

JOSERI

Journal of Sustainable Entrepreneur Regional Industry

| ISSN (Online) xxxx - xxxx |



Article

Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ikan Pada UMKM Sedap Bakat Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Mey Krisna Br Tarigan¹, Jahrizal², Ufira Isbah³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

✉ Corresponding author:
[mey.krisna3641@student.unri.ac.id]

Article Info	Abstrak
Volume 3 Issue 2 Received: 15 November 2025 Accepted: 25 Desember 2025 Publish Online: 26 Januari 2026 Online: at https://journal.ypmki.com/index.php/joseri Keywords: Strategi Pengembangan; UMKM Sedap Bakat; SWOT; Olahan Ikan;	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha olahan ikan pada UMKM Sedap Bakat di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan teknik wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT yang didukung matriks IFAS, EFAS, IE, diagram kuadran SWOT dan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan UMKM berada pada kuadran I dengan strategi agresif, yang berarti kekuatan internal dan peluang eksternal yang mendukung. Strategi utama yang direkomendasikan yaitu strategi SO dengan fokus pada perluasan distribusi dan pasar sr peningkatan kapasitas produksi, optimalisasi pemasaran digital serta sertifikasi produk untuk memperkuat kepercayaan konsumen. Abstract This study aims to analyze the fish processing business development strategies of Sedap Bakat MSMEs in Bukit Raya District, Pekanbaru City. The method used is qualitative descriptive with a case study approach using interviews, observation, documentation, and questionnaires. The analysis method used is SWOT analysis supported by IFAS, EFAS, IE matrices, SWOT quadrant diagrams, and SWOT matrices. The results of the study show that MSMEs are in quadrant I with an aggressive strategy, which means that internal strengths and external opportunities are supportive. The main strategy recommended is the SO strategy, focusing on expanding distribution and markets, increasing production capacity, optimizing digital marketing, and product certification to strengthen consumer confidence.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data BPS tahun 2025, jumlah UMKM mencapai 66 juta unit dengan Tingkat pertumbuhan 2,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Di Kota Pekanbaru peran UMKM pada sektor industri pengolahan semakin terlihat melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sebesar 20,56%, serta jumlah pelaku usaha industri pengolahan yang mencapai 7.817 unit usaha. Kondisi tersebut menunjukkan intensitas persaingan yang semakin ketat, terutama pada subsektor makanan olahan yang memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan secara ekonomi.

Karena kebutuhan manusia akan makanan terus meningkat, maka industri pengolahan makanan memiliki banyak potensi. Pada penelitian Agustin et al.(2025) mengungkapkan bahwa responden memiliki minat yang cukup tinggi terhadap berbagai produk olahan ikan yang praktis dan modern, seperti makanan siap saji. Tren konsumsi juga memperlihatkan adanya peningkatan preferensi terhadap produk seperti nugget ikan, abon ikan, ikan kaleng serta bakso ikan di kalangan generasi muda (Sinaga, 2025).

UMKM Sedap Bakat merupakan salah satu pelaku usaha olahan ikan di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru yang telah beroperasi sejak tahun 2010 yang mengolah produk dari hasil budidaya sendiri dan sudah memiliki legalitas usaha. Berdasarkan data penjualan selama periode 2024-2025 pendapatan bulanan UMKM Sedap Bakat telah berada pada tingkat yang cukup layak, namun keberlanjutan dan peningkatan daya saing usaha tidak hanya bergantung pada capaian pendapatan tetapi pada kemampuan Perusahaan dalam mengembangkan usaha tersebut. Sehingga penelitian ini difokuskan pada perumusan strategi pengembangan pada perluasan distribusi dan pasar serta peningkatan kapasitas produksi guna mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Sejumlah penelitian terdahulu mengenai strategi pengembangan usaha olahan ikan menunjukkan bahwa analisis SWOT banyak digunakan dalam merumuskan strategi berbasis kekuatan dan peluang (Kurniati dan Jumanto, 2018; Putri *et al.*, 2022; Shalichaty *et al.*, 2022). Namun penelitian tersebut belum menyoroti usaha olahan ikan di kota Pekanbaru dengan karakteristik UMKM yang memproduksi bahan baku hasil dari budidaya sendiri. Dengan demikian penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam penguatan daya saing usaha olahan ikan pada skala UMKM melalui strategi berbasis kekuatan internal dan peluang eksternal, serta mendukung keberlanjutan usaha di tengah dinamika persaingan industri pengolahan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus pada UMKM Sedap Bakat di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha, observasi, dokumentasi serta kuesioner pada pemilik usaha. Selain itu data sekunder diperoleh melalui studi dokumen seperti bahan bacaan kepustakaan, jurnal dan bahan bacaan lainnya yang tersedia di media website dan sebagainya untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha. Analisis data menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha. Tahapan analisis yaitu penyusunan matriks IFAS dan EFAS, penentuan posisi strategi melalui matriks IE dan diagram kuadran SWOT serta perumusan strategi utama berdasarkan kombinasi strategi SO, WO, ST dan WT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh UMKM Sedap Bakat dalam mendukung pengembangan usaha. Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi diperoleh beberapa faktor internal dominan yang memengaruhi kinerja usaha. Kekuatan utama UMKM Sedap Bakat terletak pada ketersediaan bahan baku ikan yang berasal dari budidaya sendiri, sehingga kualitas produksi dapat terjaga. Selain itu usaha ini telah memiliki legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP) dan sertifikat halal. Variasi produk olahan ikan yang dihasilkan seperti salai ikan, abon ikan, bakso ikan dan nugget ikan juga menjadi keunggulan dalam memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Namun demikian terdapat beberapa kelemahan yang perlu mendapat perhatian yaitu keterbatasan kapasitas produksi akibat penggunaan peralatan yang masih sederhana serta pemasaran digital yang belum dilakukan secara optimal. Kelemahan ini menyebabkan jangkauan pasar masih terbatas dan berdampak pada fluktuasi penjualan.

Tabel 1. Hasil Pembobotan Matriks IFAS (Internal Factor analysis Summary)

Faktor Internal (Kekuatan)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kualitas produk yang baik	0,13	4	0,52
Harga produk yang terjangkau	0,10	3	0,30
Izin usaha dan sertifikasi lengkap	0,10	3	0,30
Produk yang beragam	0,10	3	0,30
Pengalaman dan keahlian pelaku usaha	0,13	4	0,52
Faktor Internal (Kelemahan)			
Lokasi usaha yang kurang strategis	0,07	2	0,14
Promosi yang masih lemah	0,13	4	0,52
Distribusi pemasaran yang kurang luas	0,10	3	0,30
Keterbatasan modal usaha	0,07	2	0,14
Kualitas sumber daya manusia terbatas	0,07	2	0,14
Total	1,00		3,18

Sumber: Data Olahan, 2025

2. Hasil Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan di luar usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa peluang utama berasal dari meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk olahan ikan yang praktis dan bernilai gizi serta dukungan pemerintah melalui berbagai pembinaan, pelatihan dan pameran UMKM. Selain itu perkembangan teknologi dan pemasaran digital memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar tanpa batasan geografis. Namun usaha ini juga menghadapi ancaman berupa meningkatnya persaingan produk olahan ikan sejenis di Kota Pekanbaru serta ketidakstabilan daya beli konsumen.

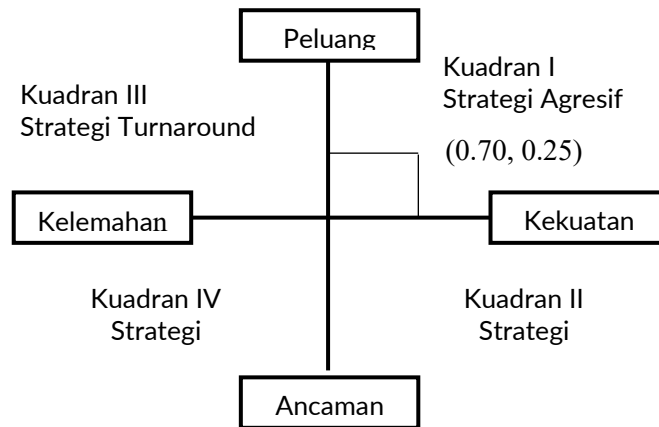
Tabel 2. Hasil Pembobotan Matriks EFAS (Eksternal Factor analysis Summary)

Faktor Eksternal (Peluang)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Perkembangan teknologi	0,10	3	0,30
Dukungan pemerintah	0,13	4	0,52
Pertumbuhan pasar produk olahan ikan	0,13	4	0,52
Pertumbuhan ekonomi	0,10	3	0,30
Pertumbuhan penduduk	0,06	2	0,12
Faktor Eksternal (Ancaman)			
Persaingan dengan produk sejenis	0,13	4	0,52
Ketidakstabilan ekonomi	0,10	3	0,30
Fluktuasi harga bahan pelengkap	0,09	3	0,27
Perubahan selera konsumen	0,10	3	0,30
Gangguan produksi bahan baku	0,06	2	0,12
Total	1,00		3,27

Sumber: Data Olahan, 2025

3. Diagram Kuadran SWOT

Berdasarkan tabel IFAS tersebut, diperoleh hasil bahwa kekuatan yang dimiliki adalah 1,94 sedangkan kelemahan adalah 1,24, jadi kuadran faktor internal yaitu $1,94 - 1,24 = 0,70$, yang berarti kemampuan UMKM Sedap Bakat dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang terdapat pada internal usaha masih cukup baik. Adapun peluang yang dimiliki dari faktor eksternal adalah 1,76 dan ancaman adalah 1,51. Jadi kuadran faktor eksternal adalah $1,76 - 1,51 = 0,25$, yang berarti kemampuan UMKM Sedap Bakat dalam memanfaatkan peluang serta meminimalkan ancaman yang dihadapi oleh usaha masih tergolong baik. Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwasanya faktor kekuatan lebih besar daripada faktor kelemahan dan pengaruh faktor peluang lebih besar daripada faktor ancaman, sehingga usaha olahan ikan pada UMKM Sedap Bakat Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru berada pada kuadran I yang berarti pada posisi strategi agresif.



Tabel 3. Diagram Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS, UMKM Sedap Bakat berada pada kuadran I yaitu strategi agresif, posisi ini menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal yang tinggi serta peluang eksternal yang besar, sehingga strategi yang paling tepat adalah SO (Strength-Opportunities). Posisi tersebut mengindikasikan bahwa UMKM Sedap Bakat berada dalam kondisi yang mendukung untuk melakukan ekspansi usaha melalui pemanfaatan kekuatan internal guna meraih peluang pasar.

4. Matriks SWOT

Berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal, dirumuskan beberapa alternatif startegi sebagai berikut:

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strenghts (S) 1. Kualitas produk baik 2. Harga produk yang terjangkau 3. Pengalaman dan keahlian pelaku usaha 4. Produk yang beragam 5. Izin usaha dan sertifikasi lengkap	Weakness (w) 1. Lokasi usaha kurang strategis 2. Promosi yang masih lemah 3. Distribusi pemasaran kurang luas 4. Keterbatasan modal usaha 5. Kualitas sumber daya manusia terbatas
Opportunities (O) 1. Perkembangan teknologi 2. Dukungan pemerintah 3. Pertumbuhan pasar produk olahan ikan 4. Pertumbuhan ekonomi 5. Pertumbuhan penduduk	Strategi (SO) 1. Memanfaatkan kualitas produk dan harga yang terjangkau untuk memasarkan produk. 2. Memperluas pasar ke wilayah yang pertumbuhan penduduknya tinggi dengan keunggulan produk yang sudah tersertifikasi halal. 3. Meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi peluang permintaan pasar yang meningkat.	Strategi (WO) 1. Mengikuti pelatihan digital marketing yang difasilitasi pemerintah untuk mengatasi promosi yang masih lemah. 2. Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk bantuan modal atau peralatan untuk memperluas distribusi pemasaran. 3. Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan pengolahan ikan modern dan manajemen usaha.

Threats (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
1. Persaingan dengan produk sejenis 2. Ketidakstabilan ekonomi 3. Perubahan selera konsumen 4. Fluktuasi harga bahan pelengkap 5. Gangguan produksi bahan baku	1. Mempertahankan kualitas produk untuk membedakan diri dari pesaing. 2. Menggunakan pengalaman dan keahlian untuk melakukan inovasi rasa agar tetap diminati di tengah perubahan selera konsumen. 3. Menyediakan produk dengan harga kompetitif untuk mengantisipasi dampak ketidakstabilan ekonomi.	1. Mengatur stok bahan baku secara lebih efisien untuk menghindari gangguan produksi. 2. Memfokuskan promosi pada segmen pasar lokal yang mudah dijangkau untuk menghemat biaya distribusi. 3. Melakukan kerja sama dengan koperasi atau UMKM lain untuk berbagi jaringan distribusi dan promosi.

Sumber: Data Olahan, 2025

Pembahasan

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM Sedap Bakat memiliki kondisi internal yang kuat, kekuatan utama usaha terletak pada ketersediaan bahan baku ikan dari budidaya sendiri serta legalitas usaha yang lengkap. Kemandirian bahan baku memberikan keunggulan dalam menjaga kualitas produk, sementara kelengkapan legalitas meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang akses pasar yang lebih luas. Variasi produk olahan ikan yang dihasilkan juga mendukung kemampuan usaha dalam memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Meskipun demikian, kelemahan internal masih ditemukan pada aspek kapasitas produksi dan pemasaran. Penggunaan peralatan produksi yang masih sederhana membatasi volume produksi, sehingga usaha belum mampu merespon permintaan pasar secara optimal. Selain itu, pemasaran digital yang belum terstruktur menyebabkan jangkauan pasar masih terbatas. Kondisi ini sejalan dengan fluktuasi penjualan yang terjadi selama periode pengamatan, yang menunjukkan bahwa potensi pasar belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Dari sisi eksternal, peluang lingkungan eksternal lebih besar dibandingkan ancaman, peningkatan permintaan masyarakat terhadap produk olahan ikan serta dukungan pemerintah melalui program pembinaan UMKM menjadi peluang strategis yang dapat dimanfaatkan. Perkembangan teknologi juga membuka kesempatan bagi UMKM untuk memperluas pasar tanpa harus menambah biaya distribusi secara signifikan. Namun meningkatnya jumlah pelaku usaha sejenis di Kota Pekanbaru menjadi ancaman yang perlu diantisipasi melalui penguatan merek. Kombinasi kekuatan internal dan peluang eksternal menempatkan UMKM Sedap Bakat pada Kuadran I dalam matriks SWOT, yang menunjukkan bahwa strategi agresif merupakan pendekatan yang paling tepat. Strategi ini menekankan pemanfaatan kekuatan internal untuk meraih peluang pasar. Dalam konteks UMKM Sedap Bakat, strategi agresif dapat diwujudkan melalui perluasan distribusi pasar, optimalisasi pemasaran digital serta peningkatan kapasitas produksi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Sedap Bakat berada pada kuadran I matriks SWOT, yang berarti usaha berada pada posisi agresif dengan kekuatan internal yang dominan dan peluang pasar yang besar. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Shalichaty et al. (2022) mengenai strategi pengembangan ikan lomek berbasis churros di Dumai yang juga menunjukkan bahwa usaha berada pada kuadran I sehingga memerlukan strategi agresif melalui diversifikasi produk dan peningkatan pemasaran. Perbandingan lain terlihat dengan penelitian Putri et al. (2022) mengenai Rendang Pak Ombak yang menekankan inovasi produk, legalitas serta pemasaran offline dan online. Hasil penelitian dari Kurniati dan Jumanto (2018) menunjukkan bahwa pengembangan usaha ikan nila di Kabupaten Kuantan Singingi masih menghadapi keterbatasan modal dan jumlah tenaga kerja yang terbatas. Usaha ini berada pada kuadran III sehingga strategi yang digunakan adalah strategi WO yang berfokus pada perbaikan kelemahan internal seperti peningkatan akses modal, perluasan pasar dan pengembangan sumber daya manusia. Dengan demikian perbandingan penelitian tersebut menunjukkan perbedaan karakteristik strategi berdasarkan usaha masing-masing.

Strategi pengembangan yang direkomendasikan yaitu perluasan pasar melalui media digital, peningkatan kapasitas produksi melalui modernisasi peralatan dan standarisasi produk dinilai relevan dengan kondisi usaha dan dinamika pasar. Optimalisasi pemasaran digital berpotensi meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan konsumen, sementara modernisasi peralatan produksi dapat meningkatkan efisiensi dan konsistensi kualitas produk. Standarisasi produk dan kemasan juga penting untuk meningkatkan daya saing serta memperkuat citra usaha di Tengah persaingan yang semakin ketat. Secara keseluruhan, hasil penelitian

menunjukkan bahwa pengembangan UMKM Sedap Bakat tidak hanya bergantung pada keunggulan produk tetapi juga pada kemampuan usaha dalam mengelola strategi pemasaran dan produksi secara terintegrasi. Penerapan strategi agresif yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing usaha serta mendukung keberlanjutan UMKM dalam jangka Panjang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan usaha olahan ikan pada UMKM Sedap Bakat di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dapat disimpulkan bahwa UMKM tersebut berada pada kuadran I baik dalam matriks IE dan diagram kuadran SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama UMKM Sedap Bakat terletak pada kemandirian bahan baku, legalitas yang lengkap serta variasi produk olahan ikan. Kekuatan tersebut memberikan peluang bagi usaha untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing dibandingkan pesaing yang belum memiliki sertifikasi lengkap. Strategi agresif direkomendasikan sejalan dengan kondisi pasar olahan ikan yang meningkat, penguatan pemasaran digital menjadi sangat relevan mengingat perubahan pola konsumsi dan meningkatnya penggunaan marketplace oleh konsumen. Selain itu dukungan pemerintah terhadap UMKM membuka peluang kolaborasi dalam pelatihan, expo dan bantuan peralatan. Dengan demikian fokus strategi pengembangan Sedap Bakat perlu diarahkan pada perluasan distribusi dan pasar serta peningkatan kapasitas produksi. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar dan memastikan keberlanjutan usaha.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penelitian ini, penulis telah dibantu oleh beberapa pihak yang terlibat dan terkait dengan hasil penelitian ini. Institusi tempat penulis mengabdikan yaitu Universitas Riau, melalui Institut Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau telah memberikan dukungan agar penulis dapat terus berkarya dalam bidang studi ekonomi sesuai dengan bidang keahliannya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017), "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", *Journal of Chemical Information and Modeling*, Vol. 53 No. 9, pp. 223–233.
- Agusdiansyah, E., Ismayani dan Romano. (2019), "Strategi Pengembangan Usaha Abon Ikan (Studi Kasus Di Usaha Dagang Tuna Di Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, Vol. 4 No. 4, pp. 31–40.
- Agustin, V., Wijayanti, W., Pamungkas, I.W. and Horisanto, A. (2025), "Analisis Tren Konsumsi Ikan di Kalangan Generasi Z dan Milenial sebagai Dasar Pengembangan Program Edukasi Pangan Sehat", Vol. 14, pp. 1025–1031.
- Alfarisi, M.N., Anggraeni, D. dan Sariyoga, S. (2018), "Strategi Pengembangan Produk Olahan Ikan Lele (*Clarias* Sp) (Suatu Kasus di UKM Mae Shetie dan UKM Abon Ikan Lele Kota Cilegon)", *Jurnal Agribisnis Terpadu*, Vol. 11 No. 1, p. 68.
- Aliyah, R., Gumular, I. dan Maulina, I. (2015), "Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon Di Kota Bandung) Business Development Strategies Of Processing Fish Floss (Case Study Of Rumah Abon In Bandung)", *Jurnal Perikanan Kelautan*, Vol. 2 No. 1, pp. 78–84.
- BPS Kota Pekanbaru. (2025). Kota Pekanbaru Dalam Angka 2025. *BPS Kota Pekanbaru*.
- Hariastuti, N.L.P. dan Mudhofar, M. (2024), "Penentuan Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ikan Bandeng melalui Penerapan Metode SWOT dan Fuzzy AHP (Studi Kasus: UD. Arshaindo)", *Journal of Industrial View*, Vol. 6 No. 1, pp. 43–54.
- Kemal, M., Badri, M., Herawati, Y. dan Junianto, M. (2025), "Strategi Pengembangan Usaha Cafeteria Menggunakan Analisis SWOT", *Strategi*, Vol. 15 No. 1, pp. 01–10.
- Kurniati, S.A. and Jumanto, J. (2018), "Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Di Kabupaten Kuantan Singingi Propinsi Riau", *Jurnal Agribisnis*, Vol. 19 No. 1, pp. 13–25.

- Purnomo, C.A.P.N. dan Murniawati, I. (2021), "Strategi Pengembangan Produksi dan Pemasaran Usaha Pengolahan Ikan Fillet", *Economic Education Analysis Journal*, Vol. 2 No. 1, pp. 18–23.
- Putri, R.H., Hasmanda, Y., Chairani, S. and Azizah, S.N. (2022), "Strategi Pengembangan Ukm Rendang Pak Ombak":, Vol. 4 No. 3, pp. 144–157.
- Shalichaty, S.F., Paiki, K., Mardiah, R.S. and Ratrinia, P.W. (2022), "Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ikan Lomek di Dumai, Riau (Studi Kasus: Usaha Churros Ikan)", *ACROPORA: Jurnal Ilmu Kelautan Dan Perikanan Papua*, Vol. 4 No. 2.
- Sinaga, H. (2025), "Pola konsumsi ikan di kalangan masyarakat perkotaan dan implikasinya terhadap kebijakan pangan nasional", *PERAUT: Jurnal Perikanan dan Kelautan*, Vol. 02, pp. 1–6.
- Sulaksana, J., Suparto, E. dan Dinar. (2024), "Strategi Pemasaran Produk Olahan Ikan Lele (Studi Kasus Di Desa Gandawesi Kecamatan Ligung Kabupaten Majalengka)", *Pradigma Agribisnis*, Vol. 7 No. September.
- Yulianti, Y., Supriyadi, S. dan Thohidin, T. (2020), "Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Asin Jambal Roti Pada Ud. Sumber Berkah", *Agri Wiralodra*, Vol. 12 No. 2, pp. 87–98.