

KERIPIK IKAN NILA SEBAGAI SOLUSI PENINGKATAN PENDAPATAN WARGA DESA

Herman Sjahrudin¹, Suseno Hadi Purnomo², Nurlaely Razak³, Ardiansyah Halim⁴, Elyas Albar⁵, Hendriansyah Aras Faqih Maulana⁶, Dedy Yusuf⁷

^{1,3,4,5,6,7} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya

² Universitas Wahid Hasyim, Semarang

e-mail: herman.sjahrudin@stiem-bongaya.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini berorientasi pada peningkatan pendapatan warga Desa Borong Pa'La'La melalui pemanfaatan ikan nila yang pembudidayaannya cukup banyak dilakukan warga di desa tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kurang lebih 30 hari (sebulan) dan dilakukan bekerja sama dengan pemerintah desa serta beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (kelompok masyarakat pembudidaya ikan nila dan kelompok usaha warga desa Borong Pa'La'La). Salah satu alasan pembuatan keripik ikan nila ini adalah sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan pelaku budidaya dan warga desa. Hasil dari PkM ini menunjukkan bahwa modal yang dibutuhkan untuk 10 pcs keripik ikan nila dengan varian rasa (crispy original, keju dan balado) membutuhkan biaya modal sebesar Rp.82.500,00 - dengan harga jual sebesar Rp.100.000,00- maka besaran margin yang dapat dihasilkan = Rp.17.500,00- sehingga untuk setiap pcs keuntungan yang dapat diraih = Rp.1.750,00-. Nilai tersebut diperoleh dari proses uji coba pemasaran dilakukan dengan cara menitipkan keripik tersebut kepada sejumlah warung yang lokasinya di Kota Makassar dan untuk 10 pcs keripik yang terjual maka pemilik warung diberikan biaya penitipan = Rp.6.500,- sehingga pendapatan yang dapat diperoleh warga = Rp.17.500,00 - Rp.6.500,00 = Rp.11.000,00. Hasil tersebut diyakini dapat digunakan sebagai solusi dalam upaya peningkatan pendapatan warga

Kata kunci: Borong Pa'La'La, Ikan Nila, Keripik, Pendapatan

Abstract

This community service (PkM) is oriented towards increasing the income of the residents of Borong Pa'La'La Village through the utilization of tilapia which is cultivated by quite a lot of residents in the village. This community service activity is carried out for approximately 30 days (a month) and is carried out in collaboration with the village government as well as several Micro, Small and Medium Enterprises (tilapia cultivating community groups and business groups of Borong Pa'La'La villagers). One of the reasons for making tilapia chips is as an effort to increase the income of cultivators and villagers. The results of this PkM show that the capital needed for 10 pcs of tilapia fish chips with various flavors (crispy original, cheese and balado) requires a capital cost of Rp. 82,500.00 - with a selling price of Rp. 100,000.00 - so the amount of margin can be generated = IDR 17,500.00- so for each pcs the profit that can be achieved = IDR 1,750.00-. This value was obtained from the marketing trial process carried out by entrusting the chips to a number of stalls located in Makassar City and for 10 pcs of chips sold, the stall owner was given a safekeeping fee = Rp. 6,500, - so that the income that residents could get = Rp. 17,500.00 - Rp. 6,500.00 = Rp. 11,000.00. These results are believed to be used as a solution in an effort to increase residents' income

Keywords: Borong Pa'La'La, Chips, Income, Tilapia

PENDAHULUAN

Borong Pa'La'La merupakan suatu desa yang wilayahnya berada pada Kecamatan Patallassang Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan, secara geografis Borong Pa'La'La memiliki luas ± 863 km², pada sisi sebelah utara berbatasan dengan Desa Sunggumanai, pada bagian selatan desa ini berbatasan dengan Desa Timbuseng dan Kecamatan Bontomarannu, kemudian terakhir pada bagian barat berbatasan dengan Kecamatan Somba Opu. Borong Pa'La'La memiliki tiga dusun, yaitu dusun Sumbarrang, Kalumpang Loe, dan Dusun Bontoa. Borong Pa'La'La merupakan desa yang berada pada dataran rendah dengan populasi penduduk sejumlah 2.149 jiwa yang tergabung dalam 590 Kepala Keluarga yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani, namun saat ini masyarakat

tidak lagi menggantungkan hidupnya sebatas hasil pertanian semata, sudah banyak warga desa yang mencoba melakukan budidaya ikan nila.

Ikan nila (*Oreochromis niloticus*) banyak dibudidayakan masyarakat pada kolam air tawar karena memiliki zat protein yang cukup tinggi dibandingkan dengan ikan air tawar lainnya selain itu ikan ini juga memiliki zat karbohidrat, lemak, kalsium, fosfor dan zat besi yang dibutuhkan oleh tubuh manusia (Nasution et al., 2014). Ketertarikan warga untuk melakukan budidaya ikan nila juga diakibatkan karena ikan nila dapat digunakan dagingnya sebagai bahan baku utama dalam pembuatan abon dan keripik. Kecenderungan warga untuk lebih memilih keripik dibandingkan abon disebabkan karena keripik merupakan panganan yang dapat dinikmati pada saat kapan saja dengan penggunaan waktu dan biaya yang relatif terbatas (Saragih & Sinaga, 2019).

Kendala yang dialami warga desa ini adalah hasil produksi / budidaya ikan nila pada Desa Borong Pa'La'La hanya ± 55 persen saja yang diterima pasar, sehingga yang dapat diolah hanya sekitar ± 45 persen, belum lagi ikan ini mengalami proses pembusukan/kerusakan yang sangat cepat, jika tidak segera diolah. Apabila sudah terjadi kerusakan, maka tubuh ikan akan berlendir, mata keruh, dagingnya lunak, dan biasanya sisik mudah terkelupas (Ayuningtyas et al., 2021). Rendahnya kemampuan warga dalam mengolah produk turunan dari ikan nila dan menurunnya harga jual ikan nila pada saat panen juga menjadi salah satu alasan dilakukannya pengabdian kepada masyarakat ini. Merujuk pada fakta tersebut, maka dibutuhkan upaya pengembangan produk, melalui keripik ikan nila yang memiliki berbagai varian rasa yang dapat dikonsumsi oleh segala jenis golongan. Produk keripik olahan ikan nila berorientasi selain untuk menambah pendapatan warga desa juga dilakukan dengan maksud untuk mendorong warga untuk lebih intens mengkonsumsi ikan demikian pula produk-produk turunannya (seperti, keripik ikan teri). Saat ini perkembangan usaha keripik ikan di Kabupaten Gowa sebagai Ibu Kota dari Desa Borong Pa'La'La belum banyak dilirik oleh pelaku usaha diakibatkan karena permasalahan teknologi dan pengetahuan warga yang masih terbatas. Hal ini juga diperlihatkan dengan adanya stigma negatif pada masyarakat jika ikan itu baunya amis, dapat dihilangkan baunya namun membutuhkan waktu yang relatif cukup (Saragih & Sinaga, 2019). Terdapat banyak kelebihan dari pengembangan produk, diantaranya dapat meningkatkan nilai tambah yang pada gilirannya meningkatkan harga jual dan yang paling penting pengembangan produk dapat berdampak pada usia ekonomis penyimpanan dari suatu produk (Sumarsono, 2019).

METODE

Aktivitas pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan ± 3 bulan dengan menggandeng pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (kelompok masyarakat pembudidaya ikan nila dan kelompok usaha warga desa Borong Pa'La'La) sebagai mitra. Proses pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi, penambahan pengetahuan dan demonstrasi langsung serta pemasaran keripik ikan nila.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pada PkM ini dibagi dalam beberapa tahapan yang bertujuan agar dapat memberikan informasi yang mudah untuk difahami, yang meliputi:

Tahap awal

Pada tahap awal dilakukan observasi langsung ke kolam budidaya ikan nila milik warga desa, hal ini bertujuan untuk memperkenalkan dan memberi informasi / pengetahuan kepada warga terhadap kelebihan yang dimiliki ikan nila untuk dapat dikembangkan menjadi produk turunan dalam bentuk keripik yang memiliki keragaman dan cita rasa (varian). Setelah dilakukan pengenalan produk dan pemberian pengetahuan melalui metode ceramah maka dilanjutkan dengan diskusi untuk melihat tingkat antusiasme warga pada produk keripik ikan.



Gambar 1. Observasi tambak ikan nila milik warga desa

Tahapan kedua

Untuk fase ini dilakukan demonstrasi secara langsung dengan melaksanakan kegiatan ini pada rumah kediaman warga yang memiliki pengaruh di masyarakat desa. Penyelenggaraan fase ini dilaksanakan selama tiga (3) hari dimulai dari penyediaan bahan baku hingga pengemasan produk. Pembuatan produk keripik ikan nila memerlukan sejumlah bahan baku, untuk itu dapat ditunjukkan sebagai berikut:

1. Satu (1) kilo daging ikan nila
2. Setengah ($\frac{1}{2}$) bungkus tepung kanji
3. Tiga (3) sendok makan terigu
4. Tiga (3) sendok makan royco rasa daging ayam
5. Tiga (3) sendok makan soda kue
6. Tujuh (7) siung bawang putih
7. Satu (1) bungkus bawang merah
8. lima (5) sendok air putih
9. setengah ($\frac{1}{2}$) sendok makan garam
10. Satu (1) liter Minyak goreng

Berdasarkan komposisi bahan baku tersebut maka dapat diuraikan penggunaannya melalui tabel berikut :

Tabel 1. Harga pokok penjualan keripikan daging ikan nila (10 Pcs)

Item	Harga	Biaya
ikan NiIa	Rp 25.000,- (1 kg.)	Rp 25.000,-
Garam	Rp 3.000,- (1 bungkus)	Rp 3.000
Bumbu Masako	Rp 1.000,- (1 bungkus)	Rp 1.000
Bawang Merah	Rp 2.000,- (1 siung)	Rp 2.000
Soda Kue	Rp 10.000,- (1 bungkus)	Rp 10.000
Minyak Goreng	Rp 10.000,- (1 liter)	Rp 10.000
Bawang Putih	Rp 2.500,- (1 siung)	Rp 2.500
Tepung Beras	Rp 8.000,- (1 bungkus)	Rp 8.000
Merica	Rp 1.000,- (1 bungkus)	Rp 1.000
Label dan biaya cetak	Rp 10.000,- (10 lembar)	Rp 10.000
Plastik kemasan 14 x 22cm	Rp 10.000,- (10 lembar)	Rp 10.000
Total		Rp 82.500,-
Biaya Perkemasan		Rp 8.250,-
Biaya pemasaran (penitipan)		Rp 6.500,00-
Keuntungan		Rp 1.750,00-

Merujuk dari tabel diatas diketahui biaya modal sebesar Rp.82.500,00,- untuk memproduksi keripik sebanyak 10 pcs kemudian dijual dengan harga jual sebesar Rp.100.000,00- untuk 10 pcs, maka margin yang dapat dihasilkan sebesar Rp.17.500,00 - untuk memproduksi sebanyak 10 pcs

sehingga untuk setiap pcs keuntungan yang dapat diraih = Rp.1.750,00-. Nilai tersebut diperoleh dari proses uji coba pemasaran dilakukan dengan cara menitipkan keripik tersebut kepada sejumlah warung yang berlokasi di Kota Makassar dan untuk 10 pcs keripik yang terjual maka pemilik warung diberikan biaya penitipan = Rp.6.500,- sehingga pendapatan yang dapat diperoleh warga = Rp.17.500,00,- dalam 10 pcs. Hasil tersebut diyakini dapat digunakan sebagai solusi dalam upaya peningkatan pendapatan warga. Namun tata cara penjualan seperti ini tidak efisien sebab apabila produk telah habis terjual hingga konsumen sulit untuk mencari produk tersebut kami berinisiatif menjual di media sosial seperti Facebook, instagram, serta market place online seperti shopee, tokopedia, lazada. Metode ini lebih muda buat mendapatkan produk keripik ikan nila.

Tahapan ketiga

Langkah selanjutnya yaitu tahapan pembuatan keripik daging ikan nila. setelah mempelajari beberapa cara pembuatan keripik di media sosial, maka kami mempercepat proses pembuatan suatu produk khas desa. Dengan adanya pengolahan produk ini bisa menjadi awal yang baik untuk lebih banyak lagi pemanfaatan dan pengembangan ikan nila di desa. Harapan dengan adanya pengolahan produk ini kemudian bisa menjadi suatu pendapatan terbaru guna meningkatkan stabilitas ekonomi di desa. Berikut ditunjukkan proses cara pemisahan kulit dan daging ikan nila, setelah pemisahan kulit dan daging ikan nila selanjutnya ikan dihaluskan dengan menggunakan blender dan disaring untuk diambil sarinya untuk dijadikan adonan.



Gambar 2. Pemisahan kulit dan daging ikan nila

Gambar 2 menunjukkan daging ikan yang telah selesai dipisahkan dari tulangnya kemudian sementara menunggu daging ikan yang sedang dihaluskan, peserta mempersiapkan bumbu dan bahan-bahan lainnya yang akan dihaluskan dengan menggunakan alat seperti blender atau alat penghalus lainnya.



Gambar 3. Bahan-bahan yang digunakan

Gambar diatas menunjukkan bahwa bahan-bahan yang sudah disediakan seperti, bawang merah, bawang putih, soda kue, merica bubuk dan bahan lainnya. Setelah bumbu dan bahan-bahan yang sudah siap dihaluskan maka langkah selanjutnya yaitu pembuatan adonan keripik dengan cara mencampurkan daging ikan nila dengan bumbu yang sudah disediakan lalu campur di wadah yang telah disiapkan, setelah itu aduk sampai adonan keripik sampai merata dengan baik.



Gambar 4. Proses pengadukan daging dan bumbu

Adonan yang telah diaduk secara merata kemudian dilakukan pembentukan dengan membuat adonan menjadi bentuk persegi panjang. Hal ini bertujuan agar adonan nantiya jauh lebih mudah untuk dipotong - potong menjadi keripik dan proses pembentukan ini memakan waktu kurang dari dua puluh (20) menit.



Gambar 5. Adonan yang sudah diaduk dan dibentuk

Setelah adonan telah terbentuk maka langkah berikutnya adalah menyiapkan wajan khusus pengukusan untuk adonan keripik telah siap kemudian dimasak dengan metode di kukus dengan rentan waktu selama tiga (3) jam lamanya dengan api kecil hingga adonan keripik berubah warna menjadi coklat.



Gambar 6. Pengukusan adonan keripik

Selanjutnya setelah tiga (3) jam lamanya pengukusan selesai maka adonan yang telah matang didinginkan pada suhu ruangan dengan waktu tiga puluh (30) menit lamanya, ini dilakukan agar adonan tidak menjadi lembek dan bertekstur karet.



Gambar 7. Adonan keripik yang sudah masak

Setelah adonan berubah warna menjadi kecoklatan dan kemudian adonan siap dipotong menjadi tipis – tipis dan selanjutnya proses pengeringan adonan dilakukan dengan metode menjemur dibawah sinar matahari selama 3 (tiga) hari.



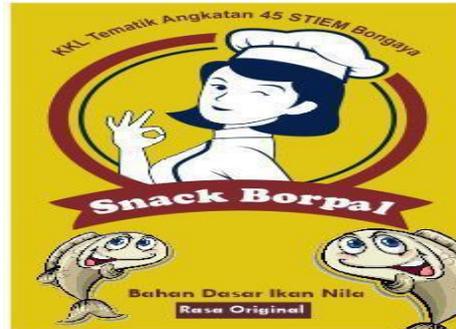
Gambar 8. Proses penjemuran adonan

Proses penjemuran adonan selama tiga (3) hari dengan tujuan agar adonan mendapatkan tekstur yang keras karena jika adonan lembek (tidak kering) maka pada saat di goreng keripik ikan nila akan gagal mengembang dan menjadi kerupuk itu sebabnya dibutuhkan waktu selama tiga (3) hari untuk menjemur adonan keripik agar bisa betul – betul mengering dengan sempurna. Jika adonan tadi telah selesai dijemur maka proses selanjutnya adalah menggoreng adonan yang dijemur tadi untuk menjadi keripik dengan menggunakan minyak goreng dan api yang sedang.



Gambar 9. Kemasan keripik ikan nila Desa Borong Pa'la'la

Keripik yang telah selesai digoreng kemudian siap dikemas dan dipasarkan. Pada kesempatan ini perlu kita ketahui bahwa suatu produk harus memiliki suatu logo atau identitas yang menarik untuk memiliki ketertarikan tersendiri, adapun definisi dari Logo sendiri ialah suatu simbol dari suatu brand, Penggunaan logo menjadi hal yang penting untuk mengenalkan brand ke konsumen dan pasaran. Logo memiliki karakteristik yang dapat menyampaikan visi dan misi dari perusahaan atau lembaga yang menggunakannya (Januariyansah 2018), sehingga apa yang ingin dicapai dalam produk tersebut bisa tersampaikan dalam logo yang dibuat



Gambar 10. Logo keripik daging ikan nila

Pada gambar diatas memperlihatkan bagaimana logo pada kemasan produk ini dengan mengambil animasi dua (2) ikan dan satu (1) perempuan dengan pemberian nama "Snack Borpai" pada produk dengan filosofi produk yang lahir karena akan kecintaan pada desa. Logo terdiri dari beberapa elemen, yaitu bentuk, ukuran, gambar, corak atau gaya, dan warna. Aspek warna dapat memunculkan berbagai asosiasi dalam pikiran manusia tanpa harus dikondisikan terlebih dahulu, dan hal ini sangat berguna untuk memunculkan kesan tertentu yang ingin dibentuk oleh perusahaan dalam pikiran konsumen (Taufik, 2020).

Tahapan Akhir

Pada tahapan akhir dilakukan percobaan pemasaran, saat memasarkan produk PkM ini menggunakan metode jasa titip pada kios/warung konvensional dengan menitipkan 10 buah produk di setiap warungnya yang berada di wilayah desa maupun di kota makassar. hal ini tentunya lumayan provit dari segi penjualan akan tetapi kurangnya komunikasi yang dibangun oleh para pemilik kios/warung dalam hal untuk me-Restock kembali produk membuat kami sedikit mengalami kerugian dalam hal produksi massive sehingga akhirnya kami memutuskan berhenti memasarkan produk pada kios/warung.



Gambar 11. Warung konvensional tempat penitipan keripik

Gambar 11 diatas memperlihatkan contoh warung konvensional tempat penitipan produk dengan memberi biaya penitipan sebanyak Rp. 6.500,- untuk setiap kemasannya, hal kurang efektif ini menjadi acuan kami untuk beralih menjadi penjualan online sekaligus memasarkan produk di media sosial secara massive. Metode ini dilakukan untuk memasarkan produk daging ikan nila, pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk

atau jasa (Tamara 2016). Produk keripik daging ikan nila melalui strategi produk, strategi harga dan strategi saluran distribusi. Sehingga dapat memberikan ilustrasi yang jelas dan terukur tentang masalah sedang dikerjakan suatu perusahaan dalam mengaplikasikan kesempatan atau perpaduan pada beberapa target pasar. Dinamika usaha saat ini dapat diartikan dengan berbagai macam persaingan dalam seluruh bidang (Nabilla, 2021). Masyarakat memanfaatkan aplikasi transportasi online, belanja online dan media sosial, Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dan penting dalam suatu bisnis. Sampai saat ini, Instagram sudah memiliki 700 juta pengguna dan setiap harinya sekitar 60 juta foto dibagikan dan dapat memberikan 1,6 milyar likes. Instagram merupakan aplikasi yang paling populer yang berguna untuk membagikan foto dan video (Untari & Fajariana 2018).

Namun sebelumnya masyarakat berkeinginan menjual produk keripik daging ikan nila di bagian desa dan sekitarnya saja, yang berarti pemasarannya terbatas. Belum mengenal berbagai strategi pemasaran dalam memasarkan produk keripik ikan nila ke pasar yang lebih luas. Disini dijabarkan sasaran pemasaran bisa menjangkau masyarakat diluar desa bahkan bisa sampai keluar Kabupaten Gowa dengan pemasaran menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, Shopee dan Market place online dan sejenisnya. Seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 12. Penjualan produk menggunakan media sosial

PkM ini dalam praktik pemasarnya yang dilakukan sebagai tahap akhir juga dilakukan dengan membuat satu (1) akun sosial media dengan menggunakan platform instagram sebagai wadah penjualan produk kami di wilayah digital dengan ini kami bisa lebih efisien dalam memasarkan produk dan juga lebih leluasa dalam mengenalkan produk dengan skala massive. ini menjadi bisa menjadi bantuan untuk para pengembang ikan nila di desa untuk kedepannya menjalankan bisnis keripik atau model bisnis lainnya sehingga bisa menjadi kompetitor yang moderen

SIMPULAN

Pogram dedikasi PkM di desa Borong Pa'la'la berjalan dengan hasil yang baik, sebagai hal capaian kami yaitu memikirkan ide pengembangan produk turunan ikan nila dan kemudian merealisasikannya dengan menciptakan produk keripik dari ikan nila. Juga selama proses dedikasi ini kami berupaya agar warga bisa mengelola ikan nila sebagai sumber pendapatan ekonomi terbarukan dan juga menjadi produk inovasi di desa Borong pa'la'la dengan menjadikan ikan nila sebagai olahan pangan. kami berharap kedepannya produk ini bisa konsisten guna meningkatkan daya saing dagang antar desa dan lebih menguatkan ekonomi masyarakat terkhususnya di desa Borong Pa'la'la .

SARAN

PkM ini merekomendasikan agar produksi keripik ini bisa ditingkatkan lagi dengan cara memperkaya cita rasa pada produk dengan menambah variasi rasa seperti menambahkan bubuk perasa balado, keju, pedis manis dan lain sebagainya. Juga bisa di ekspansi keluar daerah guna memperbesar pasar dengan mengekspos secara massive melalui sosial media seperti instagram , facebook dan e-commerce seperti BukaLapak, Tokopedia, dan Shopee

UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan yang sebesar-sebesarnya kepada Bapak Ramli Supriadi selaku Kepala Desa Borong Pa'la'la dan Bapak Sekertaris Desa bapak Saharudin yang sudah mengizinkan kami untuk melakukan pengabdian dan senantiasa mensupport semua bentuk kegiatan kami selama di desa dan staf kantor desa kakanda Muh. Nasir selaku pemandu kami selama di desa dan juga ketua karangtaruna kakanda Wahyu yang juga banyak membantu kami dalam memenuhi perlengkapan selama proses pengabdian. Serta terima kasih kepada kami terhadap seluruh elemen masyarakat Desa Borong Pa'la'la yang tak dapat kami sebut satu persatu, juga terima kasih untuk Tiara Ningsih Irsal, Hendro Farrel Talimopa, Muhammad Rizha Nurizzah , Nanda Junaedi, Ahmad Nur Ihsan, Fedro Alqadri , Dhein Stevi , Muh Haedir Kurniawan, Elfianny Desiliana, Nur Inayah , Retno Leony , Dewi Banne , Yuristiana Megawati Masor.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, C. E., Rahmadewi, Y. M., Budiantoro, A., & Ridha, M. R. (2021). Pemanfaatan Ikan Nila Sebagai Produk Kuliner Khas Ekowisata Bendhung Lepen Yogyakarta. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung Vol. 1*, 65-74
- Januariyansah, S. (2018). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nabilla, A. G., & Tuasela, A. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *Jurnal Kritis (Kebijakan, Riset, dan Inovasi)*, 5(2), 21-40.
- Nasution, A. S. I., Basuki, F., & Hastuti, S. (2014). Analisis Kelulushidupan dan Pertumbuhan Benih Ikan Nila Saline Strain Pandu (*Oreochromis niloticus*) yang di Pelihara di Tambak Tugu, Semarang dengan Kepadatan Berbeda. *Journal of Aquaculture Management and Technology*, 3(2), 25-32.
- Saragih, R. S., & Sinaga, K. (2019). Prospek Pengembangan Kewirausahaan Olahan Ikan Nila Kawasan Danau Toba Di Desa Sirukkungon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 2(2), 221-230.
- Sumarsono, S. (2019). Peningkatan Kualitas Produk Dan Higienitas Proses Produksi Bagi Ukm Keripik Ikan Nila "Sarmila" Di Purwokerto Utara. In *Prosiding Seminar Nasional LPPM*. 8(1).389-396
- Tamara, A. (2016). Implementasi analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk mandiri tabungan bisnis. *Jurnal riset bisnis dan manajemen*, 4(3).395-406
- Taufik, M. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pembuatan Keripik Ikan Mas Di Desa Ciasihan, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 7(2), 134-138.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.