

Manajemen Pemasaran Produk UMKM KAMIIKAN berkerjasama dengan Prodi Akuakultur Fakultas Pertanian di Pasar Tani Bireuen

Rossey Azhar^{1*}, Akmal Izwar², Dani Pratama Putra³, Aiya Sofia⁴, Naya Desparita⁵, M. Radhi⁶, Eka Diana⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Almuslim, Jl. Almuslim Matangglumpangdua Kec. Peusangan Kab. Bireuen, Provinsi Aceh

E-mail: rossyazhar5@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7436>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 24 Jul 2026

Revised: 30 Jul 2026

Accepted: 05 Aug 2026

Kata Kunci:

Pemasaran digital,
Produk olahan
perikanan, Pasar Tani,
UMKM Poklahsar.

Keywords:

Digital marketing, Fish
processed products,
Pasar Tani, UMKM
Poklahsa.



ABSTRACT

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas adopsi teknologi pengolahan pangan yang higienis pada mitra, serta membangun kemandirian ekonomi kelompok dalam mengoptimalkan potensi perikanan lokal secara berkelanjutan. Pengabdian dilakukan secara terpusat di Lapangan Cot Gapu, Kabupaten Bireuen, dengan melibatkan 35 orang peserta dari UMKM Poklahsar KAMIIKAN. Metode pelaksanaan program dirancang secara sistematis melalui 7 tahapan utama, meliputi perencanaan program, identifikasi masalah, sosialisasi manajemen usaha dan pemasaran, pelatihan dan praktik langsung (hands-on training), pendampingan berkelanjutan, promosi produk (Event Pasar Tani), serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya transformasi nyata pada sistem produksi dari yang semula reaktif (made-to-order) menjadi produksi harian yang kontinu berbasis standardisasi Good Manufacturing Practices (GMP) dan teknologi kemasan kedap udara (vacuum packaging). Seluruh komoditas olahan perikanan berupa bakso bandeng (5,0 kg), nugget bandeng (10,5 kg), dan bandeng pepes tanpa duri (10 unit) habis terjual selama event luring dengan respons kepuasan konsumen yang sangat tinggi. Keberlanjutan usaha diperkuat melalui adopsi mandiri saluran pemasaran digital berbasis WhatsApp dan Instagram serta hibah sarana pengolahan berupa freezer dan meja kerja steril.

This community service program aimed to improve the capacity of adopting hygienic food processing technology among partners, and to build group economic independence in optimizing local fisheries potential sustainably. The program was centrally conducted at Cot Gapu Field, Bireuen Regency, involving 35 participants from UMKM Poklahsar KAMIIKAN. The program delivery was systematically structured into 7 core stages, including program planning, problem identification, business management and marketing socialization, hands-on training, continuous assistance, product promotion (Pasar Tani Event), and monitoring and evaluation. The results demonstrated a distinct transformation in the production system from a reactive approach (made-to-order) to continuous daily production based on Good Manufacturing Practices (GMP) standardization and vacuum packaging technology. All fish-based processed commodities, comprising milkfish meatballs (5.0 kg), milkfish nuggets (10.5 kg), and boneless pepes milkfish (10 units), were completely sold out during the offline event with highly positive consumer satisfaction. Business sustainability was further enhanced through the self-adoption of digital marketing channels via WhatsApp and Instagram, alongside the permanent grant of processing facilities including freezers and sterile worktables.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Rossey Azhar, et al. (2026), Manajemen Pemasaran Produk UMKM KAMIIKAN berkerjasama dengan Prodi Akuakultur Fakultas Pertanian di Pasar Tani Bireuen, 5(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7436>

PENDAHULUAN

Sektor perikanan memiliki peran strategis dalam menopang ketahanan pangan nasional serta menggerakkan roda perekonomian masyarakat pesisir melalui penyediaan sumber protein hewani

berkualitas tinggi. Di wilayah Kabupaten Bireuen, optimalisasi sektor ini menjadi kian krusial mengingat tantangan lingkungan seperti bencana banjir sering kali mengancam stabilitas produksi pangan konvensional masyarakat pedesaan (Putra et al, 2026). Pemanfaatan hasil perikanan tidak hanya terbatas pada penjualan dalam bentuk segar, melainkan harus diarahkan pada hilirisasi produk berbasis diversifikasi olahan untuk menciptakan kemandirian sosial ekonomi masyarakat (Nugrahawati et al, 2025). Diversifikasi olahan hasil perikanan menjadi produk seperti bakso ikan, nugget, dan bandeng tanpa duri berpotensi besar meningkatkan preferensi konsumsi masyarakat sekaligus memperpanjang masa simpan produk (Hastuti et al., 2022). Kendati demikian, hilirisasi pada skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor perikanan sering kali menghadapi hambatan struktural yang kompleks, terutama dalam aspek standardisasi mutu produk dan keterbatasan jangkauan pasar.

Di Kabupaten Bireuen, sektor perikanan merupakan salah satu potensi unggulan daerah yang memerlukan perhatian khusus dalam pengembangannya, terutama pada kelompok pengolah dan pemasar hasil perikanan (Poklahsar). Salah satu mitra yang menjadi representasi kondisi ini adalah UMKM Poklahsar KAMIIKAN. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara, mitra memiliki keterampilan teknis dasar dalam memproduksi olahan ikan. Namun, keberlanjutan usaha mereka terancam oleh lemahnya implementasi manajemen pemasaran serta aspek visual produk. Kemasan produk yang digunakan masih bersifat konvensional, belum memenuhi standar higienitas yang ketat, dan belum memiliki identitas merek (branding) yang kuat. Dari sisi pemasaran, mitra mengalami keterbatasan akses pasar akibat ketergantungan penuh pada metode konvensional (offline) lokal di area pemukiman sekitar, tanpa adanya diversifikasi ke platform digital (online). Keterbatasan ini menyebabkan fluktuasi volume penjualan yang tidak menentu dan serapan pasar yang rendah terhadap produk olahan yang dihasilkan.

Untuk mengatasi permasalahan multidimensi tersebut, diperlukan intervensi akademis yang integratif melalui program hilirisasi IPTEKS. Pemasaran produk olahan ikan memerlukan penguatan melalui dua pilar utama, yaitu optimalisasi kualitas fisik produk (higienitas dan kemasan) serta perluasan saluran distribusi melalui strategi omnichannel (kombinasi pemasaran daring dan luring). Pemasaran digital (digital marketing) menggunakan media sosial terbukti mampu memotong rantai distribusi dan memperluas penetrasi pasar bagi produk lokal secara efisien (Darajat et al., 2023). Di sisi lain, kehadiran fisik dalam ajang pameran atau pasar musiman berskala daerah tetap krusial sebagai sarana brand awareness langsung dan validasi preferensi konsumen (Amani et al., 2025).

Melalui skema kolaborasi antara Program Studi Akuakultur Fakultas Pertanian Universitas Almuslim dengan UMKM Poklahsar KAMIIKAN, dilaksanakanlah program pengabdian kepada masyarakat ini. Solusi inovatif yang diterapkan meliputi transformasi teknologi pengemasan vakum (*vacuum packaging*) untuk menjamin higienitas, pelatihan kalkulasi harga pokok produksi (HPP) dalam manajemen usaha, serta pendampingan adopsi pemasaran digital. Sebagai akselerasi pemasaran luring (*offline tracking*), produk mitra diintegrasikan secara langsung dalam ajang Event Pasar Tani Bireuen 2026 yang berlokasi di Lapangan Cot Gapu. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas adopsi teknologi pengolahan dan pengemasan yang higienis pada mitra, serta membangun kemandirian ekonomi kelompok melalui penguatan manajemen pemasaran berbasis digital dan pameran publik.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Rabu, 8 Juli 2026, yang berlokasi secara terpusat di Lapangan Cot Gapu, Kabupaten Bireuen. Sasaran khalayak mitra atau peserta yang terlibat aktif dalam program hilirisasi ini berjumlah 35 orang yang merupakan representasi dari anggota pelaku usaha terdistribusi dalam UMKM Poklahsar KAMIIKAN. Untuk memastikan keberhasilan program secara sistematis, pendekatan metodologi pelaksanaan dirancang secara terstruktur yang mengadopsi 7 tahapan utama sebagai berikut.

Perencanaan Program

Tahap awal kegiatan dimulai dengan menyusun rencana pelaksanaan program secara menyeluruh dan integratif. Aktivitas pada fase ini menitikberatkan pada observasi awal (*pre-eliminary survey*) ke lokasi produksi mitra, koordinasi formal dengan jajaran pengurus UMKM Poklahsar KAMIIKAN, serta identifikasi awal terkait kebutuhan logistik operasional. Selain itu, dilakukan penyusunan jadwal kerja tim pengabdian dari Program Studi Akuakultur Universitas Almuslim serta penyiapan ragam peralatan

mekanis pengemasan, bahan baku pendukung, dan penyusunan modul materi pelatihan. Standardisasi pada tahap perencanaan ini krusial untuk menjamin seluruh tahapan berikutnya berjalan secara linear dan akomodatif terhadap kebutuhan riil mitra di lapangan (Zunaidi et al., 2024).

Identifikasi Masalah

Setelah fase perencanaan matang, dilakukan tahapan identifikasi dan pemetaan masalah secara objektif terhadap hambatan multidimensi yang dialami mitra. Pendekatan yang digunakan adalah melalui survei lapangan terstruktur, wawancara mendalam (in-depth interview), serta diskusi kelompok terfokus (Focus Group Discussion) bersama 35 peserta. Fokus identifikasi diarahkan pada analisis kelemahan tata kelola pengolahan hasil perikanan konvensional, keterbatasan fasilitas rantai dingin (cold chain system), kerentanan higienitas ruang kerja, hingga inefisiensi kalkulasi harga pokok produksi (HPP) serta restriksi akses pasar. Data yang dihimpun pada tahapan ini difungsikan sebagai kompas utama dalam merumuskan materi intervensi IPTEKS yang presisi.

Sosialisasi Manajemen Usaha dan Pemasaran

Tahap sosialisasi dilaksanakan dengan tujuan membangun kesadaran kritis (critical awareness) serta memberikan pemahaman teoretis fundamental kepada peserta mengenai urgensi peningkatan nilai tambah (value-added) komoditas perikanan lokal. Materi diseminasi disampaikan oleh tim pakar pengabdian melalui metode ceramah akademik, presentasi multimedia interaktif, dan ruang diskusi dua arah. Substansi sosialisasi mencakup analisis potensi pasar produk berbasis frozen food, peluang penetrasi pasar regional, serta visualisasi urgensi diversifikasi produk olahan sebagai instrumen determinan dalam mendongkrak stabilitas pendapatan ekonomi kelompok.

Pelatihan dan Praktik Langsung (Hands-on Training)

Tahap ini merupakan pilar inti dari pelaksanaan program pengabdian di mana aspek transfer teknologi diimplementasikan secara langsung. Peserta mendapatkan pelatihan intensif melalui demonstrasi kerja dan praktik mandiri dibimbing oleh fasilitator laboratorium. Pelatihan komprehensif ini diklasifikasikan ke dalam empat fokus instruksional, yaitu: 1) Teknik pengolahan produk perikanan diversifikasi bernilai tinggi meliputi bakso ikan, nugget ikan, dan bandeng tanpa duri; 2) Penerapan teknik pengemasan mekanis berbasis kedap udara (vacuum packaging) dengan mika rigid premium dan plastik tebal untuk eliminasi kuman; 3) Tata kelola manajemen usaha dasar berupa kalkulasi HPP secara akurat dan perumusan margin keuntungan; serta 4) Strategi pemasaran digital memanfaatkan optimalisasi media sosial dan platform daring demi memotong struktur rantai pasar konvensional.

Pendampingan Berkelanjutan

Pasca-pelatihan, tahapan beralih pada fase pendampingan berkala yang dilakukan selama proses produksi mandiri di ruang kerja mitra. Tim pengabdian bertindak sebagai konsultan teknis pendamping untuk membantu peserta dalam memitigasi kendala operasional, mengontrol konsistensi mutu organoleptik olahan, melakukan penyempurnaan estetika desain logo kemasan, hingga mengasuh aklimatisasi penggunaan aplikasi pemasaran digital. Pendampingan intensif ini dirancang guna memastikan parameter kemandirian manajerial dan adopsi inovasi teknologi dapat terinternalisasi secara permanen dalam ekosistem usaha mitra (Suryono et al., 2024).

Promosi Produk (Event Pasar Tani)

Hilirisasi produk yang telah tersertifikasi mutu dan visualnya kemudian didorong ke dalam pasar riil melalui pemanfaatan momentum strategis daerah. Tahap promosi ini diintegrasikan secara luring (offline tracking) pada Event Pasar Tani Provinsi Aceh 2026 yang diselenggarakan oleh Dinas Pertanian di Lapangan Cot Gapu, Bireuen. Keterlibatan stan pameran prodi dan mitra ini bertujuan sebagai instrumen live marketing untuk menguji daya serap pasar, memperluas jaringan kemitraan dagang, mengenalkan identitas merek KAMIIKAN kepada masyarakat luas, serta menjangkau umpan balik (*feedback*) langsung dari konsumen mengenai preferensi rasa dan kemasan produk.

Monitoring dan Evaluasi (Monev)

Tahap akhir dari siklus metodologi ini adalah pelaksanaan monitoring dan evaluasi ilmiah guna mengukur derajat keberhasilan dan efektivitas intervensi program. Parameter evaluasi dinilai secara objektif menggunakan indikator peningkatan keterampilan teknis pasca-pelatihan (*post-test score*), uji organoleptik dan ketahanan fisik kemasan produk yang dihasilkan, serta volume transaksi penjualan digital maupun konvensional. Data evaluasi yang didapatkan kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk dirumuskan sebagai basis rekomendasi perbaikan skema pengembangan program kemitraan pada masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Kualitas Fisik dan Standardisasi Kemasan Produk

Intervensi teknologi yang dilakukan oleh tim pengabdian Program Studi Akuakultur Universitas Almuslim berhasil mengubah peta produksi UMKM Poklahsar KAMIIKAN dari yang semula bersifat reaktif (made-to-order) menjadi produktif berbasis pemenuhan standar mutu. Sebelum program dilaksanakan, produk hanya dibuat saat ada pesanan akibat keterbatasan alat pembeku dan teknologi pengemasan. Melalui program ini, diterapkan standardisasi konsep Good Manufacturing Practices (GMP) secara ketat. Proses produksi kini diwajibkan menggunakan sarung tangan steril, meja kerja yang bersih, serta fasilitas sanitasi berupa tempat sampah dengan sistem bukaan pedal (pijak) untuk meminimalisir kontaminasi silang.

Perubahan paling signifikan terlihat pada aspek visualisasi dan proteksi produk melalui adopsi teknologi kemasan kedap udara (vacuum packaging). Produk frozen food seperti nugget dan bakso ikan dikemas menggunakan material plastik tebal khusus vakum untuk mengeliminasi perkembangan bakteri patogen dan memperpanjang masa simpan produk secara optimal. Sementara itu, untuk produk produk premium seperti bandeng pepes tanpa duri, digunakan wadah mika rigid yang kokoh untuk menjaga keutuhan fisik produk selama proses distribusi. Seluruh kemasan baru ini juga telah dilengkapi dengan desain logo identitas merek KAMIIKAN sebagai fondasi awal visual branding sebelum diajukan pada paten formal. Standardisasi produk olahan bernilai tambah milik mitra ini disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk Premium Bandeng Pepes serta Kemasan Vakum Bakso & Nugget Bandeng

Hilirisasi Pemasaran Luring dan Analisis Serapan Pasar (Event Pasar Tani)

Akselerasi pemasaran luring (offline tracking) dilakukan dengan memanfaatkan momentum Event Pasar Tani 2026 yang diselenggarakan oleh Dinas Pertanian Provinsi Aceh di Lapangan Cot Gapu, Bireuen. Momentum ini menjadi ajang validasi komersial yang sangat efektif untuk menguji daya saing produk yang telah ditransformasikan.



Gambar 2. Pelaksanaan Sosialisasi & Stan Pameran

Evaluasi terhadap volume penjualan menunjukkan tingkat serapan pasar yang sangat tinggi, di mana seluruh komoditas olahan perikanan yang dibawa oleh mitra habis terjual (sold out) selama kegiatan berlangsung. Data hasil penetrasi pasar luring tersebut disajikan secara rinci pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Volume Penjualan Produk Olahan UMKM Poklahsar KAMIIKAN pada Event Pasar Tani Bireuen 2026

No	Jenis Produk Olahan Ikan	Jumlah Produk Terjual	Spesifikasi per Kemasan	Total Volume Penjualan	Status Penjualan
1	Bakso Bandeng	10 Kemasan	500 Gram	5,0 Kg	Habis Terjual
2	Nugget Bandeng	15 Kemasan	700 Gram	10,5 Kg	Habis Terjual
3	Bandeng Pepes Tanpa Duri	10 Kemasan	1 Ekor Ikan	10 Unit	Habis Terjual

Berdasarkan Tabel 1, total produk yang berhasil dihilirisasi ke masyarakat mencakup 5,0 kg bakso bandeng, 10,5 kg nugget bandeng, dan 10 unit bandeng pepes tanpa duri. Angka penjualan ini membuktikan bahwa diversifikasi produk perikanan bernilai tambah memiliki basis masa pasar yang nyata di Kabupaten Bireuen.

Tingginya angka penjualan ini berbanding lurus dengan analisis respons konsumen yang dihimpun melalui wawancara langsung di stan pameran. Para pembeli memberikan umpan balik yang sangat positif terhadap dua indikator utama, yaitu kualitas rasa produk dan estetika kemasan baru. Konsumen menyatakan sangat menyukai cita rasa produk olahan ikan yang disajikan karena memiliki tekstur yang kenyal dan rasa yang khas. Selain itu, penggunaan kemasan vakum tebal berlogo dinilai oleh konsumen memberikan kesan produk yang higienis, profesional, dan tepercaya untuk dikonsumsi keluarga. Keberhasilan serapan pasar ini menjadi indikator kuat bahwa integrasi antara peningkatan mutu produk, standarisasi hygiene, dan pemilihan tempat promosi yang tepat mampu memotong kendala keterbatasan akses pasar yang selama ini mengikat mitra.

Adopsi Pemasaran Digital dan Rencana Keberlanjutan Program

Indikator keberhasilan program pengabdian ini tidak hanya diukur dari performa transaksi sesaat pada momentum pameran luring, melainkan pada tingkat adopsi teknologi pasca-kegiatan dan kemandirian mitra secara berkelanjutan. Setelah mendapatkan pendampingan intensif, UMKM Poklhasar KAMIIKAN telah berhasil mengintegrasikan saluran pemasaran digital (*digital marketing*) melalui optimalisasi media sosial WhatsApp dan Instagram. Hasil monitoring berkala menunjukkan bahwa aktivitas promosi digital ini mendapatkan respons pasar yang positif dan menghasilkan konversi penjualan daring (*online sales*) yang konsisten. Pola pemasaran *omnichannel* ini terbukti efektif memotong rantai pasar konvensional dan mengatasi keterbatasan jangkauan wilayah pemasaran yang sebelumnya menjadi hambatan utama kelompok (Pratiwi et al., 2026).

Keberlanjutan operasional jangka panjang didukung penuh melalui hibah aset teknologi produksi dari tim pengabdian Program Studi Akuakultur Universitas Almuslim kepada mitra. Seluruh fasilitas peralatan yang digunakan selama program—termasuk unit pembeku (*freezer*), meja kerja higienis berbasis *stainless steel*, serta perangkat pengemasan mekanis—kini telah dialihkan statusnya menjadi aset tetap milik UMKM Poklhasar KAMIIKAN. Keberadaan fasilitas pembekuan (*freezer*) dan sistem penyimpanan yang menetap ini terbukti efektif mengatasi hambatan struktural operasional kelompok. Melalui fasilitas ini, mitra dapat menjalankan produksi harian secara berkelanjutan demi menjaga ketersediaan pasokan produk pangan beku (*frozen food*), sekaligus menghentikan ketergantungan pada model kerja konvensional yang bersifat reaktif terhadap pesanan. Nilai tambah (*value-added*) yang tercipta dari standarisasi mutu dan efisiensi produksi ini diharapkan mampu menjadi pemicu kemandirian ekonomi kelompok sekaligus menjadi motor penggerak bagi optimalisasi serapan potensi perikanan lokal di Kabupaten Bireuen (Azizah & Ali, 2025).

SIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat melalui kolaborasi antara Program Studi Akuakultur Universitas Almuslim dan UMKM Poklhasar KAMIIKAN terbukti secara signifikan mampu meningkatkan kapasitas produksi dan perluasan jangkauan pasar mitra. Intervensi teknologi berupa standarisasi hygiene operasional (*Good Manufacturing Practices*) dan penerapan teknologi kemasan kedap udara (*vacuum packaging*) berhasil mentransformasi kualitas fisik, aspek estetika merek, serta memperpanjang daya simpan produk bakso bandeng, nugget bandeng, dan bandeng pepes tanpa duri. Kegiatan hilirisasi luring pada Event Pasar Tani Bireuen 2026 di Lapangan Cot Gapu mencatat tingkat serapan pasar yang optimal dengan terjualnya seluruh komoditas produk (5,0 kg bakso bandeng, 10,5 kg nugget bandeng, dan 10 unit bandeng pepes tanpa duri) disertai respons kepuasan konsumen yang sangat tinggi. Keberlanjutan program diperkuat melalui adopsi mandiri pemasaran digital berbasis

WhatsApp dan Instagram serta hibah permanen aset alat pembeku (*freezer*) dan meja kerja steril guna mendukung keberlanjutan produksi harian dan kemandirian ekonomi kelompok secara permanen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas kepercayaan dan pendanaan yang diberikan melalui skema Hibah Basis Informasi Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (BIMA) Tahun Anggaran 2026. Apresiasi dan terima kasih juga ditujukan kepada Program Studi Akuakultur Fakultas Pertanian Universitas Almuslim atas dukungan fasilitas laboratorium serta pendampingan teknis selama program berlangsung. Terakhir, terima kasih yang tulus kami sampaikan kepada seluruh pengurus dan anggota UMKM Poklamsar KAMIIKAN selaku mitra sasaran atas partisipasi aktif, komitmen, dan kerja sama yang luar biasa sepanjang pelaksanaan kegiatan pengabdian ini hingga hilirisasi produk di Event Pasar Tani Bireuen sukses dilaksanakan.

REFERENSI

- Amani, T., Rahmansyah, A. I., Widayanto, A. B., & Masluha, S. (2025). Penguatan Pemasaran Digital Umkm Pro Farm Melalui Sosialisasi, Pelatihan, Dan Marketplace Online. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 6(2), 410-423.
- Azizah, L., & Ali, H. (2025). *Pemberdayaan Kelompok Pengolah Dan Pemasar Hasil Perikanan Di Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur* (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).
- Darajat, A. U., Murdika, U., Repelianto, A. S., Yulianti, T., & Herlinawati, H. (2023). Penerapan Teknologi Vakum Sealer Sebagai Upaya Optimalisasi Pengemasan Produk Olahan Ikan Teri di Desa Maja Kalianda Lampung Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sakai Sambayan*, 7(1), 4-8.
- Kusnadi, A., Purnamasari, I., & Setiawan, B. (2023). Diversifikasi produk olahan ikan sebagai upaya peningkatan nilai tambah ekonomi dan ketahanan pangan rumah tangga. *Jurnal Pengabdian Perikanan Indonesia*, 3(1), 34-45.
- Nugrahawati, A., Izwar, A., Hakim, S., Muktitama, A. M., Rinaldi, R., Azhar, R., & Irfannur, I. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Sosial Ekonomi Melalui Program Ketahanan Pangan di Desa Krueng Mate, Aceh Utara. *Aceh Journal of Community Engagement (AJCE)*, 4(1), 40-47.
- Pratiwi, W., Zain, A. A., & Moniroh, N. (2026). Pelatihan Pemasaran Digital UMKM: Memperluas Pasar Sale Pisang Khas Majenang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Batam*, 8(1), 241-253.
- Putra, D. P., Akmal, Y., Radhi, M., Izwar, A., & Azhar, R. (2026). Penerapan Sistem Akuaponik sebagai Upaya Penguatan Ketahanan Pangan Masyarakat Terdampak Banjir di Desa Pante Lhong: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(4), 25317-25324.
- Suryono, T., Wahyuni, S., & Pratama, R. (2024). Model pendampingan bisnis berkelanjutan bagi kelompok pengolah hasil perikanan skala mikro. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nasional*, 8(1), 54-67.
- Zunaidi, A. (2024). Metodologi pengabdian kepada masyarakat pendekatan praktis untuk memberdayakan komunitas.