
PENGUATAN KAPASITAS KELOMPOK USAHA IKAN ASIN MELALUI DIGITAL MARKETING DI LIMA ULU PALEMBANG

Wahidin

Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Candradimuka Palembang, Indonesia

Email: wahidin@stisipolcandradimuka.ac.id

Keywords

Capacity building, Salted fish business group, Digitization

Abstract

Salted fish processing businesses still experience limited knowledge and cannot be optimized to be developed, in addition to raw materials imported from sungsang village still lacking and also limited business capital. This is due to the weak capacity of business groups in utilizing processed salted fish products and accessing the market, so it is necessary to increase digital marketing knowledge and skills. The purpose of this research is to produce creative and innovative salted fish processing business groups in developing processed salted fish products. In addition, this research aims to build a business group that is independent, able to manage limited capital effectively, and remains productive and sustainable. Furthermore, this research also seeks to make the salted fish processing business group in Lima Ulu a pioneer of independent businesses known to the public as a producer of superior salted fish processed fish typical of Palembang City. In this study using qualitative methods, the research subjects amounted to 20 people. The data used comes from primary and secondary data obtained from observations, interviews and field documentation. The results of its development have not shown a positive contribution to strengthening the capacity of business groups in the fields of economy, science, skills and socio-culture. Other positive contributions include increasing insight into processing salted fish into high-selling value products, the use of hygienic raw materials accepted by the market, and the creation of jobs for women fish cleaning workers in Lima Ulu Village, Palembang.

Kata Kunci

Penguatan kapasitas, Kelompok usaha ikan asin, Digitaliasasi

Abstrak

Usaha pengolahan ikan asin masih mengalami keterbatasan pengetahuan dan belum bisa optimal untuk dikembangkan, selain bahan baku yang didatangkan dari desa sungsang masih kurang dan juga modal usaha terbatas. Hal ini disebabkan oleh lemahnya kapasitas kelompok usaha dalam memanfaatkan hasil olahan ikan asin dan mengakses pasar, sehingga diperlukan peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital marketing. Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan kelompok usaha pengolah ikan asin yang kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk olahan ikan asin. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk membangun kelompok usaha yang mandiri, mampu mengelola modal terbatas secara efektif, serta tetap produktif dan berkelanjutan. Selanjutnya, penelitian ini juga berupaya menjadikan kelompok usaha pengolah ikan asin di Lima Ulu sebagai pelopor usaha mandiri yang dikenal masyarakat sebagai produsen olahan ikan asin unggulan khas Kota Palembang. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, subjek penelitian berjumlah 20 orang. Data yang digunakan bersumber dari data primer dan sekunder yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi lapangan. Hasil perkembangannya belum menunjukkan kontribusi positif bagi penguatan kapasitas kelompok usaha di bidang ekonomi, ilmu pengetahuan, keterampilan dan sosial budaya. Kontribusi positif lainnya meliputi peningkatan wawasan dalam mengolah ikan asin menjadi produk bernilai jual tinggi, pemanfaatan bahan baku higienis yang diterima pasar, serta penciptaan lapangan kerja bagi perempuan pekerja pembersih ikan di Kelurahan Lima Ulu, Palembang.

Corresponding Author: Wahidin

E-mail: wahidin@stisipolcandradimuka.ac.id



PENDAHULUAN

Provinsi Sumatera Selatan merupakan wilayah yang luas terdiri dari beberapa daerah Kota dan Kabupaten yaitu Palembang, Prabumulih, Pagar Alam, Lubuk Linggau dan wilayah kabupaten adalah Ogan Ilir, Ogan Komering Ilir, OKU, OKU Selatan, OKU Ulu Timur, Muara Enim, Lahat, Empat Lawang, Musi Rawas, Musi Rawas Utara, Musi Banyuasin, Banyuasin, PALI. Berdasarkan data statistik dari Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan tahun 2023 menunjukkan angka 86.771.68, dan luas Kota Palembang memiliki luas daerah 352,51 (Km²) lebih luas dari wilayah Kabupaten Ogan Komering Ilir. Jumlah penduduk Kota Palembang berdasarkan hasil proyeksi sensus penduduk tahun 2023, bahwa penduduk Kota Palembang pada tahun 2023 berjumlah 1.772.492.0 jiwa yang tersebar dalam rumah tangga yang terdiri dari 865.942.0 adalah laki-laki dan 863.604.0 perempuan (BPS, 2023). Kegiatan kelompok usaha pengolahan ikan asin sudah menjadi pekerjaan rutinitas dalam keseharian para pekerja ibu rumah tangga dipinggiran sungai Musi Kelurahan Lima Ulu Palembang terutama saat pengolahan dari awal proses membersihkan ikan, pengeringan ikan hingga pemasaran produk. Hal ini memungkinkan dilakukan oleh para pekerja pembersih ikan karena tempat usaha pengolahan ikan berdekatan dengan tempat tinggal para pekerja (Imron, 2024). Kegiatan pengolahan ikan asin ini dapat menghasilkan produk ikan asin yang berkualitas hingga laku dipasaran (Sirait & Manik, 2024). Target hasil produksi hanya dipasarkan dalam pasar lokal dalam bentuk kering, pengolahannya masih sangat tradisional dan kurang higienis, serta belum berorientasi pasar nasional, utamanya pasar online (Abidin et al., 2022). Jika dikelola dengan baik, usaha pengolahan ikan asin memiliki potensi untuk berkembang sebagai sumber pendapatan alternatif bagi masyarakat di Lima Ulu, Palembang. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa perkembangan usaha ini masih belum optimal akibat ketergantungan pada ketersediaan bahan baku dan keterbatasan akses pasar.

Hal tersebut diakibatkan karena lemahnya pengetahuan dan ketrampilan kelompok usaha tentang pemanfaatan sumber pembelajaran dari media sosial dari hasil pengolahan ikan untuk dikenalkan ke pasaran online, utamanya produksi ikan asin yang kering dan siap jual (Mardatillah, 2021). Bagi kelompok pekerja pengolah ikan asin tidak memiliki kesempatan untuk mencari solusi mengenai permasalahan yang dihadapi, terutama suplai bahan baku masih terbatas dan informasi pemasaran hasil olahan juga masih bersifat lokal, maka dari itu penguatan kapasitas melalui pembelajaran pemanfaatan media sosial yang tepat dan memperoleh informasi pasar nasional sangatlah dinantikan di kelompok pengolahan ikan asin ini (Rahmania & Darma, 2023).

Disisi lain potensi pengembangan ekonomi masyarakat yang bertempat tinggal di kawasan tepian sungai Musi Kelurahan 5 Ulu ini semakin berkembang termasuk kegiatan ekonomi kreatif kampung sentra ikan asin Palembang di Kelurahan 5 Ulu yang merupakan kampung yang menghasilkan olahan makanan ikan asin menggunakan ikan kepala batu dari daerah Sungsang, saat ini terdapat 20 Agen produksi ikan asin dikawasan tersebut (Utomo et al., 2024). Pengelolaan usaha produksi ikan asin adalah cara pengawetan ikan yang telah kuno, tetapi saat ini masih banyak dilakukan orang diberbagai negara. Di Indonesia, bahkan ikan asin masih menempati posisi penting sebagai salah satu bahan pokok kebutuhan hidup rakyat banyak. Meskipun ikan asin sangat memasyarakat, ternyata pengetahuan masyarakat mengenai ikan asin yang aman dan baik untuk dikonsumsi masih kurang (Rachman, 2020).

Skil keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pengolah ikan asin hanya bermodalkan pengalaman saja tanpa ada transfer teknologi yang tepat untuk berinovasi. Kemampuan pengolahan ikan menjadi produk olahan bernilai jual tinggi masih sangat minim, utamanya pengolahan terhadap hasil produksi untuk diberi *brand* (merek) siap dijual (Nanda Suryadi, 2023). Transfer pengetahuan pada buruh harian lepas penting untuk diberikan karena proses pembelajaran cara mengakses pasar lewat online dan akses pasar lainnya lebih mudah untuk direalisasikan oleh kelompok usaha ikan asin, tidak lagi hanya sebatas mengandalkan cara-cara lama dalam pemasaran ikan asin lewat pasar lokal, tetapi bisa menjangkau semua konsumen luar melalui pemanfaatan teknologi digital, disamping itu hal yang sangat penting dari output kegiatan ini, kelompok usaha dapat memasarkan produk olahannya secara berkelanjutan, sehingga hasil produksi dari kelompok usaha tetap berlanjut (Havizul et al., 2024).

Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok usaha khususnya di setra ikan asin Kelurahan Lima Ulu Palembang adalah yang pertama, masih ketergantungan ekonomi terhadap hasil produksi ikan asin semakin tinggi dan ketika cuaca tidak bersahabat para pekerja tidak bisa memperoleh hasil jemuran ikan yang berkualitas. Yang kedua, ketidak mampuan kelompok usaha dalam berinovasi

akbid masih lemahnya pengetahuan penggunaan teknologi. Ketiga, rendahnya kemampuan kelompok usaha dalam memasarkan ikan asin skala nasional diakbidkan karena minimnya pengetahuan dan pemahaman akses teknologi.

Meskipun terdapat kendala dalam mengikuti pelatihan digitalisasi, kelompok usaha ikan asin di Kelurahan Lima Ulu memiliki potensi SDM yang dapat mendukung pengembangan usaha. Antusiasme dan kedisiplinan mereka dalam pelatihan menunjukkan semangat untuk meningkatkan kualitas produksi. Digitalisasi menjadi penting karena dapat membantu mereka dalam mengolah ikan asin yang lebih berkualitas, memperluas akses pasar, serta mewujudkan Lima Ulu sebagai sentra ikan asin yang mandiri dan berdaya saing. Dengan beberapa potensi tersebut yang diyakini dapat berkembang pesat, jika diperkenalkan atau diberikan pelatihan digitalisasi dan inovasi pembelajaran teknis pengemasan serta pemasaran ke nasional maka kelompok usaha ikan asin kedepannya mampu mengembangkan potensi dan peluang diri yang dimilikinya oleh kelompok usaha. Terlaksananya kegiatan pelatihan digitalisasi bagi kelompok usaha ikan asin telah memberikan transfer teknologi dalam mengelola dan mengembangkan usaha ikan asin dari pengeringan dengan cara tradisional, harga relatif terjangkau atau murah, dan ramah lingkungan, serta memberikan ilmu baru mengenai cara pengolahan ikan dan tata cara mengakses pasar melalui media sosial online (Widyaningrum et al., 2022). Ikan-kan asin yang sudah diolah memiliki nilai jual ditingkat lokal, disamping jenis ikan yang sudah cocok untuk diolah menjadi ikan asin.

Cita-cita dan keinginan dari kelompok usaha ini sebagian besar telah terlaksana dengan baik dan sukses dalam pengembangannya, terlihat pada saat kelompok mengikuti acara pelatihan digitalisasi semua kelompok proaktif dalam kegiatan tersebut dalam menerima materi pembelajaran. Ikan sebagai bahan makanan yang mengandung protein tinggi dan mengandung asam amino esensial diperlukan oleh tubuh (Darawati et al., 2021). Mengonsumsi ikan sebanyak dua ons dalam sehari telah memenuhi separuh dari kebutuhan harian protein hewani, namun tidak hanya itu saja usaha kelompok tetap berlanjut hingga saat ini, yang ditunjukkan dengan berlanjutnya usaha memproduksi ikan asin memanfaatkan metode pengeringan higienis yang telah diuji cobakan (Nurjanati, 2021).

Topik kajian kegiatan pelatihan digitalisasi ini bertujuan, (1) menghasilkan kelompok yang terampil, kreatif dan inovatif dalam mengolah ikan asin, (2) mengembangkan kelompok usaha ikan asin yang pandai berwirausaha dengan modal usaha sedikit dan berkelanjutan, (3) Menjadikan kelompok usaha ikan asin sebagai pegerak ekonomi rumah tangga yang maju dan dan dikenal masyarakat umum sebagai agen produksi ikan asin yang berkualitas.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pelatihan digitalisasi ini dilaksanakan di Seberang Ulu I, Kota Palembang, selama satu bulan (September–Oktober 2014). Kelurahan Lima Ulu merupakan wilayah administratif di Kota Palembang yang memiliki usaha pengolahan ikan asin, dimulai dari perolehan bahan baku, pembersihan, pemberian garam, fermentasi dalam drum selama satu malam, penjemuran, hingga pengemasan dan pemasaran ke pasar lokal. Pelatihan ini melibatkan 20 peserta dari kelompok usaha ikan asin, yang memiliki tingkat pendidikan bervariasi (SD, SMP, dan SMA). Responden ditentukan melalui purposive sampling dengan kriteria inklusi: individu yang aktif dalam usaha pengolahan ikan asin, memiliki motivasi untuk mengikuti pelatihan, dan bersedia menerapkan digitalisasi dalam usahanya.

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan pedoman yang mencakup sekitar 10–15 pertanyaan terkait proses produksi, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Setiap wawancara berlangsung selama 30–45 menit. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan metode analisis tematik, meliputi reduksi data, kategorisasi, dan penarikan kesimpulan. Untuk meningkatkan validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yakni membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memastikan konsistensi temuan. Pelatihan digitalisasi terdiri dari dua kegiatan utama: sosialisasi penggunaan media sosial untuk pemasaran dan praktik pembuatan serta pengemasan ikan asin dan sambal ikan asin siap jual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penguatan kapasitas Individu dan kelompok melalui pelatihan sangatlah penting, menurut Mardikanto (2013:70) menjelaskan bahwa pengembangan kapasitas individu mau pun kelompok adalah segala upaya untuk memperbaiki atau mengembangkan mutu karakteristik pribadi agar lebih efektif dan efisien, baik di dalam entitasnya maupun dalam lingkup global. Penguatan kapasitas kelompok melalui berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan merupakan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat (Perkasa et al., 2022). Kegiatan pelatihan digitalisasi yang dilaksanakan di lima ulu kota Palembang dengan melibatkan kelompok sasaran dari total 20 kelompok pengolah ikan asin. Hal ini dilakukan agar terjadi sinergi antara kelompok tersebut. Tugas kelompok sasaran membuat produk ulahan yang siap jual dan belajar membuat facebook, instagram, shopee bagi kelompok untuk memasarkan produk ikan asin melalui media sosial. Pemanfaatan teknologi melalui media online untuk pemasaran secara nasional dan kemampuan kelompok mempertahankan kualitas produksi yang baik (Winarno et al., 2024). Dari hasil pelatihan digital diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Langkah pertama dalam tahap implementasi ini adalah memberikan saran kepada peserta UMKM tentang cara memperluas penggunaan pemasaran digital. Karena sebagai pelaku UMKM sangat membutuhkan perkembangan teknologi untuk membantu promosi produknya dan peserta terlihat sangat antusias untuk mengikuti kegiatan ini (Lesmanah et al., 2023). Masalah yang mendasari dilakukannya kegiatan ini adalah minimnya bahan baku yang tersedia untuk diolah menjadi ikan asin yang berkualitas dan siap jual. Masalah lain adalah minimnya pengetahuan dasar pekerja pembersih ikan dalam memanfaatkan media sosial dan masih kekurangan tempat media penjemuran karena lokasi penjemuran sangat terbatas sehingga memudahkan produknya dihinggapi lalat. Berbagai masalah tersebut menjadi alasan penting untuk melakukan kegiatan ini.

Luaran yang dihasilkan sesuai dengan rencana kegiatan adalah:

1. Menciptakan inovasi baru bagi kelompok usaha untuk membuat websait promosi usaha ikan asin melalui facebook, instagram, shopee online.
2. Pembuatan logo produk ikan asin dalam bentuk kemasan yang siap jual dan membuat sambal yang berbahan dasar ikan asin tanpa pengawet.

Kegiatan yang telah dilaksanakan antara lain:

1. Kegiatan Non Fisik

Pelaksanaan kegiatan non fisik meliputi sosialisasi, penyuluhan dan pembimbingan teknis sebagai sarana transfer informasi pengetahuan dan teknologi kepada kelompok sasaran. Metode pelaksanaan penyuluhan dan sosialisasi dilakukan secara kelompok. Materi yang diberikan berupa materi yang berkaitan dengan penerapan teknologi pengolahan, dan strategi pemasaran produk berikut:

- a) Strategi pemasaran ikan asin, baik ke lokal mau pun nasional dengan memanfaatkan teknologi facebook, instagram, shopee online
- b) Pengolahan ikan dari yang ulahan biasa menjadi produk unggulan yang banyak dimintai oleh masyarakat seperti inovasi ikan asin menjadi produk sambal dan menjadikan produk kemasan yang bermutu.
- c) Mendorong kelompok usaha ikan asin untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang ia dapatkan pada saat pelatihan.
- d) Mendorong untuk mendalami materi mengenai manajemen usaha dan pemasaran produk ikan asin yang benar dan berkelanjutan

Untuk memudahkan kelompok usaha ikan asin dalam memahami teknologi yang diperkenalkan kepadanya, baik kegiatan sosialisasi dan demonstrasi plot (Demplot) maka diberikan alat bantu berupa brosur, leaflet dan tata cara pemanfaatan media sosial.

2. Kegiatan Fisik

Pelaksanaan kegiatan fisik melalui pembuatan webset bersama dan pendampingan dengan pendekatan partisipatif. Beberapa hal yang dilakukan dalam kegiatan fisik adalah sebagai berikut:

- a) Simulasi penggunaan teknologi atau media sosial yang berbasis media online (facebook, Instagram, shopee online).
- b) Pengenalan cara pengemasan produk ikan asin kering dan sambal siap saji.
- c) Pembuatan ikan asin yang higienis.

- d) Metode atau cara membersihkan ikan yang tepat untuk diolah menjadi ikan asin.
- e) Strategi pemasaran produk melalui pasar lokal dan nasional.

Berdasarkan kegiatan non fisik dan fisik yang telah dilakukan, maka diperoleh pencapaian hasil dari kegiatan tersebut, diantaranya adalah pelaksanaan program dengan kondisi awal, yakni secara umum kelompok usaha ikan asin target tidak mengetahui cara yang benar dan higienis dalam mengolah ikan asin. Terus kelompok usaha ikan asin target kurang mengetahui metode pengemasan dan cara memasarkan produk hasil produksi kelompok skala nasional. Setelah kegiatan pelatihan digitalisasi ini maka beberapa indikator pencapaian target yang dihasilkan yaitu pertama, kelompok usaha ikan asin dapat mengetahui cara yang benar dan higienis dalam mengolah dan mengawetkan ikan asin dan kelompok usaha ikan asin target mengetahui dan terampil membuat produk olahan ikan asin menjadi menarik minat pembeli. Selain itu kelompok usaha ikan asin telah terampil dalam mengemas produk. Kemudian kelompok usaha ikan asin memiliki usaha memproduksi ikan asin dengan memanfaatkan media pengeringan yang telah diuji cobakan dan kelompok usaha juga mampu mengelola usaha yang terarah dan berorientasi pada keuntungan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, setelah diberikan pembelajaran mengenai teknologi digital untuk memperkenalkan produk secara online, kelompok usaha ikan asin menunjukkan kontribusi positif dalam bidang ekonomi kreatif, ilmu pengetahuan, dan keterampilan dalam mengemas produk menjadi brand yang diminati konsumen. Beberapa hasil pelatihan digital marketing yang berdampak positif adalah meningkatnya wawasan kelompok usaha dalam memanfaatkan hasil produksi ikan asin menjadi produk bernilai jual tinggi, serta kemampuan mengolah bahan baku dan melakukan penjemuran secara profesional dengan menjaga kualitas (higienis), yang mendukung peningkatan mutu produk untuk diterima di pasar lokal dan nasional. Selain itu, para pengusaha ikan asin juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan untuk ibu-ibu rumah tangga di wilayah Kelurahan Lima Ulu, memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar yang belum memiliki pekerjaan. Aktivitas usaha ini tidak hanya memberikan peluang pekerjaan, tetapi juga meningkatkan ekonomi rumah tangga serta mendukung program pemerintah kota dalam pengembangan kampung kreatif dan usaha kecil menengah (UKM). Penelitian ini berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam hal pengemasan dan pemasaran produk melalui alat digital, memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan usaha ikan asin di wilayah tersebut. Untuk memastikan keberlanjutan usaha, disarankan adanya peningkatan akses bahan baku ikan asin serta pelatihan berkelanjutan yang akan memperkuat penguasaan teknologi digital dan meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional.

BIBLIOGRAFI

- Abidin, Z., Utomo, W. S., Puspitasari, H. P., Zahra, N. M., Waluyo, E., & Intyas, C. A. (2022). *Mina Bisnis Olahan Rumpuk Laut*. Universitas Brawijaya Press.
- Darawati, M., Yunianto, A. E., Doloksaribu, T. H., & Chandradewi, A. (2021). Formulasi food bar berbasis pangan lokal tinggi asam amino esensial untuk anak balita stunting. *AcTion: Aceh Nutrition Journal*, 6(2), 163–172.
- Havizul, H., Firmansyah, F., & Mochamad, H. (2024). *Media Pembelajaran: Konsep, Evaluasi, dan Model Pengembangan*. Insight Mediatama.
- Imron, M. (2024). *Mengenal 5 Jenis Alat Penangkapan Ikan*. Deepublish.
- Lesmanah, U., Melfazen, O., & Yazirin, C. (2023). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Ikan Asin. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(4), 1719–1725.
- Mardatillah, A. (2021). *Manajemen Strategi Berbasis Intangible Assets (Sumber Daya Tidak Berwujud)*. Pustaka Aksara.
- Nanda Suryadi, S. (2023). *ANALISIS BAURAN PEMASARAN PRODUK PADA PENJUALAN IKAN KERING OLAHAN DI SENTRA PENGOLAHAN IKAN PASIE NAN TIGO*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
- Nurjanati, N. (2021). *ASUHAN KEBIDANAN CONTINUITY OF CARE PADA NY. D MASA KEHAMILAN SAMPAI DENGAN KELUARGA BERENCANA DI PMB ROHMATUL ASTRIANNA, STr. Keb*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Perkasa, D. H., Parashakti, R. D., Yuwono, I., & Kartika, D. (2022). Mengatasi Hambatan Pemberdayaan Kelompok Rintisan Kewirausahaan Berbasis Masyarakat Dan Kearifan Lokal.

- Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 54–60.
- Rachman, E. (2020). Pengelolaan Usaha Produksi Ikan Asin Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Nelayan di Desa Kalumbatan Kecamatan Totikum Selatan Kabupaten Banggai Kepulauan. *Publik*, 3(2), 77–85.
- Rahmaniah, H. M., & Darma, R. (2023). *Inklusivitas pada Usahatani Kakao*. Unhas Press.
- Sirait, D. E., & Manik, R. R. D. S. (2024). HUBUNGAN KARAKTERISTIK INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP TINGKAT KETERAMPILAN DAN PRODUKTIVITAS USAHA WANITA PENGOLAH IKAN ASIN PASCA COVID-19. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(3), 1907–1917.
- Utomo, A. L., Agustian, E., & Kospa, H. S. D. (2024). IDENTIFIKASI KARAKTERISTIK KAWASAN TEPIAN SUNGAI MUSI KOTA PALEMBANG (KASUS: KELURAHAN 5 ULU DAN 7 ULU). *Plano Madani: Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 13(1), 40–55.
- Widyaningrum, M. E., Evawati, D., Saputra, E., & Widiana, M. E. (2022). *Pemasaran Produk Terasi Nusantara*.
- Winarno, H., Raihanah, D. S., & Syadidah, I. F. (2024). Peran digitalisasi marketing dalam meningkatkan ekonomi daerah bagi pelaku usaha UMKM di Dalung Cipocok Jaya Serang. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 1, 105–115.