Vol 4 No.4 (2025) - November, pp 1061-1070 https://doi.org/10.59025/bgye7n45

Jurnal Masyarakat Madani Indonesia
e-ISSN: 2829-6702
https://syadani.onlinelibrary.id/

Pemberdayaan Kelompok PKK Desa Parit Melalui Smart Selling System Untuk Meningkatkan Literasi Digital dan Akses Pasar Produk Pangan Olahan Ikan

Malahayati[1], Ade Sukma Wati[1], Nur Jumriatunnisah[1], Lenno Nardo[1], Sri Rahayu Rezeki[1], M. Irfan Apriansyah[1]
[1]*Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya*

INFO ARTIKEL

Diserahkan:
14/09/2025
Direvisi:
29/09/2025
Diterima
12/10/2025

***Keywords*:**
Pemberdayaan Masyarakat, Smart Selling System Literasi, Digital

ABSTRAK

Program pemberdayaan Kelompok PKK Desa Parit melalui penerapan Smart Selling System merupakan upaya strategis dalam menjawab tantangan ekonomi digital berbasis potensi lokal. Desa Parit yang memiliki sumber daya perikanan melimpah menghadapi kendala rendahnya literasi digital, lemahnya manajemen usaha, serta pemasaran yang masih konvensional. Melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi digital, dan pendampingan intensif, program ini berhasil meningkatkan kapasitas produksi, keterampilan manajerial, serta literasi digital anggota PKK. Hasilnya, terbentuk tim khusus pengelola pemasaran digital, peningkatan kualitas produk, serta transformasi PKK menjadi aktor ekonomi kreatif yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Program ini selaras dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs), mendukung agenda Asta Cita Presiden Republik Indonesia, serta relevan dengan Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) dalam pemanfaatan teknologi digital bagi pengembangan UMKM desa. Dengan demikian, Smart Selling System tidak hanya menjadi solusi bagi permasalahan mitra, tetapi juga model pemberdayaan desa berbasis teknologi yang dapat direplikasi di wilayah lain.

Corresponding author email: malahayati@polsri.ac.id

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License
Copyright@ Author (2025).

1. PENDAHULUAN

Desa Parit merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan, dengan luas wilayah 7,80 km² dan jumlah penduduk sebanyak 590 jiwa. Secara geografis berada di dataran rendah dekat dengan perairan umum daratan seperti sungai, rawa, dan kanal. Desa Parit memiliki potensi sumber daya alam yang cukup melimpah, khususnya di sektor perikanan. Hasil tangkapan ikan maupun budidaya ikan air tawar masyarakat sekitar menjadi komoditas utama yang dimanfaatkan untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari maupun diolah menjadi produk pangan bernilai tambah. Kondisi geografis Desa Parit yang relatif terpencil turut menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam hal akses terhadap pelatihan, pendampingan usaha, dan pemanfaatan teknologi. Aktivitas usaha masyarakat umumnya masih berjalan secara konvensional dan kurang mengadopsi inovasi berkelanjutan. Padahal jika didukung oleh literasi digital yang memadai serta strategi pemasaran yang tepat, potensi ekonomi dari produk olahan ikan dapat dikembangkan menjadi komoditas unggulan desa. Kelompok PKK Desa Parit menjadi aktor penting dalam pengembangan

ekonomi lokal. Kelompok ini terdiri dari perempuan-perempuan yang aktif mengelola usaha rumah tangga berbasis pengolahan ikan. Produk yang dihasilkan meliputi kerupuk ikan, pekasam, pempek, abon ikan, kemplang, keripik ikan asin, pedo, dan nugget ikan. Selain memiliki cita rasa khas dan bernilai gizi tinggi, produk olahan ikan yang dihasilkan kelompok PKK juga memberikan manfaat kesehatan bagi konsumen karena kaya akan protein, omega-3, serta nutrisi penting lainnya yang mendukung pertumbuhan dan kesehatan tubuh. Produk ini dapat menjadi alternatif makanan sehat di tengah maraknya makanan instan yang kurang bernutrisi. Di sisi lain, pengolahan hasil tangkapan ikan lokal menjadi produk pangan siap konsumsi juga membantu mengurangi potensi pemborosan hasil perikanan dan memperpanjang masa simpan ikan, sehingga mendukung ketahanan pangan rumah tangga dan ekonomi lokal. Dengan kemasan yang menarik dan pemasaran yang tepat sasaran, produk ini berpotensi menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar modern dan digital, serta memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat Desa Parit secara berkelanjutan. Potensi besar ini belum diimbangi dengan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi, sehingga akses pasar masih terbatas dan daya saing produk belum optimal.

Beradasarkan survey awal yang telah dilaksanakan terdapat 31% anggota PKK Desa Parit memiliki tingkat pengetahuan yang dasar atau minim pengalaman dengan strategi penjualan digital. Hasil ini menunjukkan perlunya pelatihan intensif mengenai literasi digital, strategi promosi online, dan penggunaan platform digital penjualan untuk meningkatkan keterampilan dan daya saing kelompok PKK di Desa Parit. Saat ini penjualan masih mengandalkan metode konvensional, seperti menjual di warung sekitar desa atau saat bazar, yang tentu saja membatasi jangkauan pasar dan volume penjualan. Untuk menjawab tantangan tersebut, solusi yang ditawarkan adalah penerapan Smart Selling System, yaitu sistem pemasaran berbasis teknologi digital yang dirancang untuk memperkuat promosi, distribusi, dan manajemen usaha. Sistem ini diharapkan dapat menggantikan cara pemasaran konvensional dengan pendekatan digital yang lebih luas dan efisien. Selain itu, manajemen usaha dan pencatatan keuangan yang saat ini masih dilakukan secara manual juga dapat ditingkatkan ke arah digitalisasi. Program ini selaras dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs), terutama SDG 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, melalui pemberdayaan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja berbasis kewirausahaan lokal. Program ini juga mendukung SDG 9 tentang industri, inovasi, dan infrastruktur dengan mendorong penggunaan teknologi digital untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Selain itu, program ini juga mendukung Asta Cita, khususnya pada upaya memantapkan kemandirian bangsa melalui ekonomi kreatif dan ekonomi biru, serta peningkatan lapangan kerja yang berkualitas melalui pengembangan kewirausahaan dan infrastruktur digital. Melalui optimalisasi literasi digital dan penerapan teknologi, kelompok PKK diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, serta berkontribusi dalam penguatan ekonomi desa berbasis sumber daya perikanan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Selatan tahun 2023, rumah tangga di perdesaan yang memiliki akses internet baru mencapai 59,33%, sementara pemanfaatan internet untuk kegiatan ekonomi seperti penjualan daring masih rendah, yakni sekitar 12,34%. Data ini memperlihatkan adanya kesenjangan digital (digital divide) yang masih cukup besar di wilayah pedesaan. Lebih lanjut, hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) 2023 menunjukkan bahwa hambatan utama dalam adopsi teknologi digital di desa adalah rendahnya pengetahuan penggunaan aplikasi digital,

ketidakmampuan mengelola media sosial untuk usaha, serta infrastruktur jaringan yang belum optimal. Indeks literasi digital yang masih rendah menjadi tantangan tersendiri dalam mendorong produktivitas ekonomi masyarakat desa. Untuk itu diperlukan upaya strategis berupa peningkatan literasi digital dan pengembangan sistem pemasaran berbasis digital melalui Smart Selling System [1]. Sistem ini mencakup strategi promosi daring, katalog digital produk, sistem pemesanan berbasis aplikasi, serta integrasi dengan media sosial dan marketplace. Langkah ini menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong pertumbuhan ekonomi digital di wilayah perdesaan secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode Pelaksanaan

Upaya dalam meyelesaikan permasalahan pada mitra sasaran di Desa Parit dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan berbasis teknologi, yang menggabungkan penguatan kapasitas sumber daya manusia dengan implementasi sistem digital yang aplikatif [2]. Metode ini bertujuan untuk memberdayakan Kelompok PKK Desa Parit dalam meningkatkan literasi digital dan memanfaatkan teknologi pemasaran modern melalui Smart Selling System.

1. Tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

Upaya dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra di Desa Parit dilakukan melalui beberapa tahapan strategis yang dirancang secara terstruktur dan partisipatif. Tahapan ini dimulai dengan melakukan observasi dan analisis kebutuhan mitra guna mengidentifikasi kondisi awal, potensi, serta tantangan yang dihadapi oleh kelompok PKK Desa Parit. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan tepat sasaran dan sesuai dengan konteks lokal [3].

Setelah analisis kebutuhan dilakukan, dilanjutkan dengan pelatihan literasi digital dasar bagi anggota kelompok PKK. Materi pelatihan mencakup pengenalan teknologi informasi, pemanfaatan internet, penggunaan media sosial, serta etika digital. Tujuannya adalah untuk membekali mitra dengan pemahaman dasar dalam menggunakan teknologi digital sebagai alat pengembangan usaha.Tahap berikutnya adalah pengembangan dan implementasi Smart Selling System, yaitu sistem pemasaran berbasis website yang dilengkapi dengan katalog produk, sistem pemesanan online, dan integrasi dengan media sosial. Sistem ini dirancang sesuai dengan kebutuhan mitra dan mudah dioperasikan oleh pengguna dengan literasi digital dasar.

Setelah sistem siap, dilakukan pelatihan penggunaan sistem agar mitra dapat secara mandiri mengelola konten produk, menerima pesanan, dan melakukan promosi digital secara efektif. Tahap ini juga mencakup simulasi penggunaan sistem secara langsung [4]. Untuk mendukung aspek visual dan daya tarik produk, dilaksanakan pula pelatihan pengemasan dan branding produk. Mitra diajarkan cara membuat kemasan yang menarik dan sesuai standar, sekaligus membangun identitas merek lokal yang kuat agar produk lebih mudah dikenali oleh konsumen.

Selanjutnya, mitra diberikan pelatihan strategi promosi dan manajemen konten digital. Pelatihan ini mencakup pembuatan konten promosi yang menarik di media sosial, serta penjadwalan dan evaluasi konten agar promosi berjalan konsisten dan tepat sasaran. Tahapan terakhir adalah monitoring dan evaluasi pelaksanaan program, yang bertujuan untuk menilai efektivitas dari setiap tahapan, mengidentifikasi kendala selama pelaksanaan, serta memberikan tindak lanjut yang diperlukan [5]. Monitoring dilakukan secara berkala dengan pendekatan partisipatif, agar mitra turut aktif dalam proses evaluasi dan perbaikan.

2.2 Tahapan pelaksanaan

Adapun tahapan metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi:

a. Sosialisasi Program

Sosialisasi dilakukan sebagai tahap awal untuk memberikan pemahaman kepada mitra tentang tujuan, manfaat, dan rencana kegiatan yang akan dilaksanakan. Dalam tahapan ini dilakukan pula pemetaan kebutuhan, permasalahan, serta potensi yang dimiliki mitra. Durasi waktu yang dilaksanakan selama 3 Jam dengan 29 Peserta masyarakat dan anggota tim PKK Desa Parit. Kegiatan sosialisasi mencakup:

Tabel 1. Sosialisasi Kegiatan

No	Kegiatan
1.	Pemaparan tujuan program pengabdian kepada masyarakat
2.	Penjelasan tentang pentingnya literasi digital dan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk
3.	Diskusi dan identifikasi masalah yang dihadapi oleh kelompok PKK Desa Parit
4.	Penyusunan Jadwal Kegiatan bersama mitra

b. Pelatihan

Pelatihan diberikan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan mitra dalam bidang produksi pangan olahan ikan, literasi digital, dan manajemen usaha. Durasi waktu yang dilaksanakan selama 2

Jam dengan 21 Peserta masyarakat dan anggota tim PKK Desa Parit. Jenis pelatihan yang diberikan meliputi:

Tabel 2. Pelatihan

No	Jenis Pelatihan
1.	Pelatihan teknis pengolahan dan pengemasan produk
2.	Pelatihan pembuatan konten promosi
3.	Pelatihan literasi digitalisasi
4.	Pelatihan pembuatan identitas usaha

c. Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi dalam program ini dilakukan melalui pengembangan Smart Selling System yang berfungsi sebagai media pemasaran digital bagi produk mitra. Penerapan teknololgi diserahkan kepada pengelolan PKK Desa Parit, diantaranya ketua PKK, sekretaris dan bendahara. Tahapan penerapan teknologi meliputi.

Tabel 3. Penerapan Teknologi

No	Kegiatan
1.	Perancangan dan Pengembangan Website Pemasaran
2.	Pembuatan Akun Media Sosial Bisnis
3.	Integrasi Website dengan Media Sosial
4.	Pelatihan Penggunaan Website dan Media Sosial

d. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan semua tahapan kegiatan berjalan dengan baik serta memberikan dukungan teknis dan konsultasi bagi mitra. Kegiatan pendampingan mencakup:

Tabel 4. Pendampingan dan Evaluasi

No	Kegiatan
1.	Supervisi Berkala dalam Proses Produksi dan Pemasaran
2.	Monitoring Penggunaan Teknologi Pemasaran
3.	Evaluasi Capaian Kegiatan dan Permasalahan Mitra
4.	Perbaikan dan Penyempurnaan Sistem Berdasarkan Masukan Mitra

e. Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan program setelah kegiatan pengabdian selesai, maka disusun strategi keberlanjutan yang melibatkan:

Tabel 5. Keberlanjutan Program

No	Kegiatan
1.	Penguatan Kelembagaan Kelompok PKK
2.	Penetapan Tim Pengelola Website dan Media Sosial
3.	Penyusunan SOP Produksi, Pemasaran, dan Pencatatan Keuangan

4.	Rekomendasi Pengembangan Jaringan Kemitraan
5.	Rencana Kolaborasi Lanjutan dengan Perguruan Tinggi, Pemerintah Desa, dan Pihak Swasta

2.3 Metode Pendekatan dan Penerapan Teknologi dan Inovasi

a. Metode Pendekatan dan Penerapan Teknologi

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini berbasis Participatory Action Research (PAR), dimana setiap tahapan kegiatan melibatkan partisipasi aktif dari mitra, mulai dari identifikasi masalah, perancangan solusi, implementasi teknologi, hingga evaluasi. Teknologi dan inovasi yang diterapkan dalam program ini mengacu pada solusi praktis yang dapat langsung digunakan oleh mitra, dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya dan kemampuan teknologi yang dimiliki mitra. Inovasi utama dalam program ini berupa:

Tabel 6. Metode Pendekatan dan Penerapan Teknologi

No	Kegiatan
1.	Penerapan Smart Selling System berbasis website dan media sosial sebagai sarana pemasaran digital produk olahan ikan.
2.	Penggunaan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan usaha (Google Spreadsheet dan aplikasi kasir digital sederhana).
3.	Optimalisasi media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) sebagai strategi digital marketing.

b. Kesesuaian Volume Pekerjaan

Volume pekerjaan dalam program ini telah disusun berdasarkan analisis kebutuhan dan prioritas permasalahan mitra, meliputi: Peningkatan literasi digital. Pengembangan keterampilan produksi dan pengemasan produk. Pemanfaatan teknologi untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Seluruh kegiatan dirancang sesuai dengan kemampuan dan kondisi mitra, sehingga dapat dilaksanakan secara efektif dengan waktu dan sumber daya yang tersedia.

c. Kesesuaian Skala Prioritas

Prioritas kegiatan difokuskan pada permasalahan paling mendesak, yaitu: Rendahnya literasi digital anggota PKK, keterbatasan akses pasar dan promosi produk, Kurangnya manajemen usaha yang tertib dan terdokumentasi. Setiap prioritas permasalahan direspon dengan solusi dan penerapan teknologi yang relevan dan mudah diimplementasikan oleh mitra.

d. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan

Program Partisipasi aktif mitra sangat diutamakan dalam setiap tahapan kegiatan, antara lain:

Tabel 7. Partisipasi Mitra

No	Peran Mitra
1.	Terlibat dalam perancangan desain website dan media promosi produk
2.	Menjadi peserta aktif dalam pelatihan dan pendampingan.
3.	Menyediakan lokasi kegiatan dan fasilitas pendukung.
4.	Mengelola dan memanfaatkan teknologi hasil program secara mandiri pasca kegiatan.

e. Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi kegiatan dilakukan secara berkala melalui:

Tabel 8. Pelaksanaan Program

No	Kegiatan
1.	Observasi langsung di lapangan.
2.	Wawancara dan diskusi dengan mitra untuk mengetahui kendala dan capaian.
3.	Monitoring penggunaan teknologi (website dan media sosial).
4.	Penilaian terhadap luaran kegiatan berupa produk, media promosi, dan pengelolaan usaha.

f. Keberlanjutan Program di Lapangan

Keberlanjutan program dirancang dengan strategi:

Tabel 9. Keberlanjutan Program

No	Kegiatan
1.	Penguatan kelembagaan kelompok PKK sebagai pengelola usaha kolektif
2.	Pembentukan tim pengelola digital marketing dari anggota PKK
3.	Penyusunan SOP operasional usaha berbasis digital
4.	Pengembangan jaringan kemitraan dengan pelaku usaha, koperasi, dan pemerintah desa
5.	Rencana kolaborasi lanjutan dalam program pengabdian berikutnya atau pembinaan rutin dari perguruan tinggi

3. HASIL & PEMBAHASAN

Tahap pertama yang telah dilaksanakan adalah sosialisasi program yang bertujuan memberikan pemahaman kepada mitra tentang maksud, manfaat, serta rencana kegiatan. Pada tahap ini, tim melakukan pemetaan kebutuhan, permasalahan, dan potensi yang dimiliki kelompok PKK Desa Parit. Kegiatan sosialisasi mencakup pemaparan tujuan pengabdian, penjelasan tentang pentingnya literasi digital dalam pemasaran produk, diskusi terkait kendala yang dihadapi mitra, serta penyusunan jadwal kegiatan bersama. Hasil dari sosialisasi ini adalah adanya kesepahaman dan komitmen bersama antara tim pelaksana dan mitra



Gambar 2. Sosialisasi Literasi Digital

Tahap kedua adalah pelatihan, yang telah diberikan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan mitra. Pelatihan ini meliputi teknik pengolahan dan pengemasan produk agar lebih menarik dan sesuai standar mutu, pelatihan pembuatan konten promosi agar produk lebih dikenal masyarakat luas, literasi digital untuk mendukung pemasaran berbasis teknologi, serta pembuatan identitas usaha melalui desain logo dan branding. Melalui pelatihan ini, anggota PKK Desa Parit menjadi lebih percaya diri dan memiliki kemampuan baru untuk mengelola usaha secara profesional.



Gambar 3. Penerapan Smart Selling

Tahap berikutnya yang telah dilaksanakan adalah penerapan teknologi melalui pengembangan Smart Selling System. Sistem ini diwujudkan dalam bentuk website pemasaran yang dilengkapi katalog digital produk mitra. Selain itu, telah dibuat akun media sosial bisnis yang terintegrasi dengan website agar jangkauan promosi semakin luas. Mitra juga telah mendapatkan pelatihan penggunaan website dan media sosial, mulai dari cara mengunggah foto produk, menulis deskripsi, hingga mengelola interaksi dengan konsumen. Hal ini menjadikan mitra lebih mandiri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran.



Gambar 4. Pendampingan Intensif

Kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan intensif yang dilakukan secara berkala. Tim pengabdi melakukan supervisi dalam proses produksi dan pemasaran, memantau penggunaan teknologi yang telah diperkenalkan, serta memberikan dukungan teknis dan konsultasi ketika mitra menemui kendala. Pendampingan ini terbukti membantu mitra dalam menyesuaikan diri dengan sistem baru sekaligus

memberikan rasa percaya diri untuk mengelola usaha secara berkelanjutan. Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan yang telah dilakukan untuk menilai efektivitas program. Evaluasi ini meliputi peninjauan capaian kegiatan, identifikasi permasalahan yang masih muncul, serta perbaikan sistem berdasarkan masukan mitra. Dari evaluasi tersebut diketahui bahwa kegiatan mampu meningkatkan literasi digital, memperkuat branding, serta memperluas akses pasar produk olahan ikan PKK Desa Parit. Dengan demikian, hasil pelaksanaan kegiatan ini memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat. Kebermanfaatan dan Kegunaan dari program Smart Selling System di Desa Parit

Tabel 10. Kebermanfaat Smart Selling System

No	Sasaran Program	Kebermanfaat Program	Kegunaan Program
1.	Kelompok PKK Desa Parit	Meningkatkan Literasi Digital dan Ketrampilan Pemasaran	Mampu memasarkan produk secara online dan menjangkau pasar luas
2.	Produk Olahan Ikan Lokal	Meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk	Produk dikenal secara regional dan nasional melalui platform digital
3.	Masyarakat Desa Parit	Menumbuhkan budaya digital dan kewirausahaan berbasis IT	Membuka peluang usaha baru berbasis teknologi informasi
4.	Ekonomi Desa Parit	Penguatan ekonomi kreatif dan pemberdayaan potensi lokal	Terbentuk bisnis ekosistem lokal berbasis teknologi dan inovasi
5.	Insfrastruktur Digita Desa	Meningkatkan fasilitas teknologi informasi desa	Adanya website resmi pemasaran produk dan sistem manajemen digital

4. KESIMPULAN

Keberlanjutan program Smart Selling System di Desa Parit menjadi aspek penting agar manfaat kegiatan tidak hanya berhenti pada saat program pengabdian selesai, tetapi terus berkembang dan memberi dampak jangka panjang. Untuk itu, tim merancang sejumlah strategi yang dapat dijalankan oleh kelompok PKK bersama dengan mitra terkait, sehingga keberdayaan ekonomi berbasis teknologi dapat terus terjaga.

Strategi pertama adalah penguatan kelembagaan kelompok PKK sebagai pengelola usaha kolektif. Kelembagaan yang solid menjadi fondasi utama bagi keberlangsungan usaha bersama. Melalui penguatan struktur organisasi, pembagian tugas yang jelas, serta peningkatan kapasitas kepemimpinan, PKK dapat mengelola usaha olahan ikan dengan lebih terarah dan berkelanjutan. Kelembagaan yang kuat juga akan memperkuat posisi PKK sebagai motor penggerak ekonomi desa.

Strategi berikutnya adalah pembentukan tim pengelola digital marketing dari anggota PKK. Tim ini berfungsi untuk mengelola website, media sosial, dan platform digital lain yang telah dikembangkan dalam program. Dengan adanya tim khusus, pemasaran produk dapat dilakukan secara lebih fokus dan konsisten, sehingga produk olahan ikan Desa Parit mampu menjangkau pasar yang lebih luas, baik regional maupun nasional.

Langkah ketiga adalah penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) operasional usaha

berbasis digital. SOP ini mencakup panduan teknis dalam produksi, pencatatan keuangan, hingga pemasaran digital. Dengan adanya SOP, setiap anggota PKK dapat bekerja sesuai prosedur yang terstandarisasi sehingga kualitas produk, pencatatan administrasi, dan strategi pemasaran tetap terjaga meskipun terjadi pergantian personel.

Selanjutnya, pengembangan jaringan kemitraan dengan pelaku usaha, koperasi, dan pemerintah desa juga menjadi strategi penting dalam keberlanjutan program. Kemitraan ini membuka peluang dukungan modal, distribusi produk, pelatihan lanjutan, hingga fasilitasi akses pasar yang lebih luas. Kolaborasi dengan berbagai pihak akan memperkuat ekosistem bisnis lokal dan mempercepat pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas dukungan pendanaan dan fasilitasi, kepada Politeknik Negeri Sriwijaya atas dukungan kelembagaan dan sarana yang diberikan, serta kepada Pemerintah Desa Parit Kecamatan Rambutan beserta masyarakatnya atas partisipasi aktif dan kerja sama yang baik sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar sesuai harapan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Malahayati, Rahmi L, Asoka E, Devani FT. Optimalisasi Media Sosial Instagram Untuk Promosi Produk Hasil Daur Ulang Pada Bank Sampah Sakura. 2023;52–9.

[2] Nadeak E, Elfaladonna F, Malahayati M. Pelatihan pembuatan modul ajar interaktif bagi guru dengan menggunakan canva (studi kasus: sdn 204 Palembang). Jurnal Masyarakat Madani Indonesia. 2023 Jul 5;2(3):201-6.

[3] Wati AS, Kunio NI, Marina A, Jumriatunnisa N, Zulkarnain M. SOSIALISASI

[4] PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA HALLI SONGKET PALEMBANG. Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat. 2024 Oct 15;2(05):1778-82.

[5] Sadariawati R, Malahayati, Nadeak E. Implementation of Goal Directed Design in Website Based Customer Savings Data Processing System. In: Proceedings of the 8th FIRST 2024 International Conference on Global Innovations (FIRST-ESCSI 2024). Advances in Engineering Research. Atlantis Press; 2025 May 1. p. 510–7.