



Pelatihan Keragaman Produk Olahan Ikan Lele di Desa Ngapus, Kabupaten Blora

Ega Prasetyo¹ dan Angga Pandu Wijaya^{1*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang



ARTICLE INFO

Received: May 11, 2025
Accepted: June 21, 2025
Published: June 22, 2025

*) Corresponding author (E-mail):
apwijaya@mail.unnes.ac.id

Keywords:

Diversification;
Catfish
Added value.

Kata Kunci:

Diversifikasi;
Ikan lele
Nilai tambah.



This is an open access article
under the CC BY license
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ABSTRACT

This community service activity aims to enhance the understanding of catfish farmers in Ngapus Village, Blora Regency, through training in product diversification. This strategy was chosen in response to the fluctuating price of fresh catfish and the low added value typically gained by farmers. The training focused on the development of various processed products such as catfish meatballs, catfish siomay, and frozen catfish, and was complemented by materials on food sanitation, packaging, and digital marketing. The activity was carried out from March to May 2025 and involved 25 participants from Ngapus Village, Blora Regency. The training was structured based on management principles, including the stages of planning, organizing, implementation, and evaluation. Evaluation results indicated that the program successfully improved participants' technical skills, entrepreneurial understanding, and economic self-reliance, both individually and within their families. Furthermore, the training contributed to the strengthening of group institutions and expanded marketing opportunities through digital platforms. Overall, this initiative contributed to increasing the added value of local products and enhancing human resource capacity in the village fisheries sector.

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pembudidaya ikan lele di Desa Ngapus, Kabupaten Blora, melalui pelatihan keragaman produk olahan. Strategi ini dipilih sebagai respons terhadap fluktuasi harga lele segar dan rendahnya nilai tambah yang diperoleh pembudidaya. Pelatihan difokuskan pada pembuatan berbagai produk olahan seperti bakso lele, siomay lele, dan frozen lele, serta dilengkapi dengan materi sanitasi pangan, pengemasan, dan pemasaran digital. Kegiatan ini dilaksanakan selama Maret hingga Mei 2025 dengan peserta sebanyak 25 pembudidaya yang berasal dari Desa Ngapus, Kabupaten Blora. Pelatihan disusun berdasarkan prinsip manajemen, meliputi tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil evaluasi pelatihan menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan keterampilan teknis, pemahaman kewirausahaan, serta mendorong kemandirian ekonomi peserta dan keluarganya. Selain itu, pelatihan turut memperkuat kelembagaan kelompok dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas melalui platform digital. Kegiatan ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan nilai tambah produk lokal dan memperkuat kapasitas sumber daya manusia di sektor perikanan desa.

Cara mensitasi artikel:

Prasetyo, E., & Wijaya, A. P. (2025). Pelatihan Keragaman Produk Olahan Ikan Lele di Desa Ngapus, Kabupaten Blora. *Jurnal Cendekia Mengabdikan Berinovasi Dan Berkarya*, 3(3), 115–121. <https://doi.org/10.56630/jenaka.v3i3.916>

PENDAHULUAN

Sektor perikanan di Desa Ngapus, Kabupaten Blora memiliki potensi sebagai penyedia sumber pangan, terutama protein, yang harganya relatif terjangkau bagi masyarakat. Meskipun demikian, perkembangan ketersediaan dan tingkat konsumsi ikan masih berlangsung secara lambat. Produk perikanan dapat meningkatkan perekonomian, produk perikanan menyediakan berbagai jenis ikan dan produk laut yang dibutuhkan masyarakat (Pratama *et al.*, 2022). Sektor perikanan menyediakan lapangan kerja bagi nelayan, pekerja di industri pengolahan ikan, hingga pedagang ikan. Salah satu produk perikanan adalah lele yang memiliki potensi besar

untuk dikembangkan di Desa Ngapus, Kabupaten Blora. Ikan lele dikenal sebagai ikan air tawar yang mudah dibudidayakan karena daya adaptasinya yang tinggi terhadap lingkungan (Imelda *et al.*, 2023).

Budidaya Ikan Lele di Desa Ngapus yaitu diawali oleh seorang warga Desa Ngapus yang memiliki kerabat di Kampung Lele di Boyolali, kemudian budidaya Ikan Lele di Desa Ngapus merupakan mengembangkan teknik yang ada di Boyolali. Pengembangan Budidaya lele di Desa Ngapus dimulai sejak tahun 2020, di saat Pandemi merebak. Warga yang kebingungan karena adanya pembatasan interaksi sosial, akhirnya mengembangkan usaha budidaya ikan lele. Selain Desa Ngapus memiliki sumber daya air yang melimpah juga usaha ikan lele ini dapat dibudidayakan de dekat pemukiman warga. Pada mulanya usaha ini dilakukan satu orang saja, akan tetapi setelah melihat progress pemasaran yang cukup baik, akhirnya usaha ini berkembang dan diikuti oleh warga lain. Tercatat pada Tahun 2021 sebanyak 5 pembudidaya ikan lele di Desa Ngapus. Seiring dengan pertumbuhan usaha pembesaran lele, terbentuklah sebuah kelompok budidaya yang awalnya terdiri dari lima orang. Memasuki tahun 2025, usaha ini mengalami kemajuan pesat, ditandai dengan perluasan area kolam dan meningkatnya jumlah anggota yang tergabung menjadi 25 orang. Bertambahnya anggota mendorong warga untuk membentuk struktur kelembagaan agar kegiatan budidaya dapat berjalan lebih terorganisir. Dengan kapasitas produksi mencapai 2 ton per bulan, Desa Ngapus mulai menarik perhatian pemerintah daerah dan dijadikan sebagai sasaran program pelatihan. Budidaya ikan lele di desa Ngapus telah memiliki kelompok tani. Kegiatan budidaya ikan lele di Desa Ngapus yaitu membudidayakan ikan lele melalui kolam terpal, Memiliki 200 kolam, menghasilkan ikan lele sebanyak 2 ton per bulan, memasarkan ikan lele ke Kota-Kota di Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Masih rendahnya pendapatan dari hasil budidaya lele yang disebabkan belum adanya diversifikasi menjadi tantangan untuk diselesaikan. Petani lele masih menjual produk hasil budidaya secara mentah, sehingga belum ada nilai tambah yang dapat meningkatkan pendapatan pembudidaya. Masyarakat pembudidaya di Desa Ngapus masih mengandalkan ikan lele segar untuk dijual. Banyaknya pembudidaya ikan lele di Desa Ngapus menyebabkan jumlah produksi yang banyak, sehingga banyak ikan lele yang terjual dengan harga yang rendah karena besarnya penawaran. Selain itu, pembudidaya masih belum banyak memanfaatkan hasil panen menjadi produk olahan ikan lele. Masalah yang lain adalah rendahnya pemahaman terkait diversifikasi olahan ikan lele karena masyarakat belum memiliki pengetahuan tentang pengolahan menjadi produk yang bernilai seperti bakso, siomay dan *frozen*.

Masalah penjualan dengan nilai yang rendah serta masih minimnya pengolahan untuk diversifikasi ikan lele untuk memperoleh *added value* menjadi kendala utama pembudidaya di Desa Ngapus. Keadaan tersebut dinilai belum memberikan manfaat optimal, sehingga diperlukan upaya diversifikasi produk melalui pengolahan ikan lele menjadi berbagai jenis olahan seperti bakso lele, keripik lele, dan lele beku (Fitriani, 2019). Oleh karena itu, masih perlunya inovasi olahan pangan berbasis lele seperti nugget, kerupuk, dan basreng. Dengan menciptakan ragam produk olahan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan pendapatan masyarakat dapat meningkat dan perekonomian lokal menjadi lebih berkelanjutan (Rahayu *et al.*, 2019).

Diversifikasi produk pada dasarnya adalah strategi yang digunakan untuk mendorong peningkatan penjualan (Sumarno *et al.*, 2021). Strategi ini dilakukan perusahaan dengan memperbanyak ragam produk guna menyesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen, sekaligus mendorong pertumbuhan bisnis, peningkatan keuntungan, serta fleksibilitas operasional. Usaha menciptakan produk-produk baru agar tidak hanya bergantung pada satu jenis produk saja. Diversifikasi ini mencakup pengembangan dari produk yang sudah ada maupun penciptaan produk baru guna menarik pelanggan baru serta memenuhi beragam kebutuhan pasar. Dengan banyaknya variasi produk, konsumen akan merasa bahwa kebutuhannya dapat terpenuhi oleh perusahaan, sehingga meningkatkan daya tarik untuk membeli. Semakin luas pilihan produk yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Amar *et al.*, 2022). Strategi ini juga bertujuan untuk memperluas pasar, memanfaatkan keunggulan kompetitif perusahaan, dan mengoptimalkan

keuntungan.

Ikan Lele (*Clarias batrachus*) dikenal luas sebagai salah satu jenis ikan konsumsi dengan kandungan gizi yang tinggi (Miswaty *et al.*, 2021). Dagingnya digemari karena teksturnya yang lembut, susunan durinya yang rapi, rendah kolesterol, dan kaya akan protein. Ikan, termasuk lele, merupakan bahan pangan yang mudah rusak sehingga memerlukan penanganan serta pengolahan yang tepat guna memperpanjang masa simpannya. Salah satu metode pengolahan yang umum digunakan untuk tujuan ini adalah pengeringan. Jawa Tengah merupakan daerah yang menjadikan ikan sebagai salah satu sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi karena manfaat kesehatannya, seperti kandungan proteinnya yang tinggi dan kadar lemaknya yang relatif rendah dibandingkan sumber hewani lainnya. Ikan tidak hanya berasal dari laut, tetapi juga dari kegiatan budidaya. Lele merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang banyak dibudidayakan di perairan darat (Amar *et al.*, 2022). Ikan ini memiliki kemampuan hidup yang baik dan tidak memerlukan kondisi air yang terlalu spesifik seperti ikan air tawar lainnya yang bersisik, sehingga membuatnya populer untuk dibudidayakan oleh masyarakat.

Nilai tambah adalah komponen yang dapat meningkatkan nilai pada suatu produk, layanan, atau bisnis. Nilai tambah dapat berupa peningkatan kualitas, fungsi, atau tampilan produk. Dalam pemasaran, nilai tambah adalah penambahan nilai pada produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Nilai tambah dapat membuat produk terlihat lebih berkualitas dan unggul sehingga perusahaan bisa meningkatkan harga jualnya. Nilai tambah pada budidaya ikan lele yaitu melakukan diversifikasi produk seperti mengolah ikan lele segar menjadi *fillet*, membuat bakso ikan lele, dan *frozen* lele. Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP-PKK) Desa yang berdampak pada peningkatan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat, dan memandirikan kemandirian dalam bentuk usaha mikro yang berdampak pada UMKM yang ada di Desa Ngapus.

METODE

Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dengan tahapan-tahapan yang sesuai dengan prinsip manajemen. Pendekatan pelaksanaan pelatihan adalah metode perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan tugas untuk menyelesaikan pelatihan kepada pembudidaya lele di Desa Ngapus, Kabupaten Blora. Lokasi pelaksanaan pelatihan yaitu di Desa Ngapus, Kab. Blora. Pelatihan ini dilaksanakan mulai Maret hingga Mei 2025. Pelatihan diberikan kepada pemilik usaha budidaya ikan lele sejumlah 25 pembudidaya ikan lele yang berada di Desa Ngapus.

Tahapan pelatihan budidaya ikan lele di Desa Ngapus, Kabupaten Blora dilaksanakan berdasarkan prinsip manajemen yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap pertama adalah perencanaan, yang dilakukan pada bulan Maret 2025. Kegiatan ini mencakup identifikasi kebutuhan pelatihan, penyusunan materi tentang praktik produk olahan dari budidaya ikan lele, serta penjadwalan pelatihan. Tahap kedua adalah pengorganisasian, yang melibatkan penentuan narasumber, pembagian tugas tim pelaksana, serta koordinasi dengan pihak desa dan para pembudidaya lele. Pada bulan April hingga Mei 2025, dilaksanakan tahap pelaksanaan pelatihan. Pelatihan disampaikan melalui metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Materi yang diberikan meliputi teknik pembuatan bakso dan siomay berbahan dasar ikan lele. Sebanyak 25 pembudidaya ikan lele menjadi peserta aktif dalam setiap sesi. Hasil evaluasi pelaksanaan menjadi dasar untuk menyusun rekomendasi lanjutan dan potensi pendampingan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan keragaman produk olahan lele di Desa Ngapus dilaksanakan sebagai bentuk upaya peningkatan nilai tambah hasil budidaya. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh rendahnya variasi produk yang dihasilkan oleh pembudidaya, yang selama ini hanya menjual ikan lele dalam bentuk segar. Pelatihan dilaksanakan selama tiga tahap, masing-masing berfokus pada pembuatan bakso ikan lele, siomay lele, dan produk *frozen* lele. Setiap pelatihan dilakukan secara langsung dengan metode demonstrasi (demo) agar peserta dapat mengikuti dan mempraktikkan prosesnya. Metode ini dipilih untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta agar lebih mudah memahami teknik pengolahan. Pelatihan dilakukan secara bertahap

dengan jumlah peserta terbatas dalam setiap sesi untuk menjaga efektivitas pembelajaran. Kegiatan ini didukung oleh tim pelaksana, perangkat desa, serta anggota PKK yang turut membantu koordinasi peserta.

Tahap pertama pelatihan dimulai dengan pengolahan ikan lele menjadi bakso. Peserta diberikan panduan mulai dari proses pemisahan daging ikan, penggilingan, pencampuran dengan bumbu, pembentukan adonan, hingga proses perebusan. Setiap peserta diminta untuk mencoba secara langsung agar memahami teknik dasar dan proporsi bahan yang tepat. Dalam sesi ini, digunakan alat-alat sederhana yang dimiliki oleh mitra seperti pisau, baskom, dan blender rumah tangga. Pelatihan ini tidak hanya memberi pengetahuan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri peserta dalam mencoba usaha baru. Peserta menyampaikan senang dapat belajar membuat bakso dari lele karena sebelumnya belum memahami bahwa lele bisa diolah menjadi makanan olahan.



Gambar 1. Pembuatan Siomay Ikan Lele

Tahap kedua, sebagaimana tampak pada Gambar 1 adalah pelatihan pembuatan siomay ikan lele yang berlangsung dengan antusias tinggi dari peserta perempuan. Peserta diajarkan cara mencampur adonan daging ikan lele dengan tepung dan bumbu, membentuk siomay, serta cara mengukus dan menyajikannya. Tidak sedikit dari mereka yang menyebut siomay sebagai makanan favorit keluarga, sehingga pelatihan ini dirasa sangat bermanfaat. Kreativitas dan inovasi dalam produk olahan dapat menambah nilai suatu produk dan menciptakan keunggulan bersaing (Martana *et al.*, 2021). Hal ini dirasakan langsung oleh peserta yang mulai melihat potensi usaha rumahan dari produk yang diajarkan. Ibu Widi, peserta pelatihan lainnya, menyatakan keinginannya untuk mencoba menjual siomay lele di sekolah anaknya. Dengan melihat respon peserta yang antusias, tim pelaksana merasa pelatihan ini berhasil dalam mendorong semangat kewirausahaan.

Tahap ketiga adalah pembuatan produk *frozen* lele yang bertujuan untuk memperpanjang masa simpan ikan yang belum terjual. Peserta dilatih cara membersihkan ikan, menatanya dalam kemasan plastik, dan menyimpannya di dalam freezer dengan suhu yang sesuai. Produk *frozen* ini bisa menjadi solusi bagi pembudidaya yang menghadapi surplus produksi dan keterbatasan pasar segar. Pengolahan produk untuk memperpanjang masa simpan merupakan bagian dari strategi penciptaan nilai tambah (Afriani *et al.*, 2022). Produk beku memiliki keunggulan karena dapat dipasarkan di luar desa dengan jarak tempuh yang lebih jauh. Selain itu, produk *frozen* juga memudahkan konsumen untuk menyimpan dan mengolah lele kapan pun dibutuhkan. Pelatihan ini mendorong pembudidaya untuk berpikir lebih maju dalam mengelola hasil panen secara efisien.

Selama pelatihan, peserta memperoleh pengetahuan dasar tentang kebersihan pangan dan pentingnya pengemasan yang higienis. Tim pelaksana menekankan pentingnya sanitasi dalam setiap tahap proses pengolahan, mulai dari pemotongan, pencampuran bahan, hingga pengemasan. Pengemasan produk dilakukan menggunakan plastik vakum dan diberi label sederhana agar menarik dan informatif bagi konsumen. Pengetahuan ini sangat penting agar

produk olahan lele dapat bersaing di pasar dan diterima oleh konsumen. Hal ini menandakan bahwa kualitas dan tampilan produk merupakan bagian penting dari strategi pemasaran. Kesadaran peserta terhadap kualitas produk mulai meningkat setelah mengikuti pelatihan ini. Beberapa peserta bahkan mulai berinisiatif membeli alat pengemas sederhana untuk memulai usaha dari rumah.



Gambar 2. Pelatihan Keragaman Hasil Olahan Ikan Lele

Pelatihan sebagaimana Gambar 2 menjadi sarana untuk membangun kerja sama antar pembudidaya dan anggota PKK di desa. Setiap sesi pelatihan dijadikan momentum untuk berbagi pengalaman, ide, serta merumuskan rencana kerja ke depan. Kolaborasi ini memperkuat sinergi antara pelaku usaha budidaya dan kelompok perempuan sebagai pelaku utama produksi olahan. Di Desa Ngapus tampak dengan munculnya kelompok-kelompok kecil yang ingin memproduksi bersama. Dengan demikian, pelatihan tidak hanya memberikan keterampilan, tetapi juga memperkuat ikatan sosial dan kelembagaan komunitas. Hal ini menjadi aset penting dalam pengembangan UMKM lokal berbasis komoditas desa. Dalam pelatihan ini, peserta juga dikenalkan pada strategi pemasaran sederhana menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook. Mereka diajari membuat katalog produk digital, mengambil foto produk yang menarik, serta cara menawarkan produk secara persuasif. Penggunaan media sosial dinilai efektif karena mayoritas masyarakat kini telah menggunakan gawai untuk berkomunikasi. Wijaya & Annisa (2020) menyebutkan bahwa desain kemasan pada produk olahan mempunyai peran penting dalam kegiatan pemasaran. Beberapa peserta langsung mencoba memasarkan hasil pelatihan melalui grup WhatsApp RT dan Facebook pribadi. Respon positif dari calon pembeli membuktikan bahwa saluran digital sangat potensial untuk pengembangan usaha olahan lele.

Pelatihan keragaman produk olahan lele di Desa Ngapus berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari peserta. Materi pelatihan disampaikan secara praktis dan langsung dapat diterapkan oleh peserta dalam kegiatan sehari-hari. Kegiatan ini membekali masyarakat dengan keterampilan yang relevan dan dapat diaplikasikan dalam pengembangan usaha mikro. Pelatihan ini juga menjawab kebutuhan mendesak akan diversifikasi produk sebagai solusi dari rendahnya nilai jual ikan lele segar. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara, sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan dan minat untuk berwirausaha. Hal ini menandakan bahwa pelatihan telah memberi dampak yang signifikan bagi masyarakat, terutama dalam membangun kemandirian ekonomi. Dengan keberlanjutan program seperti ini, Desa Ngapus memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi pusat olahan lele di wilayah Blora.

Evaluasi pelatihan dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pelatihan keragaman produk olahan lele memberikan dampak terhadap pemahaman dan keterampilan mitra. Metode evaluasi yang digunakan meliputi pengumpulan data sebelum dan sesudah pelatihan, serta wawancara mendalam terhadap beberapa peserta terpilih. Hasil evaluasi menunjukkan adanya

peningkatan pemahaman peserta mengenai teknik pengolahan, sanitasi pangan, dan peluang usaha pascapanen. Sebelum pelatihan, sebagian besar mitra hanya mengetahui cara budidaya lele konvensional dan menjual hasil panen dalam bentuk segar. Namun setelah pelatihan, peserta mampu menyebutkan tahapan pembuatan bakso, siomay, dan *frozen* lele dengan baik. Selain itu, peserta juga memahami pentingnya kemasan, label produk, dan strategi pemasaran. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan mampu meningkatkan kapasitas mitra dalam aspek teknis maupun manajerial.

Salah satu indikator efektivitas pelatihan adalah peningkatan keterampilan peserta dalam praktik langsung. Peserta tidak hanya mengikuti instruksi, tetapi juga mampu melakukan pengolahan secara mandiri setelah sesi pelatihan selesai. Hal ini terlihat dari beberapa peserta yang melanjutkan praktik di rumah dan membagikan hasilnya kepada tetangga sebagai uji coba pasar. Salah satu peserta telah mencoba memproduksi 50 butir bakso lele dan membagikannya ke lingkungan sekitar untuk mengetahui respon konsumen. Respons seperti ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pemahaman, tetapi juga membangkitkan motivasi berwirausaha. Kegiatan ini berhasil menanamkan kepercayaan diri dan inisiatif pada diri peserta.

Efektivitas pelatihan juga dinilai melalui minat peserta untuk mengembangkan usaha olahan lele secara berkelanjutan. Hasil monitoring pascapelatihan menunjukkan bahwa 70% peserta menyatakan minat untuk memulai usaha kecil berbasis olahan ikan lele. Pelatihan dinilai berhasil karena mampu mengubah cara pandang peserta terhadap usaha pengolahan lele yang sebelumnya dianggap sulit dan memerlukan modal besar. Banyak peserta menyadari bahwa usaha olahan lele dapat dimulai dari skala kecil dengan peralatan sederhana yang ada di rumah. Perubahan ini menunjukkan bahwa pelatihan telah memberikan motivasi yang realistis, membangun optimisme, dan mendorong keberanian untuk memulai. Peserta juga mulai berpikir tentang strategi harga, segmentasi pasar, dan cara menarik konsumen.

KESIMPULAN

Strategi keragaman produk olahan ikan lele di Desa Ngapus dilakukan melalui pelatihan produk olahan seperti bakso lele, siomay lele, dan *frozen* lele. Strategi ini dipilih karena mampu meningkatkan nilai tambah produk dan mengurangi ketergantungan pada pasar lele segar yang fluktuatif. Pembudidaya menjadi lebih kreatif dalam mengembangkan variasi produk yang diminati konsumen. Kegiatan ini juga mendorong pembentukan kelembagaan kelompok yang memperkuat kerja sama dan manajemen usaha. Penerapan pemasaran digital melalui media sosial turut meningkatkan jangkauan pasar dan citra produk lokal. Dengan demikian, strategi ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing pembudidaya secara kolektif. Pelatihan keragaman hasil olahan ikan lele terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra secara efektif. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam hal keterampilan teknis, pemahaman sanitasi pangan, dan strategi pemasaran. Banyak peserta mampu menerapkan kembali materi pelatihan secara mandiri dan menghasilkan produk olahan yang layak jual. Pelatihan juga mendorong tumbuhnya minat berwirausaha di kalangan pembudidaya maupun anggota keluarganya, terutama ibu rumah tangga. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta menjadi lebih percaya diri dan siap mengembangkan usaha kecil berbasis olahan lele. Oleh karena itu, pelatihan ini berperan penting dalam peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan kemandirian ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, K., Permana, A. H., Widian, I., Agustin, P. A., Nurhalisa, I. A., & Az Zahro, H. (2022). Pembuatan Aneka Produk Olahan Pangan Berbahan Dasar Ikan Lele. *Jurnal Pengabdian Masyarakat AKA*, 2(1). <https://doi.org/10.55075/jpm-aka.v2i1.99>
- Amar, M. I., Martana, B., Rizal, R., & Hidayati, A. N. (2022). Peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat tentang pengolahan hasil budidaya ikan lele melalui diversifikasi pada olahan ikan lele. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7204>
- Fitriani, F. (2019). Pelatihan Pengolahan Nugget Lele Bagi Masyarakat Desa Gelang Sidoarjo. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 3(1). <https://doi.org/10.36456/abadimas.v3.i1.a1922>

- 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). <https://doi.org/10.61323/jb.v2i2.77>
- Martana, B., Rizal, R., & Amar, M. I. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Diversifikasi Produk Olahan Ikan Lele Di Desa Curug, Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. *Prosiding SENAPENMAS*. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15125>
- Miswaty, Luhfitasari, R., & Handoyo, S. (2021). Pelatihan Pembuatan Abon Lele untuk Meningkatkan perekonomian Masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SINAPMAS)*, vol 1(September).
- Pratama, H., Andriani, V. S., Ningtyas, F. W., & Ramadhan, E. N. (2022). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Aspek Penjualan dan Keterampilan. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3). <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i3.4415>
- Rahayu, D. R. U. S., Piranti, A. S., & Sihwaningrum, I. (2019). Diversifikasi hasil olahan ikan lele di desa kaliwangi kecamatan purwojati kabupaten banyumas. *Dinamika Journal: Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.20884/1.dj.2019.1.1.602>
- Sumarno, Gimin, Mujiono, & Pernantah, P. S. (2021). Pembinaan Diversifikasi Produk Untuk Pengembangan Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat JPKM*, 27(4).
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1). <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077>