

## Meningkatkan Daya Saing Budidaya Lele Melalui Analisis Usaha Dan Strategi Digital Marketing Di Desa Gelang Kabupaten Sidoarjo

Dewi Alima Nostalia Suseno<sup>1</sup>, Jefri Putri Nugraha<sup>\*2</sup>, Dimas Bayu Sasongko<sup>3</sup>, Djoko Surahmat<sup>4</sup>, Sugeng Rahardjo<sup>5</sup>, Prayoto<sup>6</sup>, Sri Wartini<sup>7</sup>, Bambang Supriyadi<sup>8</sup>, Dhady Pelita Mahargyo<sup>9</sup>, Rida Widyastuti<sup>10</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup>Politeknik Kelautan Dan Perikanan Sidoarjo, Indonesia

E-mail: [jputrinugraha@gmail.com](mailto:jputrinugraha@gmail.com)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2603>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 05 August 2025

Revised: 20 August 2025

Accepted: 29 August 2025

#### Kata Kunci:

Budidaya lele, analisis usaha, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat.

#### Keywords:

Catfish cultivation, business analysis, digital marketing, community empowerment.



### ABSTRACT

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan oleh Program Studi Agribisnis Perikanan Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo di Desa Gelang, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo, yang dikenal sebagai sentra budidaya lele. Meskipun memiliki potensi produksi tinggi, pelaku usaha menghadapi tantangan dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan daya saing usaha melalui pelatihan analisis kelayakan usaha (HPP, BEP, R/C Ratio) dan strategi pemasaran digital menggunakan platform seperti Shopee, Instagram, dan WhatsApp Business. Metode yang digunakan meliputi pendekatan partisipatif, andragogi, demonstratif, dan aplikatif. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam pencatatan keuangan serta keterampilan memasarkan produk secara online. Peserta mulai menerapkan pembukuan sederhana dan aktif menggunakan media digital untuk promosi. Program ini tidak hanya meningkatkan efisiensi usaha tetapi juga memperluas akses pasar. Keberhasilan kegiatan ini menjadi dasar pengembangan pendampingan lanjutan menuju kemandirian usaha berbasis digital yang berkelanjutan.

*This Community Service activity was carried out by the Fisheries Agribusiness Study Program of the Sidoarjo Marine and Fisheries Polytechnic in Gelang Village, Tulangan District, Sidoarjo Regency, which is known as a center for catfish farming. Despite its high production potential, business actors face challenges in financial management and digital marketing. This activity aims to increase business competitiveness through training in business feasibility analysis (HPP, BEP, R/C Ratio) and digital marketing strategies using platforms such as Shopee, Instagram, and WhatsApp Business. The methods used include participatory, andragogical, demonstrative, and applicative approaches. The results show an increase in participants' understanding of financial recording and online product marketing skills. Participants began implementing simple bookkeeping and actively using digital media for promotion. This program not only improved business efficiency but also expanded market access. The success of this activity laid the foundation for the development of further assistance towards sustainable digital-based business independence.*



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

**How to Cite:** Dewi Alima Nostalia Suseno, et al (2025). Meningkatkan Daya Saing Budidaya Lele Melalui Analisis Usaha Dan Strategi Digital Marketing Di Desa Gelang Kabupaten Sidoarjo, 4 (1) 5461-5466. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2603>

### PENDAHULUAN

Kabupaten Sidoarjo merupakan produsen lele terbesar di Jawa Timur. Pada tahun 2024, produksi lele di Sidoarjo mencapai 21.546 ton, menyumbang sekitar 15,8% dari total produksi lele di provinsi

tersebut. Data dari Dinas Perikanan Jawa Timur juga menunjukkan bahwa Sidoarjo memimpin produksi lele dengan angka 21.542 ton per tahun. Selain volume produksi yang signifikan, nilai ekonomi dari sektor perikanan di Sidoarjo juga sangat tinggi. Pada tahun 2023, nilai produksi perikanan di Sidoarjo mencapai sekitar Rp 2,4 triliun. Kontribusi terbesar berasal dari budidaya ikan bandeng dan lele, dengan nilai produksi lele mencapai Rp 344 miliar dari volume produksi 21.542 ton (InnaLar, 2023).

Budidaya lele merupakan salah satu sektor usaha perikanan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama di wilayah pedesaan seperti Desa Gelang, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo. Desa Gelang dikenal sebagai salah satu sentra budidaya lele di Kecamatan Tulangan. Menurut Kepala Desa Gelang, Dwi Nugroho, SH, masyarakat desa mampu memanen hingga 2 ton lele per hari. Hal ini menunjukkan potensi besar desa dalam sektor perikanan, khususnya budidaya lele. Lele (*Clarias sp.*) termasuk ikan air tawar yang mudah dibudidayakan, memiliki ketahanan terhadap kondisi lingkungan yang kurang optimal, dan memiliki siklus panen yang relatif cepat, yaitu antara 2–3 bulan. Selain itu, permintaan pasar terhadap lele terus meningkat karena harganya yang terjangkau dan kandungan gizinya yang tinggi (Effendi, 2018).

Namun, di tengah potensi tersebut, pembudidaya lele di tingkat rumah tangga masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam aspek manajemen usaha dan pemasaran. Berdasarkan hasil observasi awal, banyak pelaku budidaya di Desa Gelang yang belum melakukan pencatatan usaha secara sistematis. Mereka kesulitan dalam menghitung biaya produksi, laba, serta efisiensi usaha, yang menyebabkan usaha sulit berkembang secara berkelanjutan. Kelemahan ini sejalan dengan hasil penelitian Lestari et al. (2020) yang menyatakan bahwa kurangnya kemampuan pelaku usaha mikro dalam melakukan analisis usaha menjadi salah satu penyebab rendahnya daya saing produk perikanan budidaya. Sebuah studi oleh Dzulfikri (2016) mengidentifikasi beberapa faktor penghambat dalam usaha pembesaran ikan lele di desa ini, antara lain: (1) Fluktuasi Harga Pakan, harga pakan yang tidak stabil mempengaruhi biaya produksi dan profitabilitas usaha; (2) Ketiadaan Pekerja Tetap, tidak adanya tenaga kerja tetap menyebabkan inkonsistensi dalam operasional harian; (3) Kurangnya Pembukuan Keuangan, absennya pencatatan keuangan yang sistematis menyulitkan evaluasi kinerja usaha dan perencanaan ke depan.

Selain itu, dalam era digital saat ini, penguasaan teknologi informasi menjadi kunci utama dalam memperluas akses pasar. Sayangnya, sebagian besar pelaku usaha di pedesaan masih memasarkan hasil panennya secara konvensional, yaitu melalui tengkulak atau penjualan langsung di sekitar lingkungan tempat tinggal. Cara ini menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau konsumen potensial dan kurangnya posisi tawar pembudidaya dalam menentukan harga jual.

Menurut Saptaningrum dan Mulyani (2021), digitalisasi pemasaran menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan nilai tambah dan memperluas pasar bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM), termasuk sektor perikanan budidaya. Pemanfaatan platform digital seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, hingga Google My Business dapat menjadi solusi yang efektif dan terjangkau untuk promosi dan penjualan hasil panen lele. Namun, untuk dapat memanfaatkan teknologi ini, pelaku usaha perlu diberi pendampingan secara langsung, mulai dari pembuatan konten pemasaran yang menarik hingga strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik produk dan konsumen sasaran.

Dengan mempertimbangkan data dan informasi di atas, jelas bahwa Desa Gelang memiliki potensi besar dalam budidaya lele. Namun, diperlukan upaya lebih lanjut dalam hal manajemen usaha dan pemasaran untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan pembudidaya lokal. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari Program Studi Agribisnis Perikanan ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku budidaya lele di Desa Gelang melalui dua pendekatan utama: (1) pelatihan dan pendampingan dalam analisis usaha, serta (2) pengenalan dan penerapan strategi pemasaran digital berbasis media sosial. Diharapkan melalui kegiatan ini, pembudidaya lele di Desa Gelang dapat mengembangkan usahanya secara lebih efisien dan kompetitif di tengah tantangan zaman.

## **METODE**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Tim dari Program Studi Agribisnis Perikanan Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo dilaksanakan pada 16 Juni 2024 di Balai Desa Gelang, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk bimbingan teknis

(Bimtek) yang menyoar pelaku usaha budidaya lele di Desa Gelang, yang dikenal sebagai salah satu sentra produksi lele dengan kapasitas panen tinggi namun masih menghadapi kendala dalam manajemen usaha dan pemasaran digital. Tahapan kegiatan dimulai dari survei pendahuluan, penyusunan tim, dan persiapan bahan pelatihan, dilanjutkan dengan pelaksanaan Bimtek yang mencakup dua materi utama: analisis usaha budidaya lele (perhitungan HPP, BEP, margin, dan pencatatan keuangan sederhana) serta strategi digital marketing melalui media seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Shopee. Kegiatan ini juga diikuti oleh berbagai elemen masyarakat lokal seperti pengelola BUMDes, kelompok pembudidaya ikan, karang taruna, dan perangkat desa.

Metodologi yang digunakan dalam kegiatan ini menggabungkan pendekatan partisipatif, andragogi, demonstratif, dan aplikatif guna memastikan keterlibatan aktif peserta serta peningkatan kapasitas yang berkelanjutan. Metode partisipatif menempatkan peserta sebagai subjek aktif, sementara pendekatan andragogi menyesuaikan materi pelatihan dengan pengalaman dan konteks nyata peserta dewasa. Melalui metode demonstratif dan praktik langsung, peserta dilatih menggunakan perangkat digital secara teknis, didukung oleh sesi pendampingan pascapelatihan yang bersifat individual maupun kelompok kecil. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan refleksi kelompok, serta dibentuk grup WhatsApp untuk menjaga komunikasi dan keberlanjutan pembelajaran. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang aspek ekonomi budidaya lele, mendorong keberanian dalam memasarkan produk secara digital, serta membentuk ekosistem wirausaha lokal yang lebih adaptif dan kolaboratif menuju model usaha yang berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim Dosen Program Studi Agribisnis Perikanan Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo pada 16 Juni 2025 di Desa Gelang, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo merupakan bentuk nyata implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam upaya memberdayakan masyarakat. Kegiatan ini menyoar pelaku usaha budidaya lele dan pengolah produk perikanan rumah tangga yang menjadi tulang punggung perekonomian lokal. Tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan daya saing usaha budidaya lele melalui pelatihan analisis kelayakan usaha serta pemanfaatan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini berjalan lancar berkat koordinasi awal yang matang antara tim pengabdian, pemerintah desa, dan kelompok pembudidaya lele. Selain itu, pelaksanaan kegiatan yang terstruktur dan berbasis kebutuhan riil masyarakat memberikan dampak yang nyata dan terukur terhadap peningkatan kapasitas peserta.

Tahapan awal berupa persiapan mencakup kegiatan survei dan koordinasi dengan mitra desa, penyusunan modul pelatihan, serta penyediaan logistik. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki pencatatan keuangan yang baik dan belum memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Berdasarkan temuan ini, tim menyusun modul pelatihan bertajuk "Analisis Usaha dan Strategi Digital Marketing Budidaya Lele", serta menyediakan template pembukuan usaha sederhana dalam bentuk cetak dan digital. Sebanyak 20 peserta tetap terdaftar mengikuti kegiatan, yang berlangsung di Balai Pertemuan Desa Gelang. Tahap ini menjadi pondasi penting untuk memastikan bahwa seluruh pelaksanaan selanjutnya berjalan sesuai kebutuhan dan ekspektasi masyarakat sasaran. Pada tahap pelaksanaan, peserta menerima pelatihan secara langsung mengenai analisis usaha budidaya lele. Materi disampaikan secara teoritis dan praktis, mencakup konsep dasar biaya tetap dan variabel, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), penerimaan (TR), pendapatan bersih ( $\pi$ ), dan analisis kelayakan usaha menggunakan metode R/C Ratio. Pelatihan dilakukan dengan pendekatan partisipatif menggunakan data riil milik peserta. Misalnya, peserta diajak menghitung efisiensi usaha menggunakan data budidaya ikan lele ukuran 3–5 cm sebanyak 45.000 ekor, yang dalam satu siklus panen menghasilkan 4.781 kg lele dengan harga jual Rp18.000/kg. Dari data tersebut, diketahui bahwa usaha ini menghasilkan penerimaan sebesar Rp86.058.000 dan keuntungan bersih sekitar Rp27.476.600, dengan nilai R/C Ratio sebesar 1,46, yang menandakan bahwa usaha budidaya ini layak dan efisien untuk dijalankan.

Setelah sesi analisis usaha, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pemasaran digital, yang difokuskan pada dua platform utama: Shopee dan Instagram. Sesi ini menjadi salah satu bagian paling menarik dan interaktif, karena peserta tidak hanya belajar teori, tetapi langsung mempraktikkan pembuatan akun toko online dan konten promosi. Peserta dipandu membuat akun di Shopee Seller

Center, mengunggah produk olahan lele, serta mengatur tampilan toko menggunakan fitur-fitur promosi seperti voucher gratis ongkir dan flash sale. Selain itu, pelatihan Instagram Bisnis mengajarkan peserta untuk membangun citra usaha melalui konten visual yang menarik, penggunaan caption yang informatif, serta penggunaan hashtag yang sesuai. Narasumber juga mengenalkan penggunaan tools seperti Canva untuk desain promosi dan menyusun jadwal posting. Dampak nyata dari pelatihan digital marketing ini terlihat dari antusiasme peserta yang langsung mempraktikkan ilmu yang diperoleh. Beberapa peserta bahkan langsung mendapatkan respons dari calon pembeli lokal melalui fitur direct message di Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya kehadiran digital dalam memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kegiatan ini juga memotivasi peserta untuk mulai membenahi aspek pemasaran dan branding produk mereka agar lebih profesional dan menarik. Kombinasi antara penguatan aspek manajemen usaha dan keterampilan digital marketing ini menjadi strategi komprehensif yang relevan untuk meningkatkan daya saing UMKM perikanan di era digital.

Tahap akhir dari kegiatan ini adalah monitoring dan evaluasi untuk mengukur sejauh mana efektivitas pelaksanaan pengabdian terhadap peningkatan kapasitas peserta. Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner yang mengukur tiga aspek utama: pelaksanaan kegiatan, materi pelatihan, serta dampak dan manfaat yang dirasakan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa lebih dari 90% peserta merasa puas terhadap penyelenggaraan kegiatan, mulai dari ketepatan waktu, fasilitas pelatihan, hingga sikap komunikatif dan ramah dari narasumber. Materi yang disampaikan dinilai mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan usaha mereka, dan dapat langsung diaplikasikan. Dari sisi isi materi, lebih dari 85% peserta menyatakan bahwa pelatihan ini memberikan pengetahuan baru yang sangat bermanfaat, terutama dalam hal pencatatan keuangan usaha dan pemasaran digital. Mereka mengakui bahwa sebelum mengikuti kegiatan ini, mereka belum memiliki pencatatan usaha yang baik dan belum memanfaatkan platform digital untuk menjual produk. Setelah pelatihan, banyak peserta mulai mencoba menerapkan pencatatan usaha harian serta memasarkan produk melalui media sosial. Bahkan, beberapa peserta menyatakan bahwa pelatihan ini membantu mereka memecahkan kendala nyata yang selama ini dihadapi, seperti kesulitan menghitung keuntungan dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil mencapai tujuannya, yaitu memberdayakan pelaku usaha budidaya lele melalui peningkatan pemahaman manajemen usaha dan penguasaan strategi pemasaran digital. Dampak dari kegiatan tidak hanya dirasakan secara langsung selama pelatihan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku peserta dalam mengelola usaha mereka secara lebih profesional dan berkelanjutan. Keberhasilan program ini tercermin dari tingginya partisipasi peserta, respons positif terhadap materi, serta antusiasme untuk menerapkan ilmu yang diperoleh. Hal ini menjadi dasar penting untuk pengembangan program lanjutan seperti pendampingan usaha berkala, pelatihan tingkat lanjut, hingga pembentukan komunitas UMKM digital di sektor perikanan. Pembahasan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Gelang menggarisbawahi pentingnya penguatan kapasitas pelaku usaha mikro dalam dua aspek mendasar, yaitu manajemen usaha dan strategi pemasaran digital. Desa Gelang, yang dikenal sebagai sentra budidaya lele di Kecamatan Tulangan, memiliki potensi produksi yang besar, namun belum sepenuhnya diimbangi dengan efisiensi usaha dan strategi pemasaran yang modern. Berdasarkan observasi dan temuan di lapangan, mayoritas pelaku usaha belum menerapkan pencatatan keuangan yang baik dan belum memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal, di era saat ini, penggunaan media digital bukan lagi sebuah pilihan, melainkan kebutuhan untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha, terutama di sektor UMKM.

Salah satu temuan penting dalam program ini adalah lemahnya literasi keuangan pelaku usaha, yang berdampak pada ketidakmampuan mereka dalam mengevaluasi kelayakan finansial usaha budidaya yang dijalankan. Pelaku usaha cenderung menjalankan aktivitas produksi tanpa memiliki gambaran yang jelas tentang seberapa besar biaya yang dikeluarkan dan apakah usaha tersebut memberikan keuntungan atau bahkan justru merugi. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dasar mengenai pencatatan usaha, perhitungan biaya tetap dan variabel, serta simulasi perhitungan kelayakan usaha menggunakan metode analisis R/C Ratio. Dengan pendekatan ini, pelaku usaha tidak hanya diajarkan teori, tetapi juga praktik langsung menggunakan data riil dari usaha mereka.

Simulasi yang dilakukan pada salah satu studi kasus menunjukkan bahwa total biaya produksi dalam satu siklus pembesaran lele mencapai Rp86.058.000, sementara penerimaan mencapai Rp113.534.600, yang menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp27.476.600. Dari sini, peserta dilatih

untuk melakukan evaluasi biaya dan mencari peluang efisiensi, misalnya dalam penggunaan pakan atau tenaga kerja. Selain itu, peserta diperkenalkan pada pencatatan laba rugi sederhana yang dapat digunakan secara harian atau bulanan. Pencatatan ini sangat penting untuk pemantauan performa usaha, serta menjadi dokumen pendukung dalam pengajuan pinjaman, kerjasama, atau kemitraan usaha. Dengan kebiasaan mencatat secara rutin, pelaku usaha dapat mengetahui posisi keuangan usaha mereka secara real-time.

Selain aspek keuangan, dimensi pemasaran menjadi tantangan utama yang dihadapi pelaku budidaya lele di Desa Gelang. Ketergantungan terhadap tengkulak masih sangat tinggi, sementara akses terhadap pasar yang lebih luas belum optimal karena rendahnya pemanfaatan platform digital. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing menjadi bagian penting dari program ini. Peserta tidak hanya dikenalkan secara teoritis tentang pentingnya digitalisasi usaha, tetapi juga diberikan praktik langsung dalam membuat akun bisnis di Shopee, Instagram, dan WhatsApp Business. Mereka diajarkan cara mengunggah produk, menyusun deskripsi yang menarik, menentukan harga dan ongkos kirim, serta membuat konten promosi visual menggunakan aplikasi seperti Canva. Transformasi digital ini memungkinkan pelaku usaha menjual langsung ke konsumen akhir, membangun jaringan reseller atau agen, serta mengurangi ketergantungan pada jalur distribusi konvensional. Digital marketing juga membuka peluang untuk menjangkau konsumen dari luar wilayah, mempercepat proses transaksi, serta memperkuat identitas merek melalui konten yang konsisten dan menarik. Menurut studi Prabowo & Astuti (2022), pelaku usaha perikanan yang aktif menggunakan platform digital dapat meningkatkan omzet hingga 30% dalam waktu enam bulan. Hal ini memberikan gambaran bahwa potensi pertumbuhan usaha sangat besar apabila pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi secara konsisten dan tepat sasaran.

Namun demikian, pelaksanaan kegiatan juga menemui berbagai kendala yang harus diatasi secara taktis dan adaptif. Beberapa kendala utama antara lain rendahnya literasi digital peserta, keterbatasan akses internet, minimnya perangkat teknologi seperti HP atau laptop, serta belum terbiasanya peserta melakukan pencatatan keuangan. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pengabdian menerapkan pendekatan praktis dan solutif, seperti menyediakan perangkat untuk simulasi, menggunakan Wi-Fi portable, memberikan template pencatatan sederhana, dan menyusun jadwal pelatihan yang fleksibel agar tidak mengganggu aktivitas harian peserta. Narasumber juga memberikan pendampingan langsung saat praktik, memastikan setiap peserta dapat mengikuti proses dengan baik. Salah satu tantangan psikologis yang dihadapi adalah adanya keraguan dari peserta terhadap manfaat penggunaan platform digital, terutama karena mereka sudah terbiasa menjual secara langsung kepada tengkulak. Untuk mengatasi hal ini, tim memberikan studi kasus nyata dari pelaku usaha sukses serta menunjukkan simulasi peningkatan jangkauan konsumen yang didapat dari promosi online. Pendekatan ini cukup efektif dalam membangun kepercayaan dan motivasi peserta untuk mulai mencoba strategi pemasaran digital secara bertahap. Selain itu, dukungan dalam bentuk modul cetak dan pendampingan digital pasca pelatihan menjadi strategi lanjutan untuk menjamin bahwa transformasi ini tidak berhenti setelah kegiatan selesai.

## **SIMPULAN**

Secara keseluruhan, pembahasan kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing usaha budidaya lele tidak cukup hanya dari sisi teknis produksi, tetapi juga sangat bergantung pada kapasitas manajemen dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Digitalisasi bukan hanya mempermudah proses jual beli, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan usaha yang lebih luas, profesional, dan berkelanjutan. Dalam konteks pengembangan ekonomi desa, kegiatan seperti ini sangat penting karena mampu membentuk pelaku usaha yang mandiri, kompetitif, dan terhubung dengan ekosistem digital yang lebih luas. Ke depan, penting untuk memastikan keberlanjutan dari dampak kegiatan ini melalui mekanisme pendampingan berkelanjutan, baik secara daring maupun luring. Pembentukan komunitas pelaku usaha digital, penyusunan jadwal pelatihan lanjutan, serta dukungan dari pemerintah desa dan instansi terkait menjadi langkah strategis untuk menjaga kesinambungan program. Keberhasilan pengabdian tidak hanya dilihat dari kelancaran pelaksanaan kegiatan, tetapi dari seberapa jauh peserta mampu menerapkan dan mengembangkan pengetahuan yang diperoleh dalam praktik usaha mereka sehari-hari. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya bersifat insidental, tetapi menjadi bagian dari proses pembangunan kapasitas masyarakat secara holistik dan berkelanjutan.

## REFERENSI

- Dzulfikri, A. (2016). Analisis Usaha Pembesaran Ikan Lele (*Clarias sp.*) di Desa Gelang Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo. Universitas Brawijaya. Retrieved from <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/134949/>
- Effendi, H. (2018). *Teknologi Budidaya Lele Modern*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Fishinfo Jatim. (2023). Data Produksi Budidaya Ikan Lele Kabupaten/Kota Jawa Timur. Retrieved from <https://fishinfojatilim.net/dashboard/dashfishpedia>
- Harian Mataraman. (2023, Februari 17). Lele Jawa Timur: Dari Sang Juara Sidoarjo hingga Kejutan Tuban. Retrieved from <https://www.harianmataraman.com/news/2094132667/lele-jawa-timur-dari-sang-juara-sidoarjo-hingga-kejutan-tuban>
- Hidayat, R., & Wibowo, S. (2020). Pendekatan partisipatif dalam pengembangan masyarakat desa: Studi kasus program penguatan kelembagaan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 123–135.
- InnaLar. (2023, Desember 20). Nilai Produksi Perikanan Capai Rp 2,4 Triliun, Kabupaten Sidoarjo di Jawa Timur Ternyata Budidaya Beragam Ikan. Retrieved from <https://www.innalara.com/regional/3679730484/nilai-produksi-perikanan-capai-rp-24-triliun-kabupaten-sidoarjo-di-jawa-timur-ternyata-budidaya-beragam-ikan>
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2021). *Panduan UMKM Go Digital*. Jakarta: Deputi Bidang Kewirausahaan.
- Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2015). *The Adult Learner: The Definitive Classic in Adult Education and Human Resource Development* (8th ed.). Routledge.
- Lestari, D., Purwanto, B., & Handayani, R. (2020). Analisis Usaha Budidaya Lele dan Tantangan yang Dihadapi UMKM. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2), 123–132. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.123-132>
- Memorandum Disway. (2024, Januari 25). Pemanfaatan Potensi Lele untuk Meningkatkan Gizi dan Ekonomi Masyarakat di Desa Gelang Tulangan Sidoarjo. Retrieved from <https://memorandum.disway.id/read/113385/pemanfaatan-potensi-lele-untuk-meningkatkan-gizi-dan-ekonomi-masyarakat-di-desa-gelang-tulangan-sidoarjo>
- Memorandum. (2024, Januari 25). Pemanfaatan Potensi Lele untuk Meningkatkan Gizi dan Ekonomi Masyarakat di Desa Gelang. <https://memorandum.disway.id/read/113385/>
- Nugroho, A., & Setiawan, A. (2021). Strategi pemasaran digital bagi UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 21(1), 45–53.
- Prabowo, A. F., & Astuti, M. E. (2022). Digitalisasi Pemasaran Produk Perikanan Budidaya Berbasis UMKM. *Jurnal Transformasi Ekonomi Digital*, 5(1), 55–65.
- Putri, Y. A., & Firmansyah, A. (2023). Optimalisasi Google My Business dalam meningkatkan visibilitas usaha lokal. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(2), 89–97.
- Rachman, R., Safitri, L., & Fajri, M. (2022). Penerapan modul analisis usaha dalam pelatihan kewirausahaan. *Jurnal Abdimas Ekonomika*, 3(1), 22–30.
- Rohman, H., & Wahyuni, S. (2020). Evaluasi pelatihan berbasis partisipasi masyarakat: Studi pada pelaku usaha kecil. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 111–120.
- Saptaningrum, A., & Mulyani, E. (2021). Penerapan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 45–52. <https://doi.org/10.22225/jpkm.4.1.2021.45-52>
- Setiawan, B., & Sari, R. N. (2021). Pelatihan literasi digital dan strategi promosi berbasis media sosial bagi pelaku UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Digital*, 2(1), 17–25.
- Sulaiman, R., Rachmawati, Y., & Puspitasari, L. (2019). Penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan partisipatif berbasis potensi lokal. *Jurnal Inovasi Sosial*, 2(3), 44–56.
- Sulistiyowati, D., & Harini, R. (2021). Analisis Kelayakan Finansial pada Usaha Pembesaran Lele di Lahan Pekarangan. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 14(2), 123–130.
- Susilowati, S. H. (2020). Peran pencatatan keuangan sederhana dalam pengelolaan usaha mikro. *Jurnal Akuntansi dan UMKM*, 5(1), 33–42.
- Syafitri, L., & Ramadhan, F. (2020). Manajemen Keuangan UMKM di Sektor Perikanan Budidaya. *Jurnal Keuangan Mikro*, 9(1), 45–52.