

TEKNOLOGI PENGOLAHAN IKAN DAN PENDAMPINGAN WEBSITE UNTUK TEACHING INDUSTRY UMKM

Fifian Permata Sari^{1*}, Munajat², Jum Dapiokta³

^{1,2}Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Baturaja, Indonesia

³Program Studi Informatika, Universitas Baturaja, Indonesia

fifianpermatasari@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mendukung peningkatan kapasitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam bidang pengolahan Ikan serta untuk memperkuat strategi pemasaran melalui pendampingan dalam pembuatan *website* sebagai media pemasaran digital untuk mendukung *Teaching Industry*. Kegiatan ini penting dilaksanakan mengingat rendahnya pemanfaatan teknologi pengolahan ikan dan keterbatasan literasi digital mitra, sehingga mempengaruhi daya saing produk di pasar. Metode pendampingan dilaksanakan secara bertahap yang diawali dengan diskusi kelompok terarah atau FGD (*Focus Group Discussion*), metode ceramah diberikan pada saat pembukaan dan praktik kerja pada saat kegiatan sosialisasi. Kegiatan ini melibatkan mitra UMKM, mahasiswa, dan dosen dari Universitas Baturaja. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui wawancara dengan kuesioner (angket) untuk melihat peningkatan keterampilan anggota mitra dalam penguasaan teknologi pengolahan ikan, diversifikasi produk dan penggunaan *website* sebagai media promosi. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan terdapat peningkatan keterampilan *hardskill* anggota UMKM, yaitu mampu menggunakan alat secara mandiri (85%), memproduksi olahan ikan dengan beragam produk (80%), serta mampu mengelola *website* untuk memasarkan produk (75%). Peningkatan Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini terbukti memberikan manfaat dan dampak positif untuk penguatan kemandirian UMKM dan mendorong terwujudnya *Teaching Industry* berbasis teknologi.

Kata Kunci: Teknologi Pengolahan Ikan; UMKM; *Teaching Industry*.

Abstract: Community service activities are carried out with the aim of supporting the increase in the capacity of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the field of fish processing and to strengthen marketing strategies through assistance in creating websites as a digital marketing medium to support the *Teaching Industry*. This activity is important to carry out considering the low utilization of fish processing technology and the limited digital literacy of partners, thus affecting the competitiveness of products in the market. The mentoring method is implemented in stages, starting with a focus group discussion or FGD (*Focus Group Discussion*), the lecture method is given at the opening and work practice during the socialization activities. The activities involved MSME partners, students, and lecturers from Baturaja University. Evaluation of activities is carried out through observation and interviews to see the development of partner members' skills in mastering fish processing technology and using websites as promotional media. The results of community service activities show an increase in the hard skills of MSME members, namely being able to use tools independently (85%), producing processed fish with various products (80%), and being able to manage websites to market products (75%). Improvement Thus, this outreach activity has been proven to provide benefits and positive impacts for strengthening the independence of MSMEs and encouraging the realization of a technology-based teaching industry.

Keywords: Fish Processing Technology; MSMEs; *Teaching Industry*.



Article History:

Received: 04-09-2025

Revised : 24-09-2025

Accepted: 25-09-2025

Online : 11-10-2025



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi usaha kecil, UMKM membantu masyarakat dengan penghasilan rendah menjalankan bisnis produktif (Yusuf et al., 2024). Salah satu cara paling mudah untuk mengidentifikasi peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam perekonomian nasional adalah dengan melihat bagaimana mereka berperan sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, penyedia lapangan kerja terbesar, pemain penting dalam pengembangan dan pemberdayaan ekonomi lokal, menciptakan pasar baru dan sumber inovasi, dan membantu menjaga neraca pembayaran melalui ekspor (Liwakabessy et al., 2020). Bisnis kecil dan menengah (UMKM) dapat memperoleh keunggulan dalam mendukung era revolusi industri 4.0 karena jumlah pengguna internet yang signifikan, terutama media sosial, harus dimanfaatkan oleh UMKM untuk menjangkau pasar (Riyanto et al., 2022). Diharapkan program pengabdian kepada masyarakat akan membantu pelaku usaha memulai bisnis dengan risiko yang rendah dengan mengajarkan mereka cara membuka toko online di beberapa *marketplace* yang sudah ada.

Poklahsar Barokah adalah UMKM yang ada di Desa Sukosari Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (OKUT) yang mengolah daging ikan patin segar menjadi pangsit ikan (Sari et al., 2024). Ikan patin merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang banyak digemari oleh masyarakat lokal dan memiliki potensi pasar yang besar (Mutiara et al., 2023). Kabupaten OKUT merupakan sentra penghasil ikan patin terbesar kedua di Sumatera Selatan setelah Kabupaten Banyuasin dengan produksi mencapai 39.333,53 ton di tahun 2022 (Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, 2024). Kondisi mitra dari segi potensi wilayah sangat kaya akan bahan baku dan murah, setiap harinya ikan patin tersedia dalam keadaan segar, begitu juga dengan tenaga kerja karena masyarakat OKUT selain berusahatani padi juga sebagai pengusaha ikan dan buruh tani (Yedithia et al., 2024). Buruh tani wanita di OKUT memiliki banyak waktu luang saat tidak panen padi sehingga tenaga kerja untuk kegiatan UMKM juga tersedia banyak dan murah (Harwanto et al., 2024).

Kegiatan pendampingan *teaching industry* merupakan kegiatan pendampingan yang diberikan dengan tujuan untuk UMKM naik kelas. UMKM naik kelas merujuk pada proses perbaikan mutu produk dari sebuah bisnis yang sedang dijalankan, bertujuan untuk membangun merk dan memperluas jangkauan pasar (Rofiqoh et al., 2023). Pada kegiatan pendampingan ini produksi diarahkan pada inovasi olahan ikan patin lainnya yang mengarah pada standar produk industri yang bersifat dapat dibekukan (*frozen food*) sehingga produk memiliki daya simpan tahan lama dan tersedia setiap saat. Kegiatan *teaching industry* diarahkan pada inovasi produk lainnya yang terbuat dari bahan baku ikan patin segar, antara lain pempek, nungget dan bakso ikan patin pengolahan ini menjadi strategi

diversifikasi produk yang mampu meningkatkan daya tarik terhadap produk perikanan lokal (Suhana et al., 2025).

Permasalahan mitra saat ini pada jenis produk olahannya yang terbatas, hanya memiliki satu jenis produk yaitu pangsit ikan patin dengan rasa original asin. Padahal inovasi produk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM (Rosdiana et al., 2023). Kondisinya saat ini belum ada inovasi produk, belum memiliki dokumen rencana bisnis (*business plan*) dan alat yang digunakan masih tradisional (Sinta et al., 2023). Pemasaran produk UMKM hingga saat ini masih dilakukan secara manual dan hanya terbatas di daerah OKUT saja. Memanfaatkan pemasaran digital merupakan kebutuhan baru menunjang keberlangsungan usaha (Magdalena & Santoso, 2021). Kemasan produk saat ini hanya berupa plastik putih polos dengan stiker tempel yang diprint sendiri sehingga kemasan masih terlihat biasa dan tidak menarik, padahal tampilan dan kemasan produk merupakan daya tarik utama bagi konsumen untuk membeli suatu produk (Arifin et al., 2023).

Tujuan utama dari kegiatan pendampingan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas mitra UMKM dalam mengembangkan usahanya melalui penguasaan keterampilan teknis (*hardskill*). Dimana kegiatan diarahkan untuk meningkatkan keterampilan dari sumberdaya manusia mitra yaitu anggota UMKM dalam mengolah ikan menggunakan teknologi, sehingga dihasilkan produk dengan waktu yang lebih efisien dan efektif, selain itu juga mitra mampu memproduksi produk olahan ikan yang lebih inovatif yang akan menambah nilai jual dari produk asilnya. Melalui pendampingan website, mitra didorong untuk mampu memanfaatkan teknologi dalam mempromosikan dan memasarkan produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode partisipatif dengan mengadakan pendampingan langsung pada mitra. Tahap awal dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan ini adalah melakukan diskusi terarah atau *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali kebutuhan dan potensi mitra. Selanjutnya metode ceramah diberikan pada tahap pembukaan kegiatan guna memberikan pemahaman konseptual kepada anggota UMKM terkait teknologi pengolahan ikan dan digitalisasi pemasaran. Setelah itu, metode praktik kerja dilakukan pada tahap sosialisasi yang mencakup demonstrasi pengolahan ikan, pembuatan diversifikasi produk, dan pembuatan website sebagai media promosi.

Poklaksar OKU Timur adalah kelompok usaha yang beranggotakan pelaku utama di sektor perikanan, khususnya dalam bidang pengolahan dan pemasaran hasil perikanan. Kelompok ini dibentuk untuk meningkatkan ekonomi anggota melalui kegiatan bersama, seperti produksi olahan ikan, pemasaran, dan pemberdayaan masyarakat, terutama di wilayah Ogan

Komerling Ulu Timur. Paklohsar Barokah berada di Desa Sukosari Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komerling Ulu Timur (OKUT) yang mengolah daging ikan patin segar menjadi produk camilan, yaitu pangsit ikan patin.

Poklahsar Barokah diketuai oleh Triani, S.Pd. yang juga merupakan seorang Guru di SMK Takwa Belitang. Pangsit ikan merupakan produk UMKM yang digagas oleh ibu-ibu rumah tangga anggota PKK dan terdiri dari 26 orang anggota yang berasal dari Desa Sukosari Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur (F. P. Sari et al., 2024). Poklahsar Barokah berdiri pada tanggal 17 November 2022 dengan produk utama berupa olahan ikan patin segar. Adapun langkah-langkah pelaksanaan pengabdian sebagai berikut:

1. Pra Kegiatan

Pra kegiatan adalah tahap awal sebelum melaksanakan program pendampingan kepada masyarakat yang berfungsi untuk mempersiapkan dan memetakan kebutuhan mitra agar proses pendampingan tepat sasaran dan berjalan dengan efektif. Adapun langkah-langkah dalam melakukan pra kegiatan adalah:

- a. Melakukan identifikasi kebutuhan mitra melalui wawancara dan observasi langsung terkait proses produksi dan pemasaran produk dari UMKM Poklahsar Barokah. Tahapan ini termasuk menganalisis kebutuhan masyarakat berdasarkan urgensi, dampak dan Solusi yang dapat diberikan (Terttiaavini et al., 2024).
- b. Menganalisis permasalahan utama yang dihadapi mitra yaitu penggilingan daging ikan patin masih dilakukan secara manual sehingga memakan waktu produksi yang cukup lama. Selain itu proses pemasaran belum optimal memanfaatkan platform digital.
- c. Melakukan survey terkait mesin penggilingan ikan yang cocok dan tepat guna sesuai kapasitas mitra.
- d. Perancangan website sederhana sebagai media promosi digital termasuk design konten, tema, dan struktur menu.
- e. Perancangan media social Instagram untuk alternatif lain pemasaran produk selain website.
- f. Persiapan sarana dan prasarana untuk kegiatan pendampingan yang mencakup alat/mesin penggilingan ikan, perangkat lunak (hp dan laptop) serta bahan-bahan lain yang diperlukan.

2. Kegiatan Pendampingan

Bahan dan alat yang digunakan dalam kegiatan PKM mencakup semua bahan dan alat yang dibutuhkan dalam membuat produk inovasi olahan ikan patin, yaitu pempek, nugget dan bakso ikan patin. Daging ikan patin segar tersedia banyak di lokasi karena merupakan sentra budidaya ikan patin. Selain daging ikan patin segar, juga dibutuhkan tepung dan bumbu-bumbu yang dicampurkan ke dalam adonan dan alat-alat yang digunakan dalam

proses produksi. Untuk pengolahan bahan baku maka mitra diberikan bantuan berupa alat pencacah daging dan tulang ikan patin yang memiliki teknologi tinggi sehingga mampu menghasilkan bahan baku berupa daging ikan patin giling dalam keadaan segar dan banyak, efisien dalam jumlah dan waktu pengerjaan. Penerapan teknologi pengolahan pangan yang baik akan mendorong daya saing produk di pasar domestik dan internasional (Fadhila et al., 2025). Selanjutnya diadakan pelatihan khusus terkait implelementasi tujuan pengabdian, antara lain:

- a. Pelatihan inovasi produk dan penggunaan alat berteknologi (alat pencacah daging dan tulang ikan patin)
- b. Pada tahap ini diberikan pendampingan kepada UMKM yng bersangkutan agar mampu membuat produk inovasi olahan ikan patin dan penggunaan alat berteknologi (alat pencacah daging dan tulang ikan patin)
- c. Pelatihan Upload Produk Pada Website
Pada tahapan ini UMKM diberikan pelatihan untuk upload semua produk secara berkala dan berkelanjutan untuk memasarkan produknya secara online.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui sejauh tujuan yang direncanakan dapat tercapai. Monitoring dilakukan dengan menilai kemampuan mitra dalam menggunakan mesin, variasi produk yang dihasilkan serta kemampuan dalam mengaplikasikan dan menggunakan website. Indikator keberhasilan pada kegiatan ini antara lain:

- a. Peningkatan keterampilan teknis/*hardskill* dalam mengolah ikan patin menggunakan teknologi mesin: Kemampuan mengoperasikan mesin penggilingan ikan.
- b. Diversifikasi produk yang dihasilkan lebih beragam dan bervariasi: (1) kemampuan membuat variasi produk baru; dan (2) kemampuan kreativitas desain kemasan baru.
- c. Memiliki kemampuan dalam mengelola website: (1) mampu mengunggah foto produk; (2) kemampuan menulis deskripsi; dan (3) kemampuan menambahkan harga produk di website.

Kegiatan evaluasi dilakukan menggunakan wawancara dengan menyebarkan kuesioner (angket) yang berisi pertanyaan sederhana kepada 26 anggota mitra dengan menggunakan skala likert 1-5 kepada anggota mitra dengan kategori: 1 = sangat tidak mampu; 2 = Tidak mampu; 3 = Cukup mampu; 4 = Mampu; dan 5 = Sangat Mampu. Pehitungan skor dilakukan sebelum (pre-test) pendampingan dan setelah (post-test) pendampingan dilakukan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini yang dilaksanakan di UMKM Poklahsar Barokah OKUT mencakup 3 aspek utama yaitu:

1. Tahapan Pra-Kegiatan

Pada tahapan ini dilakukan kegiatan FGD atau diskusi terarah bersama dengan anggota UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan, kendala dan potensi dari mitra itu sendiri. Dimana hasil kegiatan didapatkan bahwa Desa Sukosari memiliki potensi sumberdaya perikanan yang memadai khususnya komoditas ikan patin yang kesediannya melimpah, mudah diperoleh dan selalu tersedia sepanjang waktu. Namun terdapat kendala dalam pengembangan usaha pengolahan ikan patin dimana mitra sepakat perlunya peningkatan kapasitas produksi karena proses penggilingan ikan masih menggunakan metode manual atau tradisional terbukti menghambat efisiensi kerja.

Selain itu, mitra menyadari bahwa pemasaran produk berjalan lambat dan masih terbatas karena belum memanfaatkan media digital seperti e-commerce dan platform media sosial. Dari kegiatan ini disepakati bahwa mitra membutuhkan teknologi tepat guna untuk mempercepat proses penggilingan ikan patin serta membutuhkan media pemasaran berbasis digital untuk memperluas jangkauan pasar, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan Diskusi terarah dengan mitra dengan metode FGD

2. Kegiatan Pendampingan

a. Pendampingan Manajemen Business Plan

Memberikan pendampingan dari sisi manajemen dengan pendampingan membuat *business plan*. Dari sisi manajemen usaha, mitra belum memiliki perencanaan yang terarah, mulai dari perencanaan usaha, produksi, pembiayaan, hingga pemasaran. Setelah pendampingan maka usaha mitra dari sisi manajemen lebih terarah dengan perencanaan yang lebih matang. Hasil pendampingan perencanaan bisnis menghasilkan dokumen *business plan* yang merupakan panduan atau pedoman bagi mitra berkaitan dengan rencana, arah kegiatan, identifikasi produk, kegiatan produksi dan pemasaran serta analisa keuangan mitra. Hal ini sejalan dengan

pendapat Wiradharma et al. (2023) bahwa pelaku UMKM harus menciptakan rencana bisnis yang matang, seperti mendeskripsikan bisnis, menentukan pangsa pasar, melihat kondisi persaingan, serta memperhatikan fasilitas yang diperlukan untuk produksi, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan sosialisasi dengan metode ceramah kepada mitra

b. Pendampingan Inovasi Teknologi

Untuk memotivasi UMKM lewat kegiatan *Teaching Industry* mitra diberikan pendampingan inovasi pengolahan ikan patin menggunakan teknologi mesin pencacah ikan skala besar dari sisi produksi. Dengan menggunakan mesin ini mitra mendapatkan bahan baku dalam jumlah banyak dan siap untuk diolah serta menghemat waktu pengerjaan. Selain itu juga diberikan pendampingan yang berkaitan dengan pengemasan dan penyimpanan produk modern sehingga produk UMKM memiliki daya simpan yang lebih tahan lama, dan memiliki nilai jual kompetitif di pasaran. Keberlangsungan usaha UMKM adalah melalui kontinyuitas atau keberlangsungan produksi, namun kontinyuitas pembelian produk dengan kemasan menarik dan modern oleh konsumen juga sangat menentukan keberhasilan UMKM dalam meraih omset (Sari et al., 2025; Robiani et al., 2024; Koesoemasari et al., 2022). Setelah pendampingan maka mitra dapat membuat diversifikasi produk skala industri berupa produk *frozen food* seperti pempek, nugget dan bakso ikan patin, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Demonstrasi Teknologi Mesin Penggilingan Ikan

c. Pendampingan Platform Digital Marketing

Pendampingan ini juga berkaitan dengan pemasaran digital (*digital marketing*) diberikan untuk mitra agar lebih terampil dan inovatif dalam mengunggah produk ke dalam website yang khusus dibuatkan untuk mitra dalam hal ini Poklahsar Barokah OKUT. Metode pemasaran saat ini telah beralih dari konvensional ke era digital (Aditya & Rusdianto, 2023), dan media pemasaran digital menjadi media yang paling banyak diminati (Saputra & Ardani, 2020; Amegia & Hidayatulloh, 2024). Menurut Winahyu et al. (2025) pendampingan intensif dilakukan untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan berlangsung secara efektif dan berkelanjutan.

Pemasaran secara digital bertujuan untuk mempromosikan produk secara *online* agar dapat menjangkau calon pembeli yang lebih luas yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM Poklahsar Barokah. Penggunaan *digital marketing* dianggap penting untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ada (Kurniawan et al., 2025).

Kegiatan pendampingan pemasaran produk UMKM Poklahsar Barokah diwujudkan dengan pengembangan website yang terintegrasi. Website yang dibangun menampilkan profil UMKM, katalog produk, harga, dan kontak pemesanan. Keberadaan website ini memberikan citra profesional dari UMKM itu sendiri. Produk inovasi olahan ikan patin kemudian diunggah dalam website mitra www.umkmbarokah.com dan media sosial instagram @poklahsar_barokah.

Adapun produk yang diunggah di website beragam antara lain bakso ikan patin, kerupuk tulang ikan patin, nugget ikan patin, pangsit ikan patin, dan pempek ikan patin. Fitur katalog produk juga dilengkapi dengan informasi harga dan keranjang, dimana pengunjung langsung bisa memasukkan produk ke keranjang untuk di *checkout*. Dengan adanya media pemasaran online berbasis website ini, pemasaran produk UMKM tidak lagi terbatas di dalam daerah saja melainkan memiliki peluang menjangkau pasar yang lebih luas.

3. Monitoring dan Evaluasi

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi melalui observasi dan wawancara mendalam dengan mitra UMKM Poklahsar Barokah, kegiatan pendampingan terbukti memberikan manfaat yang positif bagi peningkatan keterampilan dan pengembangan UMKM, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Persentase Peningkatan Keterampilan Mitra UMKM

Aspek Keterampilan		Sebelum (%)	Sesudah (%)	Peningkatan (%)
Mengoperasikan	Alat/Mesin	42,3	78,3	85
Penggilingan Ikan				
Melakukan Diversifikasi Produk		37,5	67,5	80
Pemanfaatan dan	Pengelolaan website	40,0	70,0	75

Pertama, pada aspek peningkatan keterampilan teknis/*hardskill* dalam pengolahan ikan patin, anggota UMKM mampu mengoperasikan mesin atau alat penggilingan ikan, dimana waktu produksi semakin berkurang dan hasil gilingan semakin banyak. Berdasarkan hasil pengukuran dengan skoring setelah dilakukan pendampingan, didapatkan bahwa mitra UMKM mengalami peningkatan keterampilan sebesar 85% dalam mengoperasikan mesin penggilingan ikan.

Kedua, terjadinya diversifikasi produk, mitra berhasil menciptakan berbagai produk inovasi yang awalnya hanya berupa pangsit ikan patin, bertambah menjadi beberapa produk antara lain, bakso ikan patin, nugget ikan patin, dan pempek ikan patin. Berdasarkan hasil pengukuran dengan skoring setelah dilakukan pendampingan, didapatkan bahwa mitra UMKM mengalami peningkatan keterampilan sebesar 80% dalam melakukan diversifikasi produk.

Ketiga, terkait kemampuan dalam mengelola website, dimana anggota UMKM mampu mengunggah foto produk, membuat deskripsi singkat, serta memperbaharui harga secara mandiri. Berdasarkan hasil pengukuran dengan skoring setelah dilakukan pendampingan, didapatkan bahwa mitra UMKM mengalami peningkatan keterampilan sebesar 75% dalam memanfaatkan website untuk pemasaran produk secara digital.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan teknologi pengolahan ikan .patin dan pemanfaatan website sebagai media pemasaran produk UMKM Poklahsar Barokah telah berhasil meningkatkan keterampilan mitra khususnya *hardskill* dalam menggunakan teknologi mesin penggilingan ikan dengan persentase peningkatan keterampilan sebesar 85%, mampu melakukan diversifikasi produk dengan membuat produk olahan yang beragam dan bervariasi dengan persentase peningkatan keterampilan sebesar 80%, selain itu anggota mitra juga mampu menggunakan dan mengelola website untuk memasarkan produk dengan persentase peningkatan keterampilan sebesar 75%. Peningkatan ini membuktikan bahwa kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi dan mafaat positif bagi pengembangan UMKM.

Adapun saran untuk keberlanjutan kegiatan pengabdian ini dimasa yang akan datang adalah memberikan pendampingan mengenai strategi pemasaran dengan konten digital dan branding melalui media sosial seperti

Instagram dan Tiktok, juga memanfaatkan platform *e-commerce* seperti Shopee. Strategi ini diharapkan dapat menjangkau konsumen lebih luas sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kemendiktisaintek RI atas pendanaan pada kegiatan hibah PKM *Teaching Industry* pada Poklarsar OKU Timur Tahun 2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan pada Rektor dan LPPM Universitas Baturaja, mitra Poklarsar Barokah OKU Timur dan pemerintah daerah OKU Timur serta seluruh pihak yang terlibat atas terselenggaranya kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(2), 96–102.
- Amegia, M. W., & Hidayatulloh, A. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing dengan Menggunakan Software Canva. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2), 1–4.
- Arifin, Z., Sari, F.P S.P., M. S., Purwati, S., & Akbar, M. (2023). *Pengantar & Model Kewirausahaan Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. (2024). *Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Dalam Angka*.
- Fadhila, P. ., Brilliantina, A., Sasmita, I. R. ., & Mardiyanto, M. (2025). Pelatihan Pembuatan Kerupuk Buah Naga Guna Meningkatkan Nilai Tambah dan Umur Simpan di Kabupaten Banyuwangi. *Abdimas Galuh*, 7(1), 142–148.
- Harwanto, Sari, F. P., & Oktarina, Y. (2024). Fish-Based MSME Development Strategy In Patin Village Belitang District East OKU Regency. *Journal Integrated Agribusiness*, 6(September 2023), 58–68. <https://doi.org/10.33019/jia.v6i1.5186>
- Koesoemasari, D. S. ., Wijayanto, W., & Pujiastuti, R. (2022). Pentingnya Merek dan Kualitas Produk Bagi Umkm di Desa Ciberem, Kecamatan Sumbang. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 20–24.
- Kurniawan, I. B., Dwi, I. M., Ardana, W., Pramana, I. G., Saputra, A., Setiyawati, A., Rahmat, I. G. D., Sri, N., & Kurniawati, E. (2025). PKM Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing, Financial Management dan Customer Relationship Management pada Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali. *Abdimas Galuh*, 7(1), 346–354.
- Leiwakabessy, P., Lahallo, F. ., Ferdinandus, A. ., Pattiwael, M., Pakpahan, R. ., & Rupilele, F. G. . (2020). Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha. *J-Depace : Journal of Dedication to Papua Community*, 3(2), 231–239.
- Magdalena, H., & Santoso, H. (2021). Sosialisasi Pemasaran Digital Bagi Pelaku Industri Rumahan di Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal Abdidas*, 2(5), 1054–1063.
- Mutiara, Y. P., Nengsih, Y. K., & Husin, A. (2023). Peran Kelompok Budidaya Ikan Patin Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Triyoso, Kecamatan Belitang, Kabupaten Oku Timur. *Journal Of Dehasen Educational Review*, 4(1), 99–110. <https://doi.org/10.33258/joder.v4i1.3850>
- Purnomo, Y. ., Lesmi, K., Martowinangun, K., Priadi, M. ., & Pringgandinie, D. . (2025). Pelatihan Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah untuk Naik

- Kelas di Kota Cimahi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*, 3(2), 57–64.
- Riyanto, S., Azis, M. N. ., & Putera, A. . (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI*, 5(1), 137–142.
- Robiani, B., Mukhlis, Sukanto, Hamira, & Apriani, D. (2024). Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan di Desa Sungsang 4. *Stebis IGM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 31–42.
- Rofiqoh, I., Zulhawati, Buchdadi, A. ., & Gurendrawati, E. (2023). *UMKM NAIK KELAS: Pemberdayaan Ekonomi Skala Mikro* (Cetakan I, Issue August). Pustaka Pelajar.
- Rosdiana, NursiahKoroh, D. N., Rozik, M., & Handayani, T. (2023). Diversifikasi Produk Olahan Berbasis Ikan Patin pada Kelompok Ibu-Ibu PKK Di Kelurahan Tumbang Rungan. *Communnity Development Journal*, 4(6), 12135–12141.
- Saputra, G. ., & Ardani, I. G. A. . (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596–2620.
- Sari, B. D. ., Fadli, S., Mutawalli, L., Zaen, M. T. ., & Tantonni, A. (2025). Digitalisasi UMKM di Desa Darmaji Guna Menciptakan Wirausahawan Cakap Digital. *JPBMI: Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 3(2), 31–39.
- Sari, F. P., Munajat, M., & Dapiokta, J. (2024). Pendampingan Inovasi Produk dan Pemasaran Digital Pangsit Ikan Patin di Poklahsar Barokah. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 169–178.
- Sinta, V., Nanang, M., Priyono, S., & Muksin, A. (2023). Sosialisasi Pemasaran Berbasis E-Commerce pada Home Industri di Desa Mergotentrem Kabupaten Oku Timur (Socialization of E-Commerce Based Marketing for Home Industries in Mergotentrem Village , East OKU District). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 247–255.
- Suhana, Santoso, G., Apriandi, M. ., Ardiansyah, J. ., & Mardika, L. (2025). Strategi Diversifikasi Usaha Perikanan untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir. *JELAWAT: Jurnal Ekonomi Laut Dan Air Tawar*, 01(01), 63–72.
- Terttiaavini, Hertati, L., Yulius, Y., & Saputra, T. . (2024). Pelatihan Digital Marketing dan Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM Ikan Pedo Serbuk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2), 3–4.
- Winahyu, P., Mufarida, N. ., & Umilasari, R. (2025). Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Lele melalui Usaha Aneka Oleh-Oleh Khas Olahan Ikan Lele Siap Saji sebagai Brand Keunikan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(4), 1–8.
- Wiradharma, G., Fahmi, Z., Prasetyo, M. ., Arisanty, M., & Anam, K. (2023). Perencanaan dan Pengembangan Bisnis UMKM di Desa Lulut. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 6(1), 109–123.
- Yedithia, F., Gandi, Ramadhani, E. P., Helmi, & Riski, E. D. (2024). Upaya Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Pengolahan Ikan Patin sebagai Produk Unggulan di Desa Basarang, Kecamatan Basarang, Kabupaten Kapuas. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(3), 292–299.
- Yusuf, W. ., Sulhan, M., Aziziyah, N., Syarifah, N., Ulinnuha, M. ., Abas, Sari, A. ., Andriyani, K., Mayang, & Eryan, M. . (2024). Pendampingan Inovasi dan Pemasaran Melalui Digital Marketing UMKM di Desa Nguling Pasuruan. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 5(1), 386–403.