

Pendampingan Peningkatan Produksi dan Pemasaran Produk Ikan Krispi Khas Desa Lobuk Kabupaten Sumenep

Oleh :

**Isdiantoni¹, Anik Anekwati^{2*}, Ahmed David Anugerah³, Mokhamad Nur Chayadi⁴,
Eddy Setyo Koenhardono⁵, Yoyok Setyo Hadiwidodo⁶, Subchan⁷, Devitha Lutfiyatul
Fariha¹, Meidita Isnaini Maulida¹, Alan Nuril Mubin³, Purnama Violita Putri³, R
Bagus Hikmawansyah²**

¹⁾ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wiraraja

²⁾ Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Wiraraja

³⁾ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Wiraraja

⁴⁾ Departemen Teknik Geomatika, Fakultas Teknik Sipil Perencanaan dan Kebumihan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember

⁵⁾ Departemen Teknik Sistem Perkapalan, Fakultas Teknologi Kelautan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember

⁶⁾ Departemen Teknik Kelautan, Fakultas Teknologi Kelautan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember

⁷⁾ Departemen Matematika, Fakultas Sains dan Analitika Data, Institut Teknologi Sepuluh Nopember

E-mail: anik@wiraraja.ac.id

Abstrak

Desa Lobuk, Kecamatan Bluto, Kabupaten Sumenep, merupakan desa mandiri dengan potensi besar di sektor perikanan dan pariwisata. Namun, desa ini menghadapi tantangan seperti keterbatasan pengolahan hasil tangkapan nelayan, kualitas produk tidak konsisten, desain packaging kurang menarik, dan pengelolaan destinasi wisata yang kurang optimal. Dua mitra utama yang dilibatkan adalah BUMDes Pelangi Nusantara dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu pendampingan untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi ikan krispi, memperluas pemasaran produk lokal melalui digitalisasi, meningkatkan manajemen mitra berbasis masyarakat. Metode kegiatan ini adalah pendampingan dan pelatihan pengolahan ikan krispi khas Lobuk, pembuatan desain kemasan, workshop manajemen usaha, pencatatan keuangan, serta promosi digital. Hasil kegiatan yaitu dari aspek produksi diperoleh peningkatan keterampilan pemilihan ikan sebesar 80%, pengeringan ikan 90%, proses penggorengan 75%, proses penirisan 90%, dan packaging 85%; dari aspek pemasaran telah terbentuk platform informasi kegiatan Pokdarwis dan Bumdes serta pemasaran produk mitra secara digital melalui website; dari aspek manajemen terjadi peningkatan minat usaha peserta 85,89% dan pengetahuan kewirausahaan 47,99% dari sebelum kegiatan, peningkatan keterampilan pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi “kasir minipro” sebesar 100%, dan tercipta kemasan dengan standar persyaratan untuk pemasaran di pasar modern, memiliki nilai estetika, dan dengan desain yang dikehendaki mitra.

Kata Kunci: Pendampingan, Pelatihan, BUMDes, Pokdarwis, Pariwisata, Pemasaran, Peningkatan Produksi, Ikan Krispi Khas Lobuk

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki garis pantai terpanjang kedua di dunia. Potensi sumber daya pesisir di Indonesia sangat besar dan beragam, mencakup sektor perikanan, pariwisata, hingga pengolahan hasil laut. Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam sektor perikanan dan pariwisata adalah Desa Lobuk.

Desa Lobuk merupakan salah satu desa di Kecamatan Bluto, Kabupaten Sumenep, Provinsi Jawa Timur, yang berjarak 15 kilo meter dari Kota Sumenep. Desa Lobuk termasuk kategori Desa Mandiri, dan pada tahun 2021 meraih juara ke 4 sebagai desa terbaik se-Jawa timur, yang tertuang dalam Surat Keputusan Gubernur Jawa Timur Nomor 188/466/KPTS/013/2021. Sebagian besar mata pencaharian penduduknya sebagai nelayan, yaitu sebanyak 1.960 orang atau sebesar 43,05% dari jumlah penduduk di Desa Lobuk.

Meskipun termasuk sebagai desa mandiri, di Desa Lobuk masih terdapat 503 keluarga miskin (BPS Kabupaten Sumenep, 2023). Keluarga tersebut merupakan nelayan kecil, yang dalam memenuhi pendapatannya bergantung pada hasil tangkapan dari pemanfaatan *angghas*. *Angghas* merupakan istilah dari nelayan

Desa Lobuk, sebagai sarana penangkapan ikan yang menyerupai atau mirip bagan, namun dilengkapi dengan rumpon kecil yang berukuran sekitar 2 x 1,5 meter.

Desa ini tidak hanya dikenal sebagai daerah penghasil ikan segar, tetapi juga sebagai tempat wisata berbasis masyarakat yang memiliki daya tarik berupa Pantai Matahari. Desa Lobuk merupakan salah satu contoh desa pesisir yang menggantungkan perekonomiannya pada sektor perikanan dan wisata. Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Peningkatan pendapatan masyarakat terus dilakukan oleh Pemerintah Desa Lobuk, salah satunya melalui pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dengan melibatkan para nelayan *angghas*. Penempatan *angghas* yang berada di sekitar “Pantai Matahari” sebagai sarana spot pancing. Sebanyak 25 nelayan *angghas* yang tergabung dalam Pokdarwis tersebut.



Gambar 1. Rumpon Kecil dan Pelampung

Pemerintah Desa Lobuk juga melakukan peningkatan nilai tambah dari hasil tangkapan ikan yang dihasilkan oleh nelayan *angghas* melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMdes) Pelangi Nusantara Lobuk. BUMdes mengolah hasil tangkapan ikan yang rendah nilainya menjadi aneka olahan ikan. Salah satu produknya adalah ikan krispi. Tetapi, proses pengolahan dan pemasaran dilakukan masih sangat sederhana, sehingga pangsa pasarnya terbatas.



Gambar 2. Ikan Hasil Tangkapan Nelayan *Angghas*

Dalam konteks ini, BUMDes Pelangi Nusantara dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Lobuk menjadi dua mitra utama yang sangat strategis untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal. Kedua mitra ini memiliki peran penting dalam memberdayakan masyarakat pesisir dan mengoptimalkan potensi yang ada, tetapi menghadapi berbagai kendala yang memerlukan solusi inovatif dan intervensi

yang tepat. Analisis situasi dan permasalahan mitra adalah sebagai berikut:

- a. BUMDes Pelangi Nusantara merupakan badan usaha milik desa yang bertanggung jawab dalam pengelolaan berbagai usaha ekonomi lokal, termasuk produksi dan pemasaran produk ikan krispi khas Desa Lobuk. Produk ikan krispi ini merupakan hasil olahan dari ikan segar yang menjadi komoditas utama di desa. Produk ini memiliki cita rasa khas dan potensi untuk dikembangkan sebagai oleh-oleh unggulan daerah. Produk lokal berbasis hasil laut, khususnya di Pulau Madura, mempunyai peluang besar untuk dikembangkan (Hidayat, dkk., 2023). Namun, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh BUMDes dalam mengelola usaha ini: 1). rendahnya efisiensi produksi: proses produksi ikan krispi masih dilakukan secara manual dengan peralatan sederhana. Hal ini menyebabkan waktu produksi yang lama dan hasil yang tidak konsisten. Selain itu, kapasitas produksi yang terbatas membuat BUMDes kesulitan memenuhi permintaan dalam jumlah besar, terutama saat musim liburan; 2). kualitas produk yang tidak konsisten: produk ikan krispi yang dihasilkan BUMDes sering kali mengalami perbedaan kualitas, baik

dalam hal rasa, tekstur, maupun tingkat kerenyahan. Hal ini disebabkan oleh ketidaktepatan dalam proses penggorengan dan pengemasan (Hidayat et al., 2023); 3). keterbatasan akses pasar: produk ikan krispi ini umumnya hanya dipasarkan di pasar lokal dan toko kecil di sekitar Desa Lobuk. Kurangnya strategi pemasaran modern membuat produk ini sulit bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional (Dewi, P.S., 2022); 4). desain kemasan yang kurang menarik: desain kemasan ikan krispi belum memenuhi standar pasar modern. Kemasan yang sederhana dan kurang menarik membuat produk ini sulit untuk menarik perhatian konsumen di pasar modern atau *e-commerce*.

- b. Pokdarwis Desa Lobuk memiliki peran strategis dalam mengembangkan sektor pariwisata di desa, terutama melalui pengelolaan Pantai Matahari. Pantai ini memiliki daya tarik utama berupa spot pancing, yang telah menjadi program andalan Pokdarwis. Spot pancing ini menarik banyak wisatawan lokal, terutama mereka yang gemar memancing. Pokdarwis mempunyai peran strategis untuk mengembangkan dan mengelola wisata berbasis masyarakat di wilayah pesisir (Rohmah, L., & Prasetyo, D., 2021; Arifin, M., &

Nurchayanti, D., 2021). Namun, Pokdarwis menghadapi sejumlah tantangan dalam mengembangkan destinasi wisata ini: 1). kapasitas manajemen yang terbatas: pengurus pokdarwis umumnya belum memiliki pengalaman atau pelatihan dalam manajemen destinasi wisata. Hal ini berdampak pada pengelolaan fasilitas wisata yang kurang optimal; 2). kurangnya promosi dan branding: promosi wisata Pantai Matahari masih dilakukan secara tradisional dan sporadis. Belum ada strategi promosi digital yang terintegrasi untuk menarik wisatawan dalam jumlah yang lebih besar; 3). minimnya fasilitas penunjang: fasilitas seperti toilet, tempat duduk, dan tempat penyimpanan alat pancing masih sangat terbatas. Hal ini mengurangi kenyamanan wisatawan dan membatasi potensi pendapatan dari sektor wisata.

Universitas Wiraraja melalui kegiatan Kolaborasi Sosial Membangun Masyarakat (Kosabangsa) dengan salah satu programnya melakukan pendampingan menyelesaikan beberapa permasalahan di Desa Lobuk, dengan mitra utama BUMDes Pelangi Nusantara dan Pokdarwis Desa Lobuk.

Permasalahan mitra yang diutamakan untuk diselesaikan adalah:

- a. BUMDes Pelangi Nusantara
- Rendahnya efisiensi produksi: proses produksi ikan krispi masih dilakukan secara manual dengan peralatan sederhana. Hal ini menyebabkan waktu produksi yang lama dan hasil yang tidak konsisten. Selain itu, kapasitas produksi yang terbatas membuat BUMDes kesulitan memenuhi permintaan dalam jumlah besar, terutama saat musim liburan.
 - Kualitas produk yang tidak konsisten: produk ikan krispi yang dihasilkan BUMDes sering kali mengalami perbedaan kualitas, baik dalam hal rasa, tekstur, maupun tingkat kerenyahan. Hal ini disebabkan oleh ketidaktepatan dalam proses penggorengan dan pengemasan (Hidayat et al., 2023).
 - Keterbatasan akses pasar: produk ikan krispi ini umumnya hanya dipasarkan di pasar lokal dan toko kecil di sekitar Desa Lobuk. Kurangnya strategi pemasaran modern membuat produk ini sulit bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional (Dewi, P.S., 2022).
 - Desain kemasan yang kurang menarik: desain kemasan ikan krispi belum memenuhi standar pasar modern. Kemasan yang sederhana dan kurang menarik membuat produk ini sulit untuk

menarik perhatian konsumen di pasar modern atau e-commerce.

- b. Pokdarwis, yaitu kurangnya promosi dan branding: promosi wisata Pantai Matahari masih dilakukan secara tradisional. Belum ada strategi promosi digital yang terintegrasi untuk menarik wisatawan dalam jumlah yang lebih besar.

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memberdayakan masyarakat pesisir melalui peningkatan kualitas produk lokal ikan krispi khas Lobuk dan menjadikan oleh-oleh khas untuk destinasi wisata Pantai Matahari. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk ikan krispi khas Lobuk.
2. Memperluas pasar produk lokal melalui pemasaran digital.
3. Meningkatkan kapasitas manajemen Pokwarwis dan BUMDes berbasis masyarakat.

2. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan permasalahan mitra, maka permasalahan mitra dapat dikategorikan dalam tiga aspek, yaitu permasalahan produksi, manajemen, dan pemasaran. Sehingga, solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini adalah

pelatihan dan pendampingan untuk pengembangan kapasitas mitra dalam beberapa aspek sebagai berikut:

- a. Aspek Produksi, yaitu dalam rangka peningkatan efisiensi dan kualitas produksi.

Pendampingan dan pelatihan BUMDes difokuskan untuk peningkatan keterampilan pengolahan ikan krispi. Pada kegiatan ini, mitra dibuatkan modul produksi dan pemasaran ikan krispi khas Lobuk, agar dalam proses produksi memiliki standar yang konsisten. Mitra dilatih membuat produk dengan beberapa alat produksi yang lebih bagus agar produk konsistensi dari segi tekstur dan rasa, sehingga meningkatkan daya saing produk di pasar. Instrumen untuk mengukur peningkatan keterampilan adalah kuisioner dengan mengukur diri sendiri peningkatan keterampilan mulai dari proses pemilihan ikan, pengeringan, penggorengan, penirisan, dan packaging.

- b. Aspek Manajemen

Pendampingan untuk peningkatan aspek manajemen melalui beberapa pelatihan berikut:

- Workshop manajemen usaha, yaitu peserta mendapatkan materi manajemen usaha dalam rangka meningkatkan minat dan pengetahuan wirausaha secara

umum. Khusus untuk Pokdarwis dilakukan pendampingan manajemen destinasi wisata berbasis masyarakat, mencakup pengelolaan fasilitas, pengembangan paket wisata terpadu, dan strategi promosi digital. Peserta diberikan tes awal dan akhir untuk mengetahui peningkatan minat dan manajemen usaha. Evaluasi minat usaha dilakukan melalui pengisian kuisioner.

- Pendampingan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana, yaitu aplikasi “kasir minipro”.
- Pendampingan pengembangan desain kemasan, yaitu desain kemasan modern untuk ikan krispi khas Lobuk. Kemasan yang menarik tidak hanya meningkatkan nilai estetika produk, tetapi juga mempermudah penetrasi pasar di *e-commerce* dan toko modern (Dewi, P.S., 2022).

- c. Aspek Pemasaran, yaitu pendampingan pemasaran digital. Pendampingan strategi pemasaran digital akan diberikan kepada BUMDes dan Pokdarwis. Peserta akan diajarkan cara memanfaatkan media sosial, *e-commerce*, dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk dan destinasi wisata. Kegiatan ini mengintegrasikan sektor perikanan dengan pariwisata, yaitu menjadikan produk ikan krispi sebagai oleh-oleh

khas Pantai Matahari. Hal ini akan menciptakan sinergi antara kedua sektor, sebagaimana disarankan oleh Ardia dan Wulandari (2022).

3. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan dua hari secara luring di balai Desa Lobuk dan diikuti oleh tigabelas peserta, yaitu delapan orang dari Bumdes dan lima orang dari Pokdarwis.



Gambar 3. Foto Kegiatan Pendampingan

Hasil kegiatan pendampingan dan pelatihan adalah sebagai berikut:

a. Aspek Produksi

Yaitu pendampingan dan pelatihan pengolahan ikan menjadi produk ikan kripsi khas Lobuk. Keterampilan yang terukur oleh peserta yaitu terjadi peningkatan keterampilan pemilihan ikan sebesar 80%,

pengeringan ikan 90%, proses penggorengan 75%, proses penirisan 90%, dan packaging 85%.

b. Aspek Manajemen

Pendampingan untuk peningkatan aspek manajemen melalui beberapa pelatihan berikut:

i. Hasil dari workshop manajemen usaha yaitu terjadi peningkatan minat usaha peserta dan peningkatan pengetahuan terkait wirausaha.

– Evaluasi minat usaha.

Data hasil kuisioner evaluasi minat usaha peserta dianalisis menggunakan uji *paired sample T* dengan berbantuan *software SPSS*, dimana jumlah peserta yang mengerjakan pretes dan postes sebanyak 13 orang. Hasil uji T terdapat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Rata-Rata dan Standart Deviasi Pretes dan Postes Minat Usaha

Nilai	Rata-rata	Standar Deviasi	P-value
Postes	51,77	3,7	
Pretes	27,85	2,08	
Postes - Pretes	23,92		0,000

Data pada Tabel 1 di atas menunjukkan hasil pretes dengan rata-rata (mean) 27,85 dari 13 peserta. Standar deviasi dari data adalah 2,08, sedangkan hasil postes menunjukkan rata-rata (mean) 51,77 dan standar deviasi adalah 3,7. Hal

ini menunjukkan rata-rata hasil postes lebih tinggi dari hasil pretes. Nilai *P-value* adalah 0,00 artinya ada perbedaan yang signifikan antara nilai pretes dan postes karena nilai *p-value* kurang dari 0,05. Hal ini dapat diinterpretasikan terdapat pengaruh yang bermakna terhadap kegiatan pendampingan dan workshop terhadap peningkatan minat usaha peserta. Terjadi peningkatan minat usaha secara signifikan sebesar 85,89% dari sebelum kegiatan.

– Evaluasi pengetahuan wirausaha

Data hasil kuisioner pengetahuan wirausaha dianalisis menggunakan uji *paired sample T* berbantuan *software* SPSS dengan jumlah peserta yang mengerjakan pretes dan postes sebanyak 13 orang. Hasil uji T terdapat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Rata-Rata dan Standart Deviasi Pretes dan Postes Pengetahuan Kewirausahaan

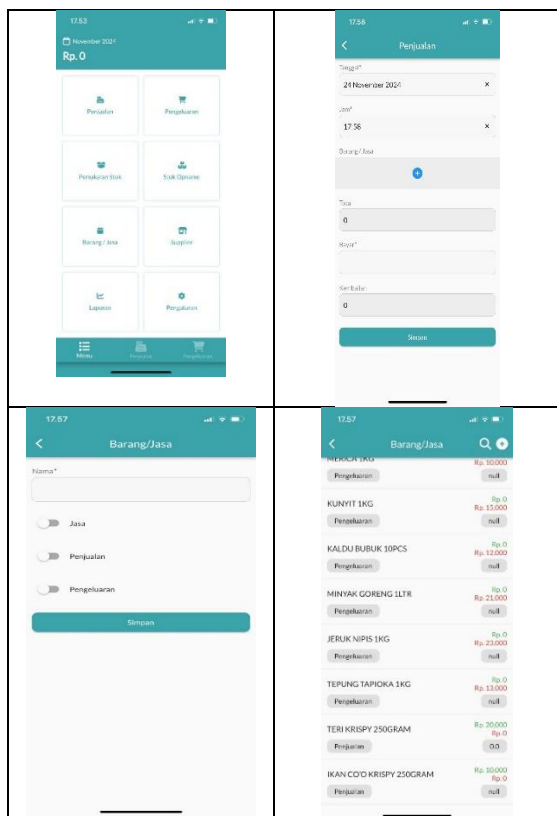
Nilai	Rata-rata	Standar Deviasi	P-value
Postes	19,92	1,553	
Pretes	13,46	1,506	
Postes - Pretes	6,462		0,000

Data pada Tabel 2 di atas menunjukkan hasil pretes dengan rata-rata (mean) adalah 13,46 dan standar deviasi yaitu 1,553. Sedangkan hasil postes menunjukkan rata-rata (mean) 19,92 dan

standar deviasi adalah 1,506. Hal ini menunjukkan rata-rata hasil postes lebih tinggi dari hasil pretes, yaitu dengan selisih 6,462. Nilai *P-value* adalah 0,00 artinya ada perbedaan yang signifikan antara nilai pretes dan postes karena nilai *p-value* kurang dari 0,05. Hal ini dapat diinterpretasikan terdapat pengaruh yang bermakna terhadap kegiatan pendampingan dan workshop terhadap peningkatan pengetahuan kewirausahaan untuk peserta. Terjadi peningkatan pengetahuan kewirausahaan secara signifikan sebesar 47,99% dari sebelum kegiatan.

ii. Pendampingan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana, yaitu aplikasi “kasir minipro”.

Pendampingan pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi “kasir minipro” tentunya terjadi peningkatan keterampilan 100%. Hal ini dikarenakan peserta belum pernah mengetahui dan menggunakan aplikasi tersebut sebelumnya. Gambar 4 berikut adalah aplikasi yang digunakan pada saat pelatihan.



Gambar 4. Gambar Aplikasi Kasir Minipro

Pelatihan pencatatan keuangan sederhana sangat membantu UMKM dalam hal mencatat pemasukan, pengeluaran, dan transaksi keuangan lainnya secara lebih akurat dan terstruktur. Hal ini mengurangi potensi kesalahan pencatatan manual (Kusuma, T., & Putri, R. A., 2022).

iii. Hasil pendampingan pengembangan desain kemasan.

Target dari pendampingan pengembangan kemasan ini adalah tercipta kemasan dengan standar persyaratan untuk pemasaran di pasar modern, memiliki nilai estetika, dan dengan desain yang dikehendaki mitra.



Gambar 5. Gambar Kemasan sebelum dan Sesudah Pendampingan

Gambar 5 di atas merupakan kemasan sebelum dan sesudah dilakukan pendampingan.

c. Hasil pendampingan untuk aspek pemasaran.

Yaitu pembuatan platform informasi kegiatan Pokdarwis dan Bumdes serta pemasaran produk mitra secara digital melalui website berikut: <https://www.its.ac.id/stkk/kosabangsa/>.

Strategi pemasaran digital dapat membantu mengatasi keterbatasan akses pasar khususnya inovasi produk pesisir (Dewi, S., 2022; Suryawan, I. G., et al., 2022).

Gambar berikut adalah desain website untuk semua kegiatan pendampingan pendampingan Kosabangsa.



Gambar 6. Website Kegiatan Pendampingan Kosabangsa dan Pemasaran Produk Mitra

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pendampingan dan pelatihan ini adalah:

1. Pendampingan dan pelatihan dalam rangka meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk ikan krispi khas Lobuk, diperoleh peningkatan keterampilan pemilihan ikan sebesar 80%, pengeringan ikan 90%, proses penggorengan 75%, proses penirisan 90%, dan packaging 85%.
2. Pendampingan dalam rangkai memperluas pasar produk lokal

melalui pemasaran digital, telah ada platform informasi kegiatan Pokdarwis dan Bumdes serta pemasaran produk mitra secara digital melalui website berikut:

<https://www.its.ac.id/stkk/kosabangsa/>

3. Pendampingan dan pelatihan dalam rangka meningkatkan kapasitas manajemen mitra, diperoleh: peningkatan minat usaha peserta secara signifikan 85,89% dari sebelum kegiatan, peningkatan pengetahuan kewirausahaan secara signifikan sebesar 47,99% dari sebelum kegiatan, peningkatan keterampilan pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi "kasir minipro" sebesar 100%, dan tercipta kemasan dengan standar persyaratan untuk pemasaran di pasar modern, memiliki nilai estetika, dan dengan desain yang dikehendaki mitra.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendikbudristek) - Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Masyarakat (DRTPM) yang memberikan pendanaan melalui hibah Kolaborasi Sosial Membangun Masyarakat (Kosabangsa) dengan nomor kontrak 011/E5/P6.02.00/KOSABANGSA/2024;

002/SP2H/KOSABANGSA/LL7/2024;

115/LPPM/PP-04/E.02/2024.

6. Daftar Pustaka

Ardia, U., & Wulandari, D. P. (2022).

Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat di Wisata Alam Kapalo Banda Nagari Taram Kabupaten Lima Puluh Kota. Jurnal Pendidikan Tambusai, 6(2), 12631–12637.

Arifin, M., & Nurcahyanti, D. (2021).

"Penguatan Kapasitas Kelompok Sadar Wisata dalam Pengelolaan Destinasi Wisata Berbasis Pesisir." Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Pesisir, 7(3), 150-161.

BPS Kabupaten Sumenep. (2023).

Kecamatan Bluto dalam Angka. BPS Kabupaten Sumenep.

Dewi, P. S. (2022). *Sustainable packaging*

in the food industry: A case study in Indonesia. Journal of

Environmental Sustainability, 12(4), 205-213.

<https://doi.org/10.1016/j.jes.2022.03.004>.

Dewi, S. (2022). "Strategi Pemasaran

Digital untuk Produk UMKM Desa: Implementasi di Wilayah Pesisir."

Jurnal Inovasi Bisnis dan Pariwisata, 8(4), 67-74.

Hidayat, R., Setiawan, A., & Prasetya, T.

(2023). "Optimalisasi Proses

Produksi Produk Lokal Desa

Pesisir: Studi Kasus Pengolahan

Hasil Laut di Madura." Jurnal

Pengabdian Masyarakat, 12(3), 45-

52.

Hidayat, T., Rini, Y., & Arifin, A. (2023).

Innovative food preservation techniques for small-scale fish processors in coastal areas.

Aquatic Food Science, 28(3), 120-131.

<https://doi.org/10.1016/j.aquaf.2023.06.002>.

Kusuma, T., & Putri, R. A. (2022).

"Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana Berbasis Aplikasi untuk Pelaku UMKM Desa." Jurnal Akuntansi dan Inovasi Keuangan, 8(4), 90-102.

Rohmah, L., & Prasetyo, D. (2021). "Peran

Kelompok Sadar Wisata dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis

Masyarakat di Wilayah Pesisir." Jurnal Pariwisata dan

Pemberdayaan Masyarakat, 5(2), 80-90.

Suryawan, I. G., Astuti, D. P., & Setyawan,

E. (2022). "Strategi Digital Marketing untuk UMKM Desa

Wisata Pesisir." Jurnal Ekonomi Digital, 3(2), 98-105.