



## DARMABAKTI

### Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

# Pemberdayaan Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Branta Pamekasan Menuju Akselerasi Peningkatan Omzet Penjualan melalui Pemasaran Digital serta Pengelolaan Manajemen Keuangan

Aminatus Zakhra<sup>1,\*</sup>, Anwari<sup>2</sup>, Endang Tri Wahyurini<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Madura

<sup>2</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Islam Madura

<sup>3</sup>Program Studi Perikanan, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Madura

Alamat e-mail: [aminatuszakhra@gmail.co.id](mailto:aminatuszakhra@gmail.co.id), [anwariuim@gmail.com](mailto:anwariuim@gmail.com), [endangtriwahyurini@uim.ac.id](mailto:endangtriwahyurini@uim.ac.id)

#### Informasi Artikel

##### Kata Kunci :

Pemberdayaan  
Poklahsar Penjualan  
Digital Marketing  
Manajemen Keuangan

##### Keyword :

Empowerment  
Poklahsar Sales  
Digital Marketing  
Financial Management

#### Abstrak

Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Pamekasan merupakan kelompok usaha khusus untuk pengolahan dan pemasaran ikan, Kelompok terdiri dari 11 anggota dan hasil produksinya sudah cukup banyak, akan tetapi potensi untuk meningkatkan penjualan produk belum cukup memadai dikarenakan minimnya akses pemasaran, sehingga diperlukan akses lebih luas untuk memasarkan produknya selain itu juga didalam pengelolaan keuangan dalam usaha tersebut masih kurang efektif. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini yaitu bentuk-bentuk upaya untuk menuju akselerasi peningkatkan omzet penjualan dan upaya untuk meningkatkan pemahaman akan pengelolaan manajemen keuangan. Metode yang digunakan yakni pretest, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi serta Posttest. Hasil menunjukkan bahwa 100% Anggota tergabung dalam komunitas bisnis online atau bermitra dengan platform e-commerce sosial serta memiliki Website Poklahsar dan 81,81% Peserta bisa membuat laporan keuangan sederhana (arus kas, labarugi) dalam post-post secara manual maupun digital. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan Poklahsar ini bisa menuju AKselarasi Peningkatan omzet penjualan.

#### Abstract

Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Pamekasan is a special business group for fish processing and marketing. The group consists of 11 members and the production results are quite a lot, however the potential to increase product sales is not sufficient due to the lack of marketing access, so wider access is needed to market its products besides that in financial management in the business is still less effective. The purpose of this community service activity is to increase sales turnover and improve understanding of financial management. The methods used are pretest, socialization, training, mentoring, monitoring and evaluation and Posttest. The results show that 100% of members are members of the online business community or partner with social e-commerce platforms and have a Poklahsar Website and 81.81% of participants can make simple financial reports (cash flow, profit and loss) in posts manually or digitally. With this community service activity it is hoped that Poklahsar can move towards Acceleration of Increased Sales Turnover.

## 1. Pendahuluan

POKLAHSAR Berkah Tiga Dermaga Pamekasan merupakan kelompok usaha khusus untuk pengolahan dan pemasaran ikan. Kelompok ini sudah terdaftar dan latar menghasilkan beberapa produk, masalah yang dihadapi mereka didalam berproduksi menunggu stok itu habis atau tersisa sedikit dan hal itu yang membuat para anggota dan masyarakat sekitar belum bisa memaksimalkan hasil produksi dan juga belum bisa meningkatkan pendapatan dari hasil pengolahan ikan dikarenakan minim akses pemasaran.

Permasalahan prioritas dalam pengabdian masyarakat ini yakni ada 2 hal yang sangat diperlukan oleh mitra ini dikarenakan persaingan saat ini yang begitu pesat sehingga mitra harus dibekali hal hal sebagai berikut yang pertama Minimnya Akses Pemasaran Produk dan Branding Produk yakni Minimnya Akses pemasaran kecenderungan dengan penjualan langsung ke end user, sehingga tingkat penjualan menjadi rendah dalam mencapai pasar potensial. akses pemasaran dan branding, kecakapan dalam manajemen keuangan masih sangat minim. Misalnya seluruh penjualan dicatat tetapi tidak menghitung nilai laba bersih dari usaha. Alasan berikutnya Rendahnya Tingkat penjualan bisa disebabkan oleh ketidakmampuan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan kurangnya kehadiran digital marketing, serta kurangnya inovasi dalam mendekati pasar yang potensial.

Perluasan akses dari sekaligus juga bisa memperbanyak tempat pemasaran dengan memanfaatkan banyak bermunculannya lokasi sarana wisata baru yang juga menumbuhkan sentra oleh-oleh bagi para wisatawan yang berkunjung, dapat memberikan dampak berantai bagi perluasan target jumlah maupun

luasan area pemasaran (Anindyntha dkk. 2021). Selain itu Sebagian besar penduduk yang tinggal di wilayah pesisir merupakan masyarakat yang goongan menengah kebawah. Kondisi ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, terbatasnya akses terhadap permodalan, teknologi, informasi dan pasar, serta keterbatasan masyarakat dalam keterlibatan untuk pengambilan keputusan alokasi sumberdaya pesisir dan pulau-pulau kecil. Kondisi ini kalau dibiarkan, berpotensi untuk meningkatkan eksploitasi sumberdaya kelautan dan perikanan yang tidak ramah lingkungan (Lasabuda. 2013).

Permasalahan yang kedua Kurangnya implementasi Manajemen keuangan yakni tidak Tercatatnya Keuangan dengan Baik mungkin belum memiliki catatan keuangan yang baik. Hal ini bisa menjadi hambatan dalam mengetahui sejauh mana pemasukan dan pengeluaran mereka serta mengoptimalkan alokasi sumber daya keuangan. Dan Kurangnya Pemahaman Manajemen Keuangan tentang manajemen keuangan dapat mengakibatkan pengelolaan dana yang tidak efektif.

Tujuan kegiatan yang berhubungan dengan SDG'S, IKU, Asta Cita dan bidang focus RIRN adalah untuk memperkuat branding olahan produk ikan local meningkatkan inovasi diversifikasi produk dengan melibatkan kearifan budaya daerah dan ini untuk meningkatkan perekonomian pendapatan masyarakat (Wahyurini dan Zahro. 2017). Sedangkan menentukan target pasar dipilih berdasarkan kesesuaian antara orientasi strategis perusahaan, khususnya keunggulan bersaing yang dimiliki dan sumber daya yang tersedia dengan karakteristik pasar (Sugiono dan Zakhra. 2018).

Adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan adanya pelatihan digital marketing dan pengelolaan manajemen

keuangan memiliki berbagai manfaat yakni Anggota terhubung dengan mitra bisnis, komunitas, atau platform e-commerce, serta memiliki website untuk akselerasi marketing, dengan adanya branding pada kualitas produk diharapkan ada Peningkatan efisiensi produksi didalam mengurangi biaya operasional, dan memastikan pengiriman produk tepat waktu, dan Peningkatan pemahaman pencatatan keuangan bisa mengimplementasikan pencatatan laporan keuangan untuk menjaga kestabilitas usahanya.

Selain itu pengolahan hasil tangkap apabila dikelola dengan sebaik- baiknya dapat menambah nilai guna sehingga dapat menambah income bagi mereka. Salah satu contoh kurang maksimalnya pengelolaan mereka adalah pada teknik pembungkusan/pengemasan ikan yang hanya seadanya menyebabkan hasil produksinya terjual murah (Sugiono dan Zakhra. 2018). Keuntungan yang diperoleh dari penggunaan ponsel adalah dengan efisiensi pemasaran produk, pengurangan biaya perjalanan, dan penghematan waktu (Leonardi dkk. 2024). Target pasar dipilih berdasarkan kesesuaian antara orientasi strategis perusahaan, khususnya keunggulan bersaing yang dimiliki dan sumber daya yang tersedia dengan karakteristik pasar yang hendak dituju (Wahyurini dan Zahro. 2017).

Pelatihan branding produk baik ikan segar dan olahan produk ikan dengan cara melakukan pelatihan pengemasan produk dengan menggunakan misalnya Vacum packaging dan pengemas hampa udara perlu diperkenalkan kepada masyarakat luas, walaupun hasilnya kurang maksimal karena alatnya sederhana, tetapi sudah cukup membantu dalam usaha menjaga mutu produk (Sigian dan Indra. 2018). Selain itu dalam kegiatan ini diadakan pelatihan tentang pencatatan Laporan keuangan untuk usaha kecil UMKM para anggota memiliki

pengetahuan serta minimal bisa membuat laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi baik menggunakan secara manual maupun menggunakan aplikasi gratis secara instan.

Para pelaku merasa nyaman dengan laporan atau pembukuan sederhana yang mereka buat sendiri. Dan tidak membuatnya secara akuntansi yang biasa dilakukan oleh perusahaan-perusahaan xcatau usaha-usaha besar (Ayuningtyas dan Utomo. 2023). Selain itu juga materi yang di ajarkan mengenai penetapan harga juga merupakan poin penting dalam menjaga persaingan prduk UMKM baik dengan pesaing dari usaha sejenis mau- pun jenjang atau level dalam rantai pemasaran yang ada dalam UMKM itu sendiri. Misal menciptakan disparitas harga dalam zona wilayah pemasaran, membedakan harga untuk distributor dengan konsumen perorangan (Setiyorini dkk. 2018).

Adapun dari permasalahan yang ada maka ada solusi yang ditawarkan yakni sebagai berikut: Solusi yang Pertama Pelatihan digital marketing,. Pelatihan digital Marketing yaitu pembuatan website, akun platform e-commerce serta workshop pembuatan content creator untuk menunjang digital marketing yang memadai. Dan juga bahwa brand awareness dan social media marketing berpengaruh terhadap minat beli. Setiap anggota Poklashar ini akan memiliki masing- masing akun E-Comerse seperti Shoppe, TikTok, Ig, FB atau pun yang lainnya. Selain itu minimal 1 kelompok ini memiliki Website yang didalam nya ada berbagai produk yang dibuat olehDengan adanya kegiatan pelatihan ini diharapkan akselerasi peningkatan omzet penjualan terwujud.

Solusi yang kedua Pelatihan tentang pencatatan Laporan keuangan untuk usaha kecil UMKM para anggota memiliki pengetahuan serta minimal bisa membuat

laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi baik menggunakan secara manual maupun menggunakan aplikasi gratis secara instan. Para pelaku merasa nyaman dengan laporan atau pembukuan sederhana yang mereka buat sendiri. Dan tidak membuatnya secara akuntansi yang biasa dilakukan oleh perusahaan-perusahaan xcatau usaha-usaha besar.

## 2. Metode Pengabdian

### 2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan mulai bulan Juni 2025 sampai dengan bulan Agustus 2025 dan tempat pengabdiannya di Poklahsar “Berkah Tiga Dermaga” Branta Pesisir Pamekasan.

### 2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan proses pendekatan dengan permasalahan yang terjadi yakni sebagai berikut;

#### 1. Survey

Dilihat dari permasalahan yang ada perlu diadakan pelatihan digital marketing dan manajemen keuangan untuk para anggota-anggotanya. Selain itu, ketua Poklahsar menganggap pelatihan ini sangat penting, karena dapat memperluas akses pemasarannya sehingga bisa mencapai akselerasi peningkatan penjualan dan juga bisa mengontrol cash flow dalam usaha tersebut yang dijalani.

#### 2. Koordinasi dan sosialisasi

Poklahsar untuk melakukan persiapan PKM ini. Dimulai dengan mempertemukan kami tim PKM dengan para anggotanya untuk melakukan karena selama ini belum pernah membahas program ini kepada anggotanya langsung hanya melalui Ketua Poklahsar saja agar nantinya tidak ada kesalahpahaman diadakan pengabdian kepada masyarakat ini.



Gambar 1 : Koordinasi dan Sosialisasi bersama para anggota Poklahsar

### 3. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan Kegiatan PKM tersebut terdapat 2

kegiatan dan dibawah ini dijabarkan kegiatannya mulai dari persiapan pelatihan, praktik, pendampingan dan evaluasi :

#### 1. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing dan branding produk

Kegiatan Pelatihan Digital Marketing bermanfaat untuk memperluas akses pemasaran yang sebelumnya hanya sebatas jualan secara konvensional dan hanya sebatas status whataapps akan tetapi dengan adanya Pelatihan Digital Marketing maka para anggota Poklahsar Berkah 3 Dermaga bisa menggunakan akses yakni dengan memiliki akun E-commerce masing-masing dan juga kelompok Poklahsar juga memiliki Website sendiri untuk mempermudah mereka jualan produk.

Adapun untuk pelatihan ini melibatkan kepada 11 anggota Poklahsar Berkah Tiga Dermaga. Dimulai dengan Pre-test untuk mengukur pengetahuan awal peserta tentang digital Marketing. Sebelum dilakukan workshop dan pelatihan maka dilakukan verifikasi akan kepemilikan akun E-commerce diseluruh anggota Poklahsar Berkah 3 Dermaga Branta Pesisir.

Adapun dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan dimulai pretest dan post test pada akhir pelatihan dan pendampingan. Untuk aspek pemasaran yakni atas kepemilikan akun e-commerce masing-masing dan melatih membuat akun, cara mengunggah produk dan mengecek bilamana ada penjualan dari konsumen, serta mengeksekusi penjualan.

Sedangkan untuk aspek pengelolaan manajemen keuangan dengan memberikan soal berkaitan dengan keluar masuknya uang, serta anggota-anggota Poklahsar mempraktekkan membuat pencatatan keuangan sederhana dengan 3 tahapan yakni membuat pencatatan keuangan secara manual, setelah itu mempraktekkan menggunakan computer, dan menggunakan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi sederhana di android masing-masing aplikasinya adalah sepran. Isi dari soal pretest dan post test 10 soal dengan bobot masing-masing 10 point kalau mereka bisa mempraktekkan satu persatu soal dan apabila belum bimbingan yakni diberikan dengan bobot 5. Untuk kriteria penilaian "bisa" berbobot 80 – 100 point, sedangkan untuk bobot nilai 75 kebawah dikategorikan "cukup" (perlu bimbingan).



Gambar 2: Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing dan Pengelolaan Manajemen Keuangan

Adapun proses pembuatan akun e-commerce sepe



Gambar 3: Proses tahapan pembuatan Akun E-Commerce

Setelah itu baru pengenalan website dan melakukan pendampingan pembuatan website sebagai katalog produk online.

#### 4. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi

Kegiatan ini dilakukan sejauh mana berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan dengan kebiasaan anggota dulu hanya sebatas penjualan secara tradisional akan tetapi adanya bentuk upaya tersebut bisa meningkatkan penjualan nantinya. Dan hal itu tergantung mereka aktif dalam berupaya untuk terbiasa menjual produk dengan cara online bukan hanya secara offline.



Gambar 7: Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing.

#### 2.3. Pengambilan Sampel

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan pada Mitra Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Branta Pamekasan yang terdiri 11 dan kelompok ini sebagai kelompok yang memproduksi diversifikasi ikan dan juga sebagai kelompok pemasaran.

#### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan PKM Anggota Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Branta Pamekasan

##### 1) Aspek Pemasaran

hasilnya 2 anggota yang sudah memiliki akun e-Commerce dari 11 anggota, sedangkan yang lainnya belum memiliki. Dan setelah dilaksanakan pelatihan dari 18,2 % menjadi 100% anggota memiliki Akun e-Commerce yaitu Shopee, Tokopedia dan tiktok sehingga diharapkan bentuk upaya ini para anggota bisa meningkatkan omzet penjualannya.



Gambar 4: Akun E-Commerce

Selain itu Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Branta Pesisir memiliki website yang didalamnya terdapat produk-produk yang dihasilkan oleh para anggota sehingga diharapkan dengan adanya pelatihan Digital marketing ini bisa dijadikan sebagai usaha untuk memperluas akses dan akseleksi peningkatan omzet penjualan produknya sehingga bisa meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan seluruh anggota Poklahsar.



Gambar 5 : Website Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Branta Pamekasan

Selain itu Kegiatan Pelatihan Branding dan pendampingan dilakukan juga kepada seluruh anggota Poklahsar yang bermanfaat pentingnya branding produk mapun branding personal karena dua-duanya juga sebagai peluang untuk mendapatkan banyaknya peminat atau konsumen untuk menyukai produk kita. Pelatihan Branding yang dilakukan yakni branding produk dilihat dari sisi kemasan dan isi kemasan. Berdasarkan hasil dari pelatihan dan pendampingan para peserta mampu menghasilkan produk dengan branding produk yang cukup baik sehingga diharapkan dengan adanya pelatihan Branding produk bisa meningkatkan daya Tarik konsumen untuk membelinya.



Gambar 6: Foto Produk

## 2) Aspek Manajemen Keuangan

Tabel 1: Hasil Pre-Test dan Post-Test para Anggota Poklahsar Berkah 3 Dermaga Branta Pesisir:

Nama Anggota	Nilai Pre-Test	Nilai Post-Test	Kategori
1. Robiatul	40	75	cukup
2. Anna Yulia	50	80	Bisa
3. Nur Asiyah	60	85	Bisa
4. Kholifatul Ummah	55	80	Bisa
5. Muzayyanah	45	75	cukup
6. Ida Rofaidah	50	80	paham
7. Nurkholis	65	90	Sangat Bisa
8. Imamah	70	90	Sangat Bisa
9. Nurhayatin	55	80	Bisa
10. Miftahus	60	85	Bisa
11. Nurul Jannah	50	80	Bisa
Rata-Rata	54,4%	81,81%	Bisa

Berdasarkan hasil Pre-Test dan Post-Test yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa secara keseluruhan, mayoritas anggota Poklahsar Berkah 3 Dermaga Branta Pesisir ada peningkatan pemahaman mengenai pencatatan keuangna baik secara konvensional maupun digital. Pemahaman rata-rata adalah 81,81%. Dan hal itu wujud untuk memberikan solusi akan pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya sebuah pengelolaan keuangan manajemen sehingga para anggota bisa mengelola usahanya agar mencapai kesejahteraan perekonomian keuangan keluarga. Serangkaian kegiatan pendampingan selesai dilakukan maka dilakukan Evaluasi dan monitoring. Adapun tujuan diadakan evaluasi dilakukan dengan membandingkan nilai pre-test dan post-test pada setiap tahap pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta pada seluruh aspek pelatihan.

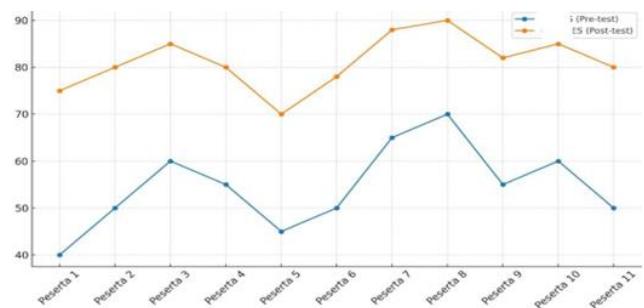
Adanya pelatihan Digital Marketing serta maka mula-mula sebelum dilaksanakan Pelatihan Digital Marketing dari 11 anggota Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Branta Pamekasan hanya 2 anggota yang sudah memiliki akun e-Commerce sedangkan yang lainnya belum memiliki. Dan setelah dilaksanakan pelatihan dari 18,2 % menjadi 100% anggota memiliki Akun e-Commerce yaitu Shopee, Tokopedia dan tiktok sehingga diharapkan para anggota bisa meningkatkan omzet penjualannya. Adapun hasil Representativ sebagai berikut :



Gambar 9: Representative kepemilikan Akun E-Commerce

Berdasarkan gambar diatas maka dengan permasalahan yang semula hanya 18,2 % saja yang memiliki akun e-commerce dan setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan digital marketing maka menjadi 100% para anggota Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Branta Pamekasan memiliki akun e-commerce dan itu bisa disimpulkan tercapai untuk target solusinya.

Sedangkan untuk pemahaman dan pengimplementasian pada pengelolaan Manajemen Keuangan disajikan dengan grafik sebagai berikut:



Gambar 12: Grafik Presentase peningkatan level pemahaman kegiatan pelatihan dan pendampingan Pengelolaan Manajemen Keuangan mitra anggota Poklahsar Berkah 3 Dermaga Branta Pamekasan.

Berdasarkan gambar diatas makan bisa disimpulkan tercapai yaitu 81,81% mereka memahami mengenai Pengelolaan Manajemen keuangan dan hal ini bisa dilakukan setiap harinya dalam mengelola usahanya dilihat dari pemahaman pentingnya pencatatan keuangan, pemisahan keuangan usaha dan keuangan

pribadi, dan juga bisa mengimplementasikan laporan arus kas ada sisi penegluaran dan pemasukan serta menghitung laba / rugi didalam usahanya.

#### **4. Simpulan dan Saran**

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu untuk meningkatkan Akselerasi Omzet Penjualan dengan jalan memperluas akses pemasaran serta juga mengimplementasikan pengelolaan manajemen keuangan usaha bagi Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Branta Pamekasan. Dengan menggunakan metode sosialisasi dan pelatihan dan pendampingan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Seluruh anggota Poklahsah Berkah Dermaga Tiga Branta Pamekasan tergabung dalam platform e-commerce tiktok, shpoee dan Tokopedia
2. Poklahsar Berkah Dermaga Tiga Branta Pamekasan memiliki Website sebagai katalog produk.
3. Kemasan produk yang menarik dan inovatif merupakan penunjang dalam pemasaran secara digital (digital marketing).
4. Memiliki kemampuan untuk melakukan pengelolaan manajemen keuangan usahanya.

Saran dari kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Pelatihan sebaiknya dilakukan secara berkesinambungan dengan pendamping lanjutan, khusunya praktik digital marketing
2. Perlu adanya kombinasi metode yaitu dengan tatap muka dan daring (hybrid) untuk menjaga keberlangsungan program.
3. Kegiatan pengabdian ini disarankan berlanjut dengan mitra yang sama dan mengangkat tema pengabdian yang memang menjadi permasalahan yang lain dari mitra.

#### **5. Ucapan Terimakasih**

Terimakasih kami ucapan kepada:

1. Direktorat Riset, Teknologi, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset Dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Budayaan, Riset Dan Teknologi. (No Kontrak : 0287/UIM/PPM/VI/2025)
2. Rektor Universitas Islam Madura
3. Ketua LP2M Universitas Islam Madura
4. Poklahsar Berkah Tiga Dermaga Branta Pamekasan.

#### **6. Daftar Pustaka**

- Anindyntha, F. A., Susilowati, D., & Sulistyono, S. W. (2021). Peningkatan sadar lingkungan melalui penghematan sampah plastik. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 351-361.
- Ayuningtyas, M. P., & Utomo, R. B. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan dan Pembukuan Digital pada UMKM di Desa Potorono. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(4), 1277-1284..
- Lasabuda, R. (2013). Pembangunan wilayah pesisir dan lautan dalam perspektif Negara Kepulauan Republik Indonesia. *Jurnal ilmiah platax*, 1(2), 92-101.
- Leonardi, A., Sjafri, A. V., Saleh, A., & Fatchiya, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Digital untuk Pemasaran Ikan Skala Mikro: Systematic Literature Review. Ekspressi Dan Persepsi: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 37-56.
- Setiyorini, E. S., Noorachmat, B. P., & Syamsun, M. (2018). STRATEGI pemasaran produk olahan hasil perikanan pada UMKM Cindy Group. MANAJEMEN IKM: *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 19-28.
- Siagian, A. O., & Indra, N. (2019). Pengetahuan akuntansi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap laporan keuangan. Syntax Literate; *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(12), 17-35.

Sugiono, A., & Zakhra, A. (2018). KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT DENGAN KREATIFITAS DAN DIVERSIFIKASI HASIL LAUT DI DESA BRANTA TINGGI PAMEKASAN. at-tamkin: *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 72-88.

Taufik, Y., Sari, A. R., Zakhra, A., Ayesha, I., Siregar, A. P., Kusnadi, I. H., & Tannady, H. (2022). Peran social media marketing dan brand awareness terhadap purchase intention produk Es Teh Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 5234-5240.

Wahyurini, E. T., & Zahro, A. (2017). Pemasaran Komprehensif dalam Agribisnis "Lorjuk" di Kabupaten Pamekasan Madura. *Agriekonomika*, 6(1), 86-96.

Wasiaturrahma, D., Heriyati, D., Sulistyowati, C., & Ajija, S. R. (2020). Peningkatan Pendapatan Nelayan Tradisional Melalui Pendampingan Manajemen Pengolahan Dan Pengawetan Ikan Pada Istri Nelayan Di Kelurahan Kedungcowek, Kecamatan Kenjeran, Surabaya. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, 4(2), 361-368.