

Pemberdayaan UMKM Perikanan Melalui Pelatihan Manajemen Rantai Pasok dan Digital Marketing di Desa Sekotong, Lombok Barat



Nurul Hikmah ^{a,1,*}, Marwan Safari ^{b,2}

^a Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

^b Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

¹ nrl.hikmah@gmail.com; Marwan.safari@gmail.com

*Corresponding Author

ABSTRACT

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM sektor perikanan dalam pengelolaan rantai pasok serta pemasaran digital di Desa Sekotong, Kabupaten Lombok Barat. Program dilaksanakan melalui pelatihan partisipatif, pendampingan lapangan, dan evaluasi pre-post untuk mengukur peningkatan kemampuan manajerial dan pemanfaatan platform digital, melibatkan 25 pelaku usaha mikro selama empat minggu. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman manajemen stok, pencatatan keuangan sederhana, serta penggunaan media sosial untuk promosi, dengan nilai rata-rata keterampilan digital yang meningkat dari 56,4 menjadi 84,2 pada skala 0–100. Dampak sosial-ekonomi juga terlihat dari kenaikan omzet pelaku UMKM sebesar 15–20% dalam dua bulan setelah program berjalan, sekaligus menunjukkan meningkatnya kemandirian dalam pengelolaan informasi produk, penetapan strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital guna memperluas jangkauan pasar. Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik dengan pendekatan lokal mampu meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat pesisir dan memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekosistem UMKM perikanan di wilayah tersebut.

Article History

Received 2025-10-03

Revised 2025-10-06

Accepted 2025-11-23

Keywords

UMKM perikanan Rantai pasok
Digital marketing
Pemberdayaan Ekonomi Sekotong

Copyright © 2024, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Sektor perikanan di Indonesia bukan hanya berkontribusi terhadap ketahanan pangan nasional, tetapi juga menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat pesisir melalui keberadaan UMKM perikanan. Pelaku UMKM perikanan terutama di daerah pesisir mampu menyediakan mata pencaharian, memperkuat pendapatan rumah tangga, dan menjaga keberlanjutan mata pencaharian lokal (Wulandari, Abadi, Zahra, & Syahputra, 2023). Namun, banyak UMKM perikanan menghadapi tantangan struktural: keterbatasan kemampuan manajemen rantai pasok, distribusi, dan akses pasar, sehingga potensi besar ini belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, intervensi pemberdayaan melalui pelatihan dan pendampingan manajemen serta pemasaran digital menjadi sangat penting untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM (Syahputra, Aulia, Annisa, Pamungkas, & Adib, 2023).

Manajemen rantai pasok (supply chain management / SCM) pada sektor perikanan memainkan peran strategis dalam memastikan kualitas produk, efisiensi distribusi, dan daya saing usaha. Studi kasus pada industri tuna di Aceh menunjukkan bahwa integrasi SCM, dengan proses supply-chain terstruktur, meningkatkan fleksibilitas, efisiensi, dan kualitas output; namun praktik ini sering terhambat oleh keterbatasan finansial, keahlian, dan infrastruktur pada usaha kecil. Sebagai contoh, faktor seperti keterbatasan modal, pengetahuan SCM, dan infrastruktur menjadi penghambat utama dalam penerapan SCM yang efektif di skala kecil. Oleh karena itu, penerapan pelatihan dan pendampingan manajemen rantai pasok menjadi strategi krusial untuk memberdayakan UMKM perikanan di komunitas pesisir.

Selain aspek rantai pasok, perkembangan teknologi digital dan platform daring membuka peluang baru bagi UMKM perikanan untuk memperluas akses pasar, mempromosikan produk, dan meningkatkan efisiensi pemasaran. Transformasi digital ini dapat membantu mengatasi keterbatasan pasar lokal, memperluas jangkauan konsumen, dan meningkatkan visibilitas produk perikanan (Yapanto, 2025). Di samping itu, studi empiris menunjukkan bahwa literasi digital dan akuntansi (pencatatan keuangan sederhana) bersama dengan digital marketing secara signifikan meningkatkan kinerja serta keuntungan UMKM perikanan. Namun, adopsi digital belum merata: banyak pelaku usaha masih terbatas dalam literasi digital, akses internet, dan integrasi antara manajemen usaha dan pemasaran daring (Tingga, Ujianto, & Budiarti, 2025).

Dalam konteks lokal di Indonesia, pendekatan pemberdayaan yang menggabungkan pelatihan manajemen rantai pasok dan digital marketing belum banyak dieksplorasi secara empiris terutama di daerah luar Jawa seperti Nusa Tenggara Barat (NTB). Sebagian besar literatur fokus pada digital marketing, literasi akuntansi, atau optimasi rantai pasok secara terpisah. Misalnya, penelitian di Nusa Penida menunjukkan bahwa digitalisasi melalui pembuatan website membantu UMKM produk olahan ikan memperluas pasar. Sementara itu, intervensi di wilayah pesisir lain lebih banyak berfokus pada pelatihan manajemen dasar dan pemasaran tradisional. Karena itu, masih sedikit penelitian yang mengevaluasi secara simultan dampak kombinasi pelatihan rantai pasok dan digital marketing pada UMKM perikanan di daerah pesisir NTB sehingga area ini menjadi celah penelitian dan praktik yang relevan.

Posisi geografis dan karakteristik sosial-ekonomi komunitas pesisir seperti di Desa Sekotong, Lombok Barat membuat intervensi pemberdayaan menjadi sangat kontekstual. Desa pesisir sering menghadapi keterbatasan akses infrastruktur, modal, dan informasi pasar, sehingga pendekatan partisipatif dan lokal yang menghormati budaya, kapasitas, dan kondisi komunitas menjadi penting untuk keberhasilan pemberdayaan. Pendekatan semacam ini memungkinkan pelaku UMKM untuk mengadopsi praktik terbaik secara bertahap, dengan pendampingan langsung dan penyesuaian sesuai kebutuhan nyata di lokasi. Pendekatan ini juga memungkinkan adaptasi terhadap kondisi sosial-budaya dan ekonomi lokal, sehingga intervensi lebih relevan dan berkelanjutan.

Penting pula untuk melihat pemberdayaan UMKM dari perspektif pembangunan ekonomi lokal dan keberlanjutan. Dalam kerangka ekonomi biru (blue economy), pelaku UMKM perikanan di komunitas pesisir memiliki potensi untuk mendukung pengembangan ekonomi kelautan yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis komunitas lokal. Terminologi “blue-marketing” telah dikemukakan sebagai strategi untuk memadukan nilai keberlanjutan laut, kekayaan lokal, dan pemasaran modern bagi MSMEs kelautan. Dengan demikian, pemberdayaan yang menggabungkan rantai pasok yang efisien dan pemasaran digital membantu UMKM perikanan untuk tidak hanya bertahan, tetapi tumbuh dalam kerangka ekonomi lokal berkelanjutan.

Dengan latar belakang tersebut, inisiatif pelatihan partisipatif dan pendampingan untuk pelaku UMKM perikanan di Desa Sekotong meliputi manajemen rantai pasok, pencatatan sederhana, stok, distribusi, serta pelatihan digital marketing dan pemanfaatan platform daring menjadi relevan dan strategis. Kegiatan semacam ini bisa menutup gap antara praktik tradisional dan kebutuhan pasar modern, serta memperkuat kapasitas lokal untuk bersaing. Intervensi semacam ini berpotensi menciptakan transformasi nyata dalam daya saing usaha dan kesejahteraan komunitas. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kombinasi literasi digital dan akuntansi serta pemasaran daring dapat meningkatkan kinerja UMKM perikanan secara signifikan. Namun, masih minim bukti empiris untuk konteks daerah seperti Lombok Barat, dengan karakteristik pesisir dan potensi perikanan yang khas. Oleh karena itu, dokumentasi dan analisis dari program pemberdayaan di Desa Sekotong akan memberi kontribusi penting baik secara akademis maupun praktis dalam memahami efektivitas intervensi semacam ini di komunitas pesisir di Indonesia.

Dengan demikian, artikel ini bertujuan menghadirkan pengalaman pelaksanaan program pemberdayaan UMKM perikanan melalui pelatihan manajemen rantai pasok dan digital marketing di Desa Sekotong, Lombok Barat serta mengevaluasi dampak terhadap kapasitas manajerial, literasi digital, dan kinerja usaha. Melalui analisis pre-post intervensi dan data kuantitatif serta kualitatif, penelitian ini diharapkan memberikan bukti bahwa model

pemberdayaan kontekstual dan partisipatif dapat meningkatkan daya saing ekonomi pesisir dan menjadi rujukan bagi intervensi serupa di wilayah pesisir lain di Indonesia.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas (*community-based participatory approach*), yang menekankan keterlibatan aktif pelaku UMKM perikanan dalam setiap tahapan program. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik masyarakat pesisir yang membutuhkan model pemberdayaan kontekstual, adaptif, dan berorientasi pada pemecahan masalah nyata di lapangan. Model ini sering digunakan dalam program peningkatan kapasitas UMKM di daerah pesisir karena mampu mendorong perubahan perilaku, kolaborasi, serta keberlanjutan program setelah intervensi berakhir.

1. Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di Desa Sekotong, Kecamatan Sekotong, Kabupaten Lombok Barat, yang merupakan salah satu sentra perikanan tradisional di NTB. Pelaksanaan berlangsung selama empat minggu, terdiri dari sesi pelatihan di ruang kelas desa, pendampingan lapangan pada unit UMKM peserta, serta evaluasi di akhir program.

2. Peserta Kegiatan

Peserta kegiatan berjumlah 25 pelaku UMKM perikanan, terdiri dari nelayan kecil, pengolah hasil perikanan, dan pedagang ikan lokal. Pemilihan peserta dilakukan melalui koordinasi dengan pemerintah desa dan kelompok nelayan, dengan kriteria:

- 1) Berstatus sebagai pelaku usaha aktif.
- 2) Memiliki kemauan mengikuti seluruh rangkaian pelatihan.
- 3) Berpotensi mengembangkan usaha melalui peningkatan manajemen rantai pasok dan pemasaran digital.

3. Desain Kegiatan

Program dirancang menggunakan tiga komponen utama:

a. Pelatihan Partisipatif (Classroom Training)

Fokus pada peningkatan kapasitas manajerial melalui materi:

- manajemen rantai pasok perikanan (pencatatan stok, pengendalian persediaan, alur distribusi),
- pencatatan keuangan sederhana berbasis buku kas,
- pelatihan digital marketing (pemanfaatan WhatsApp Business, Facebook, Instagram, dan marketplace).

Metode pelatihan dilakukan melalui ceramah interaktif, studi kasus lokal, diskusi kelompok, dan simulasi penggunaan platform digital.

b. Pendampingan Lapangan (Field Mentoring)

Pendampingan dilakukan secara langsung pada unit usaha peserta untuk membantu implementasi:

- pembenahan alur stok dan pencatatan,
- penyusunan alur rantai pasok sederhana,
- pembuatan konten promosi digital (foto produk, caption, jadwal unggahan),
- optimalisasi katalog digital dan strategi posting.

c. Evaluasi Kemampuan (Pre-Post Test)

Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan kapasitas peserta, meliputi:

- pengetahuan manajemen stok,
- pemahaman rantai pasok,
- keterampilan digital (ujicoba aplikasi),
- frekuensi penggunaan platform digital untuk promosi.

4. Instrumen Pengumpulan Data

- 1) Instrumen yang digunakan meliputi:
- 2) Kuesioner pre-post (tes objektif 20 item).
- 3) Lembar observasi lapangan untuk menilai praktik pencatatan stok, proses distribusi, dan aktivitas promosi digital.
- 4) Wawancara singkat untuk menangkap persepsi dan kendala peserta.
- 5) Dokumentasi foto dan aktivitas digital sebagai bukti implementasi.

5. Teknik Analisis

Analisis data dilakukan secara kuantitatif deskriptif dan kualitatif:

- Kuantitatif: perbandingan nilai pre-post menggunakan persentase peningkatan kemampuan (skala 0–100).
- Kualitatif: analisis tematik hasil wawancara dan observasi untuk melihat perubahan perilaku manajerial dan digital peserta.

6. Indikator Keberhasilan Program

Indikator keberhasilan meliputi:

- Peningkatan nilai rata-rata kemampuan manajemen dan digital minimal 20 poin dari skor awal.
- Seluruh peserta mampu membuat minimal 3 konten pemasaran digital.
- Peningkatan praktik pencatatan stok dan alur rantai pasok pada usaha peserta.
- Adanya peningkatan aktivitas promosi digital dalam dua minggu terakhir program.
- Dampak awal pada omzet atau jangkauan pasar (indikator sosial-ekonomi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan manajemen rantai pasok di Desa Sekotong menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM perikanan sebelumnya belum memiliki pemahaman yang memadai terkait penyusunan alur distribusi produk, pengendalian stok, dan prosedur penjaminan kualitas. Temuan awal melalui pre-test menunjukkan bahwa hanya 32% peserta yang mampu menjelaskan tiga komponen dasar rantai pasok, yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan, dan distribusi. Setelah mengikuti sesi pelatihan yang terdiri dari materi kelas, simulasi, serta studi kasus berbasis kondisi lokal Sekotong, capaian pengetahuan meningkat menjadi 87%, ditunjukkan dengan kemampuan peserta menyusun rancangan alur pasok sederhana untuk usaha masing-masing. Hal ini memperlihatkan bahwa metode partisipatif efektif meningkatkan pemahaman teknis UMKM pesisir. Selain itu, peserta juga mampu mengidentifikasi titik-titik kritis pada rantai pasok mereka, seperti tingginya tingkat kehilangan ikan (losses) pada tahap penyimpanan awal. Dengan pemahaman baru ini, para pelaku UMKM dapat mengevaluasi praktik operasional mereka secara lebih terstruktur sehingga mendorong efisiensi produksi.

Kapasitas pencatatan keuangan sederhana juga mengalami peningkatan signifikan setelah pelatihan. Pada tahap awal, hanya 28% peserta yang mampu membuat pemisahan antara biaya tetap, biaya variabel, dan pendapatan bulanan. Kondisi ini umum terjadi pada UMKM pesisir, mengingat sebagian besar pelaku usaha menjalankan bisnis secara turun-temurun tanpa dokumentasi akuntansi. Setelah sesi praktikum pencatatan manual dan digital menggunakan template keuangan sederhana, tingkat pemahaman meningkat menjadi 81%. Selain itu, 19 dari 25 peserta mulai menggunakan format pencatatan harian yang diberikan fasilitator. Dampak awal terlihat dari kemampuan peserta menghitung margin keuntungan secara lebih akurat. Sebagai contoh, sebelumnya sebagian peserta tidak memasukkan biaya penyusutan peralatan, sehingga estimasi keuntungan sering tidak realistis. Dengan kemampuan akuntansi sederhana ini, UMKM dapat merencanakan pembelian bahan baku, menetapkan harga jual lebih kompetitif, dan menilai kelayakan ekspansi usaha.

Pada aspek pemasaran digital, pelatihan menunjukkan dampak paling signifikan. Nilai rata-rata keterampilan digital peserta meningkat dari 56,4 menjadi 84,2 setelah empat minggu

pelatihan intensif. Indikator peningkatan mencakup kemampuan membuat konten promosi, penggunaan fitur insight media sosial, pemanfaatan aplikasi desain sederhana, serta teknik pengambilan foto produk menggunakan ponsel. Sebanyak 22 peserta berhasil membuat akun bisnis di platform seperti Facebook Page dan Instagram Business, sementara 12 peserta mulai menggunakan WhatsApp Business dengan katalog produk terstruktur. Data monitoring yang dilakukan dua minggu setelah pelatihan menunjukkan peningkatan rata-rata interaksi konten hingga 145%, terutama pada postingan yang menggunakan teknik foto yang diajarkan. Hal ini membuktikan bahwa peningkatan kualitas visual memiliki pengaruh besar dalam memperluas jangkauan promosi UMKM perikanan.

Implementasi digital marketing tidak hanya berdampak pada peningkatan promosi, tetapi juga pada perluasan pasar. Berdasarkan data evaluasi pascapelatihan, 15 peserta melaporkan menerima pembeli baru dari luar wilayah Sekotong, termasuk dari Gerung, Lembar, dan sebagian Kota Mataram. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat mengatasi keterbatasan geografis yang sebelumnya menjadi kendala utama UMKM pesisir. Selain itu, peningkatan omzet sebesar 15–20% dalam dua bulan pascapelatihan menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki dampak nyata terhadap pendapatan. Peserta yang paling aktif mengunggah konten dan menggunakan fitur promosi berbayar skala kecil (Rp20.000–30.000) bahkan melaporkan peningkatan omzet hingga 27%. Fakta ini menegaskan bahwa strategi pemasaran berbasis digital memberikan nilai tambah signifikan dibandingkan pemasaran tradisional mulut ke mulut yang selama ini menjadi praktik umum masyarakat pesisir.

Dari sisi manajemen stok, pelatihan berhasil membantu peserta mengurangi tingkat kerugian produk (losses). Data observasi lapangan menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, tingkat kehilangan bahan baku mencapai 12–18% akibat penanganan pascapanen yang kurang tepat, terutama pada proses pendinginan. Setelah peserta diperkenalkan pada teknik penyimpanan sederhana seperti penggunaan es curah berlapis atau prinsip "first in, first out" (FIFO), tingkat loss menurun menjadi 6–9%. Walaupun belum ideal, pencapaian ini menunjukkan bahwa intervensi kecil pada prosedur operasional dapat menghasilkan peningkatan efisiensi yang nyata. Peserta juga menyadari pentingnya menjaga kualitas sejak tahap awal pengolahan karena kualitas produk sangat memengaruhi harga jual dan daya saing, terutama untuk produk ikan segar dan olahan ringan seperti abon dan kerupuk ikan.

Efektivitas pelatihan juga terlihat dari perubahan perilaku manajerial peserta. Sebelum program, sebagian besar UMKM beroperasi tanpa perencanaan harian maupun target mingguan. Setelah program pendampingan, 17 dari 25 peserta mulai menyusun rencana produksi mingguan berdasarkan data permintaan, ketersediaan bahan baku, dan aktivitas pemasaran digital mereka. Selain itu, peserta lebih disiplin dalam mengatur waktu pengolahan agar sesuai dengan jadwal distribusi, sehingga keterlambatan pengiriman menurun sekitar 30%. Perubahan perilaku ini menunjukkan bahwa pemberdayaan tidak hanya terkait peningkatan pengetahuan teknis, tetapi juga transformasi mindset pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara profesional dan terstruktur.

Dari perspektif sosial ekonomi, program ini memberikan kontribusi signifikan bagi penguatan ekonomi keluarga pesisir. Berdasarkan wawancara tindak lanjut, mayoritas peserta menyatakan bahwa peningkatan omzet membantu memenuhi kebutuhan rumah tangga, terutama biaya pendidikan dan konsumsi harian. Selain itu, keterlibatan perempuan dalam proses digital marketing meningkat cukup besar, dengan 8 dari 25 UMKM kini mempercayakan aktivitas promosi kepada anggota keluarga perempuan berusia 18–30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM berpotensi membuka ruang partisipasi ekonomi baru bagi kelompok muda dan perempuan, yang merupakan indikator penting dalam pembangunan inklusif di kawasan pesisir.

Secara keseluruhan, hasil program menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dengan pendampingan langsung sangat efektif untuk konteks UMKM perikanan di Desa Sekotong. Kombinasi antara peningkatan kapasitas manajemen rantai pasok dan adopsi digital

marketing menghasilkan penguatan usaha yang menyeluruh, baik pada aspek produksi maupun pemasaran. Dampak positif yang muncul dalam kurun waktu relatif singkat memperlihatkan bahwa UMKM pesisir memiliki potensi besar untuk berkembang apabila diberi intervensi yang tepat, akses informasi, dan dukungan berkelanjutan. Oleh karena itu, keberhasilan program ini dapat menjadi model bagi pemberdayaan UMKM perikanan di wilayah pesisir lain di Lombok Barat maupun daerah Indonesia lainnya yang memiliki karakteristik serupa.

KESIMPULAN

Untuk menjaga keberlanjutan dampak program pemberdayaan UMKM perikanan di Desa Sekotong, diperlukan pendampingan lanjutan yang lebih terstruktur, khususnya dalam hal manajemen rantai pasok dan pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan. Pemerintah desa, dinas terkait, serta perguruan tinggi dapat membentuk forum atau kelompok kerja UMKM perikanan yang bertugas melakukan monitoring rutin terhadap perkembangan usaha peserta. Selain itu, penyediaan sarana pendukung seperti cold storage skala kecil, akses internet yang stabil, serta pelatihan tambahan terkait standar keamanan pangan akan membantu UMKM meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar. Program lanjutan juga perlu fokus pada integrasi digital marketing dengan platform e-commerce lokal maupun nasional agar UMKM dapat mengoptimalkan peluang penjualan secara lebih kompetitif.

Dari perspektif penguatan kapasitas internal, peserta UMKM di Sekotong disarankan untuk terus menerapkan pencatatan keuangan sederhana, analisis permintaan, dan perencanaan produksi mingguan agar pola manajerial yang diperoleh selama pelatihan tidak berhenti pada jangka pendek. Penguatan kolaborasi antarpelaku usaha juga penting, sehingga mereka dapat membangun jaringan pemasaran kolektif, melakukan pembelian bahan baku bersama, serta berbagi pengetahuan terkait teknik produksi dan pemasaran. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi berkala setiap tiga hingga enam bulan guna menilai efektivitas implementasi pengetahuan yang telah diberikan. Dengan kombinasi dukungan eksternal dan komitmen internal, UMKM perikanan di Desa Sekotong berpotensi menjadi model pengembangan ekonomi pesisir yang berkelanjutan dan lebih berdaya saing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemerintah desa Sekotong dan seluruh masyarakat Desa Sekotong, Lombok Barat, atas dukungan dan partisipasinya selama pelaksanaan kegiatan. Kami juga berterima kasih kepada seluruh peserta UMKM perikanan yang telah bersedia meluangkan waktu dan sumber daya untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan. Apresiasi khusus disampaikan kepada tim pendamping lapangan dan fasilitator baik dari Universitas Mataram maupun Politeknik Negeri Lombok yang telah bekerja keras menyelenggarakan pelatihan, mendampingi pelaku UMKM, serta membantu pengumpulan dan analisis data. Tanpa kontribusi dan kebersamaan semua pihak, program ini tidak akan terlaksana dengan baik.

REFERENSI

- Br. Silaban, Y. F., Hendrik, & Yolandika, C. (2023). Analysis of supply chain pattern and added value of processed catfish (*Clarias sp*) agroindustry in Hangtuah Village, Perhentian Raja Sub-district, Kampar Regency, Riau Province. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*. <https://doi.org/10.31258/>
- Giyanti, R., Nurmandi, A., & Mutiarin, D. (2023). Digital transformation of micro, small, and medium enterprises (MSMEs): Strengthening supply chain performance through technology adoption. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 30(1), 45–60. <https://doi.org/10.1108/JABES-04-2022-0064>
- Kartikasari, L., Qomaruddin, M., & Indriastuti, M. (2024). Training and mentoring on supply

- chain finance for smoked fish SMEs in Rowosari District, Kendal Regency. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, v5(i2). <https://doi.org/10.32815/jpm.v5i2.1413>
- Malik, J., & Kristiana, H. (2025). Sustainability strategy for small-scale fisheries management: Case study in Semarang City coastal, Indonesia. *Jurnal Pengelolaan Perikanan Tropis*, 5(2). <https://doi.org/10.29244/jppt.v5i2.34761>
- Manalu, D. S., Maula, I., Deanova, N. A., Gunawan, P. L., Siallagan, T. C., De Al Varoziq, A., & Lutfiah, N. F. (2024). Analisis rantai pasok budidaya ikan lele pada UMKM Easy Farm Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas dan Digital*, 1(3), 82–93. <https://doi.org/10.61132/jukerdi.v1i3.160>
- Mutiara, J., Sari, W., Nainggolan, D., Rosmawati, R., Kabbani, S. H., Fitri, Y. A., Saqina, A. P., & Maharani, A. D. (2025). Strategi pemberdayaan SDM untuk meningkatkan efisiensi rantai pasok perikanan skala kecil di Kelurahan Galang Baru, Kecamatan Galang, Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 4(2). <https://doi.org/10.36352/j-pis.v4i2.1177>
- Pratiwi, A. I., Melati, & Aisyah, S. (2022). Optimaslisasi Supply Chain Management Produk Olahan Ikan Hasil Tangkap di Kabupaten Labuhanbatu. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(1), 80–85. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v2i1.3025>
- Ramadhani, M. A., Bachtiar, I., & Sabian, S. A. (2025). Penguatan supply chain management untuk keberlanjutan perikanan tangkap di Provinsi Jawa Tengah. *JUPITER: Journal of Computer & Information Technology*, 6(1). <https://doi.org/10.53990/jupiter.v6i1.412>
- Riani, M. U., Rahmawati, H., Adawyah, R., & Zaidan, M. D. (2024). Pembuatan website UMKM Puspita Sari sebagai sarana promosi produk olahan perikanan. *Aquana: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.20527/aquana.v5i1.78>
- Yapanto, L. M. (2025). Sistem pemasaran produk perikanan di era digital. *Abdurrauf Science and Society*, 1(3), 483–486. <https://doi.org/10.70742/asoc.v1i3.254>