
**PENGEMBANGAN KEGIATAN EKOWISATA MANGROVE DI OESAPA BARAT MELALUI
DIGITAL MARKETING PRODUK OTAK-OTAK**

Lebrina Ivantry Boikh^{1*}, Asriati Djonu², Novi Theresia Kiak³
Januaria Orsela Bria¹, Rico Tennis¹, Yohana Widya Putri Lahal¹,
Audra Dyfa Tharriesitha Putry Sigit², Priastuti Adangla³

¹Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Peternakan Kelautan dan Perikanan,
Universitas Nusa Cendana

²Program Studi Budidaya Perairan, Fakultas Peternakan Kelautan dan Perikanan, Universitas Nusa Cendana

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana

e-mail: ¹lebrina@staf.undana.ac.id, ²januariaorselab@gmail.com, ³rickotennis@gmail.com,

ABSTRAK

Kawasan Mangrove Oesapa Barat sangat potensial bagi pengembangan ekowisata karena kondisi mangrove yang sangat unik serta model wilayah yang dapat dikembangkan untuk wisata kuliner makanan, dan digital marketing demi menarik parawisatawan untuk meningkatkan perekonomian. Pengembangan Kegiatan Ekowisata Mangrove Di Oesapa Barat Melalui Digital Marketing Produk Otak-Otak bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan daerah, pengelolaan pangan lokal ikan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Oesapa Barat. Metode yang digunakan terdiri dari persiapan, pelaksanaan (pendampingan dan pelatihan) serta monitoring dan Evaluasi. Pendampingan pada mitra dilakukan secara partisipatif dalam pengelolaan bisnis UMKM sedangkan pelatihan pada mitra terdiri dari diversifikasi produk (olahan otak-otak ikan) untuk wisata kuliner dan digitalisasi marketing. Monitoring dan evaluasi dilakukan kepada mitra setelah pelaksanaan pelatihan. Hasil evaluasi dilakukan untuk menyelesaikan kendala dilapangan dan menghasilkan kegiatan sesuai rencana target luaran. Hasil yang di capai adalah terbentuknya 3 (tiga) kelompok usaha wisata kuline yang memiliki akun media sosial sebagai media marketing otak-otak ikan

Kata kunci : *Ekowisata Mangrove, Otak-Otak Ikan, Digital marketing,*

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Kawasan mangrove merupakan Kawasan yang terletak di Kota Kupang, Ibukota Provinsi Nusa Tenggara Timur. Kota Kupang memiliki populasi hutan mangrove yang masih sangat minim Seperti yang diketahui baru terdapat satu kawasan wisata mangrove yang terdapat di pantai Oesapa Barat yang baru dibangun tahun 2016 lalu. Kawasan mangrove di Kelurahan Oesapa Barat, merupakan bagian kawasan pengelolaan oleh bagian CCDP – IFAD Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Kupang. Objek wisata hutan mangrove di kawasan pantai Oesapa Barat ini, hingga saat ini masih merupakan satu-satunya ekowisata hutan mangrove yang ada di Kota Kupang, yang dikelola oleh pemerintah Kota Kupang. Salah satu yang menjadi unggulan di destinasi ini tentunya adalah pemandangan alam dengan lebatnya mangrove beserta biota-biota baik khas mangrove maupun fauna yang berasosiasi dengan mangrove yang dapat dinikmati dengan berkeliling melalui jembatan yang telah disiapkan oleh pihak pengelola.

Mangrove sangat potensial bagi pengembangan ekowisata karena kondisi mangrove yang sangat unik serta model wilayah yang dapat dikembangkan sebagai sarana wisata dengan tetap menjaga keaslian hutan serta organisme yang hidup di kawasan mangrove. Hutan mangrove Kelurahan Oesapa Barat dalam perkembangannya saat ini telah menjadi salah satu tujuan wisata bagi masyarakat umum di Kota Kupang dan sekitarnya. Ekowisata mangrove di kota Kupang juga dimanfaatkan oleh masyarakat

pesisir dalam berkegiatan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Konsep UMKM yang merupakan suatu kegiatan yang kecil namun UMKM dapat berdampak besar bagi perekonomian. Oleh karena itu kegiatan UMKM di pesisir merupakan suatu kegiatan yang cukup penting bagi masyarakat pesisir. Pada Kawasan mangrove oesapa terdapat beberapa UMKM yang dilokasi namun belum terorganisasi dengan baik pengelolaannya dan diversifikasi kegiatan masih minim padahal lokasi wisata mangrove sekitar juga lokasi kegiatan perikanan sehingga layak dan potensial kegiatan usaha diintegrasikan dengan kegiatan wisata kuliner. Karena salah satu komponen penting yang tidak lepas dari kegiatan wisata dan menjadi bagian dari pengalaman wisata adalah kegiatan kuliner di lokasi wisata

Diversifikasi dalam perikanan olahan mengacu pada perluasan penawaran produk dan metode pengolahan dalam industri ikan (Purwanto et al., 2022). Diversifikasi produk telah direkomendasikan beberapa kali untuk mengoptimalkan industri saat ini (Klein et al., 2019). Diversifikasi kegiatan olahan perikanan masih minim padahal lokasi wisata mangrove namun dengan adanya diversifikasi produk perikanan di kawasan ekowisata diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat mengkonsumsi ikan dan produk ikan lainnya dan mengharapkan produk baru tersebut menyehatkan, bergizi dan bermutu dengan harga yang wajar sehingga minat masyarakat mengarah pada konsumsi terhadap produk tersebut penangkapan ikan semakin meningkat (Putra et al., 2015). Diversifikasi olahan ini menjadi sebuah dorongan baru agar masyarakat mengetahui bahwa ikan yang biasa disantap dengan cara digoreng, digoreng atau dimasak utuh, dapat disulap menjadi makanan yang lebih menarik dan bergizi sehingga dapat disantap oleh anak-anak, orang dewasa, dan orang tua (Wodi & Cahyono, 2022).

Perkembangan produksi otak-otak ikan di Indonesia sendiri mencerminkan evolusi industri makanan dan perubahan selera konsumen. Dari awalnya menjadi makanan tradisional yang sederhana, otak-otak kini telah menjadi produk yang beragam, diakses oleh masyarakat luas, dan diekspor ke berbagai negara. Lokasi wisata menjadi salah satu tempat yang Mempunyai potensi perikanan yang melimpah sehingga layak dilakukan kegiatan usaha wisata kuliner mulai dari pemanfaatan pangan lokal dan hasil laut seperti ikan menjadi produk yang memiliki nilai jual. Pemanfaatan kawasan mangrove Oesapa Barat sendiri saat ini belum dikembangkan maksimal, mulai dari ekowisata nberbasis konservasi, pengelolaan UMKM serta saran dan prasarana yang ada. Hasil survey lapangan menunjukkan pengelolaan mangrove sejak terjadinya bencana Seroja pada tanggal 5 April 2021 tidak berjalan dengan baik. Dampak yang ditimbulkan dari bencana ini adalah rusaknya fasilitas pendukung wisata seperti jembatan penghubung dan lopo-lopo di tengah ekosistem. Pengunjung merasa takut untuk berwisata didalam ekosistem dan lebih memilih untuk berfoto dari luar ekosistem. Disisi lain pengunjung masih dikenakan tarif karcis masuk. Hal ini tentunya memberikan nilai jual jasa lingkungan yang rendah dan mengurangi minat pengunjung



Gambar 1. Ekowisata Mangrove Oesapa Barat

Permasalahan

Permasalahan mitra pengelola di ekowisata mangrove Oesapa Kota Kupang yaitu :

- a. Kurangnya Kemampuan keterampilan mitra dalam membuat diversifikasi usaha seperti seperti wisata kuliner (keterampilan pengolahan ikan dalam bentuk produk otak-otak ikan)
- b. Kurangnya pengetahuan terhadap manajemen bisnis dan edukasi digital marketing bisnis UMKM

Tujuan Kegiatan

Dengan mempertimbangkan latar belakang ini, pengabdian masyarakat dengan fokus pada Pengembangan Kegiatan Ekowisata Mangrove Di Oesapa Barat Melalui Digital Marketing Produk Otak-Otak " akan membawa dampak positif dalam hal pengembangan usaha, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat lokal, dan pengembangan UMKM. Dengan tujuan utama dari program ini adalah terbentuknya unit pemberdayaan masyarakat di Oesapa Barat melalui digital marketing untuk meningkatkan pendapatan daerah, pengelolaan pangan local ikan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat Oesapa Barat.

METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan oleh tim pengabdian pada masyarakat Universitas Nusa Cendana dalam memecahkan masalah mitra dilakukan dengan beberapa pendekatan yaitu : pendampingan yang lebih partisipatif kepada mitra dalam manajemen bisnis UMKM, pelatihan mitra untuk melakukan diversifikasi produk (olahan otak-otak ikan) untuk wisata kuliner dan pelatihan dalam digitalisasi marketing, kegiatan tersebut dijabarkan sebagai berikut yaitu:

1. Tahapan Persiapan

Tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Nusa Cendana melakukan diskusi awal untuk menentukantahapan tahapan dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan kemitraan masyarakat.

2. Tahapan Pelaksanaan

a. Kegiatan Pendampingan.

Tahap selanjutnya adalah pendampingan bagi mitra dalam penerapan pemasaran hasil diversifikasi

olahan otak-otak ikan melalui digital marketing. Dalam pendampingan tim pelaksana akan memberikan motivasi dan fasilitasi kepada mitra dalam pemecahan masalah. Pendampingan dilakukan secara terjadwal 2 (dua) kali seminggu dengan melakukan kunjungan ke mitra, selain itu pada kondisi penting di luar jadwal pendampingan mitra dapat berkomunikasi dengan tim pelaksana lewat telepon seluler.

b. Kegiatan pelatihan

Dalam kegiatan ini mitra akan mengikuti pendidikan tentang: manajemen bisnis UMKM, Pelatihan diversifikasi produk otak-otak ikan, dan digital marketing. Pendidikan kepada mitra akan dilakukan dengan metode SCL (student center learning), dengan filosofi bahwa tim pelaksana bukan merupakan satu-satunya sumber ilmu tetapi merupakan motivator. Mitra dengan pengetahuan dan pengalaman di lapangan dan tim pelaksana dengan pengetahuan dan pengalaman akademis, secara bersama-sama mengkonstruksi pengetahuan dan pengalaman belajar baru yang aplikatif, produktif dan sesuai untuk diterapkan. Pada pelatihan ini juga akan diperkenalkan produk produk olahan pangan kepada pelaku UMKM, bisnis kuliner sebagai pendamping dalam kegiatan wisata, kemudian akan dilakukan pelatihan produk produk olahan pangan terutama dari bahan ikan. Kemudian akan dilatih tentang pemasaran digital serta digitalisasi transaksi dan pencatatan

3. Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Monitoring akan dilakukan secara periodik selama pelaksanaan pengabdian pada masyarakat, monitoring akan dikoordinasikan oleh dosen koordinator sesuai penugasan dalam tim. Hasil monitoring akan dievaluasi bersama oleh tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Nusa Cendana dan pihak mitra setiap bulannya. Hasil evaluasi akan dilakukan perbaikan untuk menyelesaikan tahapan kegiatan sesuai rencana target luaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan

a. Tahapan persiapan

Tahapan persiapan dimulai dengan diskusi bersama Pemerintah dalam hal ini Lurah Oesapa Barat selaku penanggungjawab wilayah ekowisata mangrove dan pengelola wisata.



Diskusi dilakukan untuk memberikan informasi terkait gambaran kegiatan yang akan dilaksanakan yaitu pelatihan dan pendampingan eduwisata mangrove dan usaha kuliner bagi UMKM di sekitar lokasi ekowisata. Lurah juga menyampaikan kondisi ekowisata dan peralihan pengelolaan yang telah terjadi. Selanjutnya bersama lurah menentukan peserta sebagai target kegiatan (pengelola dan pelaku usaha) yang akan hadir dalam kegiatan agar sesuai dengan sasaran yang dicapai. Diskusi bersama pengelola untuk menyampaikan gambaran umum kegiatan dan persiapan kebutuhan dilapangan pada saat pelaksanaan kegiatan. Dukungan dan respon yang terima oleh kedua belah pihak sangat baik.

b. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2023 berlokasi di Lopo Ekowisata Mangrove Oesapa Barat, adapun beberapa kegiatan yang dilaksanakan diantaranya :

- Pelatihan dan Pendampingan Diversifikasi Olahan (Olahan kuliner pesisir "otak-otak ikan")

Pelatihan dan Pendampingan Diversifikasi Olahan dengan fokus pada olahan kuliner pesisir, khususnya otak-otak ikan. Pemateri pelatihan dan pendampingan diversifikasi otak-otak ikan oleh Dosen prodi Budidaya Perairan, Asriati Djonu, S.Pi., M.P. Kegiatan ini dirancang dengan tujuan utama, yaitu mencapai indikator keberhasilan yang telah ditetapkan bersama oleh para pemangku kepentingan. Antara lain, peningkatan pendapatan mitra, peningkatan pengetahuan mitra, peningkatan kualitas produk mitra, peningkatan ketrampilan mitra, dan peningkatan kemampuan manajemen mitra.

Sesi pelatihan dimulai dengan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang pentingnya diversifikasi olahan perikanan, khususnya otak-otak ikan. Penjelasan materi dilakukan mendalam tentang proses pembuatan otak-otak ikan, mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas hingga teknik pengolahan yang tepat. Tahapan pendampingan dilakukan dengan berbagi pengalaman dan kiat sukses dalam mengembangkan usaha kuliner pesisir. Dalam rangka mengukur pemahaman awal peserta, dilakukan pre-test sebelum materi pelatihan dimulai. Hasil pre-test ini memberikan gambaran tentang sejauh mana pengetahuan peserta sebelum terlibat dalam pelatihan. Setelah mendapatkan pemahaman dasar, peserta pun terlibat aktif dalam sesi praktikum, di mana mereka mempraktikkan secara langsung proses pembuatan otak-otak ikan dengan bimbingan langsung dari Ibu Asriati.

Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan tentang alat, bahan, dan proses pembuatan otak-otak ikan, tetapi juga merasakan peningkatan ketrampilan langsung. Setelah pelatihan selesai, peserta mengikuti post-test sebagai penilaian akhir terhadap pengetahuan yang mereka peroleh selama pelatihan. Sebagai langkah selanjutnya, terbentuklah 3 kelompok usaha otak-otak ikan dari peserta yang memiliki minat dan potensi untuk mengembangkan usaha ini lebih lanjut. Pembentukan kelompok ini bertujuan untuk memfasilitasi kolaborasi dan pertukaran pengalaman, yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, Kemampuan manajemen, dan akhirnya, pendapatan masing-masing kelompok. Dengan terlaksananya kegiatan ini dan pencapaian hasil yang diharapkan, diharapkan masyarakat pesisir dapat menggali potensi perikanan lokalnya secara optimal, menciptakan inovasi dalam olahan kuliner, dan pada akhirnya, meningkatkan kesejahteraan mereka secara berkelanjutan.



Gambar 3. Pelatihan Otak-otak Ikan

Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Bisnis UMKM dilakukan oleh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, program studi Manajemen Pembangunan, Universitas Nusa Cendana yaitu Novi Theresia Kiak, SE, M.SE. Kegiatan dimulai dengan pembukaan dari pemateri, meliputi penjelasan tujuan utama kegiatan yaitu untuk meningkatkan kemampuan manajemen bisnis para pelaku UMKM di daerah ekowisata mangrove Oesapa Barat. Peserta diajak untuk terlibat aktif dalam setiap sesi pelatihan. Dengan adanya pelatihan ini memicu adanya inovasi terbaru yang dapat membantu perekonomian dan model yang lebih baik dari UMKM yang sudah ada (Wibowo et al., 2022)

Pada awal kegiatan, peserta menjalani uji pengetahuan (pre-test) terkait manajemen bisnis UMKM. Pre-test ini memberikan gambaran tentang sejauh mana pemahaman peserta sebelum materi pelatihan dimulai. Setelah itu, pemateri secara sistematis membahas berbagai aspek manajemen bisnis yang relevan untuk UMKM, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Melalui metode interaktif, pemateri mengajarkan peserta mengenai proses-proses manajemen bisnis yang baik, terutama disesuaikan dengan skala dan kebutuhan UMKM dan memberikan contoh kasus nyata dan solusi praktis agar peserta dapat mengaplikasikan konsep-konsep manajemen bisnis tersebut dalam usaha mereka masing-masing. Setelah selesai rangkaian pelatihan, peserta menjalani uji pengetahuan (post-test) sebagai penilaian akhir terhadap pemahaman mereka setelah mengikuti pelatihan. Hasil test ini diharapkan mencerminkan peningkatan pengetahuan peserta dalam manajemen bisnis UMKM. Selain itu, sebagai bukti keberhasilan kegiatan ini, terlaksananya manajemen bisnis UMKM dapat diukur dari kemampuan peserta dalam mengimplementasikan konsep-konsep yang telah dipelajari. Penerapan langsung dalam usaha masing-masing menjadi tolak ukur keberhasilan sejati dari pelatihan ini. Dengan terlaksananya kegiatan manajemen bisnis UMKM dan pencapaian hasil yang diharapkan, diharapkan UMKM di desa tersebut mampu berkembang, bersaing, dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal. Semakin banyak UMKM yang menerapkan manajemen bisnis yang baik, semakin besar pula dampak positifnya terhadap pengembangan ekonomi masyarakat.



Gambar 4. Pelatihan Manajemen Bisnis UMKM

- Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Pelatihan dan pendampingan Digital Marketing dilakukan oleh praktisi berpengalaman yaitu Martha Dara Ayuningtyas. Praktisi ini juga berperan sebagai influencer marketing yang terkenal di Kota Kupang. Kegiatan dimulai dengan pemaparan tentang konsep dasar Digital Marketing selanjutnya membahas berbagai strategi, teknik, dan alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa melalui platform digital. Selama sesi pelatihan, peserta diajak untuk memahami pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis mereka. Untuk mengukur pemahaman awal peserta, dilakukan pre-test sebelum memulai materi pelatihan. Hasil pre-test ini memberikan pandangan awal kepada Ibu Martha dan peserta sejauh mana pemahaman mereka tentang Digital Marketing sebelum terlibat dalam kegiatan ini. Ibu Martha tidak hanya menyampaikan teori, tetapi juga memberikan contoh konkret mengenai penerapan Digital Marketing dalam bisnis. Melalui sesi praktikum, peserta diajak untuk membuat strategi pemasaran, membuat konten yang menarik, dan memahami alat analitik untuk mengukur efektivitas kampanye digital. Salah satu hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah terlaksananya pelatihan Digital Marketing itu sendiri. Peserta tidak hanya mendengarkan, tetapi juga terlibat langsung dalam proses pembelajaran. Setelah sesi pelatihan, peserta menjalani uji pengetahuan (post-test) sebagai penilaian akhir terhadap pemahaman mereka setelah mengikuti pelatihan

Selain itu, peserta juga memperoleh pengetahuan praktis tentang cara memasarkan produk olahan mereka melalui akun media sosial. Ibu Martha memberikan tips dan trik mengenai cara membangun identitas merek, membuat konten menarik, dan berinteraksi dengan audiens melalui platform digital. Sebagai tindak lanjut, terbentuklah kelompok-kelompok yang memiliki akun media sosial untuk keperluan pemasaran. Ibu Martha memberikan bimbingan lebih lanjut tentang cara mengelola dan mengoptimalkan akun media sosial tersebut agar mencapai hasil yang maksimal. Melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing ini, diharapkan masyarakat yang mengikuti kegiatan ini dapat mengoptimalkan potensi pemasaran digital untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Dengan keterampilan baru yang diperoleh, para peserta diharapkan dapat bersaing lebih efektif di pasar yang semakin terdigitalisasi. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membawa

dampak masyarakat untuk mendukung berbagai usaha, baik besar maupun kecil, agar dikenal luas di seluruh dunia. Dampak yang paling nyata adalah selain meningkatkan kesadaran, juga dapat meningkatkan volume penjualan dan keuntungan. Pemasaran digital merupakan salah satu alat pemasaran yang mempunyai dampak yang sangat besar (Gumilang, 2019).



Gambar 5. Pelatihan Digital Marketing

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat melalui Pengembangan Kegiatan Ekowisata Mangrove Di Oesapa Barat Melalui Digital Marketing Produk Otak-Otak mendapatkan berbagai respon yang baik dari peserta dan dukungan dari pemerintah (RT 02/RW01, Kelurahan Oesapa Barat, Dinas Pariwisata Kota Kupang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil yang dicapai diantaranya : masyarakat ikut berpartisipasi dalam pelatihan dan pendampingan diversifikasi olahan (olahan kuliner pesisir otak-otak ikan), manajemen bisnis UMKM, digital marketing. Output dari kegiatan pelatihan yaitu terbentuknya 3 (tiga) kelompok usaha wisata kuliner yaitu 1). Kelompok Bunga Laka Bakau II; 2) Kelompok otak-otak ikan malada mangrove; 3) Kelompok otak-otak Astaga.

SARAN

Perlu keaktifan dari pelaku usaha untuk memanfaatkan sarana dan prasarana berupa gedung yang telah difasilitasi oleh Dinas Pariwisata Kota Kupang untuk UMKM dari hasil diversifikasi olahan otak-otak ikan sehingga dapat menarik wisatawan

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset Teknologi dan Pengabdian Masyarakat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas pendanaan pengabdian kepada masyarakat Tahun 2023 skema pemberdayaan kemitraan masyarakat. Terima kasih juga kami ucapkan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat undana, Dinas Pariwisata Kota Kupang, Lurah Oesapa Barat, RT 02 kawasan Ekowisata Mangrove Kelurahan Oesapa Barat, Kecamatan Kelapa Lima, pengelola ekowisata atas kerjasamanya dalam Program pengabdian kepada Masyarakat. Penghargaan kami berikan kepada

Pengelola ekowisata mangrove Oesapa Barat dan masyarakat pesisir disekitar lokasi ekowisata mangrove atas kesediaannya menjadi mitra sehingga program ini berjalan dengan lancar dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. (2015). Implementation Of Cyber Extension Of Fisheries Product Marketing. 3(6).
- Corniani, M. (2006). Digital Marketing Communication. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 2, 41–61. <https://doi.org/10.4468/2006.2.04corniani>
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Hidayati, N. (2021). Pemanfaatan Website Sekolah sebagai Strategi Digital Marketing di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya. *Jurnal Kependidikan Islam*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2021.11.1.111-133>
- Jiménez, I. I. C., Barreto, A. L. H., Granados, J. P., & Guzman, C. A. A. (2022). Marketing Digital. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 9(17), Article 17. <https://doi.org/10.29057/estr.v9i17.8077>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), Article 2. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Tarno, S. (2023). Fish cultivation counseling through digital fisheries applications to coastal communities in Indonesia. *International Journal of Humanities, Literature & Arts*, 6, 11–19. <https://doi.org/10.21744/ijhla.v6n1.2063>
- Klein, B. C., De Mesquita Sampaio, I. L., Mantelatto, P. E., Filho, R. M., & Bonomi, A. (2019). Beyond ethanol, sugar, and electricity: A critical review of product diversification in Brazilian sugarcane mills. *Biofuels, Bioproducts and Biorefining*, 13(3), 809–821. <https://doi.org/10.1002/bbb.1969>
- Omar, F. I., Zan, U. M. S. M., Hassan, N. A., & Ibrahim, I. (2020). Digital Marketing: An Influence towards Business Performance among Entrepreneurs of Small and Medium Enterprises. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(9), Pages 126-141. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v10-i9/7709>
- Purwanto, E., Isdiantoni, I., & Syahril, S. (2022). Processed fish products based on diversification and standardization. *Journal of Community Service and Empowerment*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.22219/jcse.v3i1.18590>
- Putra, D. A. P., Agustini, T. W., & Wijayanti, I. (2015). Pengaruh Penambahan Karagenan Sebagai Stabilizer Terhadap Karakteristik Otak-Otak Ikan Kurisi (*Nemipterus nematophorus*). *Jurnal Pengolahan dan Bioteknologi Hasil Perikanan*, 4(2), Article 2.
- Putra, D. A. P., Agustini, T. W., & Wijayanti, I. (2015). Pengaruh Penambahan Karagenan Sebagai Stabilizer Terhadap Karakteristik Otak-Otak Ikan Kurisi (*Nemipterus nematophorus*). *Jurnal*

Pengolahan dan Bioteknologi Hasil Perikanan, 4(2), Article 2.

Wibowo, A., Dianta, K., Effendi, M. S., Kuncoro, H., Saptono, A., & Mukthar, S. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran Umkm Berbasis Digital Di Desa Cisaat. *D'edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.25273/dedukasi.v2i1.12968>