

Pendampingan Peningkatan Kapasitas Produksi dan Pemasaran Digital Nugget Ikan Kelompok PKK Kampung Matara Merauke

Prima Lestari Situmorang^{1*}, Desmina Kristiani Hutabarat²⁾, Najdah Thalib³⁾,

^{1,3}Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Musamus, Indonesia

²Peternakan, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Musamus, Indonesia

Email: primasitumorang@unmus.ac.id¹, desminakristianihutabarat@unmus.ac.id², najdahthalib@unmus.ac.id³

*Corresponding author: primasitumorang@unmus.ac.id

Abstrak

Kampung Matara di Distrik Semangga, Kabupaten Merauke, Papua Selatan, berada di tepi laut arafuru dan dialiri sungai Maro. Kondisi ini memberikan dampak terhadap potensi perikanan yang melimpah, terutama ikan Kuru. Mayoritas penduduknya merupakan suku Marind yang bekerja sebagai nelayan tradisional dengan penghasilan yang tidak menentu. Melimpahnya potensi alam berupa ikan, belum termanfaatkan secara optimal karena rendahnya kemampuan masyarakat asli dalam mengelola. Masyarakat dominan menjual ikan secara utuh saja, sebagian diolah untuk kebutuhan sehari-hari. Sejak 2024 mama-mama anggota PKK Kampung Matara mulai mengolah ikan yang tidak laku dijual menjadi nugget. Namun anggota PKK mengalami kendala dalam melakukan produksi nugget yang layak jual dan memasarkan secara konvensional. Berdasarkan keterbatasan tersebut maka tim pengabdian melakukan pendampingan dalam meningkatkan kemampuan anggota PKK memproduksi nugget yang memperhatikan standarisasi meliputi pemilihan ikan yang berkualitas, pencucian, pemotongan secara presisi. Selain itu, tim melakukan edukasi pemanfaatan media sosial untuk pemasaran secara digital. Kegiatan dilaksanakan dengan tiga tahap antara lain; (1) persiapan melalui observasi dan wawancara kebutuhan masyarakat, (2) pelatihan dan pendampingan dengan metode ceramah serta demonstrasi pembuatan dan pengemasan nugget ikan, dan (3) evaluasi melalui angket kepuasan peserta. Hasil kegiatan adalah peningkatan keterampilan anggota PKK dalam proses produksi, standarisasi bentuk dan kemasan, serta kemampuan memanfaatkan media sosial untuk promosi. Produk nugget ikan yang dihasilkan menjadi lebih menarik dan layak jual. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal dan digitalisasi pemasaran, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir di Kampung Matara.

Kata Kunci: Pendampingan, Nugget Ikan, Kapasitas Produksi, Pemasaran Digital

Abstract

Matara Village, located in Semangga District, Merauke Regency, South Papua, lies along the Arafura Sea and is crossed by the Maro River. This geographical condition contributes to abundant fisheries potential, particularly kuru fish. The majority of the population belongs to the Marind indigenous community, whom livelihoods primarily depend on traditional fishing with unstable income. Despite the availability of natural resources, local fisheries potential has not been optimally utilized due to limited processing skills among the indigenous community. Most residents sell fish in fresh form, while only a small portion is processed for daily household consumption. Since 2024, members of the Family Welfare Empowerment (PKK) group in Matara Village have begun processing unsold fish into fish

nuggets. However, they have faced challenges in producing marketable products and conducting conventional marketing. In response to these limitations, the community service team conducted assistance activities aimed at enhancing the production capacity of PKK members through standardized nugget processing, including the selection of high-quality fish, proper washing techniques, and precise cutting procedures. In addition, the team provided education on the utilization of social media as a digital marketing platform. The program was implemented in three stages: (1) preparation through field observation and needs-based interviews, (2) training and mentoring using lecture and demonstration methods for fish nugget production and packaging, and (3) evaluation through participant satisfaction questionnaires. The results of this activity include improving the skills of Family Welfare Movement (PKK) members in the production process, standardizing shapes and packaging, and leveraging social media for promotion. The resulting fish nuggets are more attractive and marketable. This activity is expected to be the first step in local economic empowerment and digital marketing, thereby improving the well-being of coastal communities in Matara Village.

Keywords: Assistance, Fish Nuggets, Production Capacity, Digital Marketing.

DOI: <https://doi.org/10.31943/abdi.v8i1.407>

A. Pendahuluan

Merauke merupakan ibukota Provinsi Papua Selatan yang memiliki potensi produksi ikan cukup tinggi karena letaknya yang merupakan dataran rendah, dikelilingi laut, dialiri sungai Maro dan rawa-rawa. Total produksi ikan di Kabupaten Merauke pada tahun 2024 terutama produksi ikan Gulamah sebanyak 47.762 kg dengan nilai produksi Rp 955.245.780 diikuti produksi Senangin sebanyak 217.667 kg dengan nilai produksi Rp 4.353.348.400 serta ikan kuru sebanyak 178.505 kg dengan nilai produksi Rp 3.570.091.980 .

Salah satu Kampung penyumbang produksi ikan di kota Merauke berasal dari Kampung Matara. Kampung ini terletak di Distrik Semangga kabupaten Merauke Papua Selatan. Matara ini merupakan jalur lintas menuju Pantai Anasai dan merupakan daerah Pengembangan Prioritas ekowisata baru yang sedang digalakkan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Kampung Kabupaten Merauke (Lestari et al., 2025). Namun, potensi alam yang melimpah dan lokasi yang strategis tersebut tidak sejalan dengan kondisi social ekonomi masyarakat yang mendiami kampung tersebut. Kampung tersebut masih jauh tertinggal dibanding kampung lain yang ada di sekitarnya(Lestari et al., 2025).

Salah satu upaya yang sedang dilaksanakan oleh Pemerintah Kampung saat ini adalah dengan menggerakkan tim PKK Kampung Matara. Tim PKK mengolah ikan menjadi beberapa produk olahan dan salah satunya adalah nugget. Selama ini produk nugget yang dihasilkan digunakan sebagai konsumsi apabila ada kegiatan

atau pertemuan di Kampung, dijual di kantin sekolah dan di daerah pantai Anasai. Berdasarkan hasil observasi tim ditemukan bahwa nugget yang diolah belum memiliki standarisasi produksi yang layak jual. Ikan yang diolah belum dipotong presisi, belum dikemas dengan layak, dan dijual secara konvensional.

Kampung Matara memiliki potensi yang besar. Selain hasil laut yang melimpah, Kampung ini sudah memiliki akses internet yang memadai, berada di kawasan wisata populer Merauke sehingga ramai dikunjungi, jarak yang cukup dekat dari pusat kota Merauke. Namun, masyarakat belum mampu memanfaatkan seluruh potensi tersebut dengan baik. Diperlukan pendampingan untuk memberdayakan masyarakat lokal khususnya mama-mama.

Pemberdayaan merupakan salah satu solusi pengolahan sumber daya alam (Pangestika et al., 2021; Wahyuni, 2018; Widjajanti, 2011) Pada tahun 2024 lalu, tim dosen berkesempatan mengunjungi Kampung Matara dan menemukan berbagai masalah seperti Potensi alam belum dikelola dengan baik. Salah satu ikan yang banyak dihasilkan oleh nelayan adalah ikan Kuru. Ikan ini masih hanya sebatas dijual utuh dengan harga murah dan untuk dikonsumsi pribadi bahkan saat hasil tangkapan berlimpah, sering sekali ikan dibiarkan saja di Pantai karena harga yang tidak masuk akal dan masyarakat nelayan merasa rugi untuk membawa pulang ke rumah.

Sebagai nelayan tradisional, masyarakat menggantungkan perekonomiannya dari hasil laut. Istri yang tidak bekerja dan tidak memiliki pemasukan lain. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 7 Tahun 2007, salah satu tugas pokok PKK adalah membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai kegiatan produktif. Salah satunya adalah pengembangan usaha mikro dan kecil yang sering kali dikelola oleh ibu-ibu rumah tangga (Masrun et al., 2023; Situmorang et al., 2025; Wahyuni, 2018). Saat ini, Kelompok PKK masih memproduksi nugget ikan dan menjadi salah satu produk unggulan kelompok PKK ini. Mama-mama menjual nugget ikan kepada anak-anak sekolah, terkadang di kantin, dan kepada masyarakat sekitar (Lestari et al., 2025).

Nugget ikan diproduksi dengan alat yang terbatas dan belum memiliki standarisasi baik dari bentuk, kemasan, dan ukuran. Selain itu, nugget yang

dihasilkan masih sebatas dikemas biasa. Makanan dalam bentuk beku merupakan upaya pengawetan alami sehingga makanan tahan lama (Sukiman et al., 2022). Pengemasan juga tidak belum tepat sehingga menyimpan udara di dalam produk saat dikemas. Hal ini menyebabkan nugget ikan tidak tahan lama dan sulit disimpan dalam kondisi beku.

Pemasaran merupakan Upaya mempromosikan produk kepada masyarakat luas (Hyronimus et al., n.d.; Mahwati et al., 2024; Munawaroh & Jacob, 2020). Dalam hal memasarkan produk, Kelompok PKK ini juga kesulitan. Penjualan dengan mengandalkan masyarakat sekitar membuat usaha ini sulit berkembang dan terancam terputus. Kondisi pangsa pasar yang kecil ini menyebabkan kelompok PKK sulit meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi dan mempromosikan produknya lebih luas (Lestari et al., 2025; Mahwati et al., 2024; Tawakkal & C, 2022)

Kampung Matara selain memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah dan letak yang strategis, juga sudah memiliki jaringan internet yang stabil dan cukup dekat dengan pusat kota. Sehingga potensi ini dapat diolah lebih baik lagi apabila dilakukan pendampingan berkelanjutan melalui peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran secara digital (Lestari et al., 2025). Sehingga produk ini semakin layak jual dan dikenal masyarakat Merauke secara luas. Berdasarkan hasil observasi tim ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh anggota PKK saat ini adalah sebagai berikut ini:

1. Kelompok PKK Kampung Matara saat ini sudah memiliki usaha pembuatan nugget ikan namun diproduksi dengan alat yang sangat sederhana, belum dikemas dengan baik, belum memiliki PIRT sehingga masih jauh dari standar layak jual.
2. Nugget yang diproduksi masih sebatas dikonsumsi dan dijual kepada masyarakat sekitar akibatnya produk sulit dikenal oleh masyarakat dan memiliki pangsa pasar yang kecil sehingga sulit berkembang.
3. Anggota PKK Kampung Matara tidak mampu memanfaatkan internet secara maksimal untuk mempromosikan produk yang dihasilkan.

Berdasarkan permasalahan di atas maka tim menawarkan solusi berupa pendampingan peningkatan kapasitas produksi dan kemampuan pemasaran digital

dalam kepada mama-mama anggota kelompok PKK Kampung Matara sehingga produk nugget ikan yang dihasilkan diolah dengan lebih baik dan menjangkau pemasaran yang lebih luas.

B. Metode

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh Tim Pengabdian dari program studi Pendidikan Ekonomi, Peternakan, dan Manajemen Pemasaran dari Universitas Musamus di Kampung Matara Merauke di bulan Agustus - Oktober 2025. Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Kampung Matara. Peserta kegiatan ini adalah anggota PKK Kampung Matara yang berjumlah 10 orang. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan 3 tahap sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap 1 yaitu tahap persiapan yang bertujuan untuk melakukan survey lokasi dan SDA, serta mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi. Pada tahap ini dilakukan observasi dan wawancara kepada Kepala Kampung dan masyarakat Matara. Observasi merupakan suatu pengamatan atau teknik yang dilakukan dengan mengadakan suatu pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis. Menurut (Ginting & Ruzikna, 2024) sementara Wawancara adalah bentuk pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan dalam pertemuan tatap muka. (Rahmawati & Suranto, 2024).

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Tahap 2 yaitu tahap pelaksanaan dengan Sosialisasi, Penerapan Pelatihan, pendampingan. Tahap Pertama pada saat pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sosialisasi dengan menggunakan metode ceramah. Sosialisasi merupakan penyampaian informasi, pemahaman, dan edukasi kepada individu atau kelompok masyarakat mengenai suatu program, kebijakan, kegiatan, atau pengetahuan tertentu agar mereka mengetahui, memahami, dan bersedia terlibat secara aktif (Alifa & Zahidi, 2024; Sukiman et al., 2022). Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode ceramah merupakan metode pembelajaran yang menyampaikan materi secara lisan berupa ide, prinsip dan informasi mengenai sebuah topik kepada peserta kegiatan dengan tujuan menyampaikan informasi ilmiah atas permasalahan yang dihadapi dan pandangan secara teoritis (Situmorang & Kaize, 2024;

Supriatnaningsih, 2021). Tahap Kedua yaitu penerapan pelatihan dilaksanakan dengan demonstrasi Sementara demonstrasi adalah metode praktik langsung kepada peserta kegiatan (Pangestika et al., 2021; Thalib et al., 2024). Pada tahap akhir maka tim akan melakukan pendampingan pelaksanaan kegiatan kepada peserta pelatihan.

3. Tahap Evaluasi Program Kegiatan

Tahap 3 adalah tahap evaluasi berupa evaluasi kegiatan dan survey kepuasan peserta kegiatan melalui kegiatan wawancara dan pengisian angket kepuasan . Angket merupakan sejumlah butir pernyataan yang dimanfaatkan untuk melakukan pengukuran beberapa kategori seperti keterampilan, pengetahuan atau tingkat inteligensi, kemampuan atau bakat yang dimiliki oleh individu atau kelompok (Karlina, Taena La, 2023). Wawancara merupakan penyampain berbagai butir pertanyaan yang diajukan secara verbal kepada orang yang dianggap memiliki kemampuan dalam menyebarkan informasi atau penjelasan berbagai hal yang dipandang penting untuk diketahui. Dalam pengabdian ini, wawancara dilakukan kepada ketua PKK Kampung Matara.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal kegiatan ini, tim yang akan melaksanakan kegiatan pengabdian, terlebih dahulu melaksanakan survey ke lokasi sasaran yaitu di Kampung Matara. Meskipun kegiatan ini merupakan kegiatan lanjutan dari pengabdian sebelumnya, tim tetap melakukan wawancara dan observasi langsung untuk mengetahui perkembangan kegiatan PKK. Pada tahap ini juga tim melakukan wawancara terkait kebutuhan anggota PKK. Pada tahap persiapan ini, tim yang akan melakukan pendampingan mendapatkan informasi bahwa kegiatan pembuatan nugget ini mengalami hambatan, kegiatan operasional berhenti karena minimnya pendanaan, susahnya pemasaran, dan rendahnya komitmen anggota PKK dalam melaksanakan program yang sudah ditentukan. Tim menemukan fakta bahwa salah satu tantangan yang dihadapi karena pekerjaan utama para mama-mama yang harus membantu suami mereka untuk menangkap ikan di laut.



Gambar 1. Pelaksanaan Survey Awal Kegiatan

Pada Gambar 1 merupakan kegiatan survey di atas, tim pengabdian menyampaikan tujuan pelaksanaan kegiatan. Tim mengumpulkan perwakilan PKK Kampung Matara dan melakukan komunikasi awal terkait kegiatan pendampingan peningkatan kapasitas produksi dan upaya memasarkan produk secara digital yang akan dilaksanakan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan 2 metode antara lain: metode ceramah dan metode demonstrasi. Tahap awal di kegiatan ini, dilakukan ceramah tentang tujuan pelaksanaan kegiatan serta pentingnya memahami tahapan produksi dan pemasaran digital secara tepat.



Gambar 2. Ceramah Awal Kegiatan Pelaksanaan Pendampingan

Gambar 2 menunjukkan ketua tim pengabdian melakukan sosialisasi pentingnya pentingnya melaksanakan kegiatan produksi nugget dengan memperhatikan langkah awal berupa pemilihan ikan yang tepat, pencucian ikan dengan air bersih, pembersihan dan pemisahan ikan dengan duri secara teliti, mengukus secara tepat, dan memotong nugget dengan bentuk yang lebih presisi dengan menggunakan alat potong sederhana.



Gambar 3. Penyampaian Materi Ceramah Peningkatan Kapasitas Produksi

Selanjutnya pada Gambar 3, anggota tim pengabdian melakukan ceramah mengenai pentingnya memasarkan produk secara digital. Peserta diperkenalkan media sosial *facebook* yang merupakan salah satu media sosial yang paling populer digunakan masyarakat Kota Merauke sehingga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi.



Gambar 4. Penyampaian Materi Pemasaran Digital

Selanjutnya, Gambar 4 menunjukkan bahwa anggota tim memberikan pendampingan dalam menggunakan media sosial facebook dalam memasarkan produk mereka. Di tahap ini, peserta masih perlu didampingi kembali dalam membuat konten foto, video, dan menggunakan bahasa yang menarik untuk memasarkan produknya.

Pada kegiatan ceramah ini dilakukan oleh 3 orang narasumber yang ahli di bidangnya. Narasumber menyampaikan pentingnya peningkatan kapasitas mama-mama anggota PKK sehingga dapat meningkatkan pemahaman dalam memproduksi nugget yang baik. Selain itu, narasumber juga menyampaikan bahwa

di era digital saat ini, maka mama-mama harus memiliki literasi digital yang lebih baik. Anggota PKK sudah harus mulai memasarkan produk secara digital melalui media sosial dan *e-commerce* lainnya ada di Merauke.

Metode selanjutnya adalah memberikan pelatihan melalui demonstrasi kegiatan. Para tim memfasilitasi masyarakat untuk dapat praktik langsung membuat nugget ikan dengan baik. Tim mendemonstrasikan proses produksi dan mendampingi para peserta untuk mempraktikkan.



Gambar 5. Anggota tim Pendamping Menjelaskan Alat dan Bahan

Pada Gambar 5 menunjukkan anggota tim menjelaskan alat dan bahan dalam pengolahan ikan. Anggota tim juga menjelaskan bagaimana menggunakan alat dengan baik.



Gambar 6. Praktik Terbimbing Bersama Anggota Pendamping

Gambar 6 menunjukkan mama-mama Papua sedang melakukan praktik didampingi oleh tim pendamping. Setelah anggota tim memberikan contoh pengolahan nugget dengan tepat maka anggota tim pendamping memberikan kesempatan kepada mama-mama peserta untuk mempraktikkan secara mandiri. Pada tahap ini, tim memberikan demonstrasi langsung dan mendampingi peserta dalam mengolah nugget dengan lebih baik.

3. Tahap Evaluasi Program Kegiatan

Pada tahap ini, tim kembali melakukan pendampingan lanjutan. Pada tahap ini, tim mendampingi mama-mama anggota PKK dalam membuat desain kemasan yang lebih menarik dengan menggunakan *standing pouch*.



Gambar 7. Evaluasi Program

Pada Gambar 7 menunjukkan tim pengabdian melakukan perbaikan terhadap kemasan nugget. Nugget yang sudah jadi dikemas kedalam kemasan yang lebih awet berupa *standing pouch*.

Pada tahap ini juga dilaksanakan survey untuk mengetahui tingkat keberhasilan pengabdian, tingkat kepuasan peserta pelatihan, serta sumber masukan bagi tim pelaksana untuk memperoleh informasi tentang pelatihan yang memungkinkan untuk dilaksanakan selanjutnya. Hasil pengolahan angket pada gambar 5 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Survey Kegiatan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	%
1	Saya Tahu teknik mencuci ikan dengan menggunakan air yang bersih	10	0	100
2	Saya tahu cara memotong nugget secara presisi	8	2	80
3	Saya memahami tujuan pengemasan nugget secara sederhana dengan <i>standing pouch</i>	10	0	100

4	Saya dapat menggunakan media sosial dalam membantu memasarkan produk	7	3	70
5	Saya memahami pentingnya bersikap ramah dalam mempromosikan produk nugget	10	0	100

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa survey pemahaman materi dan kepuasan peserta dilaksanakan kepada 10 orang peserta PKK yang hadir. Adapun data pemahaman materi menggambarkan kegiatan yang dilaksanakan selama proses pendampingan.

Hasil survey tingkat pemahaman materi dan kepuasan peserta menunjukkan bahwa 80-100% peserta memahami bahwa pentingnya menerapkan pengolahan produk yang memperhatikan tahapan awal seperti pencucian yang bersih, memperhatikan kelayakan ikan yang akan digunakan, cara memotong secara presisi dengan alat yang sederhana. Peserta juga memahami bahwa pemanfaatan digital saat ini dapat menjadi solusi pemasaran. Masyarakat tidak hanya bergantung ke penjualan ke masyarakat sekitar saja namun dapat memperluas target pasar dengan menggunakan media sosial.

D. Kesimpulan

Adapun hasil kegiatan ini diperoleh informasi bahwa terjadi peningkatan kapasitas mama-mama anggota PKK dan pelaku usaha mikro yang ada di Kampung Matara. Sebelumnya, mama-mama masih belum memahami standarisasi pembuatan nugget dengan benar, cara memotong nugget, pengemasan yang lebih menarik, hingga cara memasarkan secara digital dengan menggunakan telepon genggam yang dimiliki. Tim memperkenalkan media sosial *facebook* yang umum digunakan masyarakat sebagai wadah promosi produk yang dihasilkan. Pelaksanaan pengabdian ini masih harus terus dilaksanakan karena masih rendahnya sumber daya manusia khususnya mama-mama dalam mengolah ikan sementara Kampung Matara memiliki hasil laut yang melimpah.

Berdasarkan hasil wawancara tim, diperoleh informasi bahwa mama-mama memerlukan praktik promosi secara digital produk yang dihasilkan oleh anggota

PKK, pelatihan *public speaking* yang baik untuk dapat menjual produk mereka. Hal ini semakin mendesak karena Kampung Matara merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Merauke.

E. Ucapan Terimakasih

Terima kasih tim ucapkan kepada pemberi dana pengabdian ini yaitu tim LP2M melalui program dana hibah DIPA internal Universitas Musamus Tahun 2025. Terima kasih kepada Ibu ketua dan anggota PKK Kampung Matara serta seluruh pihak yang sudah membantu keterlaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Alifa, N. N., & Zahidi, M. S. (2024). Pengembangan Ekonomi Biru sebagai Strategi Indonesia menuju Ekonomi Maju. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 38(1), 48–65.
- Ginting, C. A. B., & Ruzikna, R. (2024). Analisis Manajemen Keuangan Pada UMKM (Studi Kasus Warung Ayam Geprek di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru). *ECo-Buss*, 7(1), 522–533. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1412>
- Hyronimus, D., Longgy, A., Ayu, B., Priyudahari, P., & Suteki, M. (n.d.). *STRATEGI PELESTARIAN KULINER TRADISIONAL PAPUA (SAGU SEP) MELALUI PEMASARAN DIGITAL STRATEGY FOR PRESERVING PAPUA ' S TRADITIONAL CULINARY (SAGU SEP) THROUGH DIGITAL MARKETING*. 12(3), 1–11.
- Karlina, Taena La, R. (2023). *Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi*. 8(1), 181–189.
- Keputusan, T., Konsumen, P., Di, E. S., & Cilegon, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Lestari, P., Puspa, L., Hanip, R., & Tekdi, H. (2025). *Peningkatan Kapasitas Mama-Mama Melalui Pembuatan Nugget Ikan Di Kampung Matara Merauke Papua Selatan*. 7(1).
- Mahwati, S. K., Sabayu, F., Si, M., Manajemen, P. S., Padang, U. N., Tawar, A., Padang, K., & Barat, S. (2024). *Pengaruh digital marketing dalam strategi pemasaran global: a systematic literature review*. 23(2), 115–125.
- Masrun, Umar, & Khairuddin. (2023). *The Effectiveness of the Case Method in Increasing Students' Learning Motivation* (Vol. 1). Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-35-0_133
- Munawaroh, S. F., & Jacob, A. M. (2020). Diversifikasi Pengolahan Ikan Lele dengan Konsep Zero Waste (Nugget dan Kerupuk) (Processing of Catfish Diversification with Concept of Zero Waste (Nugget and Chips)). *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2020(3), 417–421. [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/31304-Article Text-105052-1-10-20200622 \(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/31304-Article%20Text-105052-1-10-20200622%20(1).pdf)

- Pangestika, W., Putri, F. W., & Arumsari, K. (2021). Pemanfaatan Tepung Tulang Ikan Patin Dan Tepung Tulang Ikan Tuna Untuk Pembuatan Cookies. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 9(1), 44–55. <https://doi.org/10.21776/ub.jp.a.2021.009.01.5>
- Rahmawati, U. T., & Suranto, S. (2024). Mengeksplorasi Tantangan dalam Implementasi Pembelajaran Berbasis Proyek pada Pendidikan Akuntansi Dasar SMK di Surakarta. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 9(3), 1208–1217. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v9i3.1087>
- Situmorang, P. L., Arianti, J., & Sinambela, K. M. (2025). *Quizizz-assisted case and team-based project : a pathway to enhance problem-solving and digital literacy*. 6(1), 1–10.
- Situmorang, P. L., & Kaize, B. R. (2024). *Edukasi : Jurnal Pendidikan Dasar Analisis Kemampuan Pemecahan Masalah Dan Representasi*. 5(1), 25–36.
- Sukiman, M., Irawan, C., Utami, A., Putri, I. D., Suhartini, S., Ramadhanti, A., & Dewanta, A. (2022). Pelatihan Pembuatan Frozen Food (Bakso Sapi dan Bakso Ikan) sebagai Usaha Rumahan Penggerak Roda Perekonomian Keluarga dimasa Pandemi di Desa Cibadak Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat AKA*, 2(1), 14–18. <https://doi.org/10.55075/jpm-aka.v2i1.81>
- Supriatnaningsih, R. (2021). Implementasi Project based Learning di Era Digital dalam perkuliahan Kaiwa Chujokyu Kohan. *Pembelajaran Bahasa Jepang Di Era Digita*, 1(September). <https://proceedingsminasan.fbs.unp.ac.id/index.php/minasan/article/view/10/4>
- Tawakkal, M. I., & C, V. D. (2022). *M. Iqbal Tawakkal, Vesti Dwi C. Pelatihan dan Pendampingan Produksi*. 3(2), 43–50.
- Thalib, N., Puspa, L., & Situmorang, P. L. (2024). Meningkatkan Kompetensi Guru SMA Negeri Buti Merauke Melalui Penggunaan Media Pembelajaran Interaktif dan Artificial Intelligence. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(4), 1053–1059. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i4.947>
- View of Peningkatan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Susu Pasteurisasi Melalui Legalitas Usaha dan Promosi Digital.pdf*. (n.d.).
- Wahyuni, D. (2018). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 9(1), 85–102. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v9i1.994>
- Widjajanti, K. (2011). *Jurnal Ekonomi Pembangunan Model pemberdayaan masyarakat*. 12.