

PEMBERDAYAAN USAHA IKAN LEMPUK KRISPI KHAS WISATA RANU GRATI

EMPOWERMENT OF CRISPY LEMPUK FISH ENTERPRISES AS A SPECIALTY OF RANU GRATI TOURISM

Yolanda Petricia¹, Winda Amilia^{2*}, Miftahul Choiron², Ida Bagus Suryaningrat², Leader Firstandika²

¹Program Studi Argoteknologi, Fakultas Pertanian Universitas Jember, Jalan Kalimantan, No. 37 – Kampus Tegal Boto Jember

²Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember Jalan Kalimantan, No. 37 – Kampus Tegal Boto Jember

*Corresponding author's email: winda.ftp@unej.ac.id

ABSTRACT

Ranuklindungan Village is a tourism village that features a lake as one of its main tourist attractions. The lake, known as Ranu Grati Lake, is home to a unique local fish called lempuk fish. Lempuk fish are found exclusively in Ranu Grati Lake and cannot be cultivated. They are small in size, similar to anchovies, but unlike anchovies, lempuk fish live in freshwater and have a very different taste and texture. Lempuk fish can be processed into various food products, such as pepes (steamed in banana leaves), chili-seasoned dishes, crispy snacks, and many others. Lempuk fish have become a distinctive local specialty and a popular souvenir for visitors to Ranu Grati Lake. The crispy lempuk fish business around Ranuklindungan Village remains highly traditional, as sales rely solely on pamphlets and word-of-mouth promotion. As a result, only certain visitors who frequently come to Ranu Grati Lake are aware of this local specialty. One resident of Ranuklindungan Village depends on the crispy lempuk fish business as a source of household income. However, due to a decline in consumers' purchasing power, the business has experienced a decrease in buyers and orders, which has directly affected daily income. This empowerment program aims to help increase the sales of the crispy lempuk fish business amid the weakening purchasing power of the community, enabling the business to grow and generate higher profits than before. The program assists business partners in marketing their products through social media so that their products are not only recognized by the local community but also by a wider audience. Products that are known to a broader public have a greater chance of being sold compared to those recognized only within the surrounding area.

Keyword: *Ranuklindungan Village, Ranu Grati, Lempuk Fish*

ABSTRAK

Desa Ranuklindungan merupakan sebuah desa wisata yang memiliki danau sebagai salah satu tujuan wisatanya. Danau tersebut bernama danau Ranu Grati yang memiliki ikan khas yang disebut dengan ikan lempuk. Ikan lempuk sendiri hanya ada di danau Ranu Grati dan tidak dapat dibudidayakan, bentuk dari ikan lempuk sendiri kecil seperti ikan teri hanya saja ikan lempuk hidup di air tawar, tetapi untuk rasa dan tekstur sangat berbeda. Ikan lempuk dapat dijadikan olahan makanan dengan berbagai macam variasi, seperti dipepes, bumbu sambal, dijadikan krispi dan masih banyak lagi. Ikan lempuk menjadi ciri khas dan buah tangan setelah berkunjung ke wisata Danau Ranu Grati. Usaha ikan lempuk krispi di sekitaran Desa Ranuklindungan tergolong sangat tradisional karena penjualan hanya bermodalkan pamflet dan informasi dari mulut ke mulut, sehingga hanya orang-orang tertentu yang sering berkunjung ke danau Ranu Grati yang mengetahui oleh-oleh khas danau tersebut. Salah satu warga Desa Ranuklindungan menjadi usaha ikan lempuk krispi sebagai salah satu mata pencaharian keluarganya, akibat dari adanya pelemahan daya beli masyarakat dagangannya menjadi sepi pembeli dan pemesan sehingga berimbas pada pendapatan sehari-harinya. Kegiatan pemberdayaan ini

bertujuan untuk membantu meningkatkan penjualan dari usaha ikan lempuk krispi di tengah pelemahan daya beli masyarakat agar meningkat dan mendapatkan untung yang lebih besar dari sebelumnya. Kegiatan pemberdayaan ini membantu para mitra untuk memperdagangkan produk mereka di media sosial sehingga produk yang mereka miliki tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar, tetapi juga dikenal oleh masyarakat luas. Produk yang dikenal oleh masyarakat luas memiliki peluang terjual lebih besar daripada produk yang hanya dikenal oleh wilayah sekitar tempat tinggal.

Kata Kunci : Desa Ranuklindungan, Ranu Grati, Ikan Lempuk

PENDAHULUAN

Desa Ranuklindungan merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. Desa ini memiliki luas wilayah sekitar 103,813 hektare dan terbagi ke dalam lima dusun, yaitu Dusun Bandilan I, Dusun Bandilan II, Dusun Magersari, Dusun Bebekan Kidul, dan Dusun Bebekan Lor, dengan total 23 Rukun Tetangga (RT). Secara administratif dan geografis, Desa Ranuklindungan memiliki potensi sumber daya alam yang cukup besar, khususnya pada sektor pariwisata dan perikanan perairan darat [1]. Salah satu potensi unggulan desa ini adalah keberadaan Danau Ranu Grati, yang menjadi daya tarik utama wisatawan di wilayah Pasuruan bagian timur. Studi pada desa wisata lain menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal seperti danau dan keunikan budaya dapat menjadi motor penggerak perekonomian masyarakat sekitar serta meningkatkan pendapatan lokal secara berkelanjutan [2].

Danau Ranu Grati merupakan danau alami yang dikelilingi oleh tiga desa, yaitu Desa Ranuklindungan, Desa Sumberdawesari, dan Desa Gratitunon. Keberadaan danau ini tidak hanya berfungsi sebagai objek wisata, tetapi juga memiliki peran penting dalam mendukung kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat sekitar. Dari sisi pariwisata, Danau Ranu Grati dikenal luas karena keindahan alamnya serta berbagai kegiatan budaya yang rutin diselenggarakan setiap tahun. Dalam kasus desa wisata lain, kegiatan kebudayaan rutin terbukti menjadi daya tarik wisatawan sekaligus memperkuat identitas budaya lokal [3]. Salah satu kegiatan budaya yang paling menonjol adalah kegiatan Distrikan, yang merupakan bentuk selamatan desa sebagai ungkapan rasa syukur masyarakat setempat. Kegiatan Distrikan ditandai dengan prosesi larung tumpeng dan bebek ke tengah danau, yang hanya dapat dilakukan oleh sesepuh atau tokoh adat yang dituakan di kawasan Ranu Grati. Tradisi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, baik dari dalam maupun luar daerah, sekaligus memperkuat identitas budaya masyarakat sekitar danau [3].

Selain berperan sebagai destinasi wisata, Danau Ranu Grati juga memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi desa-desa di sekitarnya. Danau ini dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sumber mata pencaharian, terutama dalam kegiatan perikanan. Warga sekitar memanfaatkan perairan danau untuk menangkap ikan maupun membudidayakan berbagai jenis ikan air tawar. Beberapa jenis ikan yang umum dibudidayakan antara lain ikan mujair, ikan nila, ikan wader, dan ikan patin, yang secara umum menjadi komoditas penting dalam sistem perikanan dan pemberdayaan masyarakat lokal [4]. Kegiatan budidaya tersebut dilakukan dengan membangun keramba atau penangkaran ikan, baik di tepi maupun di tengah danau. Untuk mencapai penangkaran yang berada di tengah danau, masyarakat menggunakan perahu sebagai sarana transportasi utama. Aktivitas ini menunjukkan bahwa Danau Ranu Grati memiliki nilai strategis dalam mendukung ketahanan ekonomi masyarakat lokal dan kontribusi sektor perikanan terhadap perekonomian desa [4].

Di samping ikan-ikan yang dapat dibudidayakan, Danau Ranu Grati juga memiliki satu jenis ikan endemik yang tidak dapat ditemukan di perairan lain [5], yaitu ikan lempuk. Ikan lempuk merupakan spesies ikan khas yang hanya hidup di perairan Danau Ranu Grati dan tidak dapat dibudidayakan di penangkaran. Pengambilan ikan lempuk dilakukan dengan cara dijebak secara tradisional, sehingga jumlah tangkapan sangat bergantung pada kondisi alam dan

musim. Ukuran ikan lempuk relatif kecil, menyerupai ikan teri, namun memiliki karakteristik rasa dan tekstur yang berbeda. Keunikan tersebut menjadikan ikan lempuk sebagai komoditas khas yang bernilai ekonomi dan budaya tinggi bagi masyarakat sekitar danau. Studi menunjukkan bahwa keberadaan ikan endemik di danau atau perairan khusus perlu dikelola secara berkelanjutan dan diperhatikan dalam strategi pelestarian sumber daya perikanan [6]. Ikan lempuk yang hidup di Danau Ranu Grati merupakan contoh nyata ikan khas lokal yang hanya dapat ditemukan di perairan tersebut. Keunikan ikan endemik seperti ini menjadikannya komoditas unggulan untuk dikembangkan lebih lanjut dalam konteks ekonomi desa dan sebagai identitas wisata kuliner lokal yang potensial [7].

Ikan lempuk dapat diolah menjadi berbagai jenis produk pangan, salah satunya adalah ikan lempuk krispi. Produk ini berkembang menjadi oleh-oleh khas bagi wisatawan yang berkunjung ke Danau Ranu Grati, serupa dengan praktik promosi kuliner ikan khas dari danau lain yang telah dikaji dalam literatur komunikasi dan UMKM [8]. Usaha pengolahan ikan lempuk krispi dijalankan oleh masyarakat sekitar sebagai bentuk wirausaha berbasis potensi lokal. Ikan lempuk krispi telah menjadi identitas kuliner khas Danau Ranu Grati yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah. Keberadaan produk khas ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah ikan lempuk, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal melalui kegiatan UMKM dan pemasaran produk lokal [8].

Wirausaha merupakan kegiatan usaha yang bertujuan menghasilkan keuntungan melalui pengelolaan barang atau jasa secara mandiri dan berkelanjutan, yang dalam kajian kewirausahaan sering dikaitkan dengan inovasi, kreativitas, serta kemampuan melihat peluang usaha local [9]. Kewirausahaan juga mencerminkan kemampuan individu atau kelompok dalam berinovasi, berpikir kreatif, serta jeli dalam melihat peluang usaha yang dapat dikembangkan menjadi kegiatan ekonomi produktif. Dalam konteks Desa Ranuklindungan, wirausaha olahan ikan lempuk krispi merupakan contoh nyata pemanfaatan sumber daya lokal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Usaha ini tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai sarana pelestarian kearifan lokal dan penguatan identitas daerah.

Namun demikian, pengembangan usaha ikan lempuk krispi masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan keterbatasan skala usaha, pemasaran, dan daya beli masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan dan pendampingan yang berkelanjutan agar usaha ini dapat berkembang secara optimal, meningkatkan daya saing produk, serta memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat Desa Ranuklindungan.

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Wirausaha berbasis online merupakan bentuk kegiatan usaha yang dijalankan dengan memanfaatkan teknologi digital dan jaringan internet sebagai sarana utama dalam proses pemasaran, promosi, dan transaksi penjualan. Model usaha ini menuntut masyarakat atau mitra sasaran untuk memiliki pemahaman dasar mengenai pemanfaatan teknologi informasi, khususnya dalam penggunaan media sosial dan platform digital lainnya. Dengan penguasaan teknologi yang memadai, upaya pengembangan dan keberlanjutan usaha dapat tetap terealisasi, terutama dalam situasi yang penuh keterbatasan seperti pada masa pandemi. Digitalisasi usaha menjadi solusi strategis untuk mempertahankan aktivitas ekonomi sekaligus memperluas jangkauan pasar tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Media online yang digunakan dalam wirausaha berbasis digital dapat berupa Instagram, Facebook, WhatsApp Business, serta berbagai platform pemasaran daring lainnya yang mudah diakses oleh masyarakat. Pemanfaatan media tersebut memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara lebih luas, tidak hanya terbatas pada wilayah sekitar, tetapi

juga menjangkau konsumen dari berbagai daerah. Melalui sistem penjualan online, informasi produk dapat disampaikan secara cepat dan efisien, baik melalui unggahan foto, video, maupun deskripsi produk yang menarik. Hal ini berdampak pada meningkatnya peluang penjualan dan memperluas jaringan konsumen secara signifikan.

Selain memperluas jangkauan pemasaran, penjualan berbasis online juga mendorong pelaku usaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produknya. Kreativitas tersebut dapat diwujudkan melalui desain kemasan yang lebih menarik, penyusunan konten promosi yang informatif dan persuasif, serta strategi pengelolaan akun media sosial yang konsisten dan profesional. Inovasi dalam pengelolaan akun online, seperti penggunaan foto produk berkualitas, penulisan caption yang komunikatif, serta interaksi aktif dengan konsumen, mampu meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan pengguna media sosial terhadap produk yang ditawarkan. Dengan demikian, wirausaha berbasis online tidak hanya berfungsi sebagai sarana penjualan, tetapi juga sebagai media penguatan citra dan daya saing usaha di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan mingguan selama Program pemberdayaan di Desa Ranuklindungan dengan usaha ikan lempuk sebagai sasaran, maka tercapainya suatu hasil kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil program Pemberdayaan pada usaha ikan lempuk krispi

No	Keadaan Sebelum	Keadaan Sesudah
1	Varian rasa hanya original	Varian rasa bermacam-macam yaitu rasa original, BBQ, Balado dan Pedas. Sehingga peminat lebih banyak dan dapat menjadi camilan bagi anak-anak
2	Kemasan produk hanya menggunakan toples	Kemasan produk menggunakan toples, mika, dan plastik ziplock ekonomis
3	Logo atau label hanya menggunakan kertas biasa dan bertuliskan nama Bu Yus dan nomer telfon saja	Logo lebih jelas dengan tulisan varian rasa, nomer telfon, nama produk, serta instagram produk mitra
4	Penjualan hanya melalui offline dan mengalami penurunan akibat pandemi	Penjualan lumayan meningkat dengan adanya penjualan secara online dan penjualan mampu mencakup daerah-daerah di luar Ranuklindungan

Hasil dari kegiatan Pemberdayaan dapat membantu meningkatkan penjualan mitra melalui media online, dan penambahan inovasi rasa yang menjadikan produk banyak diminati oleh masyarakat sekitar maupun berbeda daerah. Inovasi pada kemasan juga memberikan kesan yang lebih ekonomis pada produk sehingga para konsumen dapat lebih mudah membawa produk lempuk krispi kemana saja, bahkan untuk melakukan pengiriman atau membawanya sebagai oleh-oleh ke daerah asal mereka. Perubahan label juga lebih memudahkan konsumen untuk menghubungi produsen apabila ingin memesan produk, karena pada label terdapat nomer whatsapp yang dapat dihubungi apabila ingin memesan, serta terdapat petunjuk varian rasa pada label sehingga memudahkan dalam mengetahui rasa yang ada pada kemasan produk.

Desa Ranuklindungan merupakan desa yang berada di Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Desa Ranuklindungan memiliki berbagai macam potensi baik dalam lembaga-lembaga penggerak masyarakat, pariwisata dan wirausaha. Lembaga-lembaga penggerak di Desa Ranuklindungan terdiri dari perkumpulan ibu-ibu PKK, perkumpulan ibu-ibu bank sampah, perkumpulan ibu-ibu Asman Toga dan juga perkumpulan bapak-bapak penggerak rumah kompos. Potensi pariwisata di Desa Ranuklindungan salah satunya mendapat julukan sebagai Desa Ijo Royo-Royo pada tahun 2018 dan juga terdapat sebuah danau dengan nama Danau Ranu Grati. Danau tersebut diresmikan sebagai destinasi wisata oleh Menteri Pariwisata

Republik Indonesia pada tahun 2001. Setiap tahunnya di Danau Ranu Grati dilakukan kegiatan budaya larungan yang disebut dengan Distrikan. Ranu Grati memiliki keunikan yaitu ikan khas yang hanya ada di danau tersebut. Ikan tersebut diberi nama ikan lempuk yang tidak bisa dibudidayakan sehingga untuk mendapatkan ikan tersebut harus menjebak dengan perangkap dan daun pisang sebagai umpan.

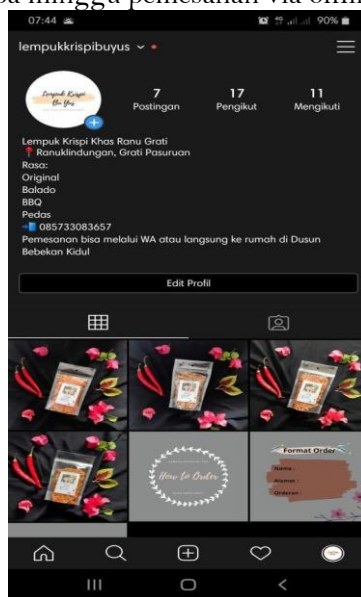


Gambar 1. Kondisi bagian danau yang digunakan untuk mencari ikan

Ikan lempuk merupakan ciri khas dari Ranu Grati dan bisa dijadikan olahan yang mampu menambah daya tarik dan dapat dijadikan oleh-oleh sebagai tanda telah berkunjung ke daerah Ranuklindungan. Lempuk dapat diolah menjadi berbagai macam makanan seperti pepes, lempuk bumbu sambal, lempuk krispi dan lain sebagainya. Salah satu warga di Desa Ranuklindungan membuat olahan ikan lempuk menjadi lempuk krispi yang mampu digunakan sebagai oleh-oleh. Beliau hanya menjajakan secara offline dan hanya memberikan informasi berupa nomer telepon pada label sehingga pembeli yang ingin membeli produk tersebut dapat menghubungi secara langsung. Pemasaran yang dilakukan oleh penjual masih tergolong tradisional dan hanya dilakukan disekitaran daerah tempat tinggal saja, sehingga usaha yang dilakukan kurang berkembang.

Pelemahan daya beli masyarakat telah menyebabkan penurunan penjualan produk ikan lempuk krispi, sehingga melalui kegiatan pemberdayaan ini dilakukan upaya pengembangan kewirausahaan ikan lempuk krispi. Upaya pengembangan wirausaha ikan lempuk krispi dengan penambahan inovasi berupa penambahan rasa, logo yang menarik serta kemasan yang mampu menambah daya tarik pembeli. Penjualan yang akan dilakukan tidak hanya melalui offline tetapi juga melalui online yang nantinya dapat menjangkau konsumen yang lebih luas lagi dan mampu meningkatkan pendapatan pemilik usaha. Penjualan secara online dilakukan pada marketplace seperti Shopee dan social media seperti Instagram. Penjualan secara online dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dari berbagai macam daerah dengan biaya promosi yang lebih murah. Produk ikan lempuk krispi yang dimiliki oleh Bu Yusmiati awalnya hanya memiliki bentuk kemasan berupa toples dengan isi sekitar 300 gram dan logo yang kurang menarik, serta varian rasa pada produk ikan lempuk krispi awalnya hanya memiliki rasa original. Kegiatan pemberdayaan Universitas Jember ini mengambil tema Program Pemberdayaan Wirausaha Masyarakat dengan sasaran Ibu Yusmiati sebagai pelaku usaha ikan lempuk krispi yang ada di Desa Ranuklindungan. Ikan lempuk krispi yang diusahakan oleh Ibu Yusmiati hanya dijual melalui offline dan dari mulut ke mulut, sehingga ditengah pelemahan daya beli masyarakat ini penjualan menjadi merosot tajam. Program pemberdayaan yang digagas yaitu pemasaran serta penjualan melalui media sosial dengan timeline yaitu, minggu pertama mengetahui permasalahan lebih dalam yang dialami oleh mitra, minggu kedua membantu dalam kegiatan produksi mitra, minggu ketiga mengajari mitra dalam pembuatan logo produk dengan menggunakan aplikasi canva, minggu keempat mengajari mitra cara membuat akun instagram. Minggu kelima mengawasi penjualan produk mitra melalui instagram dan pengunggahan bahan-bahan yang harus diisi pada akun instagram seperti foto produk, caption produk yang menarik, cara order produk melalui whatsapp dan lain sebagainya, kegiatan pada minggu ke enam yaitu membantu dan mengawasi penjualan melalui akun instagram yang telah dibuat oleh mitra, minggu keenam membantu membuat pembukuan hasil penjualan produk baik melalui online maupun offline.

Program kerja yang dilakukan yaitu membantu penjualan online mitra dengan menggunakan media sosial instagram, memberikan inovasi terhadap rasa-rasa seperti rasa pedas, balado dan barbeque, memberikan inovasi terhadap kemasan produk yang semula dikemas dengan kemasan toples menjadi kemasan plastik ziplock yang lebih ekonomis, selanjutnya yaitu memberikan inovasi terhadap logo atau label produk milik bu Yusmiati agar terlihat lebih menarik ketika ditampilkan secara online. Kegiatan yang pertama yaitu mendampingi dalam proses produksi sudah dilakukan dan ilmu serta pengalaman sudah diterima dengan baik mengenai penggorengan ikan lempuk yang dilakukan setelah pemberian tepung harus segera digoreng agar ikan lempuk tidak saling menyatu antara satu dengan yang lainnya, kandungan ikan lempuk yang kaya akan air menyebabkan ikan lempuk cenderung lebih mudah menempel pada tepung. Kegiatan selanjutnya yaitu pembuatan logo menggunakan canva, pemilihan aplikasi canva dilakukan karena lebih familiar penggunaannya dan aplikasi canva mudah untuk didapatkan melalui playstore dan dengan mudah dioperasikan melalui handphone. Keunggulan menggunakan aplikasi canva untuk mengedit logo maupun hal-hal lainnya untuk kebutuhan online yang akan dijalankan yaitu dapat dengan mudah diperoleh secara gratis, tersedia banyak sekali template yang dapat digunakan dan hanya perlu menambahkan tulisan. Kegiatan selanjutnya mengarjarkan cara pembuatan akun instagram kepada mitra sebagai platform digital yang akan digunakan sebagai media promosi online yang digunakan selama kegiatan. Akun instagram yang telah dibuat kemudian diisi dengan foto produk yang telah diambil dan diberi caption yang menarik pembeli. Dua minggu selanjutnya mendampingi dan juga membantu kegiatan jual beli secara online yang dilakukan oleh mitra di akun instagram yang telah dibuat. Seluruh kegiatan telah dilakukan dan mendapatkan hasil yang cukup baik dari penjualan produk lempuk krispi secara online, banyak orang tertarik dengan varian rasa yang diberikan karena berbeda dari sebelumnya. Penjualan melalui online juga sudah mencakup beberapa wilayah dalam beberapa minggu pemesanan via offline pun turut meningkat.



Gambar 2. Tangkapan layar akun instagram milik Bu Yusmiati

Kegiatan yang tidak dapat terealisasi selama pemberdayaan yaitu pembuatan pembukuan hasil mitra, dikarenakan hasil dari penjualan mitra langsung diputar kembali sebagai modal tetapi terkadang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari sehingga pembayaran ikan lempuk basah juga harus menunggu lempuk krispi terjual. Sehingga pembukuan tidak dapat dilakukan karena terkadang tidak stabil dan juga faktor mata pencaharian utama dengan berjualan produk ikan lempuk krispi tersebut. Kegiatan pemberdayaan yang dilakukan juga berupa kelas pelatihan yang memiliki sasaran yaitu UMKM yang ada di Desa Ranuklindungan dengan pelatihan pembuatan marketplace untuk kegiatan penjualan online mereka. Marketplace yang digunakan yaitu Instagram, target dari kegiatan ini yaitu para UMKM memiliki akun instagram masing-masing untuk lebih memajukan usahanya.

KESIMPULAN

Program pemberdayaan yang menysasar usaha ikan lempuk krispi milik Ibu Yusmiati telah berjalan dengan cukup baik dan menunjukkan hasil yang positif. Pelaksanaan program ini memperoleh respons yang baik dari masyarakat sekitar, yang ditunjukkan melalui meningkatnya minat konsumen lokal untuk membeli produk ikan lempuk krispi yang dihasilkan. Selain itu, penerapan strategi pemasaran berbasis online turut memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jangkauan pemasaran. Hal tersebut terlihat dari bertambahnya jumlah pesanan yang berasal dari luar daerah, yang sebelumnya belum dapat dijangkau melalui metode pemasaran konvensional.

Keberhasilan program pemberdayaan ini juga tidak terlepas dari adanya pengembangan produk yang dilakukan secara berkelanjutan. Penambahan inovasi rasa pada ikan lempuk krispi memberikan variasi pilihan bagi konsumen, sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk di pasar. Selain itu, perbaikan pada aspek kemasan dan penambahan label produk yang lebih informatif dan menarik turut berkontribusi dalam meningkatkan nilai jual serta citra produk. Kemasan yang lebih baik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media promosi yang mampu memperkuat identitas usaha. Dengan adanya inovasi pada rasa, kemasan, dan label produk, usaha ikan lempuk krispi milik Ibu Yusmiati mengalami peningkatan penjualan yang signifikan dan menunjukkan potensi untuk terus berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Pengembangan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal, Jakarta: Kemparekrif, 2021.
- [2] R. S. Manalu, C. P. Rahmadhani, M. Susilawarni, D. F. Lubis, dan M. T. Rahmadi, "Danau Singkarak sebagai Motor Ekonomi Lokal: Analisis Peran Desa Wisata dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat Lokal," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, vol. 4, no. 2, pp. –, 2024, doi:10.55606/jempper.v4i2.4572.
- [3] S. Wulandari dan E. Septian, "A Model for Fishing Tourism Village Development Based on Local Wisdom of the East Coast of Indonesia," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 8, no. 1, pp. 3215–3221, 2024, doi:10.31004/jptam.v8i1.12870.
- [4] D. Anggreni, A. As'ad, dan A. Siswantoro, "Strategi Pengembangan Sektor Perikanan Air Alut di Kota Bengkulu untuk Peningkatan Ekonomi Lokal," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, vol. 4, no. 3, pp. 241–258, 2025, doi:10.55606/jempper.v4i3.5010.
- [5] S. Anitasari, A. R. Faqih, W. E. Kusuma, dan A. Yuniarti, "Kajian Morfometrik Dan Nisbah Jenis Kelamin Ikan Lempuk (*Gobiopterus Sp.*) Ranu Grati, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur," *Jurnal Harpodon Borneo*, vol. 14, no. 1, pp. 21–28, 2021, doi: 10.35334/harpodon.v14i1.1898.
- [6] E. Prianto, R. Puspasari, D. Oktaviani, dan A. Aisyah, "Status Pemanfaatan dan Upaya Pelestarian Ikan Endemik Air Tawar di Pulau Sumatera," *Jurnal Kebijakan Perikanan Indonesia*, 2025.
- [7] F. Razi dan M. Patekkai, "Strategi Pelestarian Keanekaragaman Ikan Endemik dan Lokal di Perairan Umum Kalimantan Selatan," *Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan*, vol. 14, no. 1, pp. –, 2025, doi:10.33378/jppik.v14i1.184.
- [8] R. A. Putri dan A. Nugroho, "Strategi Promosi Wisata Kuliner Berbasis Produk Lokal sebagai Daya Tarik Wisata," *Jurnal STIEPARI (Jurnal Pariwisata, Ekonomi Kreatif, dan Perhotelan)*, vol. 8, no. 2, pp. 115–124, 2022.
- [9] D. R. Monintja dan A. Fahrudin, "Peran Kewirausahaan dalam Pengelolaan Usaha Perikanan Berbasis Sumber Daya Lokal," *Jurnal Sumberdaya Akuatik Indopasifik*, vol. 5, no. 2, pp. 97–106, 2021.