

PENGUATAN INOVASI BISNIS BAGI PETERNAK IKAN NILA DI DESA KADUBEUREUM KABUPATEN SERANG

Bambang Arianto,¹ Fadjar Muliawan,² Arum Fathia Sari,³ Fat'Chatus Chanifa Jikhan⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwimulya, Banten

Email: ariantobambang2020@gmail.com

Abstrak: Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat inovasi bisnis bagi peternak ikan nila di Desa Kadubeureum Kabupaten Serang. Hal itu disebabkan potensi besar budidaya ikan nila yang masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan dalam penerapan teknologi, strategi pemasaran, serta diversifikasi produk olahan ikan. Dalam pengabdian masyarakat di Desa Kadubeureum, yang dilaksanakan pada tanggal 10 Juni 2023, telah diberikan pelatihan dan pendampingan. Metode pelaksanaan meliputi sesi diskusi interaktif dan simulasi praktik dengan topik memperkuat inovasi bisnis produk ikan nila dan penguatan aspek pemasaran media sosial. Keberhasilan program ini tampak dari peningkatan pemahaman dan keterampilan peternak ikan nila dalam menerapkan inovasi bisnis dan strategi pemasaran media sosial untuk peningkatan daya saing usaha budidaya ikan nila. Kegiatan ini juga mendorong keberlanjutan usaha ikan nila melalui inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital.

Kata Kunci: Inovasi Bisnis; Peternakan; Pemasaran Media Sosial; Ikan Nila

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam sektor peternakan ikan nila memiliki prospek yang sangat menjanjikan, terutama dengan meningkatnya permintaan akan produk perikanan di pasar domestik maupun internasional. Ikan nila merupakan salah satu komoditas perikanan yang memiliki tingkat pertumbuhan cepat, efisiensi pakan yang baik, serta daya tahan terhadap berbagai kondisi lingkungan. Faktor-faktor ini menjadikan budidaya ikan nila sebagai pilihan yang strategis bagi pengembangan usaha berbasis perikanan, terutama di daerah dengan sumber daya air yang memadai (Febriyanti, 2013).

Sementara itu, pasar untuk ikan nila terus berkembang karena didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi protein hewani yang sehat dan berkelanjutan. Tren gaya hidup sehat dan pola konsumsi yang bergeser ke arah makanan bernutrisi tinggi semakin meningkatkan daya tarik ikan nila sebagai alternatif yang lebih terjangkau dibandingkan beberapa jenis ikan laut. Selain itu, pengembangan produk olahan berbasis ikan nila, seperti nugget, abon, hingga makanan siap saji, membuka peluang ekspansi bisnis yang lebih luas, baik di pasar ritel maupun industri kuliner. Dengan pendekatan yang tepat dalam pengelolaan bisnis, pemanfaatan teknologi, serta strategi pemasaran yang inovatif, UMKM peternakan ikan nila memiliki peluang besar untuk menjadi sektor yang tumbuh secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap ketahanan pangan nasional (Karangan et al., 2025).

Inovasi produk olahan ikan nila berperan penting dalam meningkatkan nilai jual dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Sebagai salah satu jenis ikan air tawar dengan tingkat produksi yang tinggi, ikan nila memiliki potensi besar untuk diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah. Diversifikasi olahan berbasis ikan nila tidak hanya memperpanjang masa simpan produk, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi dan memperluas segmentasi pasar. Salah satu inovasi yang memiliki prospek tinggi adalah produk fillet ikan nila. Fillet yang dikemas dalam bentuk beku atau siap masak sangat diminati oleh konsumen yang mengutamakan kepraktisan. Produk ini dapat dipasarkan di supermarket, restoran, hingga industri makanan cepat saji. Selain itu, pengolahan ikan nila menjadi nugget, bakso, atau sosis berbasis ikan turut memberikan nilai jual yang lebih tinggi, terutama dengan meningkatnya

tren konsumsi makanan sehat berbasis protein ikan. Produk premium seperti abon ikan nila dan ikan nila asap juga memiliki potensi pasar yang luas. Abon berbahan dasar ikan nila menawarkan alternatif pangan yang kaya protein dengan masa simpan yang lebih lama, cocok untuk konsumen yang mencari pilihan makanan tahan lama namun tetap bergizi (Sukoso et al., 2025).

Sementara itu, ikan nila asap memiliki cita rasa khas yang menarik bagi segmen pasar tertentu, seperti restoran, hotel, dan pecinta kuliner tradisional. Inovasi berbasis teknologi pengolahan modern juga menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing produk olahan ikan nila. Proses pengemasan vakum, penggunaan teknologi pengeringan beku (*freeze drying*), serta penerapan standar higienis dalam produksi dapat meningkatkan kualitas dan ketahanan produk di pasaran. Labeling yang menarik, informasi gizi yang jelas, serta sertifikasi halal dan keamanan pangan juga menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan daya tarik produk di tingkat nasional maupun internasional. Pemasaran produk olahan ikan nila melalui platform digital semakin membuka peluang ekspansi ke pasar yang lebih luas. Pemanfaatan pemasaran media sosial dalam promosi produk olahan ikan nila menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing produk. Dengan perkembangan teknologi digital, *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam membangun kesadaran merek, menarik minat konsumen, serta meningkatkan penjualan secara langsung. Keunggulan utama dari pemasaran media sosial terletak pada kemampuan menjangkau target pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional.

Penyajian konten visual yang menarik menjadi faktor utama dalam menarik perhatian konsumen terhadap produk olahan ikan nila. Penggunaan gambar berkualitas tinggi, video proses produksi, serta konten edukatif tentang manfaat konsumsi ikan nila dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan ketertarikan calon pembeli. Selain itu, strategi pemasaran berbasis *storytelling* melalui caption yang informatif dan interaktif dapat menciptakan keterikatan emosional dengan konsumen, sehingga meningkatkan loyalitas terhadap produk. Pemanfaatan fitur-fitur interaktif yang tersedia di media sosial, seperti live streaming, polling, dan sesi tanya jawab, turut mendukung efektivitas pemasaran. Live streaming memungkinkan pelaku usaha untuk memperkenalkan produk secara langsung, menunjukkan proses produksi, serta memberikan promosi eksklusif yang dapat mendorong keputusan pembelian secara real-time. Fitur komentar dan ulasan dari pelanggan juga dapat dimanfaatkan sebagai bentuk testimoni yang memperkuat kepercayaan terhadap kualitas produk olahan ikan nila (Arianto, 2024).

Dengan analisis data yang tersedia, efektivitas kampanye pemasaran dapat terus dipantau dan dioptimalkan sesuai dengan respons pasar. Keunggulan lain dari pemasaran media sosial adalah fleksibilitas dalam menyesuaikan strategi promosi dengan tren yang berkembang. Dengan pendekatan yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan tren digital, pemasaran media sosial mampu menjadi alat yang efektif dalam mendorong pertumbuhan penjualan dan penguatan merek produk olahan ikan nila di pasar yang lebih luas. Membangun identitas produk melalui desain dan narasi kemasan ikan nila menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual di pasar yang kompetitif. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang dapat menyampaikan pesan, nilai, dan kualitas produk kepada konsumen (Handayani et al., 2024). Desain yang menarik dan informatif mampu menciptakan kesan pertama yang kuat serta membangun kepercayaan terhadap produk olahan ikan nila. Dengan demikian, pemasaran media sosial semakin memperkuat pentingnya desain dan narasi kemasan ikan nila yang kreatif. Tampilan kemasan yang estetis dan informatif lebih mudah menarik perhatian dalam platform digital, sehingga meningkatkan potensi keterlibatan konsumen dan mempercepat proses pengambilan keputusan pembelian. Dengan pendekatan yang tepat dalam

mengembangkan identitas produk melalui desain dan narasi kemasan, daya saing produk olahan ikan nila dapat ditingkatkan secara signifikan di pasar domestik maupun global (Arianto & Handayani, 2023).

Beberapa program pengabdian terdahulu telah menampilkan berbagai kegiatan yang mempertegas inovasi bisnis bagi para peternak ikan nila seperti pengolahan Ikan Nila menjadi Abon Sebagai Inovasi Baru (Akbar et al., 2023). Inovasi ini bertujuan untuk pengembangan skala bisnis bagi peternak ikan nila. Hal itu yang membuat beberapa pendampingan mempertegas pada pengembangan inovasi teknologi produksi ikan nila berbasis ekonomi sirkular (Yudiarini et al., 2023). Selain itu ada pula pendampingan yang fokus pada peningkatan kemandirian ekonomi para peternak ikan nila (Paksi et al., 2023). Termasuk pengembangan pola pemasaran yang berbasis digital seperti pemanfaatan media sosial dan *platform e-commerce* (Sugiyanto et al., 2023). Dengan begitu, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat inovasi bisnis bagi peternak ikan nila di Desa Kadubeureum.

METODE PELAKSANAAN

Program kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan kunjungan ilmiah kepada peternak ikan nila di Desa Kadubeureum, Kecamatan Padarincang, Kabupaten Serang, Banten. Kunjungan ini bertujuan untuk memahami secara menyeluruh berbagai tantangan yang dihadapi dalam pengembangan inovasi bisnis, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital dan pemasaran berbasis media sosial. Dalam kunjungan ini, panitia pengabdian bertemu dengan Bapak Tisna Suhendar, salah satu peternak ikan nila yang telah menjalankan usaha budidaya perikanan di Desa Kadubeureum selama bertahun-tahun. Dalam pertemuan ini, dipaparkan berbagai aspek terkait perkembangan usaha peternakan ikan nila, mulai dari proses produksi hingga strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional. Perlu diketahui bahwa Desa Kadubeureum memiliki potensi besar dalam sektor perikanan, didukung oleh sumber daya air yang melimpah dan kondisi lingkungan yang sesuai untuk budidaya ikan nila. Wilayah ini memiliki luas sekitar 9,72 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 5.964 jiwa berdasarkan data semester II tahun 2023 dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Serang. Sebagian besar masyarakat di desa ini bermata pencaharian sebagai petani dan peternak, termasuk dalam sektor perikanan.

Namun, kendala utama yang dihadapi peternak ikan nila adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha dan pemasaran produk. Hasil kunjungan dan diskusi menunjukkan bahwa pemasaran produk ikan nila masih mengandalkan metode tradisional, seperti penjualan langsung kepada pengepul dan pasar lokal. Minimnya pemahaman tentang strategi pemasaran berbasis digital menyebabkan produk olahan ikan nila sulit menjangkau pasar yang lebih luas dan bersaing dengan produk serupa dari daerah lain. Selain itu, belum adanya pemanfaatan media sosial secara optimal dalam promosi dan branding produk menjadi faktor penghambat dalam peningkatan nilai jual ikan nila. Menindaklanjuti temuan tersebut, disepakati untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada penguatan inovasi bisnis melalui pemanfaatan teknologi digital dan strategi pemasaran berbasis media sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peternak ikan nila tentang pentingnya pemasaran digital, optimalisasi penggunaan media sosial untuk promosi, serta strategi membangun identitas merek produk perikanan agar lebih dikenal oleh konsumen.

Pendampingan dilakukan dengan metode diskusi tatap muka secara partisipatif, sehingga peternak bisa diberikan materi teoritis dan praktis mengenai pemasaran digital, branding, dan penggunaan platform media sosial untuk meningkatkan daya saing produk. Selain itu, dalam kegiatan ini, peserta juga mendapatkan pelatihan tentang cara membuat konten pemasaran yang menarik, pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok dalam promosi produk untuk meningkatkan daya tarik visual. Materi diberikan oleh tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari mahasiswa peserta Kuliah Kerja Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu

Ekonomi Dwimulya (STIE Dwimulya) periode 2023. Melalui pendekatan berbasis praktik dan diskusi interaktif, diharapkan peternak ikan nila di Desa Kadubeureum dapat mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang lebih efektif, sehingga mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar produk ikan nila.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat dengan topik penguatan inovasi bisnis bagi peternak ikannila di Desa Kadubeureum, Kabupaten Serang dimulai dengan tahapan awal yang berfokus pada analisis kebutuhan dan sosialisasi program kepada para peternak ikan nila. Kegiatan ini bertujuan untuk memahami kondisi eksisting usaha budidaya ikan nila di wilayah tersebut serta mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi oleh peternak dalam mengembangkan bisnis ikan nila. Pada tahap ini, dilakukan diskusi dan wawancara dengan pemilik usaha dan pekerja ikan nila guna menggali informasi mengenai pola produksi, pemasaran, serta kendala yang masih dihadapi dalam meningkatkan nilai tambah produk. Melalui pendekatan partisipatif, peternak diberikan kesempatan untuk menyampaikan pengalaman serta kebutuhan perihal inovasi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing dan profitabilitas usaha.

Dalam tahap ini juga dilakukan sosialisasi mengenai konsep inovasi bisnis sebagai strategi penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha perikanan. Para peternak diperkenalkan pada berbagai peluang inovasi bisnis, optimalisasi pemasaran media sosial, serta pemanfaatan teknologi dalam mengembangkan bisnis ikan nila. Sosialisasi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya inovasi dalam usaha perikanan, tetapi juga membangun kesiapan peternak dalam mengadopsi strategi baru yang lebih efektif dan efisien. Dengan adanya analisis kebutuhan dan sosialisasi program ini, diharapkan peternak ikan nila di Desa Kadubeureum dapat lebih terbuka terhadap perubahan dan siap untuk mengimplementasikan inovasi dalam pengelolaan bisnis. Tahapan ini menjadi dasar bagi tahapan selanjutnya dalam pendampingan, yang akan difokuskan pada penguatan keterampilan dan strategi inovatif dalam bisnis ikan nila. Berikut foto bersama peternak ikan nila dalam pengembangan inovasi bisnis.



Gambar 1. Foto Bersama dengan Peternak Ikan Nila dalam Pembukaan Kegiatan

Tahap selanjutnya berfokus pada pengenalan inovasi produk olahan berbasis ikan nila yang bertujuan membekali peternak dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah ikan nila menjadi produk bernilai tambah. Inovasi produk merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha perikanan, mengurangi ketergantungan pada penjualan ikan segar, serta memperluas pangsa pasar dengan menghadirkan produk yang lebih tahan lama dan memiliki nilai jual lebih tinggi. Dalam tahapan ini, peternak diperkenalkan dengan berbagai alternatif produk olahan berbasis ikan nila yang memiliki potensi pasar luas. Produk-produk inovatif yang diperkenalkan meliputi abon ikan nila hingga nugget ikan nila. Setiap produk dijelaskan secara rinci, mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga strategi pemasaran yang dapat diterapkan. Melalui sesi ini, peternak memperoleh wawasan tentang produk olahan dapat meningkatkan nilai jual ikan nila, sekaligus memberikan alternatif usaha yang lebih berkelanjutan.

Tahapan selanjutnya, peternak ikan nila diperkenalkan dengan berbagai inovasi produk olahan, tahapan berikutnya dalam program pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan pengolahan inovasi produk ikan nila yang higienis dan berkualitas tinggi. Tahapan ini bertujuan untuk membekali peternak dengan keterampilan praktis dalam mengolah ikan nila menjadi produk bernilai tambah yang memenuhi standar keamanan pangan dan memiliki daya saing di pasar (Damayanti et al, 2024). Kualitas produk olahan sangat bergantung pada proses pengolahan yang bersih dan sesuai standar keamanan pangan. Oleh karena itu, dalam pelatihan ini diberikan edukasi mengenai pentingnya sanitasi dalam pengolahan ikan, penggunaan bahan tambahan yang aman, serta teknik penyimpanan yang tepat untuk memperpanjang masa simpan produk. Peternak juga diperkenalkan dengan teknologi sederhana yang dapat diterapkan dalam proses produksi, seperti teknik pengeringan, pembekuan, serta pengemasan yang efektif dalam menjaga kualitas produk.



Gambar 2. Contoh Produk Olahan Ikan Nila

Dalam pelatihan ini diakhiri dengan demonstrasi pembuatan salah satu produk inovatif berbasis ikan nila. Dalam kegiatan diberikan gambaran mengenai pembuatan produk olahan lainnya, seperti nugget ikan nila. Peternak juga diperkenalkan dengan berbagai metode pengolahan yang dapat meningkatkan daya tahan produk, seperti pengeringan, pengasapan, pembekuan, serta fermentasi alami. Selain aspek teknis pengolahan, peternak juga mendapatkan pelatihan mengenai strategi pengemasan yang efektif, yang tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan kesegaran produk tetapi juga meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Penggunaan kemasan yang sesuai dengan standar industri dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan serta memperluas jangkauan pemasaran produk olahan ikan nila. Salah satu teknologi yang diperkenalkan dalam sesi ini adalah *vacuum sealer*, yang memungkinkan

produk dikemas dalam kondisi vakum sehingga lebih tahan lama dan terhindar dari kontaminasi bakteri (Maharani et al., 2022).

Tahapan terakhir, peternak ikan nila diperkenalkan dengan pemasaran media sosial dan branding produk. Tahapan ini bertujuan untuk membantu peternak meningkatkan daya saing produknya dengan strategi pemasaran yang efektif melalui *platform* digital. Dalam era digital saat ini, pemasaran tidak lagi terbatas pada metode konvensional, tetapi juga memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, *marketplace*, dan website. Oleh karena itu, dalam pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, mulai dari cara membuat konten promosi yang menarik, memilih *platform* pemasaran yang tepat, hingga teknik optimasi untuk meningkatkan jangkauan pasar. Pelatihan diawali dengan pengantar mengenai konsep pemasaran digital dan bagaimana strategi ini dapat membantu meningkatkan penjualan produk olahan ikan nila. Peserta dikenalkan dengan berbagai platform digital populer, seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business, serta cara menggunakannya untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia, yang dapat digunakan untuk menjangkau konsumen lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik. Selain pemasaran digital, peserta juga diberikan edukasi mengenai branding produk. Branding yang kuat akan membantu membangun citra dan kepercayaan konsumen terhadap produk olahan ikan nila yang dihasilkan. Tahapan ini bertujuan untuk membantu peternak ikan nila di Desa Kadubeureum membangun identitas produk ikan nila yang kuat dan menarik, sehingga dapat meningkatkan daya saing di pasar. Berikut foto Bersama peternak ikan nila dan panitia pengabdian masyarakat.



Gambar 3. Foto Bersama Penutupan Kegiatan dengan Peternak Ikan Nila

KESIMPULAN DAN SARAN

Peternakan ikan nila menghadapi tantangan yang semakin kompleks, termasuk meningkatnya persaingan, perubahan lingkungan, dan dinamika permintaan pasar. Oleh karena itu, inovasi bisnis berbasis diversifikasi produk menjadi langkah strategis yang perlu diterapkan oleh para peternak agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu bentuk inovasi yang dikembangkan dalam pendampingan ini adalah produksi nugget ikan nila, yang memiliki nilai tambah lebih tinggi dibandingkan ikan segar. Produk ini tidak hanya memperluas peluang pasar tetapi juga meningkatkan daya saing dengan menawarkan alternatif makanan yang lebih praktis dan bernilai gizi tinggi. Selain inovasi dalam produk, strategi pemasaran media sosial juga

menjadi faktor kunci dalam keberhasilan bisnis ikan nila. Pendampingan ini memberikan wawasan kepada peternak mengenai pentingnya pemasaran media sosial, untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memperkuat merek produk mereka. Pemanfaatan *platform* digital seperti Facebook, Instagram, dan TikTok memungkinkan peternak untuk mempromosikan produk secara lebih efektif, membangun interaksi dengan pelanggan, serta meningkatkan penjualan. Keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peternak tentang teknik pengolahan, pengemasan, dan strategi pemasaran digital yang lebih modern. Peternak ikan nila telah siap dalam mengembangkan bisnis berbasis inovasi, baik dalam hal produk maupun pemasaran. Dengan demikian, pendampingan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam meningkatkan keterampilan peternak, tetapi juga mendorong keberlanjutan usaha ikan nila melalui inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., Sjahruddin, H., Launtu, A., Aswar, A., Kadir, F. A., Kanto, M., ... & Karese, S. (2023). Pengolahan Ikan Nila Menjadi Abon Sebagai Inovasi Baru Dalam Menumbuhkan Ekonomi Desa. *Communnity Development Journal*, 4(2), 1047-1054.
- Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan: Studi Etnografi Digital. *ARKANA: Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(02), 220-236. <https://doi.org/10.62022/arkana.v2i02.5813>
- Arianto, B. (2024). *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Digital*. Borneo Novelty Publishing.
- Damayanti, Y., Nurchaini, D. S., Yulismi, Y., Ulma, R. O., & Elwamendri, E. (2024). Pendampingan UMKM dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Kerupuk Ikan Nila pada Agroindustri di Desa Muaro Pijoan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(03), 319-329.
- Febriyanti, R. E. (2013). Kontribusi pengembangan kawasan minapolitan kampung lele terhadap pendapatan petani lele di Desa Tegalrejo Sawit Boyolali. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4).
- Handayani, B., & Moedjiherwati, T., Arianto, B., (2024). Pelatihan Pembuatan Makanan Lokal Pedesaan Berbasis Daun Kelor di Desa Koroncong Kabupaten Pandeglang. *Suluh Abdi*, 6(2).
- Karangan, A., Cahyono, I., & Latif, N. (2025). Potensi dan Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Kota Kabupaten Puncak Jaya Papua Tengah. *Jurnal Riset Diwa Bahari (JRDB)*, 17-27.
- Maharani, N., Tyas, I. C., & Amaniyah, M. (2022). Aplikasi Vacuum Sealer Nitrogen untuk Pengemasan Daging Bekam di Home Industry Desa Gintangan. *Madaniya*, 3(3), 526-532.
- Paksi, A. K., Silawa, K., & Nabilazka, C. R. (2023). Peningkatan Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren Ahmad Dahlan, Kriyan melalui Usaha Ternak Ikan Nila dan Ikan Gurami. *Jurnal Surya Masyarakat*, 6(1), 80-90.
- Sugiyanto, S., Rismanto, D., & Melinawati, D. (2023). Strategi Pemasaran Olahan Ikan Nila Pasca Pandemi Covid Di Desa Sendang Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 3765-3775.
- Sukoso, I., Kartikaningsih, I. H., Herawati, M. P., Astuti, R. T., Si, S., Masta, A. F., & Ked, S. (2025). *Mencegah Stunting Diversifikasi Produk Olahan Hasil Perikanan dan Pengayaan Nutrisi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).

Yudiarini, N., Sapanca, P. L. Y., Pratiwi, L. P. K., & Vipraprastha, T. (2024). Inovasi Teknologi Peningkatan Produksi Ikan Nila Dan Pengembangan Pakan Mandiri Berbasis Ekonomi Sirkular. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Iptek*, 6(1), 178-188