

Pendampingan Inovasi Produk dan Pemasaran Digital Pangsit Ikan Patin di Poklahsar Barokah (*Assistance in Product Innovation and Digital Marketing of Patin Fish Dumplings at Poklahsar Barokah*)

Fifian Permata Sari¹, Munajat Munajat², Jum Dapiokta³

Universitas Baturaja, Sumatera Selatan^{1,2,3}

fifianpermatasarii@gmail.com¹, munajat.ub@gmail.com², Jumdapiokta@gmail.com³



Riwayat Artikel

Diterima pada 16 September 2024

Revisi 1 pada 1 Oktober 2024

Revisi 2 pada 5 Oktober 2024

Revisi 3 pada 10 Oktober 2024

Disetujui pada 12 Oktober 2024

Abstract

Purpose: Providing motivation and technology transfer through assistance with fish dumpling processing innovation, providing assistance through training related to digital marketing and modern packaging design.

Research methodology: The method used is participatory. data collection method through direct interviews with respondents.

Results: Patin fish products have undergone innovation to become catfish dumplings and catfish bone crackers with original and spicy flavor variants. Product packaging is more modern and attractive, online marketing via the website.

Conclusions: Mentoring activities produce more promising business features for Partners to increase their sales turnover.

Limitations: This research still uses qualitative data and has not provided quantitative data such as raw material prices, product selling prices and income received by partners.

Contribution: This mentoring activity is useful for the Poklahsar Barokah MSME group in Sukosari OKU East Village to develop a catfish processing business. Apart from that, it is also useful for researchers and Baturaja University in community assistance programs

Keywords: *Mentoring, Product innovation, Digital marketing*

How to Cite: Sari, F. P., Munajat, M., Dapiokta, J. (2024). Pendampingan Inovasi Produk dan Pemasaran Digital Pangsit Ikan Patin di Poklahsar Barokah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 169-178.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi usaha kecil, UMKM membantu masyarakat dengan penghasilan rendah menjalankan bisnis produktif (W. F. 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). Usaha Mikro, 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.

Paklohars Barokah adalah UMKM yang berada di Desa Sukosari Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (OKUT) yang mengolah daging ikan patin segar menjadi produk camilan, yaitu pangsit ikan patin. Pangsit ikan merupakan produk UMKM yang digagas oleh ibu-ibu rumah tangga

anggota PKK yang ada di Desa Sukosari Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. Poklahsar Barokah berdiri pada tanggal 17 November 2022 dengan produk utama berupa olahan ikan patin segar menjadi camilan pangsit ikan yang rasanya asin gurih dan renyah. Pangsit ikan merupakan jenis makanan ringan berbentuk keripik yang digoreng dan memiliki rasa gurih dan asin, dibuat dari bahan baku daging ikan patin segar, tepung terigu, dan tambahan bahan-bahan lainnya. Ikan patin adalah jenis ikan yang banyak dibudidayakan di OKUT sehingga potensi bahan baku pangsit banyak tersedia di OKUT dalam keadaan murah dan kontinyu (tersedia setiap saat). Kabupaten OKU Timur 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 ikan patin segar dan murah. Setiap harinya ikan patin tersedia dalam jumlah banyak, begitu juga dengan tenaga kerjanya karena masyarakat OKU Timur selain berusahatani padi juga sebagai pengusaha ikan dan buruh tani. Buruh tani wanita di OKU Timur memiliki banyak waktu luang saat tidak ada kegiatan panen padi, tenaga kerja untuk kegiatan UMKM tersedia dalam jumlah banyak dan murah. Kegiatan produksi pangsit ikan patin di Poklahsar Barokah OKU Timur biasanya dilakukan secara gotong royong oleh ibu rumah tangga yang ada di sekitar Poklahsar Barokah dan produksi hanya dilakukan sebatas pesanan, sedangkan bahan baku selalu tersedia. Kegiatan produksi pangsit ikan patin di Poklahsar Barokah dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Kegiatan Produksi Pangsit Barokah OKU Timur
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2024)

Permasalahan dan kondisi mitra saat ini juga terletak pada jenis produk olahannya yang terbatas, hanya memiliki satu jenis produk dengan satu varian rasa, yaitu pangsit ikan patin dengan rasa original atau asin. Kondisinya saat ini belum ada inovasi produk pangsit atau variasi produk olahan lainnya dan kemasannya masih sangat tradisional, menggunakan plastik bening yang banyak dijual di pasar tradisional. Selain permasalahan produksi yang tidak kontinyu, pemasaran produk pangsit ikan patin masih terbatas di daerah sekitar Desa Sukosari dan Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur, padahal bahan baku ikan patin tersedia setiap hari dalam jumlah banyak dan murah. Hal ini berarti seharusnya produksi dapat dilakukan setiap hari (ada stok produk), tidak hanya berdasarkan banyaknya pesanan. Kontinuitas produksi akan membuat Poklahsar Barokah akan lebih eksis sebagai pusat oleh-oleh di Kabupaten OKU Timur, karena saat konsumen akan mencari oleh-oleh, produk sudah tersedia dan dapat dibawa kapan saja tidak perlu menunggu pesanan produk dibuat terlebih dahulu. Selain memakan waktu dan tidak efisien, UMKM tidak dapat bersaing dengan baik karena produk tidak tersedia setiap saat konsumen menginginkannya.

Kemasan produk pangsit saat ini juga masih cukup tradisional, berupa plastik putih polos dengan stiker tempel yang diprint sendiri, padahal tampilan dan kemasan produk merupakan daya tarik utama bagi konsumen untuk membeli suatu produk (Arifin et al., 2023). Tampilan kemasan produk Pangsit Barokah yang terbuat dari bahan baku ikan patin dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Produk Pangsit Barokah Kemasan Plastik Bening Terlihat Kurang Menarik
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2024)

1.1. Tujuan Pengabdian

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, adapun tujuan kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- 1) Memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM terkait inovasi produk olahan ikan patin menjadi produk lain yang memiliki nilai jual lebih tinggi.
- 2) Mendampingi pelaku UMKM dalam pembuatan desain kemasan baru yang lebih menarik dan modern.
- 3) Memberikan pendampingan terkait pemasaran digital melalui pembuatan website usaha dan akun di sosial media untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

2. Metodologi

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah metode sosialisasi dan pendampingan. Metode sosialisasi digunakan untuk memberikan penjelasan pentingnya pemasaran digital kepada UMKM pangsit ikan patin. Sedangkan metode pendampingan digunakan untuk memberikan solusi atas permasalahan tentang pemasaran UMKM pangsit ikan patin melalui pemasaran secara digital atau *online*.

Metode pelaksanaan kegiatan pendampingan masyarakat yang dilakukan pada UMKM Poklaksar Barokah di OKU Timur dilakukan dengan tiga tahapan yaitu :

- 1) Pelaksanaan survei, sebagai tahapan awal melakukan survei kepada UMKM Poklaksar Barokah terkait kondisi UMKM, potensi UMKM dan permasalahan yang dihadapi.
- 2) Pelaksanaan diskusi, setelah mengetahui permasalahan dan kendala yang dialami pelaku UMKM. Selanjutnya dilakukan diskusi untuk mendapatkan solusi, yang kemudian memberi saran dan masukan untuk penyelesaian permasalahan yang sedang dialami pelaku UMKM.
- 3) Pelaksanaan Penerapan, selanjutnya dari hasil diskusi dirumuskan beberapa program untuk meningkatkan penjualan produk pangsit ikan patin di UMKM Poklaksar.

Terdapat tiga program utama dalam pendampingan UMKM Pangsit Ikan Patin di Poklaksar Barokah antara lain:

- 1) Pelatihan Inovasi Produk
Pada tahap ini diberikan pendampingan kepada UMKM yang bersangkutan agar mampu membuat produk inovasi terhadap produk yang telah ada
- 2) Pelatihan Desain Kemasan Modern
Pelatihan yang dilaksanakan adalah memberikan pengetahuan bahwa pentingnya membangun identitas brand atau usaha yang dilakukan oleh pemilik UMKM. Kemudian melakukan branding mulai dari logo, kemasan produk, label kemasan yang digunakan untuk produk yang dijual.
- 3) Pelatihan pemasaran Produk via Website

Metode yang digunakan untuk pembuatan aplikasi pemasaran berupa Website dan akun media pemasaran produk UMKM adalah berupa difusi iptek dalam pembuatan website katalog produk-produk UMKM bagi mitra pengabdian, serta sosialisasi dan pelatihan untuk dapat memanfaatkan internet dan mengelola website sebagai media pemasaran.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pendampingan UMKM ini dilaksanakan pada Poklhas Barokah yang terletak di Desa Sukosari Kecamatan Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (OKUT). Kegiatan PKM disambut baik oleh mitra, dimana hasil dari kegiatan tersebut diketahui bahwa produk olahan ikan patin masih berupa pangsit ikan patin, masyarakat belum melakukan diversifikasi produk ikan patin menjadi produk olahan lain, selain itu masyarakat kesulitan dalam melakukan *branding* produk mulai dari *packaging*, logo, dan lain-lain, serta kegiatan praktik jualan online di marketplace, dan yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana mereka mengenalkan atau menjual produknya melalui sosial media. Dalam kegiatan pendampingan ini ditemukan peluang untuk membuat produk turunan dari pangsit ikan patin yaitu dengan memanfaatkan limbah tulang ikan patin menjadi kerupuk. Namun pengemasan yang ada masih sangat standar, tidak memenuhi aspek estetika atau keindahan, serta dari segi faktor keamanan produk. Kegiatan pendampingan terhadap mitra Poklhas Barokah OKU Timur menghasilkan output sebagai berikut:

3.1 Inovasi Produk

Produk adalah faktor yang sangat penting yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Produsen dapat memanjakan konsumen melalui produk karena mereka dapat mengetahui seberapa besar kepuasan konsumen terhadap produk dan kebutuhan produk itu sendiri dalam kehidupan konsumen. Menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga mereka tertarik untuk membeli produk tersebut disebut inovasi produk.

Inovasi ini harus dapat menciptakan keunggulan yang berkelanjutan dalam menghadapi perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Berdasarkan hasil pendampingan terhadap mitra pada UMKM Poklhas Barokah produk ikan patin mengalami inovasi menjadi pangsit ikan patin dan kerupuk tulang ikan patin. Sejalan dengan pendapat (M. Yusuf et al., 2023) bahwa diversifikasi produk olahan berbasis ikan patin sangat dibutuhkan untuk meningkatkan nilai tambadan sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat. Selain itu produk pangsit ikan patin juga menambah variasi baru dengan membuat rasa yang beragam yaitu rasa original dan rasa pedas. Lebih lanjut (Yedithia et al., 2024) menyatakan bahwa usaha pengolahan ikan patin memiliki peluang untuk berkembang menjadi produk unggulan OKU Timur yang nantinya dapat dijadikan sebagai sentra usaha pengolahan ikan patin di Kabupaten OKU Timur.

Berdasarkan hasil pendampingan yang dilakukan, produk olahan ikan patin sekarang tidak hanya berupa pangsit ikan patin, melainkan kerupuk tulang patin. Untuk inovasi produk, maka bahan baku yang dibutuhkan berupa kerupuk tulang ikan (sisa dari bahan daging ikan patin), untuk mengolahnya maka dibutuhkan panci steam dan blender untuk menghaluskan tulang ikan sebelum mengalami proses pencampuran. Diversifikasi produk untuk ragam variasi pangsit ikan patin dibuat dalam bentuk pangsit pedas (dengan campuran bumbu cabai dalam adonan) dan variasi pangsit sayuran (ada tambahan daun seledri cincang di dalam adonan pangsit).



Gambar 3. Inovasi Produk Kerupuk Ikan Patin
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2024)

3.2 Kemasan dan Desain Produk

Packaging is a silent salesman. Pengemasan atau *packaging* adalah suatu metode untuk mengirimkan barang ke pelanggan dengan cara yang paling efisien dan menguntungkan. Kemasan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan merupakan nilai jual dan citra produk, sehingga sangat penting dalam era globalisasi saat ini (Widiati, 2019). Kemasan produk sangat penting karena selain berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga secara tidak langsung menunjukkan identitas produk. Dalam pemasaran, desain sangat penting untuk menarik perhatian target pasar, memengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk (Lathifah et al., 2023).

Untuk membuat kemasan yang baik dan menarik, dimensi kemasan memiliki peran masing-masing, karena kemasan yang lebih menarik akan lebih banyak menarik perhatian pelanggan. Setelah dilakukan pendampingan terhadap UMKM Poklahsar Barokah OKU Timur, maka kemasan produk yang dulunya hanya berupa plastik bening telah mengalami perubahan dengan kemasan yang lebih modern dan desain yang lebih menarik, sehingga produk UMKM memiliki nilai jual lebih tinggi di pasaran. Keberlangsungan usaha termasuk UMKM adalah melalui kontinuitas atau keberlangsungan produksi, namun kontinuitas pembelian produk oleh konsumen sangat menentukan keberhasilan UMKM dalam meraih omset sehingga desain kemasan harus muncul dengan menarik dan kekinian (Novitasari, 2022); (Muhyidin et al., 2020); (Sari & Munajat, 2021); (Sari et al., 2017) . Hasil dari pendampingan ini, UMKM memiliki kemasan baru dengan desain yang lebih menarik dan modern. Tampilan baru kemasan produk ikan patin dapat dilihat pada Gambar 3 berikut ini :

Tampilan Pouch Tampak Depan



Tampilan Pouch Tampak Belahang



Gambar 4. Inovasi Kemasan Produk Ikan Patin
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2024)

Gambar 3 menunjukkan kemasan baru produk pangsit ikan patin dan produk inovasi kerupuk tulang ikan dengan desain kemasan yang lebih modern. Tampil dengan warna yang lebih kekinian menyesuaikan keinginan konsumen untuk menjadikan produk ini sebagai produk pilihan oleh-oleh khas OKU Timur. Perbandingan kemasan lama dan baru untuk produk pangsit ikan setelah dilakukan pendampingan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Perbandingan kemasan produk sebelum dan sesudah pendampingan

Kemasan Produk	Sebelum pendampingan	Setelah pendampingan
Foto kemasan		
Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan plastik bening • Penggunaan warna yang pucat • Gambar produk di kemasan kurang menarik • Penggunaan font tulisan standar dan tidak terbaca jelas • Bagian belakang kemasan hanya plastik polos 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan kemasan aluminium foil • Penggunaan warna kemasan yang lebih cerah • Gambar jelas dan menarik • Font dan tulisan terbaca jelas serta • Bagian belakang kemasan memuat informasi komposisi produk serta tanggal produksi
Informasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi produk dan pemesanan hanya via whatsapp • Berat produk belum ada • Label halal belum ada • Keterangan Logo “100% Indonesia Asli” belum ada 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontak pemesanan lebih lengkap dan tersedia banyak pilihan kontak • Keterangan berat produk • Label Halal sudah ada • Keterangan Logo “100% Indonesia Asli” sudah lengkap
Legalitas	Nomor PIRT (Izin Pangan Industri Rumah Tangga) sudah ada	Nomor PIRT (Izin Pangan Industri Rumah Tangga) sudah ada
Keamanan	<ul style="list-style-type: none"> • Kemasan plastik umumnya tidak tahan terhadap suhu tinggi. • Dapat melepaskan bahan kimia berbahaya jika tidak diproses dengan benar • Plastik sulit terbiodegrasi dan berpotensi mencemari lingkungan 	Kemasan berbahan aluminium foil mengandung lapisan cetak OPP (menjaga kelembapan); lapisan Alu foil (pelindung cahaya, udara dan oksigen); serta lapisan PE (pembungkus dan seal)

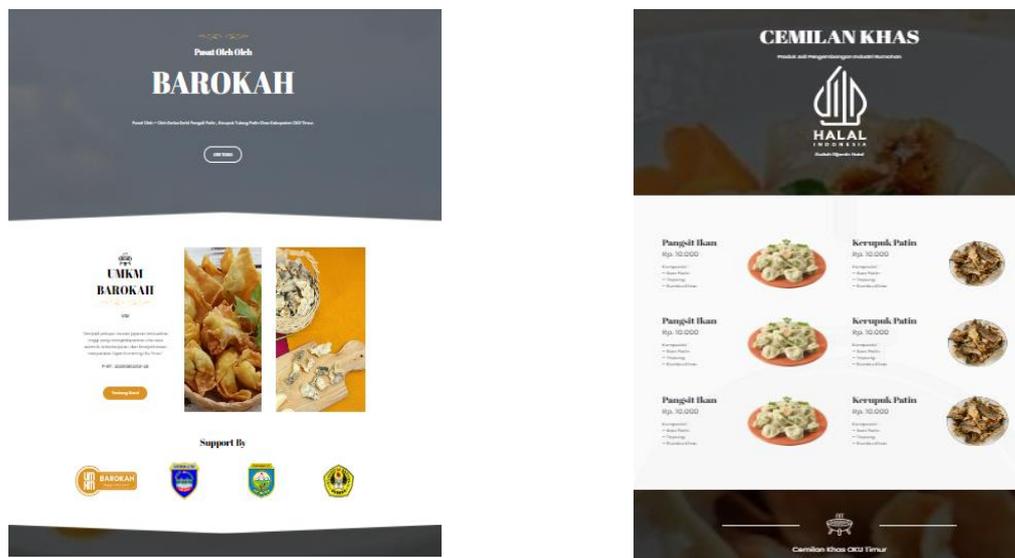
3.3 Pemasaran Produk Berbasis Digital

Selain itu, hal yang paling penting bagi pelaku UMKM adalah pemasaran produk mereka. Pemasaran produk UMKM biasanya terdiri dari dua jalur, yaitu pemasaran online dan pemasaran offline. Pemasaran online melibatkan pemasaran produk melalui media sosial atau dunia maya, sedangkan pemasaran offline melibatkan mendistribusikan produk ke toko atau warung di sekitar desa (Sembiring et al., 2024).

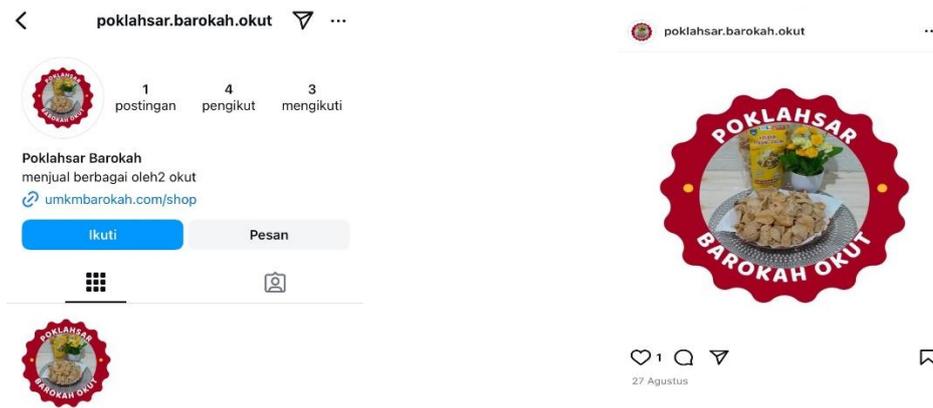
Berdasarkan metode yang dilakukan dan berkoordinasi dengan kelompok mitra, maka dapat diidentifikasi rancangan website yang sesuai dengan kebutuhan mitra sehingga menghasilkan website dengan domain <https://umkmbarakah.com/>.

Pendampingan PKM untuk pemasaran digital menghasilkan motivasi yang tinggi pada mitra untuk melakukan penjualan lewat *online* setelah didampingi untuk upload produk dengan kemasan baru yang lebih modern. Selain itu hasil PKM menghadirkan media atau aplikasi pemasaran khusus untuk usaha UMKM ini melalui Website khusus untuk usaha bisnis Poklaksar Barokah yang dapat diakses melalui link <https://umkmbarakah.com/>. Tampilan produk, harga, testimoni konsumen dan lain-lain dapat ditelusuri secara pasti di Website tersebut.

Untuk meningkatkan kemampuan dan kesuksesan pelaku usaha dan UMKM, digital marketing adalah strategi yang penting dan relevan. Ini terutama berlaku di era digitalisasi saat ini (Latif et al., 2024). Di berbagai industri dan skala bisnis, digital marketing telah menjadi komponen penting dari strategi pemasaran (Soetiyani et al., 2024). Setelah diadakan pendampingan PKM terhadap mitra UMKM Poklaksar Barokah, mitra memiliki website khusus untuk usaha dengan akun pemasaran digital lainnya seperti Instagram dan facebook bisnis. Tampilan website UMKM Barokah dapat dilihat pada Gambar 4 berikut ini :



Gambar 5. Fitur Website Usaha Mitra setelah Pendampingan PKM
Sumber: *Website umkmbarakah.com* (2024)



Gambar 6. Akun sosial media Instagram setelah Pendampingan PKM
 Sumber: Website umkmbarokah.com (2024)

Dengan adanya website, produk dapat diupload ke internet, sehingga biaya promosi dan pemasaran dikurangi, media promosi tersedia 24 jam sehari, dan mencari partner dan mendapatkan umpan balik pelanggan lebih mudah (Friadi et al., 2024). Setelah diadakan pendampingan melalui kegiatan PKM diharapkan omset penjualan Mitra dalam hal ini UMKM Poklahsar Barokah dapat lebih meningkat dan keberadaan UMKM dapat terus membuka lapangan kerja bagi masyarakat yang ada di sekitar UMKM. Untuk terus memotivasi Mitra, pendampingan akan terus dilanjutkan dan semoga mendapat pendanaan lagi dari Kemdikbud Ristek berkaitan dengan pendampingan Tata Kelola Keuangan UMKM dan membawa UMKM naik kelas dengan memasuki pasar nasional dengan pemasaran kontinyu di beberapa market besar seperti *Hypermart* dan lain-lain. Keseriusan ini dituangkan juga oleh pihak Perguruan Tinggi dan Mitra ke dalam bentuk MoU UMKM Binaan Universitas Baturaja dimana tindak lanjut terhadap pembinaan dan pendampingan terhadap UMKM akan terus berlanjut walau kegiatan PKM Kemdikbud telah berakhir. Gambar 6 berikut ini menunjukkan kesepakatan Kerjasama antara UMKM Binaan dan Universitas Baturaja untuk melanjutkan kegiatan pendampingan di masa yang akan datang:



Gambar 6. Keseriusan Universitas Baturaja terhadap pendampingan Mitra di masa mendatang
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2024)

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari kegiatan PKM pada Mitra dalam hal ini Poklhasar Barokah antara lain sebagai berikut:

- 1) Terdapat keseriusan dan motivasi yang tinggi dari pihak Mitra dalam hal ini UMKM Poklhasar Barokah untuk kemajuan usahanya
- 2) Pendampingan yang dilakukan pada Mitra membuat Mitra menjadi lebih termotivasi untuk terus melakukan inovasi produk, terus memperbaiki tampilan kemasan produk sehingga lebih menarik perhatian konsumen dan terus belajar untuk menampilkan produk di Web usahanya (melakukan pemasaran dan digitalisasi produk)
- 3) PKM menghasilkan fitur usaha yang lebih menjanjikan untuk Mitra dalam meningkatkan omset penjualannya

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berkaitan dengan kegiatan PKM ini adalah:

- 1) Diharapkan ada perhatian lebih dari pihak lainnya terutama pemerintah ataupun stakeholder terhadap perkembangan UMKM di daerah OKU Timur
- 2) Diharapkan Mitra dapat memanfaatkan sebaik-baiknya aplikasi pemasaran atau Website usaha yang telah dibuatkan dan terus berlatih untuk berinovasi, digitalisasi produk dan menampilkan fitur produk dan kemasan kekinian seiring dengan perkembangan zaman.

Limitasi dan Studi Lanjutan

Limitasi atau kelemahan dalam kegiatan pengabdian ini terletak pada data dan olahan data yang dikumpulkan. Data yang diolah hanya menggunakan data kualitatif dan belum menggunakan data kuantitatif. Studi lanjutan diharapkan menggunakan data kuantitatif serta melakukan analisis pendapatan dan keuntungan yang diperoleh mitra serta melakukan perbandingan pendapatan yang diperoleh sebelum dan setelah terjadinya pendampingan pada mitra.

Ucapan terima kasih

Ucapan terima kasih yang tak terhingga disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi sebagai sumber pendanaan hibah pengabdian kepada masyarakat dengan skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat 2024. Ucapan terimakasih juga disampaikan pada Rektor Universitas Baturaja, LPPM Universitas Baturaja, dan Pimpinan Poklhasar Barokah OKUT serta segenap pihak Masyarakat Desa Sukosari Kecamatan Belitang OKUT yang telah banyak terlibat dalam kegiatan PKM ini.

Referensi

- Arifin, Z., Sari, F. P., Purwati, S., Akbar, M., Munizu, M., Nursani, Hakim, A., Hertini, E. S., Irwan, S., & Artawan, P. (2023). *Pengantar & Model Kewirausahaan Era Digital* (Sepriano & Elfitra (eds.); Cetakan Pe). PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. (2024). *Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Dalam Angka Ogan Komering Ulu Timur In Figures 2024*.
- Friadi, J., Satriawan, B., Windayati, D. T., & Yantri, O. (2024). Website-Based Batik Marketing Media Training for Batik Craftsmen in Kelembak Village , Batam, City. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 79–86.
- Lathifah, S. S., Widiastuti, D., Aqilah, S., Amalia, N. N., & Gryniprillady, A. (2023). Community Empowerment through Diversification Of Processed Nutmeg (*Myristica Fragrans*) Products into Nutmeg Skin Crackers. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 175–182.
- Latif, I. S., Latuconsina, H., & Lesmana, S. J. (2024). Digitalisasi UMKM di Kelurahan Selapajang Jaya : Strategi Social Media Marketing Dalam Menyongsong Era Modern (Digitalization of MSMEs in Selapajang Jaya Village : Social Media Marketing Strategy in Welcoming the Modern Era). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 45–55.
- Leiwakabessy, P., Lahallo, F. F., Ferdinandus, A. Y., Pattiwael, M., Pakpahan, R., & Rupilele, F. G. J. (2020). Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Meningkatkan Produktivitas

- Usaha. *J-Depace : Journal of Dedication to Papua Community*, 3(2), 231–239.
- Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., & Sevtiana, A. (2020). Perancangan Ui / Ux Aplikasi My Cic Layanan Informasi Akademik Mahasiswa. *Jurnal Digit*, 10(2), 208–219.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>
- Riyanto, S., Nur, M., Azis, L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI*, 5(1), 137–142.
- Sari, F. P., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., Budaya, I., Setiawan, Z., Edison, Z., Rahmayani, M. W., Sudrajat, J., Syamil, A., Iswahyudi, S., Nurcahyo, R., Pabulo, azfa M. A., & Chatra, A. (2017). Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM (Teori & Studi Kasus). In Efitra & Seprino (Eds.), *PT Sonpedia Publisng Indonesia* (Cetakan Pe). PT Sonpedia Publishing Indonesia. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Sari, F. P., & Munajat. (2021). *Meraup Keuntungan dari Inovasi Pengolahan Limbah Pangan_ Rencana Bisnis dan* (A. Rofiq (ed.); Cetakan Pe). CV Jakad Media Publishing.
- Sembiring, D. A., Azis, M. L., Lathifah, A., & Khoirunissa, O. (2024). Pendampingan dan Pelatihan UMKM di Desa Kalijati oleh Kelompok KKN Universitas Singaperbangsa Karawang (Mentoring and Training for MSMEs in Kalijati Village by the KKN Group of Singaperbangsa University , Karawang). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 87–97.
- Soetiyani, A., Lukiyana, L., Ariandi, A., & Kamaruddin, M. J. (2024). Sosialisasi : Manfaat E-Commerce untuk Meningkatkan Penjualan pada UMKM Obat (Socialization : Benefits of E-Commerce to Increase Sales at Drug Msmes). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 69–77.
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di “ Mas Pack ” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67–76.
- 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), 292–300.
- Yusuf, M., Hidayat, R., & Nusyirwan. (2023). Pengembangan Produk Bisnis Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Pokda Ikan Patin. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 2(1), 17–21. <https://doi.org/10.56127/jammu.v2i1.632>
- Yusuf, W. F., Aziziyah, M. S. N., Syarifah, N., Ulinuha, M. J., Sari, A. K., Andriyani, K., & Eryan, M. R. (2024). *Pendampingan Inovasi dan Pemasaran Melalui Digital Marketing UMKM di Desa Nguling Pasuruan*. 5(1), 386–403.