



Implementasi *blue economy* dengan pendampingan pembuatan buku profil UMKM produk olahan perikanan Desa Batu Belubang, Bangka Belitung

Sudirman Adibrata^{1*)}, Anggelia N. Pratiwi¹, Adella Jesiska¹, Aulia¹, Animah¹, Ariska Purnamasari¹, Fera Angelia¹, Indah S. Rani¹, Nadilla Anggraini¹

Published online: 23 September 2022

ABSTRACT

Village Development Activity 2022 conducted real contribution to promote micro, small, and medium enterprises (UMKM) at Batu Belubang Village, Pangkalan Baru Sub-district, Central Bangka Regency, Kepulauan Bangka Belitung Province. Optimizing the marine resources by the UMKM to bolster the economy and entrepreneurship at the village is in accord with the blue economy concept. Some optional solutions to UMKM problems found in the village like introducing the business concept of fishery product processing that belongs IPAL, eye-catching product packaging, gradually permitting assistance by related government bodies, knowledge transfer, and digital marketing via Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, official virtual store like Bukalapak, Shopee, and others. The guidance and assistance of UMKM from the local government regarding the potential of processed fishery products is very much needed. One of the assistances is the creation of a profile book for processed fishery products UMKM to facilitate the path of information to consumers. A website-based information technology network is very helpful in promoting UMKM for fishery products that can reach consumers from across provinces in Indonesia and across countries.

Keywords: Bangka Belitung, Blue economy, Entrepreneurs, Marketing, Processed fishery products, UMKM

Abstrak: Kegiatan Bina Desa tahun 2022 dapat memberikan kontribusi nyata untuk memajukan UMKM di Desa Batu Belubang Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Mengoptimalkan sumberdaya laut untuk pertumbuhan ekonomi dan wirausaha di desa sejalan dengan konsep *blue economy*. Tawaran solusi dari permasalahan UMKM di Desa Batu Belubang yaitu pengenalan konsep usaha pengolahan hasil perikanan yang memiliki IPAL, kemasan produk yang lebih menarik perhatian (*eye catching*), perijinan diharapkan dapat dibantu oleh dinas terkait secara berkala, transfer pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital seperti Facebook, Whatsapp, Instalgram, Twitter, toko virtual yang resmi seperti Bukalapak, Shopee dan lainnya. Pembinaan dan pendampingan UMKM dari pemerintah daerah terkait potensi produk olahan hasil perikanan sangat dibutuhkan. Salah satu pendampingan yaitu pembuatan buku profil UMKM produk olahan perikanan untuk mempermudah jalur informasi ke konsumen. Jaringan teknologi informasi berbasis website sangat membantu promosi UMKM produk perikanan yang dapat menjangkau konsumen dari lintas provinsi di Indonesia dan lintas negara.

Kata kunci: Bangka Belitung, Blue economy, Olahan hasil perikanan, Pemasaran, UMKM, Wirausaha

¹ Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi, Universitas Bangka Belitung

*) *corresponding author*

Sudirman Adibrata

Email: sudirman@ubb.ac.id

PENDAHULUAN

Desa pesisir di Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah terdiri dari Desa Tanjung Gunung, Desa Batu Belubang, dan Desa Kebintik (BPS Bateng, 2019). Mata pencaharian masyarakat di desa pesisir didominasi oleh

nelayan, petani tanaman pangan, pedagang, pegawai swasta, dan buruh. Begitu juga dengan Desa Batu Belubang yang memiliki luas wilayah 6,08 km², jumlah penduduk 3.646 jiwa dengan mata pencaharian yang dominan seperti nelayan, petani, buruh harian dan lainnya (BPS Bateng, 2019). Desa pesisir identik dengan potensi hasil perikanan laut sebagai komoditas dari usaha nelayan. Oleh karena itu, penangkapan ikan oleh nelayan perlu adanya peningkatan nilai tambah agar dapat mendukung ketahanan pangan. Ketahanan pangan dengan memanfaatkan sumberdaya dari laut dikenal dengan konsep *blue economy* (Adibrata *et al*, 2022a), termasuk didalamnya potensi perikanan. Usaha hasil perikanan ini berpotensi untuk menggerakkan roda perekonomian di pedesaan karena *multiflier effect* yang besar terhadap pembangunan pesisir berkelanjutan. Produk dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat menjadi potensi unggulan hasil perikanan Desa Batu Belubang.

Pengetahuan mengenai produk pengolahan hasil perikanan dapat menumbuhkan jiwa wirausaha dan memahami arti penting usaha sampingan (Adibrata *et al*, 2022b) atau bahkan menjadi usaha utama bagi wirausahawan di pesisir. Wirausahawan (entrepreneur) adalah orang yang menciptakan bisnis baru, mengambil risiko dalam mencapai tujuan yang diinginkan untuk menghasilkan keuntungan dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi beberapa peluang penting (Burdus, 2010). Oleh karena itu, UMKM tersebut perlu pendampingan dan pemberdayaan agar usaha dapat terus bertahan ketika ada hantaman pandemi Covid-19 bahkan diharapkan dapat meningkat dan berkelanjutan karena dominan menggunakan bahan baku lokal. Keberlanjutan usaha dapat dianalisis dari keberlanjutan pasokan bahan baku, keberlanjutan inovasi, dan keberlanjutan pasar (Riana *et al*, 2014). Beberapa hal yang membutuhkan inovasi mulai dari pembuatan produk, kemasan, perijinan, hingga pemasaran dari hasil laut. Mengoptimalkan sumberdaya laut untuk pertumbuhan ekonomi sebenarnya sejalan dengan konsep *blue economy*.

Pembangunan berkelanjutan perlu memajukan implementasi dan usaha produktif di masyarakat. Dominasi UMKM dalam pembangunan dapat memperkuat kebijakan perekonomian nasional terutama program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan pemberdayaan masyarakat desa. Pemberdayaan masyarakat desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa (UU No. 6, 2014). Merancang pembangunan berkelanjutan harus mengikuti visi, misi, tujuan, kebijakan, strategi, program, dan implementasi atau kegiatan-kegiatan (Adibrata *et al*, 2022a). Aneka produk pengolahan perikanan diharapkan dapat memperluas pangsa pasar. Namun, hingga saat ini pihak UMKM belum mengoptimalkan sarana untuk mempromosikan barang olahannya agar dapat diketahui secara luas. Sejauh ini UMKM hanya memasarkan produk olahan mereka kepada warga sekitar dan sebagian dikirimkan ke daerah lain tanpa diketahui bahwa produk tersebut berasal dari Desa Batu Belubang. Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah melakukan pendampingan pembuatan buku profil UMKM produk olahan perikanan di Desa Batu Belubang untuk mempermudah jalur informasi ke konsumen.

BAHAN DAN METODE

Waktu dan tempat

Kegiatan PKM ini dilaksanakan mulai bulan Juli hingga September 2022, mulai dari persiapan, survei awal, penyusunan proposal, pelaksanaan kegiatan, hingga pelaporan. Pembuatan buku profil ini dilaksanakan di UMKM Desa Batu Belubang, Kecamatan Pangkalan Baru, Kabupaten Bangka Tengah, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Bahan dan peralatan

Bahan berupa kuisioner dan daftar pertanyaan tambahan sebagai *deep interview* dengan peralatan seperangkat alat tulis, recorder, dan komputer.

Metode

Tim Pelaksana PKM yaitu Himpunan Mahasiswa Manajemen Sumberdaya Perairan Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi Universitas Bangka Belitung (Hima MSP FPPB UBB) dengan tema Bina Desa tahun 2022 mengajukan pendekatan Riset Berbasis Komunitas atau *Community Based Research (CBR)*. Pendekatan Riset Berbasis Komunitas ini mengedepankan metode partisipatif, dimana data dapat digali dari partisipasi aktif UMKM sebagai responden dan yang memiliki kemauan untuk memajukan usahanya. Mitra dalam kegiatan PKM ini adalah UMKM di Desa Batu Belubang beserta perangkat desa.

Analisis situasi menunjukkan bahwa UMKM belum terlalu berkembang mengenai pemasaran produk olahan hasil perikanan sehingga membutuhkan dorongan pada akses pasar diantaranya buku profil sebagai alat promosi. Tim Pelaksana PKM berencana membantu meningkatkan pemasaran dengan membuat buku profil UMKM produk perikanan di Desa Batu Belubang dimulai dari (1) mempertajam konsep dasar dari pemasaran produk perikanan dimana kolaborasi akademisi kampus (koordinasi dosen dan mahasiswa Prodi MSP seperti pada Gambar 1), mitra UMKM dan perangkat desa sebagai stakeholders, dalam hal ini melibatkan dosen sebagai katalisator. Selanjutnya, (2) membuat perencanaan dan pengumpulan data agar data dapat ditabulasi dan dianalisis, (3) analisis data diharapkan menjadi informasi dan solusi dari tujuan yang diinginkan yaitu membuat buku profil UMKM produk perikanan. Pemasaran selama ini dominan masih secara manual sehingga setelah adanya kegiatan PKM maka buku profil dapat menjadi persiapan database bagi UMKM menuju digitalisasi dalam mempromosikan produk, (4) aksi atas temuan di lapangan diharapkan UMKM dapat berinovasi dalam berwirausaha mulai dari pembuatan produk, kemasan, perijinan, hingga pemasaran. Aksi dari pemerintah daerah juga sangat diharapkan dalam membantu memajukan UMKM produk perikanan terkait permodalan, perijinan, dan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Blue economy merupakan konsep mengoptimalkan sumberdaya laut yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui kegiatan yang inovatif oleh masyarakat dengan tetap menjamin keberlanjutan usaha dan kelestarian lingkungan (Adibrata *et al*, 2022a). Konsep ekonomi biru (*blue economy*) memiliki prinsip diantaranya efisiensi sumber daya alam dimana sumberdaya hayati perikanan menjadi tumpuan bahan baku utama. Sudah seharusnya, penangkapan ikan oleh nelayan dapat secara terukur dan diperoleh peningkatan nilai tambah sehingga dapat mengurangi ancaman ekologi serta mendukung ketahanan pangan. Pemanfaatan sumberdaya perikanan diharapkan tidak terlalu eksploitatif tetapi terdapat efisiensi dengan merubah menjadi produk olahan hasil perikanan yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Hal ini merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep *blue economy*. Selanjutnya, dorongan mengenai inklusi sosial dimana masyarakat baik secara individu maupun kelompok dapat meningkatkan peran sertanya untuk meningkatkan kualitas kehidupan secara bersama. Hal penting lainnya terkait inovasi dan adaptasi terbuka terhadap pasar bahwa produk yang dibuat mengedepankan inovasi sehingga diminati konsumen dan memiliki daya tarik tersendiri dari produk yang dihasilkan untuk semua segmen pasar. Kelancaran usaha hasil perikanan ini dapat menunjang pembangunan berkelanjutan terutama bidang kelautan dan perikanan.

Pengolahan hasil perikanan dari UMKM yang digeluti oleh sebagian masyarakat di desa tersebut mengutamakan bahan baku lokal. Data pemasaran UMKM dengan ragam produk perikanan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data pemasaran UMKM dengan ragam produk perikanan

No	Tahun Berdiri	Ragam Produk	Perijinan Usaha / PIRT / Sertifikat Halal	Omset (Rp/bln)	Teknik Pemasaran
1	1991	Perebusan ikan asin	Ada	18.000.000	Pembeli datang atau Partai besar
2	1997	Rusip, kemplang	Ada	5.000.000	Konvensional
3	1997	Perebusan ikan asin: ikan tamban, teri, ciu, lesi	Tidak ada	30.000.000	Konvensional
4	2012	Perebusan ikan asin: ikan tamban, teri, lesi	Tidak ada	40.000.000	Ke Pengepul, Konvensional
5	2020	Ampiang, kerucu cumi, kerucu telur cumi	Ada	20.000.000	shope, facebook, arisan lebaran
6	2020	Perebusan ikan asin: ikan tamban, teri, lesi	Tidak ada (belum ke luar)	15.000.000	Ke Pengepul, Konvensional
7	2021	Getas, rusip, kemplang, teri krispi, cumi rebus, dan teri rebus asin	Ada	4.000.000	Pembeli datang ke rumah dan suplai ke toko

Berdasarkan data analisis diperoleh 24 responden UMKM Desa Batu Belubang dari rencana 50 responden yang omsetnya relatif besar. Dari 24 responden ini ditampilkan 7 UMKM yang tahun berdirinya mewakili dari tahun 1991 hingga 2021. Omset UMKM berkisar antara Rp 4.000.000,00/bulan hingga 40.000.000,00/bulan. Ragam produk berupa perebusan ikan asin (ikan tamban, teri, ciu, lesi), rusip, kemplang, ampiang, kerucu, kerucu telur cumi, dan getas. Ragam usaha didominasi oleh perebusan ikan dengan legalitas ada yang sudah memiliki ijin usaha, PIRT, dan sertifikat halal, juga ada yang belum memiliki legalitas. Teknik pemasaran didominasi secara konvensional yaitu pembeli datang ke lokasi atau penjualan partai besar, hanya sedikit yang memanfaatkan jasa sosial media. Hal ini menjadi peluang kegiatan PKM dari Hima MSP FPPB UBB untuk dapat membantu dalam hal promosi dan pemasaran.

Pelaksanaan kegiatan menekankan pada peran dan partisipasi masyarakat dalam memberikan informasi terkait usahanya. Informasi ini diolah dan dianalisis mengenai kelemahan dan kelebihan sehingga diperoleh solusi untuk dapat dijalankan oleh UMKM. Sebagaimana diketahui bahwa ikan merupakan barang yang *perishable* sehingga harus mendapat perlakuan segera diantaranya diolah untuk menjadi makanan olahan. Mengolah ikan menjadi produk dapat memperpanjang daya simpan ikan sehingga berdampak terhadap nilai ekonomi dan jangkauan pasar (Adibrata *et al*, 2022b). Kegiatan pengolahan ikan bertujuan untuk mengawetkan ikan hasil tangkapan sehingga jangkauan pemasaran dapat diperluas, hasil samping ikan masih dapat nilai jual, menyerap tenaga kerja terutama memberdayakan perempuan pesisir, meningkatkan pendapatan masyarakat pesisir (Riana *et al*, 2014). Produk olahan ikan dapat berupa perebusan ikan asin, rusip, kerucu, kemplang, getas, ampiang, dan lainnya. Jenis kerucu, kemplang, getas, dan ampiang merupakan sejenis kerupuk yang mengandung protein tinggi dengan bahan baku ikan. Penambahan daging ikan pada kerupuk dapat memperbaiki cita rasa yang khas serta menambah nilai gizi kerupuk khususnya sumber protein (Khairina *et al*, 2019).

Inovasi dalam pendampingan dan pengembangan strategi pemasaran UMKM produk olahan perikanan Desa Batu Belubang sangat dibutuhkan. Inovasi terhadap keberlanjutan usaha olahan ikan UMKM diantaranya terkait pembuatan produk, kemasan, perijinan, hingga pemasaran. Pembuatan produk olahan ikan terkait erat dengan permodalan dan keterampilan membuat produk. Semangat berwirausaha dari UMKM biasanya meningkat ketika diberikan pelatihan dan bantuan stimulus permodalan baik dalam bentuk peralatan maupun penyediaan bahan-bahan untuk membuat olahan

hasil perikanan. Pengembangan UMKM termotivasi melalui pemberian modal dan pendampingan usaha (Khairina *et al*, 2019). Terdapat beberapa solusi setelah dilakukan pendampingan seperti disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kondisi sebelum dan sesudah pendampingan UMKM

No	Kondisi Sebelum Pendampingan	Solusi Setelah Pendampingan
1	Pembuatan produk sudah higienis tapi masih perlu ditingkatkan dan penataan yang lebih rapi, contoh pada perebusan ikan asin	Pengenalan mengenai konsep usaha pengolahan hasil perikanan yang memiliki Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) agar tidak langsung dibuang ke lingkungan sekitar
2	Kemasan produk ada yang masih mengedapankan kemasan yang lebih murah	Kemasan produk disarankan agar lebih menarik perhatian (<i>eye catching</i>) dan lebih bagus walaupun agak mahal sedikit
3	Perijinan ada yang belum memiliki PIRT dan Sertifikat halal namun sudah dibantu dinas terkait termasuk Disperindag	Perijinan didorong agar memiliki PIRT dan Sertifikat halal yang difasilitasi Disperindag Provinsi secara berkala
4	Pemasaran dengan memiliki etalase dan sebagian sudah memanfaatkan Whattsap, shopee, Facebook	Transfer pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital selain penataan etalase toko. Disarankan untuk memanfaatkan Facebook, Whattsap, Instalgram, Twitter, toko virtual yang resmi seperti Bukalapak, Shopee, dan lainnya untuk menghemat ongkos kirim pemesanan jarak jauh ketika terdapat musim diskon. Disarankan membuat buku profil UMKM sebagai database Pemda yang menunjang pemasaran
5	Potensi produk olahan hasil perikanan dari Desa Batu Belubang belum dikenal luas. UMKM sudah responsif namun kurang lancar Bahasa Indonesia	Buku profil lebih membantu Dinas Pariwisata agar UMKM lebih dikenal di masyarakat; membuka wawasan UMKM terkait pemasaran; Pembinaan dari Pemda menjadi bahan diseminasi terkait potensi produk olahan hasil perikanan; UMKM harus dibiasakan menggunakan Bahasa Indonesia.

Sebagian besar mitra UMKM di Desa Batu Belubang sudah memiliki logo, brosur, etalase, dan papan nama (Gambar 2; Gambar 3). Pembuatan logo, brosur, dan kemasan yang menarik sangat membantu ketika produk mitra di *supply* atau dipasok atau dititipkan ke mini market, swalayan, maupun toko oleh-oleh sehingga bisa bersaing dengan produk sejenisnya. Pada aspek perijinan atau legalitas, kegiatan pendampingan yang telah dilakukan adalah pendataan untuk pengurusan sertifikat PIRT dan sertifikat halal yang melibatkan pihak Desa, Puskesmas, Dinas Kesehatan, dan Disperindag. Namun demikian terkait Sertifikat PIRT dan Sertifikat halal menurut informasi dari desa dinyatakan sudah ada dinas yang membantu mengurusnya. Produk yang berkualitas dan terjamin kehalalannya akan mendapat kepercayaan dari masyarakat. Selain itu, sertifikat PIRT ini juga merupakan salah satu aspek yang disyaratkan oleh mini market, swalayan, maupun toko oleh-oleh sehingga dapat memperluas pangsa pasar produk.

Kendala terbesar yang dihadapi mitra UMKM biasanya pada aspek pemasaran yang merupakan ujung tombak dalam memasarkan produk. Terdapat beberapa solusi dalam pemasaran produk olahan hasil perikanan diantaranya memperluas jaringan pemasaran, mempertahankan mutu dan meningkatkan pelayanan penjualan, serta meningkatkan kerjasama dengan instansi terkait dan koperasi/UKM lainnya guna mendapatkan akses bahan baku (Setiyorini *et al*, 2018). Pengolahan hasil perikanan ini, mulai dari pembuatan produk hingga strategi pemasaran harus dilakukan dengan sebaik-baiknya agar penjualan produk dapat lancar. Pemasaran produk olahan perikanan merupakan aktifitas menyebarkan informasi untuk mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran dari produk UMKM agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk olahan ikan yang ditawarkan UMKM. Penggunaan media sosial merupakan bagian dari solusi untuk mempromosikan produk UMKM. *Teknologi internet marketing* dengan media sosial sangat diperlukan dalam peningkatan marketing produk UMKM (Yamani *et al*, 2019).

Buku profil yang dibuat oleh pelaksana lebih membantu Dinas Koperasi dan UKM, serta Dinas Pariwisata agar UMKM lebih dikenal di masyarakat sebagai alat promosi ke konsumen. Basis data mengenai profil UMKM sangat dibutuhkan ketika pemerintah daerah membangun jaringan teknologi informasi berbasis website. Pembinaan dari pemerintah daerah menjadi bahan diseminasi terkait potensi produk olahan hasil perikanan. UMKM dapat terbantu dengan adanya basis data, jika media

promosi melalui website menggunakan Bahasa Indonesia maka dapat diakses oleh konsumen dari lintas kecamatan, kabupaten, dan provinsi di Indonesia. Selanjutnya, jika media promosi menggunakan Bahasa Inggris atau internasional maka dapat diakses oleh konsumen dari lintas negara. Promosi usaha berbasis website membuka peluang pada pemasaran secara online sehingga penjualan produk perikanan dapat mengandalkan jasa pengiriman barang.



Gambar 1. Koordinasi mahasiswa dan dosen pendamping sebagai Tim Pelaksana PKM



Gambar 2. Etalase produk pengolahan hasil perikanan oleh UMKM



Gambar 3. Close up produk pengolahan hasil perikanan oleh UMKM

Tim Pelaksana PKM mengusulkan kegiatan sarasehan kewirausahaan atau temu wirausaha kepada pihak desa, dinas, dan mitra sehingga bermanfaat untuk saling tukar informasi mengenai strategi kewirausahaan, jejaring pemasaran, dan manfaat dari kewirausahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Bina Desa tahun 2022 dapat memberikan kontribusi nyata untuk memajukan UMKM pengolahan hasil perikanan di Desa Batu Belubang. Tawaran solusi dari permasalahan UMKM di Desa Batu Belubang yaitu pengenalan konsep usaha pengolahan hasil perikanan yang memiliki IPAL, kemasan produk yang lebih menarik perhatian (*eye catching*), perijinan diharapkan dapat dibantu oleh dinas terkait secara berkala, transfer pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital seperti Facebook, Whatsapp, Instalgram, Twitter, toko virtual yang resmi seperti Bukalapak, Shopee, dan lainnya. Pembinaan dan pendampingan UMKM dari pemerintah daerah terkait potensi produk olahan hasil perikanan sangat dibutuhkan. Salah satu pendampingan yaitu pembuatan buku profil UMKM produk olahan perikanan untuk mempermudah jalur informasi ke konsumen. Jaringan teknologi informasi berbasis website sangat membantu promosi UMKM produk perikanan yang dapat menjangkau konsumen dari lintas provinsi di Indonesia dan lintas negara.

Ucapan Terimakasih

Tim Pelaksana PKM mengucapkan terimakasih kepada Universitas Bangka Belitung dalam Program Bina Desa tahun 2022. Kegiatan ini dilaksanakan berdasarkan Kontrak antara Universitas Bangka Belitung dengan Dosen Pendamping Bina Desa dan Mahasiswa Pelaksana Bina Desa dengan No. 739/UN50/A.1/BINDES/2022. Terima kasih juga kepada Hima MSP FPPB UBB yang telah memfasilitasi kegiatan ini sehingga dapat terlaksana dengan baik, semoga ke depan dapat menjadi program setiap kepengurusan untuk Hima MSP.

Conflict of Interests

The authors declared that no potential conflicts of interest with respect to the authorship and publication of this article.

REFERENCES

- [BPS Bateng] Bada. Pusat Statistik Kabupaten Bangka Tengah. 2019. “Kecamatan Pangkalan Baru dalam Angka 2019”. BPS Kab Bangka Tengah. Koba. 157 Hal.
- Adibrata, S., Lingga, R., Nugraha, MA. 2022a. “Penerapan *blue economy* dengan budidaya udang vaname (*Litopenaeus vannamei*)”. *Journal of Tropical Marine Science* 5(1): 45-54.
- Adibrata, S., Gustomi, A., Syarif, AF., Rahmansyah, A. 2022b. “Implementasi Wirausaha dengan Budidaya Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) dan Pembuatan Produk Olahan Dendeng di Pesantren Daarul Hasanah Balunijuk”. *Indonesia Berdaya* 3(3): 515-522.
- Burdus, E. 2010. “Fundamentals of Entrepreneurship”. *Review of International Comparative Management*, 11(1): 33-42.
- Riana, IG., Wiagustini, NLP., Meydianawathi. 2014. “Masterplan UMKM berbasis perikanan untuk meningkatkan pengolahan produk ikan yang memiliki nilai tambah tinggi”. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* 7(2): 102-119.

- [UU No. 6 tahun 2014]. 2014. “Undang-undang No. 6 tahun 2014 tentang Desa”. Jakarta. 49 Hal.
- Ochocka, J., Janzen, R. 2014. “Breathing Life into Theory. Illustrations of community-based research: hallmarks, functions and phases”. *Gateways: International Journal of Community Research and Engagement*, 7, 18-33. DOI: 10.5130/ijcre.v7i1.3486.
- Khairina, R., Normelani, E., Nasrudin. 2019. “Pendampingan dan pelatihan pengolahan abon dan kerupuk ikan bagi UMKM di Desa Pinang Habang Kabupaten Hulu Sungai Utara”. *Jati Emas* 3(1): 80-87.
- Setiyorini, ES., Noorachmat, BP., Syamsun, M. 2018. “Strategi pemasaran produk olahan hasil perikanan pada UMKM Cindy Group”. *Manajemen IKM* 13(1): 19-28.
- Yamani, AZ., Muhammad, AW., Faiz, MN. 2019. “Penguatan ekonomi lokal pada pelaku UMKM berbasis digital di Desa Winduaji Kabupaten Brebes”. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society* 18(1): 24-28.