

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA STIK IKAN BANDENG PADA UKM PUENJIDI MANDIRI

### Strategy for Business Development of Milk Fish Stick in UKM Puenjidi Mandiri

Siti Nurkhatimah<sup>1)</sup>, M. Fardhal Pratama<sup>2)</sup>, Moh. Alfit A. Laihi<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.

Jl. Soekarno-Hatta Km 9, Tondo-Palu 94118, Sulawesi Tengah. Telp. 0451-429738

E-mail : [sitinurkhatima11@gmail.com](mailto:sitinurkhatima11@gmail.com), [pratamafardhal@gmail.com](mailto:pratamafardhal@gmail.com), [alfit\\_alfit@yahoo.com](mailto:alfit_alfit@yahoo.com)

DOI <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v13i3.2608>

Submit 18 Juni 2025, Review 29 Juli 2025, Publish 8 Agustus 2025

### ABSTRACT

The independent Puenjidi Industry is one of the UKM that has the potential for a milkfish stick business to be developed, due to the increasing demand for products. This study aims to determine the right business development strategy for the milkfish stick business at Puenjidi Mandiri UKM. Data obtained using SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths). The results of calculations from internal Strengths: Have a license, Have a distinctive taste, Affordable product prices and Have healthy products. Weaknesses: Promotion has not been effective and Production is still low and external, Opportunities: Government support, Raw materials are easy to obtain and Market potential is available. Threats: Fluctuations in the price of raw materials, Fluctuations in the price of complementary materials, Precarious labor and changing consumer tastes. Based on the results of internal and external environmental analysis on the milkfish stick business development strategy at Puenjidi Mandiri UKM, an approach through the SWOT matrix can be used to find out the results of the appropriate alternative strategies used by the milkfish steak business at Puenjidi Mandiri UKM. Based on the SWOT analysis diagram, the implementation of the milkfish stick business strategy at Puenjidi Mandiri UKM uses the S-O strategy, namely using an aggressive strategy that utilizes all the company's internal strengths to get all existing external opportunities.

**Keywords** : Analysis, Development, Milkfish Sticks, Strategy, SWOT.

### ABSTRAK

Industri Puenjidi Mandiri merupakan salah satu UKM yang memiliki potensi usaha Stik Ikan Bandeng untuk dikembangkan, karena permintaan produk yang terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang tepat untuk usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri. Data yang diperoleh menggunakan analisis SWOT (*Strengths, weakness, Opportunities, Treaths*). Diperoleh hasil analisis faktor internal Kekuatan : Memiliki perizinan, Memiliki cita rasa yang khas, Harga produk terjangkau dan Memiliki produk yang sehat. Kelemahan : Promosi belum efektif dan Produksi masih rendah dan eksternal, Peluang : Dukungan pemerintah, Bahan baku mudah diperoleh dan Potensi pasar tersedia. Ancaman : Fluktuasi harga bahan baku, Fluktuasi harga bahan pelengkap, Tenaga kerja tidak tetap dan Selera konsumen berubah. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal pada strategi pengembangan usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri dapat digunakan pendekatan melalui matriks SWOT untuk mengetahui hasil alternatif strategi yang tepat digunakan oleh usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri. Berdasarkan diagram analisis SWOT maka penerapan strategi usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri menggunakan strategi S-O, yaitu

menggunakan strategi agresif yang memanfaatkan seluruh kekuatan internal perusahaan untuk mendapatkan semua peluang eksternal yang ada.

**Kata Kunci :** Analisis, Pengembangan, Strategi, Stik Ikan Bandeng, SWOT.

## PENDAHULUAN

Bergesernya pola konsumsi masyarakat dalam mengkonsumsi produk olahan peternakan, terutama ikan, dari mengkonsumsi ikan segar menjadi produk olahan siap santap mendorong untuk berkembangnya teknologi pengolahan ikan. Banyak cara yang dikembangkan untuk meningkatkan nilai guna dan daya simpan lebih lanjut dari ikan segar yakni dengan mengolah menjadi sosis, stik dan abon.

Ikan sebagai komoditi utama subsektor perikanan merupakan salah satu bahan pangan yang kaya protein. Manusia sangat memerlukan protein ikan karena selain mudah dicerna, pola asam amino protein ikan pun hampir sama dengan pola asam amino yang terdapat dalam tubuh manusia, disamping itu kadar lemak ikan yang rendah sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Ikan juga merupakan komoditi yang cepat mengalami pembusukan (*perishable food*). Kadar air ikan segar yang tinggi mempercepat proses pengembangbiakan mikroorganisme pembusuk yang terdapat di dalamnya, sehingga salah satu cara yang bisa dilakukan yaitu dengan mengolah ikan menjadi berbagai bentuk olahan barang jadi maupun setengah jadi (Marzuqi, 2014).

Berbagai produk pertanian memerlukan pengolahan lebih lanjut, maka berkembanglah industri pengolahan, mulai dari pabrik kecap, tahu, saos, sambal, nenas dalam kaleng, sari buah, ikan dalam kaleng, dan sebagainya. Hal ini merupakan bagian agribisnis yang pada dasarnya meliputi budidaya pertanian, industri hulu (penyediaan sarana produksi pertanian), industri hilir (pengolahan hasil pertanian), serta pemasaran berbagai produk pertanian (Hidayat, 2011).

Ikan bandeng merupakan komoditas perikanan yang memiliki rasa cukup enak dan gurih sehingga banyak digemari masyarakat. Pengolahan Ikan Bandeng

dapat meningkatkan daya simpan dan nilai tambahnya. Ikan Bandeng dapat diolah menjadi bermacam-macam produk di antaranya abon, otak-otak, nugget, bandeng krispi, dan bakso (Nusantari *dkk.*, 2016).

UKM “Puenjidi Mandiri” merupakan salah satu industri pengolahan ikan dalam hal ini harus mampu menganalisis dan mengantisipasi perubahan lingkungan, baik itu lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Pengaruh dari kedua analisis lingkungan ini sangat besar dalam proses perumusan masalah dan pemilihan strategi yang tepat demi kelangsungan hidup dan perkembangan UKM “Puenjidi Mandiri”. Analisis lingkungan internal dan eksternal memberikan identifikasi mengenai kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki, sehingga UKM “Puenjidi Mandiri” dapat merencanakan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk mengembangkan usahanya, dalam hal ini agar mampu bersaing dengan UKM pengolahan Ikan Bandeng di Kota Palu.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah yaitu, bagaimana strategi pengembangan yang tepat dalam pengembangan usaha stik ikan bandeng UKM Puenjidi Mandiri?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal serta strategi pengembangan yang tepat dalam pengembangan usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha UKM Puenjidi Mandiri dalam menentukan arahan serta bahan informasi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian yang terkait dengan pengembangan usaha olahan Ikan Bandeng. Selain itu penelitian ini merupakan sarana pembelajaran bagi penulis dalam penerapan ilmu yang dimiliki dan memperkuat kemampuan menganalisis permasalahan.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Sudah memiliki perizinan</li> <li>Produk tahan lama</li> <li>Harga produk terjangkau</li> <li>Kualitas produk baik dan sehat</li> <li>Memiliki cita rasa yang khas dari produk olahan lain</li> </ol>	<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pasar tersedia</li> <li>Adanya Dukungan Pemerintah</li> <li>Berkembangnya Media Promosi melalui internet</li> <li>Bahan baku mudah di peroleh</li> <li>Permintaan produk cenderung meningkat</li> </ol>
<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Manajemen perusahaan lemah</li> <li>Lokasi Usaha Kurang Strategis</li> <li>Promosi belum efektif</li> <li>Teknologi belum memadai</li> <li>Produksi masih rendah</li> </ol>	<p>Ancaman (<i>Threaths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Industri sejenis</li> <li>Fluktuasi harga bahan baku</li> <li>Fluktuasi harga bahan pelengkap</li> <li>Tenaga kerja tidak menetap</li> <li>Selera Konsumen yang berubah</li> </ol>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan UKM Puenjidi Mandiri yang terletak di Jl. Puenjidi, Kelurahan Kabonena, Kecamatan Ulujadi. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa UKM Puenjidi adalah salah satu Usaha Kecil Menengah sejak 2017 di Kota Palu. Sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2021.

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purpossive*) yakni pimpinan dan karyawan sebagai responden dengan pertimbangan bahwa responden tersebut berkompeten dalam memberikan informasi. Metode penentuan responden dilakukan secara langsung dengan memberikan pertanyaan dengan menggunakan kuisisioner, wawancara, dan observasi lapangan.

Data yang digunakan dalam penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionary*), sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait dan literatur-literatur yang ada relevansinya sebagai penunjang dalam penyusunan penelitian ini.

Analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Oportunities, thereats*) dengan mempertimbangkan faktor lingkungan internal (*Strenghts* dan *Weaknesses*) serta lingkungan eksternal (*Oprtunities* dan *Threats*) yang dihadapi UKM Puenjidi Mandiri.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.** Berdasarkan hasil wawancara dengan responden maka diperoleh beberapa indikator faktor internal dan eksternal yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha stik ikan bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri.

**Analisis Faktor Internal.** Berdasarkan hasil penelitian diperoleh faktor internal kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi pengembangan usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri seperti terlihat pada Tabel 1. Tabel 2 menunjukkan, total yang diperoleh Tabel IFAS yaitu sebesar 3,01 dengan skor kekuatan 2,58 dan skor kelemahan sebesar 0,43. Hal ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki oleh UKM Puenjidi Mandiri lebih besar dari faktor kelemahan. Oleh karena itu UKM Puenjidi Mandiri dapat lebih memanfaatkan faktor-

faktor kekuatan yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usahanya. Tabel 2 menunjukkan total yang diperoleh dari sumbu x yaitu 2,15 dengan total dari faktor kekuatan yaitu 2,58 dan total dari faktor kelemahan yaitu 0,43 hal ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki UKM Puenjadi Mandiri lebih besar dibandingkan faktor kelemahannya. Berdasarkan

hasil dari perhitungan bobot dan rating faktor internal strategi pengembangan usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjadi Mandiri, diperoleh hasil dari pengurangan faktor kekuatan dengan faktor kelemahan yaitu  $0,71 - 0,29 = 2,15$  yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu X, maka sumbu X pada diagram SWOT adalah 2,15.

Tabel 2. IFAS (*Internal Faktor Analisis Summary*) pada UKM Puenjadi Mandiri

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Kekuatan</b>				
1	Sudah memiliki perizinan	0,16	4	0,64
2	Produk tahan lama	0,13	3	0,39
3	Harga produk terjangkau	0,14	4	0,56
4	Kualitas produk baik dan sehat	0,15	4	0,6
5	Memiliki cita rasa yang khas dari produk olahan lain	0,13	3	0,39
Sub Total		0,71	18	2,58
<b>Kelemahan</b>				
1	Manajemen perusahaan lemah	0,05	1	0,05
2	Lokasi Usaha Kurang Strategis	0,08	2	0,16
3	Promosi belum efektif	0,05	1	0,05
4	Teknologi belum memadai	0,05	1	0,05
5	Produksi masih rendah	0,06	2	0,12
Sub Total		0,29	7	0,43
Total (1+2)		1	25	3,01
Sumbu X (sub total 1 – sub total 2)				2,15

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 3. EFAS (*Eksternal Faktor Analisis Summary*) pada UKM Puenjadi Mandiri

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Peluang</b>				
1	Pasar tersedia	0,14	4	0,56
2	Adanya dukungan pemerintah	0,13	3	0,39
3	Berkembangnya media promosi melalui internet	0,14	3	0,42
4	Bahan baku mudah diperoleh	0,15	4	0,6
5	Permintaan produk cenderung meningkat	0,14	4	0,56
Sub Total		0,7	18	2,53
<b>Ancaman</b>				
1	Industri sejenis	0,06	2	0,12
2	Fluktuasi harga bahan baku	0,05	1	0,05
3	Fluktuasi harga bahan pelengkap	0,07	2	0,14
4	Tenaga kerja tidak menetap	0,06	1	0,06
5	Selera konsumen yang berubah	0,06	1	0,06
Sub Total		0,3	7	0,43
Total (1+2)		1	25	2,96
Sumbu Y (sub total 1 – sub total 2)				2,1

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 4. Hasil Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal Stik Ikan Bandeng UKM Puenjidi Mandiri

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Faktor Internal Kekuatan Kelemahan	2,15	Sumbu X
Faktor Eksternal Peluang Ancaman	2,1	Sumbu Y

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

**Analisis Faktor Eksternal.** Berdasarkan hasil penelitian pada responden UKM Puenjidi Mandiri, di Kota Palu, diperoleh faktor-faktor eksternal peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri yang disajikan pada Tabel 3. Tabel 3 menunjukkan total skor yang diperoleh Tabel EFAS yaitu sebesar 2.96 dengan skor peluang 2,53 dan skor ancaman sebesar 0,43. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh UKM Puenjidi Mandiri lebih besar dari faktor ancaman. Oleh karena itu UKM Puenjidi Mandiri dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor peluang yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usahanya ke depan.

Tabel di atas menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor eksternal tabel EFAS yaitu sebesar 2,96 dengan koefisien Peluang (*Opportunity*) sebesar 2,53 dan koefisien Ancaman (*Threats*) sebesar 0,43. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Peluang yang dimiliki oleh UKM Puenjidi Mandiri lebih besar dari faktor Ancaman, oleh karena itu UKM Puenjidi Mandiri dapat lebih memanfaatkan faktor Peluang yang dimiliki untuk mengatasi faktor Ancaman yang ada untuk mengembangkan usahanya kedepannya.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot dari faktor eksternal UKM Puenjidi Mandiri diperoleh hasil dari pengurangan antara total skor faktor Peluang (*Opportunity*) dan total skor faktor Ancaman (*Threats*), hasil pengukuran yaitu

$2,53 - 0,43 = 2,1$  yang dijadikan sebagai sumbu vertikal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam Diagram SWOT adalah 2,1 (Tabel 4).

Berdasarkan skoring faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran usaha Stik Ikan Bandeng UKM Puenjidi Mandiri yang diformulasikan pada diagram SWOT pada Gambar 1. Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha Stik Ikan Bandeng UKM Puenjidi Mandiri berada pada kuadran I, di mana pada posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpotensi untuk berkembang. Hasil kuadran SWOT di atas, maka penerapan strategi yang dapat digunakan UKM Puenjidi Mandiri yaitu strategi SO. Strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang.

#### **Penentuan Strategi yang Digunakan untuk Pengembangan Usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri.**

Berdasarkan hasil perhitungan faktor internal dan faktor eksternal pada usaha Stik Ikan Bandeng UKM Puenjidi Mandiri, maka dapat digunakan pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi apa yang tepat digunakan agar usaha tersebut dapat berkembang lebih baik lagi. Hasil kuadran SWOT di atas menyajikan penerapan strategi yang dapat digunakan UKM Puenjidi Mandiri yaitu strategi SO. Berdasarkan matriks SWOT IFAS dan EFAS, dapat ditetapkan strategi yang dapat digunakan dalam mendukung perkembangan usaha stik ikan bandeng UKM Puenjidi Mandiri di Kota Palu, yaitu strategi SO.

**Strategi SO.** Strategi SO merupakan strategi yang digunakan dengan mengandalkan kekuatan perusahaan untuk mendapatkan peluang yang ada.

**Strategi WO.** Strategi WO merupakan strategi untuk memperkecil kelemahan perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

**Strategi ST.** Strategi ST merupakan strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan

menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengantisipasi serta mengurangi dampak dari ancaman yang ada.

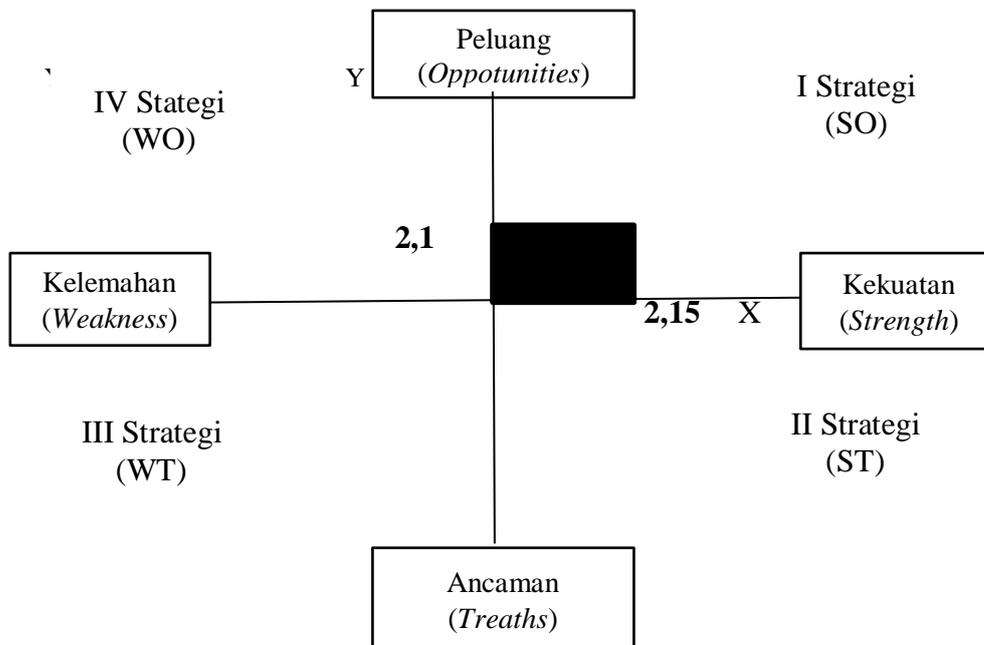
**Strategi WT.** Strategi WT merupakan strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman yang muncul. Strategi yang dapat digunakan oleh UKM Puenjidi Mandiri yaitu strategi SO, dengan melakukan aktivitas sebagai berikut: (1). memperluas jaringan distribusi, (2). pengadaan bahan baku, dan (3). meningkatkan produk.

Berdasarkan diagram analisis dari SWOT posisi strategi pengembangan usaha Stik Ikan Bandeng berada pada kuadran I, maka strategi yang difokuskan bagi pengembangan usaha yaitu menggunakan strategi S-O yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal, sehingga strategi yang relevan untuk dilaksanakan bagi pengembangan usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri adalah :

1. Sudah memiliki perizinan menjadikan UKM Puenjidi Mandiri dapat memaksimalkan pemasaran dan promosi karena konsumen akan lebih tertarik dan

yakin untuk membeli produk tersebut, pemasaran dan promosi dapat dilakukan melalui perkembangan media internet dan sosial media seperti instagram, facebook, tiktok dan lainnya.

2. Memiliki bahan baku yang mudah di peroleh menjadikan produk mempunyai harga terjangkau selain itu adanya dukungan/bantuan pemerintah berupa dana maupun barang sangat berpengaruh terhadap peningkatan kapasitas produksi Stik Ikan Bandeng UKM Puenjidi Mandiri sehingga UKM Puenjidi Mandiri dapat terus meningkatkan produksi mereka dan memenuhi permintaan konsumen.
3. Memiliki perizinan serta produk yang tahan lama menjadikan produk dapat mencakup pasar yang tersedia dengan lebih luas seperti swalayan dan mini market bahkan keluar kota selain itu dengan memanfaatkan pameran produk UMKM untuk mempromosikan keunggulan produk yang sehat dan mempunyai cita rasa yang khas, hal ini dapat dijadikan acuan bagi UKM Puenjidi Mandiri untuk terus berusaha dalam memaksimalkan produksi Stik Ikan Bandeng karena dengan begitu



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Stik Ikan Bandeng UKM Puenjidi Mandiri

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian Strategi Pengembangan Usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri dapat ditarik kesimpulan :

1. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri yaitu faktor internal (Kekuatan : Memiliki perizinan, Memiliki cita rasa yang khas, Harga produk terjangkau dan Memiliki produk yang sehat. Kelemahan : Promosi belum efektif dan Produksi masih rendah) dan faktor eksternal (Peluang : Dukungan pemerintah, Bahan baku mudah diperoleh dan Potensi pasar tersedia. Ancaman : Fluktuasi harga bahan baku, Fluktuasi harga bahan pelengkap, Tenaga kerja tidak tetap dan Selera konsumen berubah)
2. Alternatif strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha Stik Ikan Bandeng pada UKM Puenjidi Mandiri adalah strategi S-O yaitu strategi yang menggunakan seluruh kekuatan internal pada UKM Puenjidi Mandiri untuk memanfaatkan peluang eksternal.

### Saran

Mengembangkan metode promosi pada UKM Puenjidi Mandiri agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Perlunya penelitian lebih lanjut tentang strategi pemasaran UKM Puenjidi Mandiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, 2009. *Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia*. Penerbit Buku Kompas. Jakarta.
- David, F.R. 2004. *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*. Edisi Kesembilan. PT. Indeks Jakarta.
- Firdaus, M. 2007. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hidayat A, 2011. *Agribisnis Bukan Sekedar Konsep*. 2011. Jakarta.
- Kusnandar, M. 2010. *Manajemen Agroindustri, Kajian Teori dan Model Kelembagaan Agroindustri Skala Kecil Pedesaan*. Cetakan 1. UNS Press. Surakarta.
- Lutfia, W. 2011. *Strategi Pengembangan Usaha*. Salemba Empat. Jakarta.
- Marzuqi, M., 2014. *Pemijahan Alami Calon Induk Ikan Bandeng Asal Tambak Melalui Penggunaan Pakan Buatan*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Budidaya Laut. Gondol. Bali.
- Nusantari E, Abdul A, Harmain RM. 2016. *Ikan Bandeng Tanpa Duri (Chanos chanos) sebagai Peluang Bisnis Masyarakat Desa Mootinelo, Kabupaten Gorontalo Utara, Provinsi Gorontalo*. Agrokreatif. 3 (1): 78-87.
- Pratiwi, I. D. 2019. *Strategi Pengembangan Usaha Produk Olahan Ikan Bandeng (Chanos chanos) pada UKM Anugerah Mina lestari Di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang*. Provinsi Jawa Timur (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya).
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sari, H., dan Hafid, A. 2019. *Pengembangan Usaha Kerupuk Amplang Bandeng untuk Memberdayakan Masyarakat Desa Polejiwa Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan*. J. Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat. 3 (2): 161-169.
- Sakina, S., & Tangkesalu, D. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Pada Industri "Flamboyan" Di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu*. Agrotekbis e-jurnal. Vol.6(3):371-378.
- Sekaran, Uma. 2012. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salembah Empat. Jakarta.
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Thalib, A., Istiqomah, T., Ristyanadi, B., & Qomariyati, N. 2019. *Uji Penerimaan Konsumen Terhadap Cita Rasa Ikan Bandeng (Chanos chanos Forsskal) dari Beberapa Lokasi Budidaya di Indonesia*. Grouper: J. Ilmiah Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan. 10 (2): 62-70.
- Triarso, I. 2012. *Potensi Peluang dan Pengembangan Usaha Perikanan Tangkap di Pantura Jawa Tengah*. Sainstek Perikanan. 8 (1): 65-73.

Tulak, Alber. *Pengembangan Strategi Industri Pengolahan Ikan PT. Palu Jaya Utama Kecamatan Palu Utara Kota Palu Sulawesi Tengah*. *E-J. Agrotekbis*. 1 (2): 1-8.

Yantu, M. R. 2012. Eka Putra, Agus Prabowo, Fredy S. Nghu, Abdul Haris Pania L, Bambang

Suprianto dan Iwan Mustafa. 2001 dan 2002. *Studi Kelayakan Pengelolaan Pembangunan Wilayah Terpadu dalam Perspektif Pertanian di Kawasan Pantura Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo*. *J. Agroland*. 8 (3): 278-283. Edisi September 2001. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. Kota Palu. Provinsi Sulawesi Tengah.