

PENGUATAN UMKM MELALUI PENGEMBANGAN PENGOLAHAN HASIL LAUT DI DESA KADUARA BARAT KECAMATAN LARANGAN KABUPATEN PAMEKASAN

Anna Zakiyah Hastriana^{1*}, Ismiyatul Jamilah², Yanti³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Ilmu Keislaman Annuqayah

*Korespondensi: anna.asthow@gmail.com

ABSTRAK. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan bidang usaha yang berkontribusi besar bagi perekonomian nasional. Desa Kaduara Barat memiliki potensi ekonomi yang besar di mana terdapat kurang lebih 800 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tercatat di desa tersebut. Namun, sebagian besar UMKM di desa Kaduara Barat masih belum berkembang secara optimal karena keterbatasan pengetahuan pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dengan benar. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan mereka dalam memasarkan produk berupa pengolahan ikan laut untuk meraih kesuksesan di pasar. Adapun metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan metode *Asset Based Community Development* (ABCD) yang di dalamnya berisi pelatihan dan pendampingan. Hasil dari pengabdian ini adalah pelaku UMKM mampu menyusun strategi bisnis dan memasarkan produknya secara digital dengan optimal sehingga mereka bisa memperluas jangkauan pasarnya.

Kata kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah, kewirausahaan, pemasaran digital

ABSTRACT. *Micro, small and medium enterprises are business fields that contribute greatly to the national economy. West Kaduara Village has great economic potential where there are approximately 800 MSMEs recorded in the village. However, most MSMEs in West Kaduara village are still not developing optimally due to limited knowledge of business actors to develop their businesses properly. The purpose of this service is to empower MSME players in increasing their entrepreneurial capacity in marketing their products. The method used in this service is by training and mentoring. The result of this dedication is that MSME players are able to develop business strategies and market their products digitally optimally so that they can expand their market reach.*

Keywords: *Micro, Small and Medium Enterprises, entrepreneurship, digital marketing*

PENDAHULUAN

Struktur perekonomian Kabupaten Pamekasan Tahun 2022 masih didominasi oleh Lapangan Usaha Pertanian, Kehutanan dan Perikanan sebesar 32,43 persen (angka ini lebih rendah dibanding tahun 2018 yang mencapai 32,79%) (BPS, 2023, hlm. 157). Setelah melakukan survey, potensi Desa Kaduara Barat kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan sebagian besar didominasi oleh bidang perikanan (kelautan) dan pertanian. Begitu juga, UMKM di Desa Kaduara Barat banyak bergerak di bidang pengolahan hasil laut. Maka dari itu, bidang pertanian, kehutanan dan perikanan sangat potensial untuk terus dikembangkan. Jumlah Usaha (UMKM) di desa Kaduara Barat kurang lebih 800 UMKM, yang sebagian terdiri dari *home industri* pengolahan hasil laut. Namun, sebagian besar dari UMKM tersebut merupakan produsen yang masih awam dalam memasarkan produknya dengan baik. Maka dari itu, untuk memaksimalkan potensi UMKM yang ada di desa Kaduara Barat diperlukan pelatihan kewirausahaan untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) agar menjadi lebih kompeten untuk menaikkan taraf hidup masyarakat.

Dalam menciptakan wirausahawan yang berdaya saing tinggi masih menghadapi banyak tantangan (Harinie dkk., 2020), maka dari itu diperlukan program khusus untuk memberdayakan pelaku UMKM desa Kaduara Barat. Pemberdayaan sendiri merupakan upaya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat. Namun pada sisi tertentu, adanya kesulitan dalam meningkatkan kesejahteraan hidup, disebabkan oleh ketidaktahuan dan ketidakmampuan seseorang, sehingga kemiskinan dan keterbelakangan menjadi perangkap yang tidak bisa diselesaikan (Sulistyanto dkk., 2021). Salah satu bentuk pemberdayaan untuk mengatasi masalah di Desa Kaduara Barat adalah dengan memberikan pelatihan kewirausahaan kepada pelaku UMKM karena pelatihan kewirausahaan diyakini mampu mendorong ekonomi masyarakat ke arah ekonomi yang lebih maju di masa mendatang (Singh, 2008). Hal ini sejalan dengan hasil pengabdian Mulyana, yakni pelatihan wirausaha di Desa Sakerta yang berhasil menambah wawasan pelaku UMKM bagaimana cara mengembangkan usahanya secara efisien dan

efektif (Mulyana & Ishartono, 2018). Begitu juga dengan PKM Dewi beserta rekannya di mana pelatihan kewirausahaan mampu meningkatkan kualitas SDM pelaku usaha untuk terus mengembangkan potensi yang ada (Dewi dkk., 2022). Tujuan dari pelatihan kewirausahaan ini bukanlah untuk mendorong masyarakat menjadi pengusaha, tetapi lebih menekankan pada kemampuan masyarakat umum dan khususnya pelaku UMKM untuk dapat mengidentifikasi peluang usaha dengan memanfaatkan segala potensi yang ada dalam diri mereka sendiri serta lingkungan sekitarnya (Yuniarti dkk., 2023, hlm. 36).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat di Indonesia. Banyak pengusaha yang tertarik untuk terjun dalam sektor ini karena kemudahan pengelolaannya dan kebutuhan modal yang tidak terlalu besar untuk memulainya. Kebijakan pemberdayaan UMKM pada umumnya ditujukan Untuk mengurangi kemiskinan dan ketidaksetaraan sosial, meningkatkan pendapatan masyarakat kurang mampu, dan menyediakan pekerjaan yang sangat penting untuk menurunkan pengangguran — yang semuanya merupakan prioritas utama bagi pembangunan negara. (Astrina dkk., 2021).

Desa Kaduara Barat Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan memiliki banyak potensi produk UMKM terutama dari hasil olahan hasil laut seperti Rengginang *lorjhuk* (Rengginang yang ditaburi kerang bambu), Rengginang cumi, Teri krispi dan lain sebagainya. Berdasarkan fakta tersebut seharusnya keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bisa untuk dikembangkan, namun pada prakteknya UMKM khususnya yang ada di desa-desa kerap menghadapi berbagai kendala untuk berkembang dan bertahan di era yang sangat kompetitif sekarang ini. Permasalahan yang dihadapi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kaduara Barat adalah terkait pemasaran produk hasil olahan mereka.

Akses pasar yang terbatas adalah masalah utama bagi UMKM dewasa ini, yang menyebabkan sarana dan prasarana usaha terbatas dan keuntungan usaha tidak mencapai target (Maulana dkk., 2021). Hal tersebut terjadi karena pelaku UMKM biasanya membuat dan menerapkan strategi pemasaran secara spontan, tidak terfokus, dan seadanya.

(Siregar dkk., 2023). Seperti yang terjadi di Desa Kaduara Barat di mana tingkat jangkauan pemasaran UMKM di sana dinilai masih rendah walaupun ada beberapa UMKM yang sudah mampu memasarkan produknya ke luar kota, namun banyak juga pelaku UMKM yang masih melakukan pemasaran secara konvensional atau seadanya saja. Lingkup pemasaran yang masih terbatas ini menjadi masalah utama para pelaku UMKM di Desa Kaduara Barat untuk mengembangkan usahanya secara optimal.

Mengingat era saat ini merupakan era 4.0, di mana sebagian besar masyarakat mengandalkan teknologi (Atmojo & Kusumo, 2022), sehingga internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan bermasyarakat (Farell dkk., 2019). Revolusi industri 4.0 mengakibatkan munculnya persaingan yang intens, sehingga UMKM perlu menghadapi tantangan tersebut dengan cara yang kreatif, menciptakan produk inovatif, menciptakan pemasaran yang efektif, desain kemasan produk yang menarik, pengembangan sumber daya manusia, dan teknologi (Hidayat N & Andarini, 2020). Maka menurut pendapat Primadewi, dalam era revolusi industri 4.0, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga harus mengadopsi inovasi dan strategi yang baru untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM mereka. Oleh karena itu, banyak UMKM yang telah beralih ke penggunaan teknologi informasi agar tetap relevan dan mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional.

Menurut Kotler dan Keller (2008) dalam Wibowo (2020), ada beberapa keuntungan bagi UMKM dalam menggunakan pemasaran digital, seperti: (1) UMKM dapat berkomunikasi dan melakukan transaksi secara real-time yang dapat diakses oleh orang di seluruh dunia; (2) Konsumen dapat melihat berbagai produk melalui internet; (3) Banyak informasi tentang produk UMKM tersedia *online*; dan (4) mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan dan perbandingan antara satu produk dengan produk lainnya (Wibowo dkk., 2022). Prabowo juga berpendapat bahwa selain mengurangi biaya pemasaran dan menjangkau pasar yang lebih luas, digital marketing juga memungkinkan jumlah ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. (Prabowo dkk., 2023). Namun hadirnya bisnis berbasis digital sendiri akan mengakibatkan beberapa hambatan, seperti kurangnya pemahaman beberapa pelaku bisnis tentang cara

mengembangkan bisnis secara digital, mulai dari pembuatan sampai pengoperasiannya (Priyatna dkk., 2020).

Melihat permasalahan yang dihadapi mitra terkait pemasaran yang masih sangat terbatas maka digital marketing menjadi solusi untuk mengembangkan UMKM di Desa Kaduara Barat karena ketika dilakukan dengan benar, pemasaran media sosial meningkatkan keuntungan bagi bisnis karena tidak hanya menghemat uang, waktu, dan energi tetapi juga menjangkau khalayak yang besar (Saepuloh dkk., 2023).

Berdasarkan analisa situasi dan kondisi UMKM di Desa Kaduara Barat maka diperlukan upaya pemberdayaan UMKM melalui pelatihan kewirausahaan dan pendampingan pemasaran. Pelatihan dan pendampingan diperlukan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan mengembangkan potensi UMKM yang ada di desa Kaduara Barat. Hal tersebut sejalan dengan pembuktian secara empiris dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan oleh Widiya Ananda di Desa Cihaur Kecamatan Banjarharjo bahwa strategi pendampingan pemasaran ini secara langsung mampu meningkatkan dan mengembangkan nilai jual pelaku UMKM (Ananda dkk., 2022).

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan metode pelatihan dan pendampingan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tahap Awal Kegiatan

Tim pengabdian kepada masyarakat pada awal kegiatan melakukan koordinasi dan konsultasi dengan ketua pembina kelompok UMKM Desa Kaduara Barat yakni Ibu Mubaiyinah. Selanjutnya, tim pengabdian melakukan survei dan wawancara apresiatif kepada para pelaku UMKM di Desa Kaduara Barat. Selanjutnya tim pelaksana menentukan sasaran pelatihan ini adalah warga yang memiliki *home industry* atau pelaku UMKM yang berada di Desa Kaduara Barat.

2. Pelaksanaan Kegiatan / Pelatihan

Pelatihan dilakukan dua kali tatap muka dengan materi tentang kewirausahaan dan pemasaran. Dengan pemberian materi kewirausahaan diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada peserta bagaimana menjadi wirausaha yang inovatif dan kreatif di

era yang serba kompetitif sekarang ini. Pada tahap ini ditujukan untuk menambah tingkat pemahaman para peserta pelatihan disertai umpan balik berupa pertanyaan-pertanyaan dari para peserta pelatihan yang telah mendapatkan transfer pengetahuan terkait kewirausahaan dan strategi bisnis. Tahap kedua pelatihan adalah pemberian materi pemasaran secara *online*. Pada tahap kedua ini dipaparkan langkah-langkah dan tips berjualan di *marketplace* dengan baik dan benar.

3. Pendampingan Kegiatan

Untuk mendukung sektor UMKM secara nyata, maka pada program pengabdian ini juga diadakan pendampingan pemasaran secara *online* sebagai tindak lanjut dari kegiatan pelatihan yang dilakukan sebelumnya. Adapun akun *marketplace* yang dibuat dan digunakan untuk memasarkan produk UMKM adalah Shopee, sehingga para pelaku UMKM bisa mempraktekkan langsung materi yang didapat dari pelatihan pemasaran sebelumnya. Selain pembuatan akun *marketplace*, peserta pendampingan (pelaku UMKM) juga didampingi dalam hal labelisasi produk.

4. Tahap Akhir Kegiatan

Evaluasi pada akhir kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari seluruh program pengabdian. Adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah dengan mengukur tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengingat UMKM di Desa Kaduara Barat tidak dapat dioptimalkan untuk menaikkan taraf hidup masyarakat yang disebabkan sebagian besar UMKM di Desa Kaduara Barat hanya sebatas pemasok tetap dan menjual ke warga sekitar saja. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman mereka terkait promosi, *branding*, *digital marketing*. Kurangnya wawasan bagi pelaku UMKM menyebabkan mereka kesulitan untuk memperluas pasar dan mengembangkan usaha mereka secara optimal. Maka dari itu, tim pengabdian melaksanakan program pelatihan kewirausahaan dan pendampingan pemasaran untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program Pengabdian

No	Permasalahan Mitra	Solusi	Indikator Capaian
1	Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun strategi pengembangan usaha	Pelatihan kewirausahaan	Peningkatan pengetahuan, keterampilan dalam menyusun strategi bisnis dengan benar
2	Keterbatasan pengetahuan Mitra terkait dengan pemanfaatan kemampuan dalam teknologi, dan kiat memasarkan produk dalam yang mereka hasilkan di <i>marketplace</i> .	Pelatihan Pemasaran secara <i>online</i>	Peningkatan pengetahuan, pemanfaatan teknologi, dan kiat dalam memasarkan produk-produk di <i>marketplace</i> .
3	Lingkup pemasaran yang masih terbatas serta kurangnya kemampuan untuk membangun branding pada usaha yang dijalani.	Pendampingan pemasaran secara online	Pembuatan akun <i>marketplace</i> di Shopee untuk memperluas lingkup pemasaran dan labelisasi produk dengan pembuatan kemasan yang menarik

Sumber: Hasil survei kondisi lapangan (2023)

Secara keseluruhan, pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh tim PkM, jumlah peserta yang telah direncanakan, hasil yang lokasi yang sesuai. Namun, semua hambatan tersebut dapat diatasi melalui kerjasama dan koordinasi antara semua pihak

diinginkan, serta evaluasi yang berjalan lancar. Selama berlangsungnya kegiatan ini, beberapa tantangan muncul, seperti menentukan waktu yang tepat dan mencari

yang mendukung kelancaran penyelenggaraan kegiatan ini. Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan bagi pelaku UMKM terbagi dalam dua kegiatan.

1. Pelatihan Kewirausahaan

Pelatihan Kewirausahaan dilaksanakan di balai desa Kaduara Barat. Pelatihan ini dihadiri oleh 20 pelaku UMKM dan 10 Masyarakat Umum. Pelatihan Kewirausahaan ini disampaikan oleh Ibu Ayu Rosana Dewi, salah satu fasilitator dari rumah BUMN Pamekasan, di mana narasumber memaparkan bagaimana menjadi seorang wirausahawan yang kompeten dalam bidangnya.

Narasumber memaparkan bagaimana menyusun strategi bisnis dengan benar, yakni dengan menganalisis terlebih dahulu apa saja peluang dan ancaman yang terdapat dalam bisnis yang sedang dijalani. Peserta diminta mengenali apa saja kekuatan/kelebihan dari produk mereka, menemukan lalu memperbaiki apa saja kelemahan dari produk mereka, kemudian mereka diminta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang terdapat dalam usaha mereka.

Di samping pemaparan mengenai bagaimana menyusun strategi bisnis, dalam pelatihan ini juga diterangkan terkait pentingnya legalitas usaha dan sertifikasi halal yang disampaikan oleh Ibu Mubaiyinah selaku ketua pembina UMKM Kaduara Barat sekaligus pendamping halal HCCM (Halal Center Cendekia Muslim). Pelatihan kewirausahaan ini berlangsung lancar dan khidmat seperti yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan Kewirausahaan pada hari pertama

Sumber: Dokumentasi kegiatan pelatihan pertama di lokasi pengabdian (September, 2023)

2. Pelatihan Pemasaran

Pelatihan pemasaran dilaksanakan di balai Desa Kaduara Barat. Pelatihan ini dihadiri oleh 20 pelaku UMKM dan 10 Masyarakat Umum. Pelatihan Pemasaran ini berfokus pada digital marketing saja karena di era industri 4.0 sekarang ini marketplace menjadi wadah untuk UMKM berkembang pesat dengan modal minim, namun di era serba teknologi ini marketplace juga menjadi gempuran bagi para pelaku usaha untuk tetap eksis di situasi yang sangat kompetitif sekarang ini. Pelatihan pemasaran ini disampaikan oleh Ibu Fatmawati, Founder dan owner dari produk meory yang bergerak di bidang produksi makanan dan minuman. Narasumber memaparkan langkah-langkah berjualan di *marketplace*, yakni bagaimana menanggapi atau merespon chat/pesan dari pembeli, mengenali produk secara menyeluruh (*product knowledge*), menentukan target pasar, menentukan harga yang kompetitif dengan kompetitor, memetakan varian, serta bagaimana cara menaikkan rating (penilaian) baik dari pembeli.

Pelatihan pemasaran ini berlangsung lancar dan para peserta tetap terlihat antusias pada hari kedua pelatihan ini, seperti terlihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Pelatihan Pemasaran pada hari kedua

Sumber: Dokumentasi kegiatan pelatihan kedua di lokasi pengabdian (September, 2023)

Pelaksanaan Pendampingan

Pendampingan dilakukan dalam bentuk pemberian tugas kepada salah satu peserta yang belum memiliki akun *marketplace*. Peserta didampingi dalam proses pembuatan akun *marketpalce* di aplikasi Shopee. Pendampingan pembuatan akun marketplace ini bertempat di *home industry* "Dapur Bunda", Ibu Susnawati sebagai pemilik usaha ini diberikan pendampingan secara khusus karena beliau adalah salah satu UMKM yang masih terbilang baru dalam merintis usahanya, di mana menurut

keterangan “Dapur Bunda” ini dirintis sejak 2022. Selain pembuatan akun *marketplace*, Ibu Susnawati juga didampingi untuk membuat desain kemasan baru yang lebih menarik dan mencakup lebih banyak informasi tentang label, seperti nama produk, berat bersih, komposisi, nama badan usaha, nomor registrasi izin usaha (seperti SPP-IRT dan Nomor Induk Berusaha (NIB)), logo halal, dan tanggal kedaluwarsa produk. Pendampingan ini dilaksanakan di *home industry* “Dapur Bunda” seperti yang terlihat pada gambar-gambar berikut.



Gambar 3. Pendampingan Pemasaran
Sumber: Dokumentasi kegiatan di lokasi pengabdian (September, 2023)



Gambar 4. Pembuatan akun marketplace “Dapur Bunda”

Sumber: Dokumentasi kegiatan di lokasi pengabdian (September, 2023)

Penugasan pembuatan label produk ini bertujuan untuk mendapatkan hasil dari pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Kaduara Barat. Hasil (output) yang diharapkan dari pendampingan ini adalah pembuatan merek, desain kemasan, dan label produk kepada UMKM di Desa Kaduara Barat yang

sebelumnya belum memiliki hal tersebut, seperti yang dilakukan pada produk Teri Kacang yang dimiliki oleh Ibu Susnawati. Desain kemasan baru untuk produk Teri Kacang ini, sebagai hasil dari kegiatan pengabdian, dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 4. Desain Kemasan Produk Teri Kacang

Sumber: Dokumentasi kegiatan di lokasi pengabdian (September, 2023)

Evaluasi

Evaluasi ini memiliki fokus utama pada peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta pelatihan. Semua peserta pelatihan menyatakan bahwa mereka telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kompetensi dasar mereka melalui partisipasi dalam pelatihan kewirausahaan dan pemasaran yang diadakan oleh tim pengabdian. Hal ini dibuktikan dengan hasil angket yang diberikan pada peserta pelatihan dan pendampingan. Adapun hasil rata-rata skor penilaian yang terdapat dalam angket menunjukkan 89,1% peserta telah paham dan mampu menyusun strategi bisnis serta mampu memasarkan produk mereka di marketplace dengan benar.

SIMPULAN

Ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini, yaitu: 1) Pelaku UMKM di Desa Kaduara Barat awalnya masih kurang memahami bagaimana cara mengembangkan usahanya secara optimal terutama dalam hal pemasaran. 2) Pelatihan kewirausahaan dan pemasaran mampu meningkatkan kapasitas kewirausahaan mereka, yakni dalam hal menyusun strategi bisnis dan bagaimana memasarkan produk mereka di marketplace dengan efisien dan efektif. 3) Pendampingan pemasaran mampu membantu pelaku UMKM secara riil untuk mengembangkan pemasaran mereka secara luas. 4) Adapun hasil program pengabdian kepada masyarakat ini adalah

menyusun strategi bisnis yang terfokus dan terarah, membuat akun *marketplace* di Shopee, membuat labelisasi produk yang menarik, serta mampu memasarkan produknya di media sosial dengan baik. 5) Hasil pengabdian ini memerlukan tindakan lanjutan untuk memberdayakan pelaku UMKM secara penuh karena dalam pengabdian ini pendampingan kepada UMKM belum dilaksanakan secara menyeluruh. 6) Saran untuk pengembangan UMKM selanjutnya adalah perlu dilakukan pendampingan kepada pelaku UMKM secara menyeluruh, yakni pendampingan promosi dan branding secara *online* melalui pembuatan iklan promosi, video promosi yang menarik di *marketplace*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, W., Riono, S. B., Syaifulloh, M., & Utami, S. N. (2022). Pendampingan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi bagi UMKM Arum Manis untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Cihaur, Kecamatan Banjarharjo. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4), 08–14.
- Astrina, F., Afrida, A., Welly, Ningsih, N. H., Yanti, D., Yuliachtri, S., & Miroso, P. (2021). Pelatihan Kewirausahaan, Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Sentosa Kecamatan Seberang Ulu II. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 113–122.
- Atmojo, M. E., & Kusumo, M. P. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 378–385. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8214>
- BPS. (2023). *Kabupaten Pamekasan Dalam Angka*. BPS.
- Dewi, M. W., Kusuma, I. L., Kristiyanti, L., Fitria, T. N., & Budiyono, B. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.4304>
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Harinie, L. T., Hukom, A., & Juma'eh, J. (2020). Pendampingan dalam Memasarkan Produk Hasil Usaha UKM melalui Penggunaan Media Sosial di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 51–59. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i1.179>
- Hidayat N, R., & Andarini, S. (2020). Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia (JBI)*.
- Maulana, A., Novalia, N., Rosa, A., & Yunita, D. (2021). Peningkatan Kapasitas Wirausaha Desa Melalui Pelatihan Pembuatan Rencana Bisnis. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 133–142. <https://doi.org/10.35912/jpm.v2i3.674>
- Mulyana, N., & Ishartono, I. (2018). Pelatihan Wirausaha Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Desa Sakerta Barat Dan Sakerta Timur Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 31. <https://doi.org/10.24198/jppm.v5i1.16026>
- Nurwanti, Y. D., Rosita, M., Chainaris, N. W., Indriyani, S., Sarjono, T., Andryanza, W. D. C., Pangestu, Y. D., & Aditia, R. (2022). Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Kadokan. *WASANA NYATA*, 6(2), 137–147. <https://doi.org/10.36587/wasananyata.v6i2.1305>
- Prabowo, M. A., Robin, M., Rohman, F., Permana, G., Qomaruddin, M. T., Rahma, D., & Hidayani. (2023). Peran Pengabdian Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 29(1), 30–34.

- Priyatna, C. C., Prastowo, F. A. A., & Syuderajat, F. (2020). Digital marketing untuk usaha mikro kecil menengah (Studi kasus pada Coffeestrip Bandung). *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 9(4), 283-288.
- Saepuloh, A., Suryani, Y., & Halimah, H. (2023). Pendampingan UMKM Sale Pisang Melalui Strategi Repackaging, Rebranding, Dan Digital Marketing. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 187–192. <https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.19498>
- Singh, R. P. (2008). The Shortage of Academically Trained Entrepreneurship Faculty: Implications, Challenges, and Opportunities. *Journal of entrepreneurship education*, 11.
- Siregar, G., Arda, M., Damanik, W. S., Saragih, S. A., Popy, & Zulham, M. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Kelompok Tani Keloria. *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 29(1), 60–63.
- Sulistiyanto, A., Dwinarko, Syafrizal, T., & Mujab, S. (2021). Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Komunikasi Pemasaran bagi Pelaku UMKM pada Masyarakat di Kelurahan Ponggang, Kec. Serangpanjang, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdidas*, 2(1), 34–40. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i1.199>
- Wibowo, A., Dianta, K., Effendi, M. S., Kuncoro, H., Saptono, A., & Mukthar, S. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran UMKM Berbasis Digital Di Desa Cisaat. *D'edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16. <https://doi.org/10.25273/dedukasi.v2i1.12968>
- Yuniarti, A., Nurwana, A., & Jamaluddin, A. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Pammana Kabupaten Wajo. *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 34–40.