

Pelatihan Teknologi Digital untuk Optimalisasi Produksi dan Pemasaran Pempek oleh Kelompok PKK Desa Ruhgemuk, Deli Serdang

Digital Technology Training for the Optimization of Pempek Production and Marketing by the PKK Group of Ruhgemuk Village, Deli Serdang

Furqan Khalidy^{*1}, Saiful Amir², Mardiah³, Muhammad Khaibar Putra Aditia⁴, Nurul Ajima Ritonga⁵, Fatimah Pohan⁶, Fajar Candra Hakiki Simamora⁷, Nuri Ramadhan⁸, Zon Sahora Ritonga⁹

¹ Program Studi Ilmu Komputer/Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara

² Program Studi Teknik Informatika/Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara

^{3,4} Program Studi Sistem Informasi/Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara

^{5,6,7} Program Studi Manajemen/Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara

^{8,9} Program Studi Pendidikan Sekolah Dasar/Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara

*e-mail: furqankhalidy@gmail.com¹, saifulamir39@gmail.com²,

mardiahindin23@gmail.com³, ibaradithia94@gmail.com⁴, ajimarietonga94@gmail.com⁵,

fatimahpohan1967@gmail.com⁶, bungfajar21@gmail.com⁷, nuhriramadhan@gmail.com⁸,

zon.saroha@yahoo.com⁹

Abstrak

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh tim dosen dari Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara. Kegiatan ini bertema "Pelatihan Teknologi Digital untuk Optimalisasi Produksi dan Pemasaran Pempek oleh Kelompok PKK Desa Ruhgemuk, Deli Serdang" Tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK, dalam menggunakan teknologi digital guna memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk pempek. Metode Pelaksanaan dilakukan dengan melalui beberapa tahapan yakni: persiapan, pelaksanaan di lapangan dan evaluasi. Hasil kegiatan yang dilakukan melalui pre-test menunjukkan hanya 25% peserta paham teknologi digital sebagai media pemasaran, dan post test menunjukkan 100% peserta memahami manfaat teknologi digital, 92% mengenal platform pemasaran, dan 85% mampu mengaplikasikannya. Sedangkan keterampilan praktis menunjukkan peserta mahir menggunakan media sosial (Instagram, WhatsApp Business) untuk pemasaran, termasuk unggah produk dan simulasi pengiriman. Pelatihan berhasil meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran online ibu-ibu PKK Desa Ruhgemuk. Peningkatan signifikan terlihat dari hasil evaluasi pre-test dan post-test, serta kemampuan praktis peserta dalam menggunakan platform digital. Pelatihan ini tidak hanya berhasil meningkatkan literasi digital, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam memberdayakan ibu-ibu PKK Desa Ruhgemuk untuk beradaptasi dengan era digital. Dengan keterampilan baru ini, diharapkan produksi dan pemasaran pempek mereka dapat dioptimalkan, sehingga membuka peluang ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat setempat.

Kata kunci: Pelatihan, Digital, Pemasaran, Pempek

Abstract

Community Service (PKM) was carried out by a team of lecturers from Nahdlatul Ulama University of North Sumatra. This activity, titled "Digital Technology Training for the Optimization of Pempek Production and Marketing by the PKK Group of Ruhgemuk

Village, Deli Serdang," aimed to improve the digital skills of the community, specifically the PKK women, to expand their market and increase the competitiveness of their pempek products. The implementation was conducted in several stages: preparation, field execution, and evaluation. The results showed a significant improvement. A pre-test revealed that only 25% of participants understood digital technology as a marketing tool, but a post-test showed that 100% of participants understood the benefits, 92% were familiar with marketing platforms, and 85% were able to apply them. In terms of practical skills, participants became proficient in using social media platforms like Instagram and WhatsApp Business for marketing, including uploading products and simulating shipping. The training successfully improved the digital literacy and online marketing skills of the PKK women in Ruhgemuk Village. The significant increase was evident from the pre-test and post-test results, as well as the participants' practical ability to use digital platforms. This training not only enhanced digital literacy but also made a real contribution to empowering the PKK women to adapt to the digital era. With their new skills, it is hoped that their pempek production and marketing will be optimized, opening up wider economic opportunities for the local community.

Keywords: *Training, Digital, Marketing, Pempek*

1. PENDAHULUAN

Di era teknologi sekarang ini, model bisnis baru muncul sebagai inovasi dari pemasaran konvensional bergeser ke pemasaran modern menggunakan media digital (Ayuni & Cangara, 2019). Proses jual beli konvensional yang mengharuskan penjual dan pembeli harus bertatap muka kini mampu dimediasi oleh media digital sehingga menghasilkan tren pemasaran baru. Munculnya online shop, grup dagang online, platform e-commerce, dan model e-business lainnya adalah bukti bahwa masyarakat saat ini menginginkan kemudahan dalam upaya mendapatkan apa yang diinginkan (Oribel et al., 2022). Selain itu, pemasaran digital juga dapat memberikan kesempatan bagi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk berkompetisi dengan perusahaan besar secara biaya rendah, serta mencapai target pasar yang lebih luas tanpa batasan lokasi (Astuti et al., 2015). Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi pelaku usaha, terutama bagi industri kecil dan menengah, untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta meng-optimalkan kualitas produk. Salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk memanfaatkan teknologi digital adalah industri pengolahan makanan berbasis komunitas, seperti Korket dan Pempek.

Indonesia dapat meningkatkan jumlah wirausahawan dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang melimpah, salah satunya melalui pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di sektor kuliner (Erti, 2023). Usaha kecil dan menengah adalah salah satu pilar penting perekonomian Indonesia. Saat krisis 1998, Usaha kecil dan menengah terbukti menjadi penyelamat ekonomi, sehingga kini mendapat perhatian besar dari pemerintah (Candra et al., 2024). Mengembangkan potensi pariwisata dan memperkuat usaha kecil dan menengah merupakan strategi utama dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah (Fitria et al., 2024). Pemanfaatan sumber daya laut, khususnya ikan, dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai jual tinggi, seperti pempek. Pempek adalah hidangan tradisional yang dikenal luas dan menjadi ikon

kuliner Kota Palembang. Menurut Zuhro, pempek dapat dikategorikan sebagai gel ikan, mirip dengan hidangan populer di negara lain seperti otak-otak atau kamaboko di Jepang. Mengingat popularitasnya yang terus meningkat, jumlah usaha pempek pun semakin bertambah, menunjukkan potensi besar produk ini sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, pengembangan UKM pempek tidak hanya membantu mengurangi angka pengangguran, tetapi juga mempromosikan kekayaan kuliner daerah ke tingkat nasional bahkan internasional (Zuhrohaina et al., 2024).

Menurut BNPB Padang 2014, pada prinsipnya semua jenis ikan baik ikan tawar maupun ikan laut bisa dipakai untuk membuat empek, tetapi ikan laut lebih amis baunya. Pada umumnya bahan baku ikan yang pembuatan digunakan dalam empek-empek menggunakan bahan baku daging ikan yang berwarna putih seperti halnya daging ikan tenggiri dan ikan belida yang dapat menghasilkan cita rasa, aroma, dan warna yang menarik pada produk akhir, namun karena ketersediaan ikan yang semakin menurun ikan yang digunakan untuk pembuatan empek-empek menjadi lebih bervariasi. Oleh karena itu, diperlukannya diversifikasi pangan dengan memanfaatkan jenis ikan lain yang tingkat ketersediaannya terbilang tinggi, mudah didapatkan dengan harga yang relatif murah seperti ikan air tawar yang terbilang cukup mudah ditemukan. Proses pengolahan berbagai jenis ikan menjadi empek-empek ini juga ditujukan untuk memperpanjang umur simpan ikan, karena ikan memiliki sifat mudah rusak, oleh sebab itu diperlukan alternative pengolahan ikan menjadi produk makanan salah satunya yaitu Empek (Astuti et al., 2015).

Desa Ruhgemuk merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Patai Labu Kabupaten Deli Serdang yang wilayahnya langsung berbatasan langsung dengan laut Malaka, Sebahagian masyarakat desa bermatapencaharian sebagai petani dan nelayan. Berdasarkan data BPS Kabupaten Deli Serdang tahun 2023 berjumlah 2690 jiwa yang tersebar ke berbagai dusun. Selain pengelolaan Ikan Asin, prodak local dari masyarakat desa salah satunya adalah Empek yang bahan dasarnya Ikan Tenggiri. Menurut hasil wawancara dengan warga desa yang berprofesi sebagai nelayan Ikan Tenggiri cukup mudah di temukan dan pada umumnya hasil tangkapn ikan tersebut berkisar 5-10 Kg di tambah dengan jenis ikan yang lainnya.

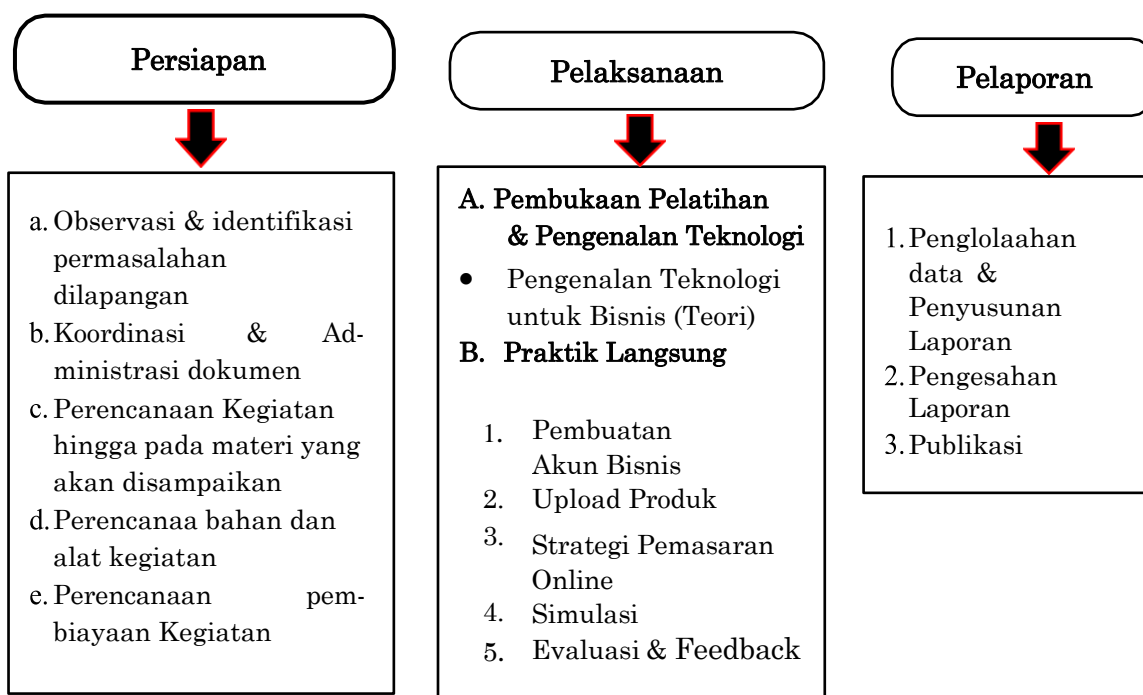
Berdasarkan pengamatan di Desa Ruhgemuk, terdapat tantangan utama terkait rendahnya literasi digital dan keterbatasan pemasaran produk pempek, meskipun memiliki potensi besar. Masyarakat, yang mayoritas berprofesi sebagai petani dan nelayan, masih bergantung pada metode konvensional dalam memasarkan produk olahan ikan mereka, seperti pempek, sehingga jangkauan pasarnya terbatas. Oleh karena itu, diperlukan sebuah program pelatihan yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital untuk mengoptimalkan produksi dan pemasaran. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan literasi digital masyarakat, mengajarkan strategi pemasaran online, dan membantu memperluas akses pasar agar produk pempek Desa Ruhgemuk memiliki daya saing yang lebih

tinggi. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan dapat terjadi pemberdayaan ekonomi komunitas yang berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat setempat.

2. METODE

Tahapan Kegiatan

Proses pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, dimulai dari, persiapan, obeservasi, pelakssanaan hingga pada tahap pelaporan. Berikut diagram alur tahapan kegiatan:



Gambar 1. *Flow chart* kegiatan

Metode Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan menggunakan beberapa metode yakni: Paparan Presentasi dan Diskusi



Gambar 2. Pemaparan materi dan diskusi bersama peserta

Fasilitator memberikan pemaparan mengenai konsep dasar teknologi digital, pentingnya digitalisasi dalam usaha, dan potensi pasar yang dapat dicapai melalui teknologi. Presentasi ini akan mencakup pengenalan alat-alat digital yang relevan untuk produksi dan pemasaran. Selanjutnya, peserta dibagi ke dalam kelompok-kelompok kecil untuk membahas tantangan yang mereka hadapi dalam bisnis pempek, terutama dalam penerapan teknologi digital. Fasilitator akan memandu diskusi untuk menggali solusi yang tepat berdasarkan kebutuhan komunitas.

Metode Demonstrasi dan Praktik Langsung



Gambar 3. Sesi demonstrasi dan praktik

Peserta akan dipandu secara langsung dalam praktik penggunaan teknologi digital yang berkaitan dengan pemasaran, seperti pembuatan akun di platform e-commerce, manajemen toko online, strategi promosi melalui media sosial (seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business). Peserta akan melakukan simulasi cara mengelola penjualan secara online, mulai dari pembuatan akun di marketplace, upload produk, hingga proses pengelolaan pesanan dan pengiriman barang.

Untuk hasil dari pelaksanaan kegiatan pelatihan peserta akan dievaluasi untuk mengukur pemahaman mereka terhadap materi yang disampaikan. Evaluasi ini dilakukan melalui koeisoner yang telah di buat dan umpan balik secara langsung terkait implementasi teknologi digital yang sudah dipraktikkan. Selanjutnya Peserta diberikan kesempatan untuk merefleksikan pengalaman mereka selama pelatihan, mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperbaiki, serta memberikan masukan mengenai metode pelatihan yang diterapkan. Hal ini membantu penyelenggara untuk meningkatkan kualitas pelatihan di masa depan.

Denah Lokasi Kegiatan

Lokasi kegiatan berada di Desa Ruhgemuk Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Jarak Lokasi kegiatan dari Kampus Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera ± 39.6 KM yang dapat di tempuh dengan waktu 1 jam 30 Menit. Berikut denah lokasi kegiatan:



Gambar 4. Peta lokasi kegiatan

Terdapat rute perjalanan darat dari Kampus Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara menuju Desa Ruhgemuk, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang. Jarak tempuh sekitar 39,6 km dan dapat ditempuh dalam waktu kurang lebih 1 jam 2 menit. Rute utama yang dilalui adalah Jalan Besar Desa Rugemuk.

Metode Evaluasi Kegiatan

Untuk mengetahui feedback dari peserta kegiatan di perlukan pengukuran. Pengukuran tersebut digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman dan kebermanfaatan terhadap kegiatan yang diadakan. Pengukuran digunakan dengan menggunakan koesioner yang disebar ke masing-masing peserta. Selain pengukuran dengan menggunakan koesioner diperlukan juga data berupa hasil wawancara dan narasi yang ditulis pada bagian koesioner. Jumlah peserta yang mengikuti dalam kegiatan ini berjumlah 27 orang yang secara keseluruhan adalah ibu-ibu PKK.

Tabel 1. Operasional

No	Deskripsi	No Kuesioer
1	Evaluasi Materi Pelatihan	1, 2, dan 3
2	Evaluasi Fasilitator	4, 5 dan 6
3	Evaluasi Metode Pelatihan	7, 8 dan 9
4	Evaluasi Manfaat Pelatihan	10, 11, dan 12

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Indikator dari keberhasilan pengabdian ini adalah kemampuan peserta kegiatan PKM dalam penggunaan Teknologi Digital dalam memasarkan produk pempek. Instrumen yang digunakan untuk melihat sejauh mana peserta

memahami tema kegiatan dilakukan dengan pemberian kuesioner dan melakukan wawancara.



Gambar 5. Pengisian kuesioner untuk *pre-test* oleh peserta

Untuk mengukur pemahaman peserta akan kegiatan PKM maka diberikan soal- soal untuk mengukur wawasan pengetahuan peserta mengenai penggunaan Teknologi Digital dalam memasarkan produk pempek. Hasil pertanyaan *pre-test* terlihat pada Tabel 1.

Tabel 2. Tingkat Pemahaman Peserta saat *pre-test*

No	Pertanyaan	Iya	Tidak
1	Apakah ibu tahu tehnologi digital dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran produk?	7	20
2	Apakah ibu tahu media apa saja yang bisa digunakan dalam optimlisasi pemasaran produk?	10	17
3	Apakah ibu tahu cara menggunakan teknologi digital sebagai pemasaran bisnis?	3	24

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat pemahaman peserta mengenai Pemanfaatan teknologi digital untuk optimalisasi produksi dan pemasaran pempek dari hasil *pre-test*. Pertanyaan 1 yang menjawab tahu sebanyak 25% sedangkan yang menjawab tidak tahu sebanyak 75%. Pertanyaan 2 yang menjawab tahu sebanyak 37% sedangkan yang menjawab tidak tahu sebanyak 63%. Pertanyaan 3 yang menjawab tahu sebanyak 11%, dan yang menjawab tidak tahu sebanyak 89%. Ini menunjukkan masih banyak peserta belum mengetahui Pemanfaatan teknologi digital untuk optimalisasi produksi dan pemasaran pempek.

Kegiatan PKM yang telah dilaksanakan memberikan dampak yang signifikan dalam peningkatan pemahaman peserta tentang pemanfaatan teknologi digital untuk optimalisasi produksi dan pemasaran pempek pada kelompok PKK di Desa Ruhgemuk Deli Serdang. Adapun untuk mengevaluasi pemahaman peserta setelah kegiatan sosialisasi diberikan pertanyaan yang sama saat diakhir kegiatan (*post-test*). Evaluasi *pre-test* dan *post-test* merupakan metode yang kuat untuk menilai efektivitas program pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan serta pemahaman peserta mengenai topik yang diajarkan (Lestari, M., dkk. 2020). Hasil

pertanyaan *post-test* terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Pemahaman Peserta saat posttest

No	Pertanyaan	Iya	Tidak
1	Apakah ibu tahu teknologi digital dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran produk?	27	0
2	Apakah ibu tahu media apa saja yang bisa digunakan dalam optimisasi pemasaran produk?	25	2
3	Apakah ibu tahu cara menggunakan teknologi digital sebagai pemasaran bisnis?	23	4

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat pemahaman peserta mengenai Pemanfaatan teknologi digital untuk optimalisasi produksi dan pemasaran pempek telah meningkat yang terlihat dari hasil *post-test*. Pertanyaan 1 yang menjawab tahu sebanyak 100% sedangkan yang menjawab tidak tahu tidak ada. Pertanyaan 2 yang menjawab tahu sebanyak 92% sedangkan yang menjawab tidak tahu sebanyak 8%. Pertanyaan 3 yang menjawab tahu sebanyak 85%, dan yang menjawab tidak tahu sebanyak 15%. Ini menunjukkan hampir semua peserta mengetahui Pemanfaatan teknologi digital untuk optimalisasi produksi dan pemasaran pempek. Peningkatan pemahaman ini mengindikasikan keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan.



Gambar 6. Pengisian kuesioner untuk *post-test* oleh peserta

Pembahasan

Berdasarkan hasil evaluasi ditemukan fakta bahwa :

- a. Peserta memahami teknologi digital sangat efektif dalam optimalisasi produksi dan pemasaran pempek, hal ini juga didukung dengan hasil wawancara bahwa peserta menjelaskan materi yang dipaparkan sangat jelas, lengkap dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami.
- b. Peserta memahami dengan mudah penjelasan yang disampaikan oleh pemateri, dari hasil wawancara yang dilakukan peserta sangat puas dengan penjelasan yang disampaikan fasilitator, Fasilitator juga

memberikan jawaban solutif atas pertanyaan- pertanyaan dari peserta.

- c. Peserta antusias selama penyampaian materi dan diskusi berlangsung, hal ini dibuktikan dengan partisipasi aktif peserta dalam merespon fasilitator, berdasarkan hasil wawancara juga ditemukan bahwa peserta mampu mengikuti metode yang digunakan.
- d. Peserta mahir dalam menggunakan media sosial seperti Facebook, Whatsapp dan istagram sebagai media pemasaran produk. Hal ini juga dibuktikan dengan hasil wawancara bahwa peserta sudah bisa menggunakan beberapa platform media sosial sebagai sarana pemasaran produk mpek-mpek, mulai dari mendownload aplikasi, memasukkan produk ke etelase sampai simulasi packing dan pengiriman.

Melalui pelatihan ini diharapkan peserta kegiatan yaitu ibu-ibu PKK di Desa Ruhgemuk Deli Serdang mengetahui pemanfaatan teknologi digital untuk optimalisasi produksi dan pemasaran pempek dan juga produk usaha lainnya, sehingga para peserta kedepannya dapat mengembangkan tehnik pemasaran dengan platform bisnis digital. Pelatihan yang fokus pada pengalaman langsung dan simulasi bisnis digital dapat secara substansial meningkatkan kepercayaan diri serta kemampuan peserta dalam menerapkan pengetahuan yang didapat (Putra, A. R., dkk. 2022).



Gambar 7. Penutupan kegiatan pelatihan teknologi digital

4. KESIMPULAN

Hasil evaluasi dari kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) yang dilakukan bersama ibu-ibu PKK di Desa Ruhgemuk, Deli Serdang, menunjukkan bahwa kegiatan ini sukses dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi digital untuk mendukung produksi dan pemasaran pempek. Sebelum kegiatan, pemahaman peserta mengenai penggunaan media digital masih tergolong rendah, tetapi setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan yang signifikan seperti yang terlihat dari hasil pre-test dan post-test. Materi yang disampaikan secara jelas, metode pelatihan yang mudah diikuti, serta

keterampilan fasilitator dalam memberikan jawaban yang solutif membuat peserta merasa puas dan dapat memahami materi dengan baik. Semangat peserta terlihat sangat tinggi selama acara, yang tercermin melalui keterlibatan aktif dalam sesi diskusi serta praktik langsung. Selanjutnya, peserta dapat mempraktikkan pemanfaatan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram sebagai alat pemasaran, mulai dari proses pengunduhan aplikasi hingga simulasi pemasaran, pengemasan, dan pengiriman produk. Oleh karena itu, program PKM ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan praktis peserta, serta memberikan efek positif pada pengoptimalan pemasaran produk pempek melalui teknologi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung terselenggaranya pelatihan ini, termasuk para peserta yang dengan antusias mengikuti kegiatan ini, para fasilitator, dan pemerintah daerah yang memberikan dukungan penuh. Semoga pelatihan ini menjadi langkah awal yang positif untuk kemajuan bersama dan memberikan manfaat yang nyata bagi perkembangan usaha pempek berbasis komunitas di Desa Ruhgemuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuni, Q., Cangara, H., A. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan *The Influence Of Digital Media Use On Sales Level Of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur*. Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik Vol. 23 No.2. Access: The Influence Of Digital Media Use On Sales Level Of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur | JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK (Kominfo.Go.Id)
- Felicia Oribel, Dkk. Optimalisasi Media Promosi Digital Sebagai Strategi Pemasaran Wisata Terpadu UMKM Kendangsari, Surabaya. Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat. Vol. 5 No. 2, Mei 2022. Access. OPTIMALISASI MEDIA PROMOSI DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN WISATA TERPADU UMKM KENDANGSARI, SURABAYA | Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat (Unram.Ac.Id)
- Lili Erti Dkk. 2023, Peningkatan Pendapatan Melalui Usaha Ekonomi Pembuatan Empek Empek Berbasis Ikan Patin di Kelurahan Labuh Baru Timur Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru. Jurnal Review. Vol. 7 No. 1 2023. Access. PENINGKATAN
- Pendapatan Melalui Usaha Ekonomi Melalui Pembuatan Empek-Empek Berbasis Ikan Patin Di Kelurahan Labuh Baru Timur Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru | Diklat
- Review : Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan (Kompetif.Com)
- Maya Puji Astuti, Dkk. Karakteristik Empek-Empek Dengan Berbagai Jenis Ikan Air Tawar. Jurnal Agribisnis Perikanan. Volume 8, Issue 1, May 2015, Pages

- 50-59. Access. Karakteristik Organoleptik Dan Kimia Produk Empek-Empek Ikan Cakalang
- Badan Pusat Statistik Deli Serdang Dalam Angka 2023. Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang (Bps.Go.Id)
- Astuti, S. (2020). Strategi Pemasaran Digital Untuk UKM Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Digital*, 5(2), 78-90.
- Wulandari, A., & Saputro, R. (2021). Peningkatan Literasi Digital Masyarakat Pedesaan Melalui Pelatihan E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-45.
- Framuditya Bagas Saputra, (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*. Vol.1,No.3 Juni 2023. Acces: <https://E-Journal.Nalanda.Ac.Id/Index.Php/Jkpu/Article/View/199>
- Djuhria Wonggo Dan Albert Royke Reo (2018). Diversifikasi Produk Olahan Ikan Di Kelurahan Tongkeina Kecamatan Bunaken Kota Manado. *Jurnal Media Teknologi Hasil Perikanan* Vol. 6, No. 3, Agustus 2018. Access: <https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Jmthp/Article/View/21263>
- Putra, A. R., & Rahmawati, E. (2022). Efektivitas Metode Pelatihan Berbasis Praktik Dalam Peningkatan Keterampilan Wirausaha Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 56-67.
- Lestari, M., & Wijaya, B. (2020). Pengukuran Efektivitas Pelatihan Dengan Pendekatan Pre-Test Dan Post-Test. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, 4(2), 87-99.
- Candra, D. G. A., Meiditra, I., Sofiati, E., Putra, B. P., Pratama, M. H., & Afrianto, N. (2024). Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Shopee Sebagai Media Promosi Pada Toko Jual Buku Sastra (JBS) Yogyakarta. *SMART HUMANITY : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 212–219. <https://doi.org/10.70427/Sh.V1i4.131>
- Fitria, I., Salsabila, A., Ardenta, Y. R., Wanta, F. I., Zulaikah, E. L., Jannah, W., ... Abdallah, B. N. (2024). Pengembangan Potensi Pariwisata Dan Pemberdayaan UMKM Di Kelurahan Teritip Kota Balikpapan. *SMART HUMANITY : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 204–211. <https://doi.org/10.70427/Sh.V1i4.140>