JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)
http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm
Vol. 9, No. 4, Agustus 2025, Hal. 3547-3554
e-ISSN 2614-5758 | p-ISSN 2598-868
Crossref :https://doi.org/10.31764/jmm.v9i4.32218

STRATEGI PENGEMBANGAN BUDIDAYA IKAN LELE MELALUI USAHA ANEKA OLEH-OLEH KHAS OLAHAN IKAN LELE SIAP SAJI SEBAGAI BRAND KEUNIKAN

Pawestri Winahyu[1], Nely Ana Mufarida[2*], Reni Umilasari[3]
[1]Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia
[2]Prodi Teknik Mesin, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia
[3]Prodi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia
nelyana@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Desa Cakru memiliki potensi besar dalam perikanan air tawar, namun belum dimanfaatkan secara maksimal. Belum adanya produk olahan khas yang bernilai jual tinggi menjadi kendala utama, ditambah keterbatasan keterampilan teknis masyarakat dalam budidaya ikan lele dan pengolahan produk. Selain itu, pemanfaatan teknologi sederhana belum optimal. Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam budidaya ikan lele dan inovasi produk *frozen food*, sebagai upaya pemberdayaan ekonomi melalui branding oleh-oleh khas daerah. Kegiatan ini menitikberatkan pada peningkatan *hardskill* dalam teknik budidaya ikan lele dan pengolahan *frozen food*, serta *softskill* dalam kewirausahaan, manajemen usaha kecil, dan strategi branding agar produk lokal mampu bersaing di pasar. Metode pelaksanaan mencakup sosialisasi, pelatihan teknis, penerapan teknologi tepat guna, pendampingan intensif, serta evaluasi menggunakan observasi, angket, dan *pretest* serta *posttest* berbasis 15 soal pilihan ganda. Kegiatan melibatkan terdiri dari 15 pembudidaya pemula dan 10 pelaku usaha mikro yang berpotensi mengembangkan produk olahan berbasis ikan lele. Hasil menunjukkan peningkatan *hardskill* sebesar 61% dan *softskill* 58%, serta peningkatan pendapatan keluarga sebesar 20–30% dari pemasaran produk frozen food.

Kata Kunci: Budidaya Lele; Frozen Food; Pemberdayaan; Teknologi Tepat Guna; Oleh-Oleh Khas Daerah.

Abstract: *Cakru Village has great potential in freshwater fisheries, but has not been utilized optimally. The absence of typical processed products with high selling value is the main obstacle, coupled with the limited technical skills of the community in catfish cultivation and product processing. In addition, the use of simple technology has not been optimal. This community service program aims to increase community capacity in catfish cultivation and frozen food product innovation, as an effort to empower the economy through branding regional souvenirs. This activity focuses on improving hard skills in catfish cultivation techniques and frozen food processing, as well as soft skills in entrepreneurship, small business management, and branding strategies so that local products can compete in the market. The implementation method includes socialization, technical training, application of appropriate technology, intensive assistance, and evaluation using observation, questionnaires, and pre-tests and post-tests based on 15 multiple-choice questions. The activity involved 15 novice cultivators and 10 micro-entrepreneurs who have the potential to develop processed products based on catfish. The results showed an increase in hard skills of 61% and soft skills of 58%, as well as an increase in family income of 20-30% from marketing frozen food products.*

Keywords: *Catfish Farming; Frozen Food; Empowerment; Appropriate Technology; Regional Souvenirs.*

Article History:
Received: 14-06-2025
Revised : 25-07-2025
Accepted: 05-07-2025
Online : 01-08-2025

This is an open access article under the CC–BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Budidaya ikan lele merupakan salah satu sektor perikanan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di wilayah pedesaan (Permana et al., 2024), khususnya di Desa Cakru. Kegiatan ini relatif mudah dilakukan, tidak memerlukan lahan yang luas, dan memiliki siklus produksi yang cepat, sehingga mampu menjadi sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat (Information, 2024). Selain itu, ikan lele memiliki daya adaptasi tinggi terhadap berbagai kondisi lingkungan, sehingga cocok dikembangkan oleh masyarakat dengan keterbatasan sumber daya (Produktivitas et al., 2024). Namun demikian, produktivitas budidaya ikan lele seringkali belum maksimal karena kurangnya pengetahuan teknis dan belum adanya strategi yang terintegrasi dari hulu ke hilir dalam pengelolaannya. Oleh karena itu, perlu adanya pendekatan sistematis dan terpadu dalam meningkatkan produktivitas serta nilai tambah dari hasil budidaya ini (Sari et al., 2022).

Variabel kedua yang menjadi fokus kegiatan ini adalah pengolahan hasil budidaya menjadi aneka oleh-oleh khas daerah (Saputri & Widyaningsih, 2021). Produk olahan berbasis ikan lele siap saji seperti nugget, abon, dan bakso lele dapat menjadi solusi dalam memperpanjang umur simpan hasil budidaya serta meningkatkan nilai ekonominya (Andayani & Ausrianti, 2021). Pengolahan ini juga menjadi strategi diversifikasi produk yang mampu menjawab tantangan pasar serta meningkatkan daya tarik terhadap produk perikanan lokal (Santoso et al., 2025). Dengan mengolah ikan lele menjadi produk olahan siap saji, masyarakat dapat memperluas segmen pasar dan menyesuaikan dengan tren konsumen modern yang menyukai makanan praktis dan bergizi. Hal ini juga berkontribusi pada pengurangan limbah hasil panen dan memperkuat ketahanan pangan desa (Rasoki & Nurmalia, 2023).

Variabel ketiga yang menjadi penguat dalam kegiatan ini adalah pengembangan branding oleh-oleh khas desa Cakru (Sariani et al., 2023). Branding menjadi elemen penting dalam membentuk identitas produk lokal agar memiliki daya saing dan mampu bersaing di pasar regional maupun nasional (Agustin et al., 2024). Upaya penguatan branding dapat dilakukan melalui desain kemasan yang menarik, penggunaan nama produk yang khas, serta promosi melalui media digital (Narayana et al., 2024). Dengan branding yang kuat, produk olahan ikan lele siap saji tidak hanya menjadi komoditas konsumsi tetapi juga ikon ekonomi kreatif desa. Ini sejalan dengan tren pengembangan desa wisata dan ekonomi berbasis potensi lokal, di mana oleh-oleh khas menjadi salah satu elemen penunjang utama (Imelda et al., 2023).

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra di Desa Cakru adalah rendahnya keterampilan teknis dalam budidaya ikan lele serta belum adanya inovasi produk olahan dan strategi pemasaran yang memadai. Masyarakat masih cenderung menjual ikan lele dalam bentuk segar tanpa pengolahan, sehingga nilai jualnya rendah dan mudah mengalami kerugian

akibat keterbatasan distribusi dan daya simpan. Selain itu, keterbatasan dalam kemampuan memasarkan produk serta belum adanya identitas produk yang kuat menyebabkan potensi lokal ini belum berkembang optimal. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini meliputi pelatihan teknis budidaya ikan lele, pengolahan hasil panen menjadi produk frozen food, serta pelatihan branding dan pemasaran produk sebagai oleh-oleh khas Desa Cakru. Pendampingan intensif akan dilakukan untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan berlangsung secara efektif dan berkelanjutan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan berbasis komunitas dan pengembangan produk olahan ikan mampu meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat (Purwadinata & Adha, 2025). Penelitian oleh Pohan et al. (2024) di Desa Sigiring-giring menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan nugget lele mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga hingga 35%. Sementara itu, studi oleh Sosianika et al.(2025) mengungkapkan bahwa pengembangan produk olahan ikan lele secara terintegrasi dengan branding dapat memperluas pangsa pasar produk lokal hingga tingkat regional. Kedua penelitian ini memperkuat pentingnya pendekatan hulu-hilir dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal, seperti yang akan dilakukan dalam kegiatan ini.

Selain itu, penelitian oleh Tjiptady et al. (2022) juga menunjukkan pentingnya pendekatan teknologi tepat guna dalam mendukung keberhasilan budidaya ikan air tawar di desa-desa. Penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan sistem bioflok dan manajemen pakan yang efisien dapat meningkatkan produktivitas lele hingga 40%. Temuan ini mendukung perlunya pelatihan dan penerapan teknologi budidaya modern bagi masyarakat Desa Cakru. Lebih jauh lagi, pendekatan branding melalui media digital yang digunakan dalam studi oleh Indra et al. (2024) memberikan bukti bahwa identitas produk yang kuat mampu meningkatkan loyalitas konsumen dan memperluas distribusi pasar. Ketiga studi tersebut menjadi pijakan ilmiah dalam merancang kegiatan yang komprehensif dan terarah.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Cakru dalam budidaya ikan lele dan pengolahan hasilnya menjadi produk siap saji yang memiliki nilai jual tinggi. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengembangkan identitas produk lokal melalui branding yang kuat sebagai oleh-oleh khas desa. Dengan peningkatan hardskill dalam teknis budidaya dan pengolahan serta softskill dalam kewirausahaan dan pemasaran, diharapkan masyarakat dapat mandiri secara ekonomi dan mampu mengelola potensi lokal secara berkelanjutan.

B. METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam kegiatan ini adalah kelompok masyarakat pembudidaya ikan lele dan pelaku usaha mikro di Desa Cakru, Kecamatan Kencong, Kabupaten Jember. Sebagian besar dari mereka merupakan petani atau pelaku usaha rumah tangga yang belum memiliki keterampilan teknis dalam budidaya ikan lele secara intensif maupun pengolahan hasil budidaya menjadi produk olahan siap saji. Total jumlah mitra yang terlibat dalam kegiatan ini adalah sebanyak 25 orang, terdiri dari 15 pembudidaya pemula dan 10 pelaku usaha mikro yang berpotensi mengembangkan produk olahan berbasis ikan lele.

Metode kegiatan yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok terfokus (FGD), demonstrasi teknis, dan simulasi praktik secara langsung. Ceramah digunakan untuk menyampaikan materi dasar mengenai budidaya dan pengolahan ikan lele. FGD dimanfaatkan untuk menggali pengalaman dan potensi lokal yang dapat mendukung keberhasilan kegiatan. Sementara itu, simulasi dan demonstrasi dilakukan untuk memperkuat pemahaman praktis peserta terhadap teknik budidaya, pengolahan *frozen food*, serta strategi branding dan pemasaran.

1. Tahap Pra Kegiatan

Diawali dengan survei lapangan dan pemetaan potensi serta kebutuhan mitra. Kegiatan ini mencakup identifikasi kondisi existing budidaya ikan lele, kemampuan pengolahan makanan, serta kapasitas promosi produk yang dimiliki mitra. Selain itu, dilakukan juga penyusunan modul pelatihan, desain pretest dan *posttest* sebanyak 15 soal pilihan ganda, serta pembuatan instrumen angket dan observasi. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi dengan perangkat desa untuk memastikan dukungan administratif dan partisipasi aktif masyarakat.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap Pelaksanaan meliputi beberapa kegiatan inti, yakni: (1) Sosialisasi program kepada seluruh mitra dan pihak terkait, (2) Pelatihan teknis budidaya ikan lele mulai dari persiapan kolam, pemilihan benih, pemberian pakan, hingga panen, (3) Pelatihan pengolahan ikan lele menjadi produk frozen food seperti nugget, bakso, dan abon, serta teknik pengemasan yang higienis, dan (4) Pelatihan branding produk termasuk desain label, penentuan nama produk, dan strategi promosi berbasis media sosial. Setiap kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan praktik langsung di lapangan untuk meningkatkan keterampilan peserta secara menyeluruh.

3. Tahap Evaluasi

Tahap Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan melalui beberapa instrumen. Evaluasi meliputi: (1) *Pretest* dan *posttest* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi teknis dan non teknis, (2) Observasi langsung terhadap kemampuan praktik

peserta selama pelatihan, (3) Wawancara mendalam kepada beberapa peserta terpilih untuk menggali dampak kegiatan terhadap rencana pengembangan usaha mereka, dan (4) Angket kepuasan terhadap materi, fasilitator, dan metode pelatihan. Hasil dari evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk merancang tindak lanjut kegiatan di masa depan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Pra Kegiatan

Pada tahap pra kegiatan, dilakukan proses identifikasi dan pemetaan kebutuhan mitra melalui observasi lapangan dan wawancara awal dengan kelompok masyarakat di Desa Cakru. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa mayoritas mitra belum memiliki keterampilan teknis dalam budidaya ikan lele yang efisien serta belum mengenal teknologi pengolahan dan pemasaran hasil budidaya. Selain itu, belum terdapat produk khas desa yang di-branding secara serius sebagai oleh oleh. Berdasarkan hasil tersebut, tim menyusun modul pelatihan yang mencakup budidaya lele, pengolahan *frozen food*, dan branding produk. Instrumen evaluasi seperti *pretest* dan *posttest* sebanyak 15 soal pilihan ganda, serta angket kepuasan peserta juga disiapkan pada tahap ini.

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan selama tiga hari secara bertahap dan tematik. Hari pertama difokuskan pada sosialisasi program dan pelatihan teknis budidaya ikan lele, meliputi persiapan kolam, pemilihan benih unggul, manajemen pakan, dan pengendalian penyakit. Peserta tampak antusias dan aktif dalam sesi diskusi maupun praktik langsung. Hari kedua diisi dengan pelatihan pengolahan hasil panen menjadi produk frozen food, seperti nugget, bakso, dan abon lele. Peserta diajarkan teknik dasar pengolahan makanan, pengemasan yang higienis, dan penyimpanan produk beku. Hari ketiga difokuskan pada pelatihan branding produk, termasuk desain label, penentuan identitas produk khas desa, serta strategi pemasaran melalui media sosial. Kegiatan ini memperkuat aspek softskill mitra dalam mengembangkan produk secara kreatif dan berkelanjutan, seperti terlihat pada Gambar 1.

Gambar 1. Sosialisasi Program

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan. Hasil *pretest* dan *posttest* menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta secara signifikan, dengan rata rata nilai *pretest* sebesar 58 dan *posttest* sebesar 85. Observasi selama pelatihan juga menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan teknik budidaya dan pengolahan secara mandiri. Wawancara mendalam kepada lima peserta mengungkapkan bahwa pelatihan memberikan wawasan baru dan motivasi untuk mengembangkan usaha berbasis ikan lele. Selain itu, hasil angket menunjukkan bahwa 92% peserta merasa puas terhadap materi, metode pelatihan, dan fasilitator. Evaluasi ini membuktikan bahwa kegiatan berhasil meningkatkan kapasitas mitra baik dari sisi hardskill maupun *softskill*. Berikut adalah tabel data hasil evaluasi kegiatan yang disusun berdasarkan hasil *pretest*, *posttest*, observasi, angket, dan wawancara mendalam, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Instrumen Evaluasi	Indikator yang Diukur	Jumlah
1	Pre-test	Tingkat pemahaman awal peserta	Rata rata nilai: 58
2	Post-test	Tingkat pemahaman setelah pelatihan	Rata rata nilai: 85
3	Observasi	Kemampuan praktik budidaya dan pengolahan	80% peserta mampu melakukan praktik secara mandiri
4	Angket Kepuasan Peserta	Kualitas materi, metode, dan fasilitator	92% peserta menyatakan puas
5	Wawancara Mendalam	Dampak kegiatan terhadap motivasi dan rencana usaha	5 dari 5 responden menyatakan siap mengembangkan usahanya

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Lele dan Inovasi Produk *Frozen Food* Khas Desa Cakru berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan keterampilan masyarakat dalam membudidayakan ikan lele sekaligus mengolahnya menjadi produk siap saji bernilai ekonomi sebagai oleh-oleh khas daerah. Pelaksanaan program menunjukkan keberhasilan dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan berbasis potensi lokal. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan *hardskill* sebesar 61% dan *softskill* 58%, serta peningkatan pendapatan keluarga sebesar 20–30% dari pemasaran produk *frozen food*. Peningkatan softskill terlihat dari tumbuhnya rasa percaya diri, kemampuan komunikasi, dan kerja sama kelompok, sedangkan peningkatan hardskill tampak dari kemampuan teknis peserta dalam budidaya ikan lele, pengoperasian alat produksi, serta pengolahan dan pengemasan produk *frozen food* secara mandiri. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa program

berdampak nyata dalam membangun kapasitas dan semangat kewirausahaan masyarakat Desa Cakru.

Sebagai tindak lanjut dari keberhasilan program ini, disarankan untuk dilakukan penguatan kelembagaan melalui pembentukan koperasi atau badan usaha milik kelompok guna menjamin keberlanjutan produksi dan pemasaran produk olahan lele secara kolektif. Selain itu, penting untuk mengembangkan strategi pemasaran digital agar produk *frozen food* khas Desa Cakru dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Rekomendasi lain adalah perlunya penelitian lanjutan yang fokus pada analisis dampak ekonomi program terhadap pendapatan rumah tangga peserta serta studi kelayakan usaha dalam skala komersial. Pengabdian terapan juga dapat dikembangkan di bidang lain, seperti pengelolaan limbah hasil produksi menjadi pupuk organik atau pakan alternatif, sehingga menciptakan sistem usaha yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan ini dengan Nomor Kontrak Induk: 124/C3/DT.05.00/PM/2025 tanggal 28 Mei 2025, dan Nomor Kontrak Turunan: 022/LL7/DT.05.00/PM/2025 tanggal 28 Mei 2025 oleh LLDikti Wilayah VII Jawa Timur serta kontrak dengan perguruan tinggi yakni Universitas Muhammadiyah Jember dengan Nomor Kontrak: 0989/II.3.AU/REKTORAT/J/2025 tanggal 05 Juni 2025. Tim Pengabdian bersama Mahasiswa juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada mitra Kelompok Budidaya Lele ”Songot Manis” Desa Cakru Kencong Jember Jawa Timur yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Tidak lupa, Kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

Agustin, S., Nurhayati, R., Wulan, S., Nur, M. J., & Is, S. S. (2024). Strategi Pengembangan Branding Identitas Lokal Sebagai Pendorong Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2*(2), 321–326. https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1429

Andayani, R. P., & Ausrianti, R. (2021). Diversifikasi Produk Olahan Lele Sebagai Alternatif Usaha Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Selama Pandemi. *Jurnal Abdimas Kesehatan Perintis*, *2*(2), 1–6.

Imelda, D. Q., Budiarti, I. N., Wahyuni, R. S., & Soimah, N. (2023). Pemanfaatan Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Bumi Rahayu. *Jurnal Benuanta*, *2*(2), 27–32. https://doi.org/10.61323/jb.v2i2.77

Indra, B., Kurniawan, F., Monadiza, A., Sari, N., & Sari, F. P. (2024). *B*erdesa : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pengembangan Logo dan Branding Untuk Meningkatkan Daya Saing UMK Tempe di Desa Sinar Bhakti. *Berdesa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 59–73. https://doi.org/10.47431/bds.v1i2.497

Information, A. (2024). *Potensi Dan Kelayakan Usaha Budidaya Ikan Lele*. *2*, 1488–

1498.

Narayana, I. W. G., Winarta, K. A. S., Rai, N. M., Dewi, M., N, I. W. B. W. P., Ngurah, A. A., Narotama, B. D., & Samsudin, M. (2024). Pengembangan Branding Produk Dan Strategi Digital Marketing Pada Umkm Balinese Project. *Journal of Community Empowerment and Innovation, 3*(3), 116–129. https://doi.org/10.47668/join.v3i3.1313

Permana, E., Muhaimin, M., Putri, S., Chandra, S., & Kusuma, W. (2024). Budidaya ikan lele sankuriang di Nanahon Farm Tamansari. *Abdi Implementasi Pancasila: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4*(1), 22–25. https://doi.org/10.35814/abdi.v4i1.6213

Pohan*, R. F., Arifitriana, W., & Rambe, M. R. (2024). Produksi Nugget Ikan Lele Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Sigiring-Giring. *JAMAS : Jurnal Abdi Masyarakat*, *2*(2), 479–488. https://doi.org/10.62085/jms.v2i2.107

Produktivitas, P., Rt, M., Kel, R. W., Rawalumbu, K., Timur, B., Barat, J., Utami, V. I., Pentiana, R., Mitavianna, V., Nurhidayah, R., Jonathan, C., Pranata, D., & Rozamuri, A. M. (2024). *Budidaya Ikan Lele dengan Metode Budikdamber sebagai Solusi*. *4*(4), 925–932.

Purwadinata, S., & Adha, R. (2025). Peningkatan kapasitas kelompok masyarakat pengelola produk olahan ikan di kawasan Batu Layar, Lombok Barat melalui edukasi pemasaran dan packaging. *Jurnal EJECS (Engagement Journal of Community Service)*, *3*(2), 113–121. https://doi.org/10.58812/ejecs.v3i02

Rasoki, T., & Nurmalia, A. (2023). Diversifikasi dan Pemasaran Olahan Lele Sebagai Upaya Penguatan Pendapatan Masyarakat. *Surya Abdimas*, *7*(4), 641–650. https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i4.2727

Santoso, G., Apriandi, M. C., & Ardiansyah, J. M. (2025). Strategi Diversifikasi Usaha Perikanan untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir *JELAWAT : Jurnal Ekonomi Laut dan Air Tawar Pendahuluan*. *01*(01), 63–72.

Saputri, A., & Widyaningsih, Y. (2021). Pengelolaan Produk Kuliner Sebagai Oleh-Oleh Khas Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Inovasi Teknologi dan Edukasi Teknik*, *1*(4), 295–301. https://doi.org/10.17977/um068v1n4p295-301

Sari, A. R., Probowati, D. D., Agribisnis, P. S., Pertanian, F., & Bojonegoro, U. (2022). *Usaha Riyanto Farm di Desa Bendo Kecamatan Kapas*. *7*, 32–42.

Sariani, N. L. P., Rika Dwi Cahyani, N. M., Wiradyatmika, A. A. G. A., & Kertiriasih, N. N. R. (2023). Digital Branding Untuk Pengembangan Dodol Nangka Khas Desa Besan, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 1016–1021. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i2.2995

Sosianika, A., Setiawati, L., Kania, R., Amalia, F. A., & Senalasari, W. (2025). Re-branding kemasan produk GEMI0418: Kemasan kreatif untuk olahan lele konsumsi manusia dan maggot pakan ternak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *8*(1), 70–86.

Tjiptady, B. C., Choirina, P., Rohman, M., Pradani, Y. F., Rizki, M., Islam, U., Rahmat, R., Air, S., & Guna, T. T. (2022). Saluran air Kecamatan Kepanjen. *Jurnal ABDI Desa*, *3*(2).