

**OPTIMALISASI DAYA SAING UMKM MELALUI PENGEMBANGAN IDENTITAS
PRODUK, INOVASI KEMASAN, PROMOSI DIGITAL, DAN PENGUATAN
LEGALITAS USAHA**

***OPTIMIZING THE COMPETITIVENESS OF MSMES THROUGH PRODUCT IDENTITY
DEVELOPMENT, PACKAGING INNOVATION, DIGITAL PROMOTION, AND
STRENGTHENING BUSINESS LEGALITY***

**Sesdia Angela^{1*}, Putra Achmad Naufal Lubis², Fadhilah Murfid³, Adinda Tiara Nabilla
Harefa⁴, Friska Marsya Firlianda⁵, Khairunisa Prina Anggitia⁶, Tania Risyah Idwan⁷, Suci
Dwipayana Rahmadhani⁸, Vera Rahmayani⁹, Dhini Aulia Anggraeni¹⁰, Putri Nadilla¹¹, Alia
Dwi Elzenia¹²**

Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

¹sesdiaangela@lecturer.unri.ac.id, ²putra.achmad2622@student.unri.ac.id,

³fadhilah.murfid2450@student.unri.ac.id, ⁴adinda.tiara2111@student.unri.ac.id,

⁵friska.marsya5484@student.unri.ac.id, ⁶khairunisa.prina4322@student.unri.ac.id,

⁷tania.risyah0896@student.unri.ac.id, ⁸suci.dwipayana0893@student.unri.ac.id,

⁹vera.rahmayani4285@student.unri.ac.id, ¹⁰dhini.aulia32480@student.unri.ac.id,

¹¹putri.nadilla0157@student.unri.ac.id, ¹²alia.dwi3360@student.unri.ac.id

Article History:

Received: June 24th, 2026

Revised: August 10th, 2026

Published: August 15th, 2026

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in driving economic growth and employment, but their competitiveness is often hampered by weak product identity, unattractive packaging, minimal use of digital promotions, and unfulfilled business legality. This condition was found in the Tempe Chips MSME owned by Mrs. Nurita in Mekar Jaya Hamlet, Sungai Tengah Village, Sabak Auh District, Siak Regency. This activity aims to increase the competitiveness of the MSME through strengthening product identity, improving packaging, strengthening promotions, and facilitating business legality. The methods used include observation, interviews, and direct empowerment carried out by students of the 2026 Community Service Program (Kukerta) of the University of Riau. The results of the activity show that the product has a brand identity "Keripik Tempe Bu Ndut" along with a new logo and packaging design, promotional media in the form of business banners, and business legality in the form of a Business License and Business Identification Number (NIB) that have been issued, while the halal label certification process is still ongoing. This program increases the understanding and capacity of*

Keywords: MSMEs, product identity, packaging innovation, digital promotion, business legality

MSME owners in managing their businesses more professionally, although the use of social media-based digital promotions is not yet optimal and needs to be addressed in future mentoring programs

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, namun daya saingnya sering terkendala oleh lemahnya identitas produk, kemasan yang kurang menarik, minimnya pemanfaatan promosi digital, serta belum terpenuhinya legalitas usaha. Kondisi tersebut ditemukan pada UMKM Keripik Tempe milik Ibu Nurita di Dusun Mekar Jaya, Desa Sungai Tengah, Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM tersebut melalui penguatan identitas produk, perbaikan kemasan, penguatan promosi, dan fasilitasi legalitas usaha. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan pemberdayaan langsung yang dilaksanakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (Kukerta) Universitas Riau Tahun 2026. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa produk telah memiliki identitas merek “Keripik Tempe Bu Nduť” beserta logo dan desain kemasan baru, media promosi berupa spanduk usaha, serta legalitas usaha berupa Surat Izin Usaha dan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang telah diterbitkan, sementara proses sertifikasi label halal masih berjalan. Program ini meningkatkan pemahaman dan kapasitas pemilik UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional, meskipun pemanfaatan promosi digital berbasis media sosial belum optimal dan perlu menjadi perhatian pada program pendampingan selanjutnya.

Kata Kunci: UMKM, identitas produk, inovasi kemasan, promosi digital, legalitas usaha.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Namun, dalam perkembangannya masih banyak UMKM yang menghadapi berbagai kendala, seperti belum memiliki identitas produk yang kuat, kemasan yang menarik, legalitas usaha, serta kemampuan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Permasalahan tersebut berdampak pada rendahnya daya saing produk sehingga ruang pemasaran menjadi terbatas.

Salah satu UMKM yang mengalami kondisi tersebut adalah usaha Keripik Tempe milik Ibu Nurita yang berlokasi di Dusun Mekar Jaya, RT 01/RW 06, Desa Sungai Tengah, Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Usaha ini merupakan usaha keluarga yang telah diwariskan secara turun-temurun dan masih terus berkembang hingga saat ini. Produk keripik tempe dipasarkan melalui warung-warung di sekitar desa dan pemesanan melalui aplikasi WhatsApp. Permintaan produk meningkat pada momen tertentu, seperti bulan Ramadan dan Hari Raya Idulfitri. Selain itu, pada awal tahun 2026 usaha ini mulai menjalin kerja sama dengan penyedia program Makan Bergizi Gratis (MBG). Meskipun demikian, usaha tersebut belum

memiliki identitas merek yang jelas, kemasan yang representatif, legalitas usaha, serta sertifikasi halal yang dapat menunjang perluasan pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan tersebut, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (Kukerta) Universitas Riau Tahun 2026 melaksanakan program pemberdayaan dan pendampingan kepada UMKM Keripik Tempe Ibu Nurita. Kegiatan pemberdayaan dilakukan melalui penguatan kapasitas usaha dengan memberikan identitas produk berupa logo dan desain kemasan, penyediaan media promosi berupa spanduk, penguatan branding produk, serta fasilitasi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas usaha. Seluruh rangkaian kegiatan tersebut didampingi secara langsung agar mitra mampu memahami proses yang dilakukan dan dapat mengelola usahanya secara lebih mandiri. Melalui program ini diharapkan daya saing UMKM meningkat, jangkauan pemasaran menjadi lebih luas, serta tercipta usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan.

METODE

Metode yang digunakan oleh mahasiswa Kukerta Universitas Riau dalam kegiatan pemberdayaan UMKM Keripik Tempe Bu Nurita adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Mahasiswa Kukerta Universitas Riau melakukan observasi secara langsung ke lokasi UMKM Keripik Tempe Bu Nurita yang berlokasi di Dusun Mekar Jaya, RT 01/RW 06, Desa Sungai Tengah, Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi usaha, proses produksi, sistem pemasaran, identitas produk, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha. Melalui kegiatan ini diperoleh gambaran mengenai kebutuhan utama UMKM yang menjadi dasar dalam penyusunan program pemberdayaan.

2. Metode Wawancara

Mahasiswa Kukerta Universitas Riau melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM, yaitu Ibu Nurita. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, target pasar, kondisi pemasaran, kebutuhan usaha, serta hambatan yang dihadapi dalam meningkatkan daya saing produk. Informasi yang diperoleh menjadi dasar dalam menentukan bentuk pemberdayaan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

3. Metode Pemberdayaan

Metode pemberdayaan dilakukan melalui upaya peningkatan kapasitas UMKM agar mampu mengembangkan usahanya secara mandiri. Kegiatan pemberdayaan meliputi pembuatan identitas produk berupa logo, desain kemasan, penyediaan spanduk promosi, penguatan branding produk, serta fasilitasi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB). Program ini bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme usaha, memperkuat citra produk, dan memperluas jangkauan pemasaran sehingga daya saing UMKM semakin meningkat.

HASIL

Pelaksanaan program pemberdayaan dan pendampingan UMKM Keripik Tempe Bu Nurita dilaksanakan melalui beberapa tahapan kegiatan yang disesuaikan dengan hasil identifikasi kebutuhan mitra. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha melalui penguatan

legalitas usaha, pengembangan identitas produk, serta peningkatan strategi pemasaran. Tahapan kegiatan diawali dengan observasi kondisi usaha, dilanjutkan dengan pendampingan pengurusan legalitas usaha, pembuatan media promosi, serta inovasi kemasan produk.

Tahap awal pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi dan wawancara langsung dengan pemilik UMKM Keripik Tempe Bu Nurita. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi usaha secara menyeluruh, mulai dari proses produksi, sistem pemasaran, bentuk kemasan yang digunakan, hingga kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa UMKM Keripik Tempe Bu Nurita memiliki potensi produk yang cukup baik, namun masih menghadapi beberapa kendala, seperti belum optimalnya identitas usaha, keterbatasan media promosi, serta belum adanya legalitas usaha yang dapat mendukung pengembangan UMKM.

Kegiatan observasi ini menjadi dasar bagi tim Kukerta Universitas Riau dalam menentukan bentuk pemberdayaan yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Melalui kegiatan tersebut, tim memperoleh informasi yang diperlukan untuk menyusun program pengembangan usaha yang tidak hanya memberikan bantuan secara langsung, tetapi juga meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara lebih profesional.



Gambar 1. Kegiatan Observasi dan Wawancara dengan Pemilik UMKM

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang ditemukan pada tahap observasi, kegiatan selanjutnya dilakukan melalui pendampingan pengurusan legalitas usaha berupa Surat Izin Usaha dan Nomor Induk Berusaha (NIB). Kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk pemberdayaan kepada pelaku UMKM agar memiliki pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha dalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha. Pada tanggal 6 Juli 2026, tim Kukerta Universitas Riau membantu pemilik usaha dalam mempersiapkan dokumen persyaratan, memberikan arahan terkait tahapan pendaftaran, serta melakukan pendampingan selama proses pengurusan legalitas usaha.

Hasil dari proses pendampingan tersebut menunjukkan bahwa Surat Izin Usaha telah berhasil diselesaikan pada tanggal 8 Juli 2026, sedangkan proses penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) telah selesai dan dokumen NIB berhasil diambil oleh pemilik UMKM pada tanggal 14 Juli 2026. Selain itu, tim Kukerta juga membantu dalam proses pengajuan label halal sebagai upaya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Sampai dengan tahap pelaksanaan kegiatan, proses pengurusan label halal masih berada dalam tahap proses dan

diperkirakan membutuhkan waktu kurang lebih dua bulan hingga selesai. Melalui kegiatan pemberdayaan ini, pemilik UMKM memperoleh pemahaman mengenai manfaat legalitas usaha, seperti meningkatkan kredibilitas usaha, memperkuat identitas produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak, serta memberikan akses yang lebih luas terhadap program pembinaan dan dukungan pemerintah bagi pelaku usaha mikro. Dengan adanya legalitas usaha dan proses sertifikasi halal yang sedang berjalan, UMKM Keripik Tempe Bu Nurita diharapkan mampu meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pemasaran produk secara lebih profesional.



Gambar 2. Pendampingan pengurusan Surat Izin Usaha/Nomor Induk Berusaha (NIB) UMKM Keripik Tempe Bu Nurita

Selain penguatan aspek legalitas, tim Kukerta juga melakukan pemberdayaan melalui pembuatan dan penyerahan media promosi berupa spanduk usaha. Sebelumnya, UMKM Keripik Tempe Bu Nurita belum memiliki media promosi yang mampu menampilkan identitas usaha secara jelas kepada masyarakat. Oleh karena itu, tim melakukan perancangan spanduk yang memuat informasi mengenai nama usaha, identitas merek, serta produk yang ditawarkan. Penyerahan spanduk usaha dilakukan pada tanggal 16 Juli 2026 sebagai bentuk dukungan dalam meningkatkan daya tarik usaha dan membantu pemilik UMKM dalam melakukan pemasaran secara langsung. Adanya media promosi tersebut diharapkan mampu meningkatkan pengenalan produk kepada masyarakat sekitar serta memperkuat citra usaha agar terlihat lebih profesional



Gambar 3. Penyerahan spanduk usaha kepada pemilik UMKM Keripik Tempe Bu Nurita

Tahapan terakhir dalam kegiatan pemberdayaan dilakukan melalui penyerahan kemasan produk hasil inovasi kepada pemilik UMKM Keripik Tempe Bu Nurita. Sebelum dilakukan inovasi, produk masih menggunakan kemasan sederhana yang belum memiliki identitas usaha yang kuat. Oleh karena itu, tim Kukerta melakukan pengembangan desain kemasan dengan menambahkan elemen identitas produk seperti logo, nama merek, serta informasi pendukung lainnya.

Inovasi kemasan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai estetika produk, memperkuat daya tarik konsumen, serta memberikan kesan yang lebih profesional terhadap produk UMKM. Selain penyerahan kemasan, tim juga memberikan edukasi kepada pemilik usaha mengenai pentingnya kemasan sebagai salah satu strategi pemasaran yang dapat meningkatkan nilai jual produk.



Gambar 4. Penyerahan kemasan hasil inovasi kepada pemilik UMKM Keripik Tempe Bu Nurita

Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan pemberdayaan dan pendampingan yang dilakukan oleh tim Kukerta Universitas Riau memberikan beberapa hasil, yaitu meningkatnya pemahaman mitra mengenai pentingnya legalitas usaha, tersedianya identitas usaha melalui media promosi, serta adanya inovasi kemasan yang lebih menarik dan informatif. Program ini tidak hanya menghasilkan perubahan pada aspek fisik produk, tetapi juga meningkatkan kapasitas pemilik UMKM dalam mengembangkan usaha melalui strategi branding, pemasaran, dan legalitas usaha. Dengan adanya kegiatan ini, UMKM Keripik Tempe Bu Nurita diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta berkembang menjadi usaha yang lebih mandiri dan berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Penetapan identitas merek “Keripik Tempe Bu Ndut” beserta logo yang dihasilkan dalam program ini pada dasarnya menjawab persoalan mendasar yang selama ini dihadapi usaha rumahan seperti UMKM ini, yaitu ketiadaan penanda visual yang membedakan produk dari produk sejenis. Sebelum program berjalan, keripik tempe Ibu Nurita hanya dikenal melalui hubungan personal dengan pelanggan sekitar desa, sehingga daya ingat konsumen terhadap produk sangat bergantung pada relasi, bukan pada citra merek yang melekat di kemasan. Dengan hadirnya nama usaha, logo,

dan desain kemasan baru, produk kini memiliki identitas yang dapat dikenali secara konsisten meski dijual di luar jaringan sosial pemiliknya, misalnya melalui kerja sama dengan program Makan Bergizi Gratis (MBG). Kondisi ini sejalan dengan temuan Lestari *et al* (2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan brand identity mampu meningkatkan kesadaran merek sekaligus daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan kata lain, penguatan identitas bukan sekadar mempercantik tampilan produk, melainkan investasi jangka panjang agar produk mudah diingat, dipercaya, dan dibedakan dari produk pesaing.

Sejalan dengan penguatan identitas, inovasi kemasan yang dilakukan tim Kukerta turut memberi nilai tambah pada aspek fungsional sekaligus estetika produk. Kemasan lama yang sederhana dan minim informasi diubah menjadi kemasan yang mencantumkan logo, nama merek, dan keterangan produk, sehingga tidak hanya melindungi isi tetapi juga berfungsi sebagai media promosi diam yang bekerja setiap kali produk berpindah tangan. Perubahan ini penting karena kemasan sering menjadi titik kontak pertama antara produk dan calon konsumen, terutama pada produk makanan ringan yang dijual berdampingan dengan produk sejenis di warung-warung sekitar desa. Hal ini memperkuat pandangan Najib *et al* (2022) bahwa inovasi desain kemasan menjadi salah satu faktor penentu peningkatan daya saing produk UMKM karena mampu membentuk kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Dengan kemasan yang lebih representatif, Keripik Tempe Bu Ndut memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di rak-rak toko modern maupun program kerja sama seperti MBG yang umumnya menuntut standar kemasan tertentu.

Pada aspek promosi, penyerahan spanduk usaha menjadi langkah awal yang realistis mengingat keterbatasan kapasitas pemilik usaha dalam mengelola media promosi berbasis digital. Spanduk berfungsi memperkenalkan usaha secara fisik kepada masyarakat sekitar dan memperkuat keberadaan usaha di lingkungan tempat produk dipasarkan. Namun demikian, sebagaimana diakui pada bagian hasil, pemanfaatan promosi digital berbasis media sosial belum berjalan optimal, padahal justru di titik inilah potensi perluasan pasar yang sesungguhnya berada, mengingat pemesanan produk selama ini sudah bergantung pada aplikasi WhatsApp. Nizarudin *et al* (2024) dalam pendampingan usaha mikro penjahit menemukan bahwa kombinasi identitas usaha fisik berupa papan nama dengan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pengenalan produk secara signifikan. Temuan tersebut menegaskan bahwa spanduk sebaiknya diposisikan sebagai tahap awal, bukan tahap akhir, dari strategi promosi UMKM Keripik Tempe Bu Ndut, sehingga pendampingan lanjutan pada pengelolaan akun media sosial dan pemasaran daring perlu menjadi prioritas pada program berikutnya.

Keberhasilan menerbitkan Surat Izin Usaha dan Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan capaian yang secara langsung mengubah status usaha keluarga ini dari usaha informal menjadi usaha yang diakui secara hukum. Legalitas ini bukan sekadar dokumen administratif, tetapi juga membuka akses pada kerja sama formal, termasuk keberlanjutan kemitraan dengan program pemerintah seperti Makan Bergizi Gratis yang umumnya mensyaratkan legalitas usaha sebagai bagian dari proses pengadaan. Ariyanti *et al* (2025) menegaskan bahwa pendampingan pengurusan NIB memberikan dampak nyata terhadap keberlanjutan UMKM karena legalitas usaha menjadi prasyarat bagi pelaku usaha mikro untuk mengakses pembiayaan, program pembinaan, dan kerja sama dengan pihak lain. Legalitas ini juga menjadi pijakan bagi proses sertifikasi halal yang saat ini masih berjalan, sebab kelengkapan dokumen usaha umumnya menjadi salah satu syarat

administratif dalam pengajuan sertifikasi tersebut.

Secara keseluruhan, keempat aspek yang dikembangkan dalam program ini, yaitu identitas produk, inovasi kemasan, promosi, dan legalitas usaha, saling melengkapi dan tidak dapat dilihat secara terpisah. Identitas dan kemasan membangun citra produk, promosi memperluas jangkauan pasar, sedangkan legalitas usaha memberikan landasan hukum yang memungkinkan produk bergerak ke pasar yang lebih luas dan formal. Namun demikian, ketimpangan yang masih tampak adalah minimnya pemanfaatan promosi digital dibandingkan tiga aspek lain yang sudah tuntas dikerjakan, sehingga pendampingan lanjutan idealnya difokuskan pada literasi digital dan pengelolaan media sosial pemilik usaha, agar seluruh capaian program ini dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan daya saing UMKM Keripik Tempe Bu Ndut secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pemberdayaan yang dilakukan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (Kukerta) Universitas Riau Tahun 2026, dapat disimpulkan bahwa UMKM Keripik Tempe milik Ibu Nurita di Dusun Mekar Jaya, Desa Sungai Tengah, Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak telah mengalami peningkatan daya saing usaha melalui empat aspek utama, yaitu penguatan identitas produk, inovasi kemasan, penyediaan media promosi, dan pengurusan legalitas usaha. Produk kini memiliki identitas merek “Keripik Tempe Bu Ndut” beserta logo dan desain kemasan baru yang lebih representatif, media promosi berupa spanduk usaha, serta legalitas usaha berupa Surat Izin Usaha dan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang telah diterbitkan. Program ini juga meningkatkan pemahaman dan kapasitas pemilik usaha dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Meskipun demikian, pemanfaatan promosi digital berbasis media sosial belum berjalan optimal, dan proses sertifikasi label halal masih dalam tahap penyelesaian, sehingga kedua hal tersebut masih memerlukan tindak lanjut agar hasil program dapat dirasakan secara maksimal dan berkelanjutan.

Mahasiswa Kukerta pada periode berikutnya diharapkan dapat melanjutkan pendampingan yang belum tuntas dalam program ini, terutama pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital, mengingat aspek ini masih menjadi kelemahan utama UMKM Keripik Tempe Bu Ndut. Pendampingan dapat dilakukan melalui pelatihan pembuatan dan pengelolaan akun media sosial usaha, teknik fotografi produk sederhana, serta penyusunan konten promosi secara berkala. Selain itu, mahasiswa selanjutnya juga perlu memantau dan mendampingi kelanjutan proses pengajuan sertifikasi label halal hingga terbit, mengingat sertifikasi tersebut penting untuk memperluas kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar yang lebih luas, termasuk keberlanjutan kerja sama dengan program pemerintah seperti Makan Bergizi Gratis (MBG). Mahasiswa juga disarankan melakukan evaluasi terhadap pemanfaatan identitas merek, kemasan, dan media promosi yang telah diserahkan, agar hasil pendampingan periode sebelumnya benar-benar dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh mitra.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan Kuliah Kerja Nyata (Kukerta) Universitas Riau Tahun 2026 atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang diberikan

selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada Pemerintah Desa Sungai Tengah, Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak, yang telah memberikan izin, dukungan, dan kerja sama sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Ibu Nurita selaku pemilik UMKM Keripik Tempe Bu Ndut yang telah bersedia menjadi mitra serta berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan program pemberdayaan dan pendampingan. Kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik berkat kerja sama, komitmen, dan dedikasi seluruh anggota tim Kukerta Universitas Riau Tahun 2026 dalam melaksanakan setiap tahapan program. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar serta memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM.

DAFTAR REFERENSI

- Ariyanti, D., Mahuluddin, L. D., Romadhoni, N. A. S., Ramadhani, M. R., Rosyidah, Y. N., Dardum, A., Safitri, D. F., Nurjanah, B. L., Azhar, S., & Kamil, A. Z. (2025). Pendampingan legalitas usaha melalui Nomor Induk Berusaha dalam mengembangkan UMKM di Desa Jambekumbu Lumajang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Polmanbabel*, 5(1), 61–68.
- Lestari, S., Samihardjo, R., & Virgana, R. A. E. T. S. (2023). Pelatihan brand identity untuk UMKM: Meningkatkan kesadaran merek dan daya saing di era digital. *Abdimasku*, 6(2), 490–499.
- Najib, M. F., Februadi, A., Djarnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C. M., & Nuryati, N. (2022). Inovasi desain kemasan (packaging) sebagai faktor peningkatan daya saing produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64.
- Nizarudin, A., Sumiyati, S., Aryansyah, A. F., & Afandi, R. A. (2024). Pendampingan usaha mikro penjahit dengan pemanfaatan papan identitas dan media sosial sebagai media promosi. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 15(1), 112–117.