pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial sebagai sarana memperkenalkan produk mereka. Meskipun belum seluruh pelaku UMKM mampu mengelola pemasaran digital secara optimal, langkah awal ini menjadi indikator positif dalam upaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang terintegrasi antara diversifikasi produk, penguatan branding lokal, dan peningkatan kapasitas manajemen usaha mampu memberikan dampak nyata terhadap penguatan daya saing UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari. Pembahasan ini menegaskan bahwa pengembangan UMKM berbasis potensi lokal memerlukan sinergi antara inovasi produk, identitas merek yang kuat, serta pengelolaan usaha yang berkelanjutan. Ke depan, keberlanjutan program dan dukungan dari pemerintah desa serta pemangku kepentingan lainnya menjadi faktor kunci agar hasil yang telah dicapai dapat terus dikembangkan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian desa.

Lebih lanjut, hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan sikap dan pola pikir (mindset) pelaku UMKM terhadap pentingnya inovasi dan orientasi pasar. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM memproduksi kerajinan bambu berdasarkan kebiasaan dan permintaan lama tanpa mempertimbangkan tren pasar.

Setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM mulai memahami bahwa inovasi produk merupakan faktor kunci dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Hal ini terlihat dari munculnya inisiatif pelaku UMKM untuk melakukan eksperimen desain, mengombinasikan bambu dengan bahan lain, serta menyesuaikan ukuran dan fungsi produk sesuai kebutuhan konsumen.

Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM. Pelibatan aktif dalam proses pelatihan dan praktik langsung mendorong pelaku UMKM untuk lebih terbuka terhadap perubahan dan kolaborasi. Diskusi kelompok dan sesi evaluasi bersama menjadi ruang pembelajaran kolektif yang memperkuat solidaritas antar pelaku usaha. Kondisi ini membuka peluang terbentuknya jejaring UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari sebagai wadah berbagi pengalaman, bahan baku, serta strategi pemasaran, yang pada akhirnya dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing secara kolektif (Oktober et al., 2025).

Dari perspektif ekonomi lokal, hasil kegiatan menunjukkan potensi peningkatan nilai tambah produk kerajinan bambu. Diversifikasi produk dan perbaikan kemasan berdampak pada kenaikan harga jual produk dibandingkan sebelum kegiatan dilaksanakan. Meskipun peningkatan pendapatan belum dapat diukur secara signifikan dalam jangka pendek, indikasi awal menunjukkan adanya peluang peningkatan omzet seiring dengan membaiknya kualitas produk dan perluasan akses pasar. Hal ini memperkuat pandangan bahwa UMKM berbasis potensi lokal dapat menjadi penggerak ekonomi desa apabila dikelola secara inovatif dan berkelanjutan.

Pembahasan hasil kegiatan ini juga menunjukkan bahwa branding lokal

memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas produk UMKM. Penggunaan nama merek dan visual yang mencerminkan karakter Desa Sukasari tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai sarana pelestarian nilai budaya lokal. Produk kerajinan bambu tidak lagi dipandang sekadar sebagai barang fungsional, melainkan sebagai representasi identitas dan kreativitas masyarakat desa. Dengan demikian, branding lokal menjadi instrumen penting dalam meningkatkan daya saing sekaligus memperkuat posisi produk di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Namun demikian, pelaksanaan kegiatan ini juga menghadapi beberapa tantangan yang perlu menjadi bahan evaluasi. Keterbatasan waktu pendampingan menyebabkan belum seluruh pelaku UMKM mampu mengimplementasikan seluruh materi secara optimal, khususnya dalam aspek pemasaran digital dan pengelolaan media sosial. Selain itu, keterbatasan akses terhadap peralatan produksi modern dan modal usaha masih menjadi kendala bagi pengembangan produk dalam skala yang lebih besar. Tantangan ini menunjukkan bahwa penguatan daya saing UMKM memerlukan pendampingan jangka panjang serta dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pihak terkait lainnya.

Secara konseptual, hasil kegiatan ini sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas, partisipasi aktif, dan pemanfaatan potensi lokal. Pendekatan pengabdian yang diterapkan tidak hanya berfokus pada output berupa produk, tetapi juga pada proses pembelajaran dan perubahan perilaku pelaku UMKM. Hal ini memperkuat argumen bahwa keberhasilan pengembangan UMKM tidak semata-mata ditentukan oleh bantuan modal,

tetapi oleh kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi, berinovasi, dan membangun identitas usaha yang kuat.

Dengan demikian, tambahan hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa kegiatan penguatan daya saing UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari memberikan dampak multidimensional, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun budaya. Ke depan, keberlanjutan program melalui pendampingan lanjutan, integrasi dengan kebijakan desa, serta pengembangan kemitraan dengan pasar dan lembaga pendukung menjadi langkah strategis untuk memastikan hasil yang telah dicapai dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan penguatan daya saing UMKM kerajinan bambu melalui diversifikasi produk dan branding lokal di Desa Sukasari, Kecamatan Tunjung Teja, telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha dan kualitas produk yang dihasilkan. Melalui pendekatan pendampingan yang partisipatif, pelaku UMKM memperoleh pemahaman dan keterampilan baru dalam mengembangkan variasi produk yang lebih inovatif, fungsional, dan bernilai tambah, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk di pasar.

Selain itu, penguatan branding lokal terbukti berperan penting dalam membangun identitas produk kerajinan bambu sebagai produk unggulan desa. Penerapan nama merek, logo, dan kemasan yang lebih menarik mampu meningkatkan citra produk serta membuka peluang perluasan pasar. Pendampingan manajemen usaha dan pengenalan pemasaran digital juga mendorong perubahan pola pikir pelaku UMKM menuju pengelolaan usaha

yang lebih profesional dan berorientasi pada keberlanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis potensi lokal memerlukan sinergi antara inovasi produk, penguatan identitas merek, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Meskipun masih terdapat keterbatasan dalam implementasi dan jangkauan pendampingan, hasil kegiatan ini menjadi fondasi yang kuat bagi pengembangan UMKM kerajinan bambu di Desa Sukasari secara berkelanjutan. Ke depan, dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa dan pemangku kepentingan terkait sangat diperlukan agar UMKM mampu berkembang secara mandiri dan memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pemerintah Desa Sukasari, Kecamatan Tunjung Teja, serta seluruh pelaku UMKM kerajinan bambu yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan penguatan daya saing UMKM ini. Apresiasi yang tinggi juga disampaikan kepada tim pelaksana dan seluruh pihak terkait yang telah berkontribusi dalam bentuk dukungan moral, teknis, maupun fasilitasi selama kegiatan berlangsung. Partisipasi dan kerja sama yang baik dari seluruh pemangku kepentingan menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan ini, sehingga diharapkan hasil pengabdian dapat memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan UMKM dan perekonomian masyarakat Desa Sukasari.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, H. A., & Hidayat, R. (n.d.). *Formulation Of Blue Ocean Strategy Developing A Bamboo Small Business In Binjai City*. 5, 1644–1651.
- Hibar, U., Pramono, A. S., & Qurba, H. (2026). *P enyuluhan legalitas hukum bagi pelaku umkm dalam meningkatkan kepercayaan konsumen di desa kertasana*. 19(3).
- Hidayat, D., Mulyadi, D., Mulyana, A., Ilmu, M., & Universitas, H. (2025). *Implementasi Otonomi Daerah Terhadap Pelayanan Publik Dan Tata Kelola Pemerintahan*. April.
- Muhdar, S., & Fujiaturrahman, S. (2025). *BIMBINGAN TEKNIS PERSIAPAN UJI KOMPETENSI PENDIDIKAN PROFESI GURU (UKPPPG) : UPAYA OPTIMALISASI KESIAPAN DAN PENGETAHUAN TENTANG UKPPPG BAGI MAHASISWA PPG*. 8, 4853–4866.
- Oktober, N., P-issn, E., Psikologi, D., Psikologi, F., Diponegoro, U., Jl, A., Soedarto, P., Tembalang, K., Semarang, K., & Tengah, J. (2025). *Safari : Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Pemberdayaan UMKM melalui Pembinaan Penguatan Branding dan Digitalisasi untuk Mendukung Smart Ecotourism Kelurahan Tugurejo Kota Semarang Empowering MSMEs through Branding Development and Digitalization to Support Smart Ecotourism Tugurejo Village , Semarang City Departemen Sumber Daya Akuatik , Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan ,*

Universitas Diponegoro , Indonesia Program Studi Administrasi Publik , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Diponegoro , Indonesia Kelurahan Tugurejo merupakan salah satu wilayah administratif yang berada di Kecamatan Tugu , Kota Semarang (Kelurahan Tugurejo , 2025). Secara geografis , wilayah ini termasuk dalam kawasan pesisir yang memiliki akses langsung ke garis pantai utara Pulau Jawa . Kondisi geografis tersebut menjadikan Tugurejo memiliki potensi sumber daya alam pesisir yang cukup melimpah , meliputi ekosistem tambak , kawasan hutan mangrove , serta sumber daya perikanan tangkap dan budidaya . Selain itu , wilayah ini juga memiliki potensi wisata berbasis alam , khususnya wisata edukatif mangrove yang dikelola secara partisipatif oleh masyarakat setempat melalui kelompok-kelompok penggerak wisata local (Anggoro et al ., 2021) (Suryanti et al ., 2025). Sebagai masyarakat yang hidup di kawasan pesisir , sebagian besar penduduk Tugurejo menggantungkan mata pencahariannya pada sektor kelautan dan perikanan . Menurut Lolowang et al . (2022), mata pencaharian masyarakat pesisir dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok , yaitu pemanfaat sumber daya laut secara langsung (seperti nelayan dan pembudidaya), pengolah hasil perikanan (seperti pembuat terasi , kerupuk , dan abon ikan), serta pelaku usaha penunjang kegiatan

ekonomi perikanan , seperti pemilik warung , bengkel , atau tenaga kerja angkut . Pola ini juga tercermin di Tugurejo , di mana masyarakat menjalankan usaha budidaya , pengolahan ikan bandeng , serta aktivitas pendukung seperti perdagangan dan jasa informal . Kegiatan ekonomi yang dominan meliputi budidaya ikan bandeng , pengolahan hasil perikanan rumah tangga , serta pemanfaatan kawasan pesisir untuk kegiatan wisata dan edukasi lingkungan . Karakter masyarakat pesisir yang dinamis dan adaptif membuat mereka terbuka terhadap inovasi , namun di sisi lain masih terdapat keterbatasan dalam hal akses terhadap teknologi , pendidikan , dan manajemen usaha yang efektif . Hal ini terlihat dari banyaknya pelaku UMKM di Tugurejo yang masih men.... September.

- Ragil, U. D. P., Kiai, U. I. N., Muhammad, A., Ponorogo, B., Kiai, U. I. N., Muhammad, A., & Ponorogo, B. (2025). *Product Innovation Strategy in Increasing the Competitiveness of the Creative Bamboo Weaving Industry in Ringinagung Village , Magetan*. 5(1), 228–240. <https://doi.org/10.21154/niqosiy a.v5i1.4746>
- Rahmawati, S., Aisyah, S., Andarwati, T., Ainniyah, U. N., & Harning, T. (2025). *Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi dan Branding Produk Skincare*. 3(1), 126–132.
- Wikansari, R., Kurniawati, R., Prasaja, D., & Helvianto, A. W. (2025).

*PENDAMPINGAN
PENGEMBANGAN PRODUK
KREATIF OLAHAN TEMPE
UNTUK PASAR EKSPOR :
STUDI KASUS UMKM DI
BOGOR*, . 8(1), 19–30.

Zahro, S., Mustikasari, H., Hadi, F. S.,
Sagirani, T., Amelia, H., Cintya,
B., Luqman, C. A., Sinderela,
M., Sutanto, A., & Syafi, M. A.
(2024). *Peningkatan
Produktivitas Produk Unggulan
Kabupaten Jombang dari
Anyaman Bambu melalui
Community Service*. 5(4), 958–
978.