

Peran Mahasiswa KKN ITBM Polman dalam Digitalisasi Pemasaran UMKM Sipotuo di Desa Galeso

*The Role of ITBM Polman KKN Students in the Digitalization of Marketing for Sipotuo
MSMEs*

Sartika¹, Muh.Ramli²

Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar¹

Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar²

sartika.bdg22@itbmpolman.ac.id¹, ramli@itbmpolman.ac.id²

Abstrak

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polman (ITBM POLMAN) di Desa Galeso Kabupaten Polewali Mandar, bertujuan untuk mendukung pengembangan UMKM lokal, khususnya UMKM Sipotuo, melalui penerapan strategi pemasaran berbasis teknologi digital. UMKM di desa tersebut masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas karena kurangnya pemahaman dan kemampuan dalam menggunakan media digital. Melalui kegiatan ini, mahasiswa memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial, membuat konten promosi, serta mengenal platform e-commerce sebagai sarana distribusi produk secara daring. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam hal pemasaran digital. Selain itu, kolaborasi antara mahasiswa, pelaku usaha, dan pemerintah desa juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi awal dari proses digitalisasi UMKM secara berkelanjutan dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa di era transformasi digital.

Kata kunci: KKN, UMKM, pemasaran digital, pengabdian masyarakat, teknologi informasi.

Abstract

The Community Service Program (KKN) conducted by students of the Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah (ITBM) Polman in Galeso Village aimed to support the development of local micro, small, and medium enterprises (MSMEs), particularly Sipotuo MSME, through the application of digital marketing strategies. MSMEs in the village still face several limitations in reaching wider markets due to a lack of understanding and skills in utilizing digital media. Through this program, students provided training and assistance to MSME actors in utilizing social media, creating promotional content, and becoming familiar with e-commerce platforms as online product distribution channels. The results of the program show an increase in knowledge and skills related to digital marketing among MSME actors. Furthermore, collaboration between students, business actors, and the village government was a key factor in the success of this program. This activity is expected to serve as the foundation for the sustainable digitalization of MSMEs and to encourage the economic independence of rural communities in the digital transformation era.

Keywords: KKN, MSMEs, digital marketing, community service, information technology

Korespondensi Email : sartika.bdg22@itbmpolman.ac.id

D.O.I : 10.59903/macoajurnalpkm.v3i2.287

Diterima Redaksi : 28-10-2025 | Selesai Revisi : 30-05-2026 | Diterbitkan Online : 31-05-2026



1. Pendahuluan

Wilayah pesisir merupakan daerah yang mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikelola hasilnya karena kekayaan hasil perikanan yang sangat besar (Sukmawati et al., 2025a). Namun, meskipun potensi tersebut melimpah, masyarakat pesisir sering kali menghadapi berbagai tantangan ekonomi, seperti rendahnya pendapatan, keterbatasan akses modal, serta kurangnya keterampilan pengolahan hasil laut secara optimal. Kondisi ini menyebabkan sebagian besar masyarakat hanya bergantung pada penjualan hasil tangkapan ikan secara langsung, yang harganya tidak stabil dan bernilai jual rendah.

Pengolahan ikan merupakan salah satu cara untuk menyelamatkan hasil panen yang melimpah disertai dengan usaha peningkatan nilai tambah ikan melalui peningkatan rasa, aroma, kenampakan produk serta kandungan gizinya (Sukmawati et al., 2025b)

Ikan merupakan salah satu komoditas makanan yang mengandung berbagai macam zat yang baik dan penting untuk tubuh manusia, selain harga yang umumnya lebih murah, absorpsi protein ikan lebih tinggi dibandingkan dengan berbagai produk hewani lain seperti daging sapi dan ayam, karena daging ikan mempunyai serat-serat protein lebih pendek dari pada serat-serat protein daging sapi atau ayam (Abidin Achmad et al., 2020)

Ikan merupakan bahan pangan yang sangat baik mutu gizinya, karena mengandung kurang lebih 18 gram protein untuk setiap 100 gram ikan segar. Sedangkan, ikan yang telah dikeringkan dapat mencapai kadar protein 40 gram dalam 100 gram ikan kering. Didukung dengan, bahan makanan lainnya, ikan mengandung asam amino esensial yang lengkap dan sangat diperlukan oleh tubuh manusia, oleh karena itu mutu protein ikan sebanding dengan mutu protein daging (Bambang Hadinugroho & Brilliant Raiszhul Firdaus, 2023)

Adanya usaha produk hasil perikanan diharapkan dapat meningkatkan pendayagunaan dan usaha pengolahan hasil perikanan, khususnya perikanan laut untuk diolah menjadi produk baru yang bergizi tinggi, enak, murah, dan mudah didapat (Sukmawati et al., 2025a).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama di daerah pesisir yang memiliki potensi sumber daya alam melimpah. Selain itu, UMKM memiliki peran penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi lokal, mengurangi angka pengangguran, serta memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat pesisir. Dengan adanya dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan swasta, pengembangan UMKM pesisir dapat diarahkan ke arah yang lebih modern, berdaya saing, dan berkelanjutan. (Nasution et al., n.d.)

Desa Galeso yang terletak di wilayah pesisir ini dikenal dengan hasil lautnya yang melimpah, namun potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat setempat karena kurangnya pemahaman teknologi digital masyarakat sekitar tentang cara pengembangan UMKM yang sedang mereka jalankan baik dari segi pengolahan hingga pemasarannya. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah rendahnya kemampuan masyarakat dalam pemasaran atau kurangnya pemahaman terhadap teknologi digital daya saing di mengolah hasil perikanan secara efektif dan berkelanjutan. Dalam kontribusinya UMKM dapat menyerap tenaga kerja yang cukup besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar (Sukmawati et al., 2025a).

UMKM sektor Perikanan yang berada di pesisir menjadi industri utama dalam pengolahan hasil perikanan nasional (Anas & Asy'Ari, n.d.), strategi pengembangan UMKM dalam industri kuliner di pesisir laut dengan menggunakan strategi peningkatan kemampuan dan inovasi industri kuliner. Perekonomian nasional sangat dipengaruhi oleh kondisi kegiatan UMKM yang selalu mengembangkan usaha sebagai wadah untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat setempat (Anas & Asy'Ari, n.d.) melalui pendekatan natural dan budaya untuk mengoptimalkan potensi pasar.

Desa Galeso merupakan desa yang baru diresmikan pada tanggal 10 maret 2004. Luas wilayah desa galeso sekitar kurang lebih 1.852 Ha, yang terdiri dari 6 dusun. Penduduk desa galeso yang sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani dan buruh tani. (Sukmawati et al., 2025b)

Mempunyai penghasilan rata-rata dan jumlah penduduk yang tergolong padat, maka masyarakat desa galeso tergolong masyarakat dengan penghasilan menengah. Kehadiran komunitas UMKM di desa galeso sangat penting dalam membantu meningkatkan UMKM desa galeso dalam mengembangkan usaha berbahan dasar ikan yang berlimpah di desa galeso.

Pada tahap identifikasi dalam strategi pengembangan UMKM berbasis Olahan Ikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, fokus utama diarahkan untuk kwt dan Masyarakat Desa. Selain observasi, wawancara dengan masyarakat desa juga dilakukan untuk memberikan pemahaman terkait bagaimana cara mengembangkan UMKM dengan meningkatkan inovasi produk dan layanan berkualitas tinggi serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan. Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa sebagian masyarakat desa masih bingung tentang bagaimana cara mengembangkan UMKM berbasis teknologi dengan menetapkan target tempat penjualan yang besar. Hal ini menunjukkan perlunya adanya kegiatan strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi untuk meningkatkan pemasaran dan daya saing di zaman modern. (Ahmad Maulidizen et al., 2022).

Analisis masalah dilakukan dengan mengidentifikasi masalah yang belum terpecahkan mengenai strategi tersebut. Masalah ini diidentifikasi sebagai dampak dari kurang optimalnya pengetahuan tentang bagaimana cara mengembangkan pemasaran UMKM berbasis teknologi di Desa Galeso.

Menanggapi tantangan tersebut, Tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polman (Itbm polman) melaksanakan kunjungan atau observasi ke Lokasi atau tempat UMKM. Sebagai bentuk kepedulian dan peran aktif mahasiswa dalam mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kami melaksanakan kunjungan ke UMKM Sipotuo dengan tujuan untuk memberikan pendampingan serta berbagi pengetahuan terkait strategi pemasaran dan peningkatan penjualan berbasis teknologi digital. (Mansir & Fatimah, 2021)

Kegiatan ini merupakan wujud kolaborasi antara dunia pendidikan dan pelaku usaha lokal untuk menghadapi tantangan zaman yang semakin terdigitalisasi. Dalam kunjungan ini, kami memberikan beberapa solusi inovatif, seperti optimalisasi media sosial, penggunaan platform e-commerce, pembuatan konten digital, serta pengelolaan data pelanggan secara efisien.

Harapan kami, melalui kunjungan dan pendampingan ini, UMKM Sipotuo dapat lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga usahanya dapat terus berkembang dan bersaing secara sehat di era digital.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pendampingan UMKM ini dilakukan di Desa Galeso, Kec. Wonomulyo, Kab. Polewali Mandar. Kegiatan pendampingan serta berbagi pengetahuan terkait strategi pemasaran dan peningkatan penjualan berbasis teknologi digital. Kunjungan ini dilatarbelakangi oleh kesadaran akan pentingnya teknologi dalam dunia usaha saat ini.

Di era digital seperti sekarang, teknologi bukan lagi sekadar pelengkap, tetapi telah menjadi kebutuhan utama dalam proses pemasaran dan pengembangan bisnis. Pemanfaatan teknologi, seperti media sosial, e-commerce, sistem manajemen pelanggan, serta strategi digital marketing yang tepat, dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Galeso ini dilaksanakan melalui beberapa metode yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi UMKM serta memberikan solusi yang tepat sasaran. Adapun tahapan kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Survei dan Wawancara Awal

Kegiatan diawali dengan melakukan survei dan wawancara terhadap pelaku UMKM serta masyarakat di Desa Galeso. Survei ini bertujuan untuk menggali informasi mendalam terkait profil usaha, tantangan yang dihadapi, serta potensi yang dimiliki oleh para pelaku UMKM. Data yang diperoleh menjadi dasar dalam merancang kegiatan pelatihan dan sosialisasi agar tepat guna dan sesuai kebutuhan lapangan.

2. Analisis Hasil Survei dan Wawancara

Data dari hasil survei dan wawancara kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi permasalahan utama serta peluang pengembangan UMKM. Analisis ini menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pengembangan usaha, serta menentukan pendekatan yang paling sesuai untuk diterapkan kepada pelaku UMKM setempat.

3. Pendampingan UMKM

Sebagai tindak lanjut dari pelatihan, dilakukan pendampingan langsung kepada para pelaku UMKM. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu mereka dalam menerapkan strategi pengembangan yang telah dipelajari, menyesuaikannya dengan karakteristik usaha masing-masing, serta memberikan motivasi dan arahan dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan.

Tabel 1 Tabel Aplikasi pendukung untuk Membuat Pemasaran Menarik bagi UMKM

No	Nama aplikasi	Fungsi Utama
1	Kanva	Mendesain konten visual (poster, feed, flyer)
2	Facebook (Fb)	Promosi produk melalui posting, grup, dan iklan
3	CapCut	Editing video promosi (Reels, TikTok, Instagram)



Gambar 1 observasi pertama



Gambar 2 sosialisasi langsung ke pelaku UMKM



Gambar 3 sosialisasi dan pendampingan



Gambar 4 sosialisasi dan pendampingan pentingnya pemasaran digital



Gambar 5 melihat secara langsung produk UMKM



Gambar 6 penyerahan Banner baru ke kelompok UMKM



Gambar 7 penyerahan Banner baru ke kelompok UMKM



Gambar 8 hasil desain mahasiswa Kkn Itbm

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan pendampingan dan sosialisasi pengembangan UMKM di Desa Galeso ini menunjukkan respon positif dan adanya keinginan Masyarakat untuk mengembangkan UMKM yang ada di Desa Galeso ini mengingat bahwa melimpahnya hasil perikanan di Desa ini yang mesti di tingkatkan nilai jualnya. Masyarakat mulai menyadari pentingnya pengembangan UMKM berbasis teknologi karena Pemasaran digital merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha kecil menengah di era digital saat ini.

Kunjungan mahasiswa ke UMKM Sipotuo dilaksanakan dengan tujuan utama membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan melalui pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, mulai dari observasi, diskusi, pelatihan singkat, hingga pemberian rekomendasi strategi pemasaran berbasis aplikasi.

Dengan adanya perubahan positif ini, masyarakat Desa Galeso kini mulai memperbaiki cara pemasaran, kemasan yang menarik dan pemasaran untuk memperkuat jaringan produksi dan distribusi produk olahan ikan. Beberapa peserta juga mulai menjalin kerja sama dengan pelaku usaha lain, baik di dalam desa maupun luar daerah, untuk memperluas jangkauan pemasaran. Langkah ini merupakan sinyal bahwa pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan tidak hanya berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi telah mendorong aksi nyata di lapangan.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan: Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa ITBM Polman di Desa Galeso telah memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan UMKM Sipotuo, khususnya dalam aspek pemasaran berbasis teknologi. Melalui program pendampingan, digital marketing, pembuatan media promosi online (seperti akun media sosial dan katalog digital), serta pengenalan platform marketplace, pelaku UMKM mendapatkan pemahaman dan keterampilan baru dalam memasarkan produknya secara lebih luas dan efektif.

Adanya peningkatan pengetahuan serta keaktifan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi pemasaran digital menunjukkan bahwa intervensi mahasiswa KKN memberikan dampak nyata. Selain itu, kegiatan ini juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara institusi pendidikan dan masyarakat dalam mendorong pemberdayaan ekonomi lokal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian mahasiswa KKN ITBM Polman di Desa Galeso membuktikan bahwa pendekatan edukatif yang terstruktur dan berbasis kebutuhan masyarakat mampu mendorong transformasi UMKM ke arah yang lebih modern dan berkelanjutan. Diharapkan hasil dari kegiatan ini tidak hanya bersifat sementara, tetapi dapat menjadi fondasi awal bagi pengembangan UMKM lokal yang mandiri, kreatif, dan berbasis teknologi.

Saran: bagi pelaku UMKM Sipotuo, sangat disarankan untuk terus mengembangkan dan menerapkan kemampuan yang telah diperoleh selama kegiatan pendampingan, khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran. Penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook, pembuatan konten promosi digital, serta pengelolaan katalog online merupakan langkah awal yang positif dan harus dijaga konsistensinya.

bagi pemerintah desa Galeso, perlu adanya dukungan berkelanjutan terhadap UMKM lokal, terutama dalam hal penguatan infrastruktur digital. Misalnya dengan menyediakan akses internet yang stabil di area sentra UMKM, membentuk kelompok kerja atau forum UMKM desa yang dapat menjadi wadah berbagi informasi dan pengalaman, serta mengadakan pelatihan lanjutan yang melibatkan narasumber dari luar desa.

bagi ITBM Polman sebagai institusi pendidikan, kegiatan KKN berbasis pengabdian masyarakat seperti ini sebaiknya terus dikembangkan dengan pendekatan yang lebih terstruktur dan sistematis. Mahasiswa perlu dibekali dengan pemahaman yang kuat tentang dinamika sosial, kewirausahaan, dan teknologi agar dapat memberikan kontribusi yang maksimal di lapangan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) serta penyusunan jurnal ini.

Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah (ITBM) Polman yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Galeso.

Terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Galeso atas sambutan yang hangat, dukungan penuh, serta kerja sama yang baik selama kegiatan berlangsung. Penghargaan yang tinggi juga ditujukan kepada pelaku UMKM Sipotuo, yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan ini dan berpartisipasi aktif dalam setiap proses pendampingan.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan seluruh tim KKN yang telah bekerja sama dengan baik dalam merancang dan melaksanakan program kerja sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan dampak yang positif.

Semoga hasil dari kegiatan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan menjadi langkah awal dalam mendorong pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi secara berkelanjutan

Daftar Pustaka

- Abidin Achmad, Zainal, Thareq Zendo Azhari, Wildan Naufal Esfandiar, Nafila Nuryaningrum, Anisah Farah Dhilah Syifana, and Indah Cahyaningrum. "Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (2020): 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>.
- Ahmad Maulidizen, Erza Sofian, Riyad Ramadhan, et al. "PENGENALAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI PLATFORM PEMASARAN BARU UNTUK PELAKU UMKM: INTRODUCTION TO THE TIKTOK APPLICATION AS A NEW MARKETING PLATFORM FOR MSMES." *NUSANTARA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 19–23. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v2i1.482>.
- Anas, Achmad Tarmidzi, and Qaiyim Asy'Ari. *Pengembangan UMKM Dan Ekonomi Kreatif Melalui Pembuatan Krupuk Kelor Rasa Ikan (Kkn) Di Desa Sotabar Pasean Pamekasan*. n.d.
- Bambang Hadinugroho and Brilliant Raiszhul Firdaus. "Pemberdayaan UMKM Digital Tingkat Desa : Pengabdian KKN Melalui Pendampingan Digitalisasi UMKM di Desa Gaum, Tasikmadu, Karanganyar." *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 1, no. 4 (2023): 45–56. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i4.217>.
- Khairina Tambunan, Chadiza Auliana Utami, Nasyah Aurin, Tasya Agustina Wahidha, and Ganis Filma Afilika. "Kuliah Kerja Nyata: Strategi Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Produk Rumah Tangga dan Pelatihan Kecantikan." *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT INDONESIA* 4, no. 3 (2025): 208–22. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v4i3.5918>.
- Khairina Tambunan, Chadiza Auliana Utami, Nasyah Aurin, Tasya Agustina Wahidha, and Ganis Filma Afilika. "Kuliah Kerja Nyata: Strategi Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Produk Rumah

- Tangga dan Pelatihan Kecantikan.” *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT INDONESIA* 4, no. 3 (2025): 208–22. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v4i3.5918>.
- Lesmana, Dina, Syarifah Maryam, and Rina Andriana. “PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI KELOMPOK WANITA TANI DI LINGKUNGAN SUKORE JO (STUDI KASUS PADA KWT LESTARI).” *ZIRAA’AH MAJALAH ILMIAH PERTANIAN* 47, no. 2 (2022): 169. <https://doi.org/10.31602/zmip.v47i2.7046>.
- Mansir, Firman, and Siti Fatimah. “PENGUNAAN APLIKASI PEMBUKUAN MELALUI DIGITAL MARKETING DAN MEDIA SOSIAL PADA UMKM BANGUNJIWO BANTUL.” *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2021): 256. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.32694>.
- N.d.
- Rahmah, Zakiyah Zulfa, Yusriyah Rahmah, Chamdan Purnama, Dinda Fatmah, and Mirhamida Rahmah. “Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto).” *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT* 4, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.3081>.
- Rahmah, Zakiyah Zulfa, Yusriyah Rahmah, Chamdan Purnama, Dinda Fatmah, and Mirhamida Rahmah. “Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto).” *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT* 4, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.3081>.
- Sukmawati, Sukmawati, St. Hijrah Alfiani, Naim Irmayani, and Rahmat. “Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Olahan Ikan Di Desa Galeso.” *Nobel Community Services Journal* 5, no. 1 (2025): 43–51. <https://doi.org/10.37476/ncsj.v5i1.5273>.
- Waqfin, Mohammad Saat Ibnu, Sindi Ramania Wulandari, Fenti Mamluatut Tifliya, Susi Indrayani, Wahyudi Wahyudi, and Muhamad Khoirur Roziqin. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang.” *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (2021): 155–59. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2112.