

## Analisis Pemasaran Ikan Segar Laut Di Kecamatan Padang Utara Kota Padang Dengan Pendekatan SWOT

Ira Desmiati<sup>1)</sup>, Lolitha Uthary<sup>2)</sup>, Reffi Aryzegovina<sup>3)</sup>, Dian Eka Putra<sup>4)</sup>

<sup>1,3,4)</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat

<sup>2)</sup> Universitas Bung Hatta

[iradesmiati06@gmail.com](mailto:iradesmiati06@gmail.com)

### ABSTRACT

*Fishery production in Padang City is dominated by catch fisheries. The catch of fish from year to year continues to increase. The purpose of this research is to study the marketing of fresh marine fish in Padang Utara District, Padang City with the SWOT method approach to help traders face market competition and increase sales in the future. The results showed that the more appropriate strategy to be used in determining the business development strategy of fresh sea fish traders in North Padang District, Padang City was in quadrant III, which means that it supports the Turn Around Strategy (reverse strategy) which is to achieve opportunities for fresh sea traders in the District. North Padang is very big, but on the other hand it faces some internal constraints/weaknesses. The focus of this strategy is to minimize the internal problems of fresh sea traders in North Padang District so that they can improve a better development strategy.*

**Keywords:** Sea fresh, Fish trader, SWOT, Marketing Strategy.

---

*Detail Artikel:*

*Disubmit : 24 Mei 2022*

*Disetujui : 25 Mei 2022*

*DOI:10.31575/jp.v6i1.413*

---

### PENDAHULUAN

Produksi perikanan di Kota Padang didominasi oleh perikanan tangkap. Hasil penangkapan ikan dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Perkembangan produksi ikan selama 10 tahun terakhir di Kota Padang adalah sebagai berikut: pada tahun 2007 jumlah produksi ikan 13.740,8 ton, pada tahun 2010 jumlah produksi mengalami kenaikan menjadi 18.585,6 ton, pada tahun 2015 jumlah produksi mengalami kenaikan kembali menjadi 20.898 ton dan pada tahun 2017 jumlah produksi mengalami penurunan 1.36% yaitu 20.612,8 ton (BPS, 2018). Adanya fluktuasi hasil produksi ikan selama 10 tahun terakhir disebabkan karena sifat hasil perikanan yang musiman. Berdasarkan data diatas selama 10 tahun terakhir jumlah produksi ikan cenderung mengalami kenaikan dan hanya sekali di tahun 2016 mengalami penurunan (PDRB, 2017).

Kecamatan Padang Utara merupakan salah satu kecamatan di Kota Padang yang sebagian wilayahnya berada di kawasan pesisir pantai dan merupakan salah satu diantara 11 kecamatan di Kota Padang yang berpotensi pada sektor kelautan dan perikanan. Usaha pengolahan hasil perikanan di Kecamatan Padang Utara Kota Padang di dominasi pengolahan tradisional sebesar 85%. Pengolahan tradisional yang ada di Kecamatan Padang Utara Kota Padang berupa ikan segar, ikan asin,

sala laauk, dan rakik maco (DKP,2017). Usaha pengolahan hasil perikanan secara tradisional didominasi oleh nelayan tradisional yang masih terbatas pengetahuan dan keterampilannya, modal, sarana dan prasaranya, higienis dari sanitasinya serta masih memegang teguh sifat tradisionalnya (Aisyah et al., 2020).

Bahan baku yang digunakan nelayan tradisional berasal dari tepian pesisir Kecamatan Padang Utara yang mana mereka belum memiliki TPI yang layak dan mengakibatkan mutu ikan sangat beragam, proses dan kondisi lingkungannya sukar dikontrol, produk yang dihasilkan baik bentuk maupun mutunya juga bervariasi sehingga kurang dapat bersaing di pasar Nasional (Aisyah et al., 2018). Selain operasional kegiatan penangkapan tersebut, keuangan, penyaluran distribusi dan pemasarannya juga sangat lemah.

Tingkat keberhasilan usaha perikanan laut (pengolahan ikan segar) ditentukan oleh manajemen internal dan eksternal yang melingkupinya. Manajemen internal tersebut berupa manajemen terhadap objek kegiatan usaha baik berupa manajemen keuangan, manajemen produksi dan teknis pengolahan yang ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia pengelolaanya serta manajemen pemasaran. Sedangkan kekuatan eksternal ditentukan oleh kualitas bahan baku dari pemasok (yaitu dari nelayan Kecamatan Padang Utara), adanya pesaing atau kompetitor dan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Rangkuti (2012) yang menyatakan bahwa salah satu prinsip strategi adalah strategi bisnis yaitu strategi yang berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen yang berupa strategi produksi (operasional) strategi pemasaran, strategi distribusi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengkaji pemasaran ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara Kota Padang dengan Pendekatan SWOT sehingga dapat membantu pedagang dalam menghadapi persaingan pasar dan meningkatkan penjualan di masa yang akan datang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Kecamatan Padang Utara, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Kecamatan Padang Utara dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan Kecamatan ini berada di sepanjang pesisir Kota Padang, dan merupakan kecamatan yang berpotensi hasil perikanan. Penelitian ini bersifat deskriptif bertujuan mengumpulkan informasi atau menggambarkan secara tepat. Analisis data menggunakan analisis SWOT untuk melihat kekuatan-kelemahan, peluang-ancaman yang dihadapi untuk diprediksikan kemungkinan strategi pengolahan dan pengembangan usaha tersebut.

Analisis SWOT yang terdiri dari analisis internal dari pedagang ikan segar laut yang meliputi (kekuatan dan kelemahan) dan analisis eksternal (peluang dan ancaman) yang datang dari luar pedagang ikan segar laut. Selanjutnya setelah terbentuk beberapa strategiyaitu strategi SO, WO, ST dan WT. untuk menentukan strategi urgensi maka dilakukan perhitungan bobot IFE/EFE dengan skor adalah 1 sampai 5 dan selanjutnya hasil perhitungan skor akan membantu untuk melihat kuadran SWOT yang tepat sehingga akan diperoleh strategi pengembangan usaha pedagang ikan laut segar di Kecamatan Padang Utara Kota Padang.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Hasil Penjualan Pedagang Ikan Segar Laut**

Beberapa jenis ikan yang dipasarkan adalah ikan yang hasil tangkapan nelayan tradisional di pesisir pantai Kecamatan Padang Utara, beberapa jenis ikan yang bisa tertangkap adalah jenis ikan bada, taneman, sala, gabua, maco, gole-gole, tenggiri, garapu dan yang paling sering tertangkap adalah jenis ikan tenggiri menggunakan alat tangkap colok dan ikan bada menggunakan alat tangkap payang. Beberapa hasil penjualan ikan yang biasa tertangkap oleh nelayan dan dipasarkan oleh pedagang ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1**  
**Hasil Penjualan Pedagang Ikan Laut Segar.**

No	Penjualan selama 1 bulan (Kg)	Jumlah (Org)	%
1	[A] Kurang dari 100 Kg	3	5%
2	[B] 100 - 300 kg	9	15%
3	[C] 300 - 500 kg	22	37%
4	[D] 500 - 1 ton	19	32%
5	[E] 1000 - 2000 kg	3	5%
6	[F] diatas 2000 kg (2 ton)	4	7%
	Total	60	100%

Berdasarkan hasil penjualan pedagang ikan laut segar di Kecamatan Padang Utara terdapat 37% Pedagang yang menjual ikan segar sebanyak 300-500 kg/bulan sedangkan hanya 5% pedagang ikan segar laut menjual ikan segar kurang k dari 100 kg/bulan dan 1000-2000 kg/bulan. Tabel diatas juga memperlihatkan bahwa sebanyak 32% pedagang ikan yang menjual rata-rata sebanyak 500-1 ton/bulan. Sebanyak 15% pedagang ikan yang menjual 100-300 kg/bulan dan hanya 7% pedagang ikan yang menjual ikan lebih dari 2000 (2 ton) /bulan.

**B. Produk (*Product*)**

Hasil analisis menunjukkan bahwa 77% pedagang ikan segar laut menjual ikan dalam kondisi dingin. Pedagang ikan segar laut sebanyak 87% menjual ikan segar hasil tangkapan lebi dari 5 jam yang lalu. 53% pedagang ikan laut segar menjual ikan dengan mata masih segar, bening dan berlendir. Sebanyak 60% pedagang ikan segar laut menjual ikan dengan sisik masih sempurna dan mengkilap. Sebanyak 82% pedagang ikan laut segar menjual ikan dengan kondisi bau (aroma) ikan pada saat dipasarkan masih segar dan normal seperti keadaan daerah asalnya. Sebanyak 83% pedagang ikan laut segar menjual ikan dengan warna insang merah cerah, sedangkan sebanyak 88% pedagang ikan segar laut menjual ikan dengan kondisi daging kenyal dan apabila ditekan cepat kembali.

**Tabel 2**  
**Produk (Product)**

No	Pertanyaan	Pilahan Jawaban	Jumlah (Org)	Persentase
1	Saat ikan dipasarkan apakah tersedia batu es untuk membekukan ikan?	[A] ya, ikan dipasarkan dengan kondisi ikan beku	2	3%
		[B] ikan dalam kondisi dingin	46	77%
		[C] kondisi ikan hanya disiram air saja	7	12%
		[D] Ikan dalam kondisi kering tanpa air dan tanpa es batu	5	8%
		Total	60	100%
2	Ikan yang anda pasarkan adalah ikan yang ditangkap pada .....	[A] ikan ditangkap kurang dari 3 jam yang lalu	2	3%
		[B] ikan ditangkap lebih dari 5 jam yang lalu	52	87%
		[C] ikan ditangkap dalam kisaran waktu 7-10 jam yang lalu	1	2%
		[D] tidak tahu	5	8%
		Total	60	100%
3	Bagaimana kondisi mata ikan pada saat dipasarkan	[A] mata ikan masih segar dan bening dan berlendir	32	53%
		[B] mata ikan bening namun kering (tidak berlendir lagi)	28	47%
		[C] mata ikan mulai kekuningan	0	0%
		[D] mata ikan merah	0	0%
		Total	60	100%
4	Bagaimana kondisi sisik ikan pada saat dipasarkan	[A] sisik masih sempurna dan mengkilap	36	60%
		[B] sisik kering	14	23%
		[C] sisik tampak kusam	10	17%
		[D] sisik tampak mudah rontok dan kusam	0	0%
		Total	60	100%
5	Bagaimana kondisi bau (aroma) ikan pada saat dipasarkan	[A] Segar dan normal seperti keadaan daerah asalnya	49	82%
		[B] Mulai tidak Segar	11	18%
		[C] berbau asam	0	0%
		[D] busuk, menyengat dan asam	0	0%
		Total	60	100%
6	Bagaimana kondisi warna insang ikan pada saat dipasarkan	[A] Berwarna merah cerah	50	83%
		[B] Warna Merah Tua	10	17%
		[C] warna gelap dan tidak segar	0	0%
		[D] warna gelap dan tidak segar dan rapuh	0	0%
		Total	60	100%
7	Bagaimana kondisi daging ikan pada saat dipasarkan	[A] Kenyal dan apabila ditekan cepat kembali	53	88%
		[B] Kondisi kenyal namun sudah mulai kering	7	12%
		[C] warna pucat dan mulai tidak kenyal	0	0%
		[D] daging tidak kenyal dan apabila ditekan lama kembalinya.	0	0%
		Total	60	100%

Irnawati *et. al* (2020) yang mengatakan bahwa permintaan ikan laut di Pasar Arengka dipengaruhi oleh tingkat harga dan kualitas ikan. Sairo (2018) juga mengatakan bahwa pengusaha perlu memikirkan tentang harga jual dan kualitas produk secara tepat karena harga dan produk yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan barang tersebut, penetapan harga jual dan kualitas produk tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin (Gitosudarmo 2011), karena banyak konsumen yang

mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk seperti produk Ikan kaleng Isabella pada PT. Sinar pure foods Internasional Bitung.

C. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha pedagang ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara Kota Padang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan usaha pedagang ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara, faktor internal adalah kekuatan yang dapat dimanfaatkan dan kelemahan yang menjadi kendala. Dari hasil wawancara dengan responden dan melihat langsung kondisi di lapangan diperoleh faktor-faktor internal yang mempengaruhi keberhasilan dan kemudian faktor-faktor internal tersebut dikelompokkan menjadi faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Faktor-faktor internal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha pedagang ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara Kota Padang. Analisis lingkungan eksternal mengkaji beberapa faktor luar yang mempengaruhi hasil wawancara dan pengisian kuesioner terhadap repsonden di lapangan diperoleh faktor – faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha pedagang ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara Kota Padang kemudian identifikasi faktor-faktor eksternal dikelompokkan menjadi faktor peluang dan ancaman. Setelah menganalisis faktor lingkungan Internal dan Eksternal maka dilakukan pembobotan pada masing – masing faktor tersebut, untuk penghitungan pembobotan pada matrik lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3**  
**Matriks Perhitungan SWOT**

No	Strength	Bobot (100%)	Skor	B x S
1	Fasilitas produksi memadai (mobil thermoking, pabrik es, payang)	0.3	4.60	1.380
2	Saluran distribusi lancar	0.25	4.13	1.033
3	Modal tersedia cukup dan waktu perputaran modal cepat	0.2	4.40	0.880
4	Mutu produk yang tergolong baik	0.25	4.40	1.100
	<b>Total</b>	1		4.393
No	Weakness	Bobot (100%)	Skor	B x S
1	Harga produk yang berfluktuasi tergantung musim	0.25	4.53	1.133
2	Kurangnya Promosi produk	0.2	4.73	0.947
3	Sumberdaya manusia kurang memadai (dalam segi pendidikan)	0.25	4.73	1.183
4	Kondisi tempat jual beli yang seadanya, kurang memperhatikan higienis	0.3	4.80	1.440
	<b>Total</b>	1		4.703
No	Opportunity	Bobot (100%)	Skor	B x S
1	Aspek pemasaran yang cukup baik	0.3	4.93	1.480
2	Daerah pemasaran yang luas (mulai kota padang hingga dhamasraya, solok, pekanbaru)	0.25	4.80	1.200
3	Adanya peran pemerintah yang mendukung dengan banyaknya bantuan yang diberikan untuk nelayan	0.2	4.73	0.947
4	kemungkinan adanya diversifikasi produk (ikan segar diolah menjadi bermacam produk seperti nugget, ikan salai, bakso, dll)	0.25	4.67	1.167
	<b>Total</b>	1		4.793
No	Threat	Bobot (100%)	Skor	B x S
1	Perkembangan Teknologi mengancam usaha tradisional	0.25	4.40	1.10

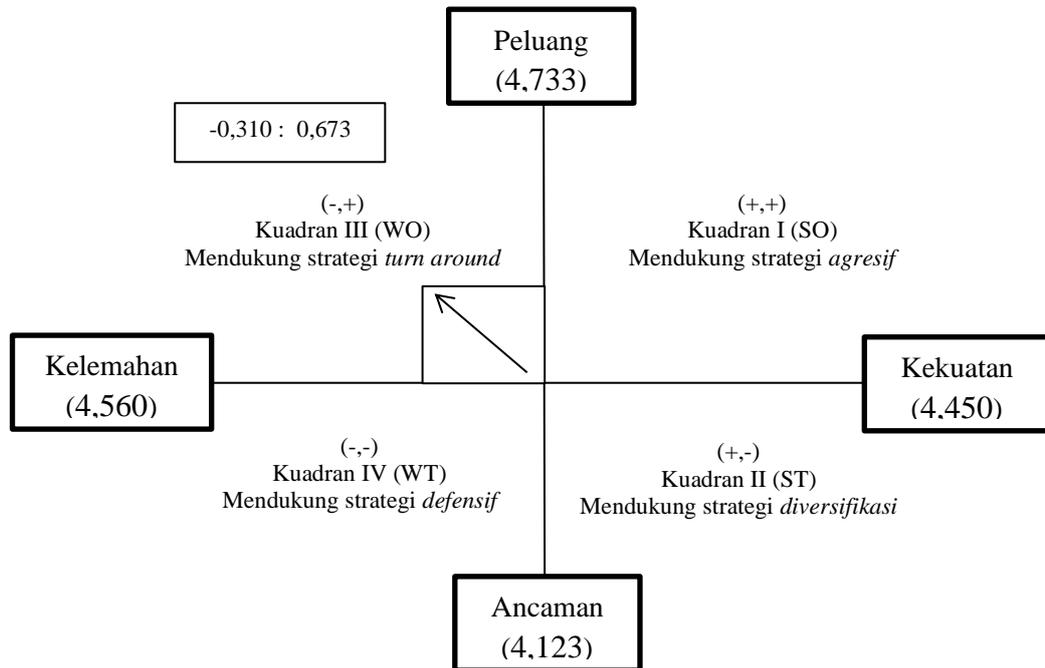
2	Keberadaan pesaing baik dalam kota sendiri maupun luar kota	0.2	3.73	0.75
3	Adanya tingkat inflasi sedikit banyak akan mempengaruhi kegiatan usaha	0.25	4.53	1.13
4	Lahan usaha yang mulai bergeser kepada usaha lain yang lebih menjanjikan	0.3	3.80	1.14
	<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>4.120</b>

#### D. Urgensi Faktor Internal dan Eksternal

Setelah mee melakukan analisis faktor internal dan eksternal maka selanjutnya melakukan analisa urgensi faktor internal dan eksternal. Untuk menentukan strategi mana yang lebih tepat untuk digunakan dalam menentukan strategi pengembangan usaha pedagang ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara Kota Padang.

Dari tabel matriks SWOT dapat dilihat bahwa penilaian faktor internal yaitu dengan mempertimbangkan aspek kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal dengan mempertimbangkan aspek peluang dan ancaman, diperoleh skor sebagai berikut:

1. Skor kekuatan (S) adalah 4,393 sedangkan skor kelemahan (W) adalah 4,703 sehingga bila S-W yang merupakan sumbu X adalah - 0,310
2. Skor peluang (O) adalah sebesar 4,793 sedangkan skor ancaman (T) adalah 4,120 sehingga bila O-T yang merupakan sumbu Y adalah 0,673



**Gambar 1**  
**Kuadran Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Ikan Segar laut di Kecamatan Padang Utara Kota Padang.**

Koordinat sumbu X (S-W) dan sumbu Y (O-T) ditetapkan pada diagram analisis SWOT sehingga dapat diketahui strategi yang lebih tepat untuk digunakan dalam menentukan strategi pengembangan usaha pedagang ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara Kota Padang berada pada kuadran III yang artinya adalah mendukung *Turn Around Strategy* (strategi memutar balik) yaitu mencapai peluang bagi pedagang segar laut di Kecamatan Padang utara yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal pedagang segar laut di Kecamatan Padang Utara sehingga dapat meningkatkan strategi pengembangan yang lebih baik (*turn around*) seperti yang disajikan pada gambar 1.

Berdasarkan gambar kuadran strategi pengembangan usaha pedagang ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara Kota Padang (gambar 1) di atas, dapat diketahui strategi yang baik untuk dilaksanakan adalah strategi yang memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan (Strategi W-O). -0,310:0,673 berada di posisi kuadran III yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

Strategi pengembangan yang tepat untuk digunakan dalam menentukan strategi pengembangan usaha pedagang ikan segar laut di Kecamatan Padang Utara Kota Padang diperoleh dengan menggunakan matrik SWOT. Strategi WO dalam kuadran ini organisasi menghadapi tantangan yang cukup berat, karena tidak mempunyai peluang kecil untuk tumbuh, kekuatannya mulai menurun dan kondisi internal lemah, maka perlu pencutian kegiatan selama memperbaiki kelemahan

pedagang segar laut di Kecamatan Padang Utara sesuai dengan posisi kuadran strategi yang cocok dilaksanakan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.

Setelah dilakukan perhitungan SWOT maka strategi yang baik untuk digunakan adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya peluang kemungkinan adanya diversifikasi produk (ikan segar diolah menjadi bermacam produk seperti nugget, ikan salai, bakso, dll) kita dapat menstabilkan harga produk sehingga hal tersebut menjadi solusi untuk harga produk yang berfluktuasi tergantung musim
2. Dengan adanya peluang peran pemerintah yang mendukung dengan banyaknya bantuan yang diberikan untuk nelayan maka dapat membantu peningkatan promosi produk dan untuk meningkatkan sumberdaya manusia kurang memadai (dalam segi pendidikan)
3. Dengan adanya aspek pemasaran yang cukup baik dapat dijadikan sebagai solusi untuk Kondisi tempat jual beli yang seadanya, kurang memperhatikan higienis salah satu aspek pemasaran dalam menggunakan sosial media yang saat ini sedang tren dan menarik minat masyarakat.

Dengan adanya peluang kemungkinan adanya diversifikasi produk (ikan segar diolah menjadi bermacam produk seperti nugget, ikan salai, bakso, dll) maka dapat sebagai solusi untuk masalah cepatnya penurunan mutu ikan. Sebagaimana kita ketahui bahwa ikan merupakan komoditi yang cepat mengalami pembusukan (*perishable food*). Pembusukan disebabkan oleh enzim, baik dari ikan itu sendiri maupun mikroba dan proses ketengikan (*rancidity*). Kadar air ikan yang tinggi mempercepat proses perkembangbiakan mikroorganisme pembusuk yang terdapat di dalamnya. Daya tahan ikan segar yang tidak lama, menjadi kendala dalam usaha perluasan pemasaran hasil perikanan. Bahkan sering menimbulkan kerugian besar pada saat produksi ikan melimpah. Oleh karena itu, sejak lama masyarakat berusaha melakukan berbagai macam proses pengolahan pasca panen ikan guna meminimalkan kendala tersebut. Pada dasarnya proses pengolahan pasca panen ikan bertujuan untuk mengurangi kadar air dalam daging ikan. Penurunan kadar air ini bisa menghambat perkembangbiakan mikroorganisme dalam daging ikan sehingga produk olahan ikan akan memiliki daya tahan lebih lama dibandingkan daging ikan segarnya. Terdapat bermacam-macam cara pengolahan pasca panen ikan, mulai dari cara tradisional sampai modern, (Legiscra, 2013).

Dengan adanya peluang peran pemerintah yang mendukung dengan banyaknya bantuan yang diberikan untuk nelayan maka dapat membantu peningkatan promosi produk dan untuk meningkatkan sumberdaya manusia yang saat ini masih kurang memadai (dalam segi pendidikan). Setiyorini *et al.*, (2018) menjelaskan bahwa kerjasama yang baik dengan instansi pemerintahan juga perlu dilakukan untuk membangun kesepahaman mengenai kebutuhan UMKM yang dapat dijumpai oleh pemerintah dengan cara penetapan kebijakan yang mendukung perkembangan sektor UMKM dalam hal ini bisa melibatkan KKP, Kemenkop dan Kemenperindag.

Dengan adanya aspek pemasaran yang cukup baik dapat dijadikan sebagai solusi untuk kondisi tempat jual beli yang seadanya, kurang memperhatikan higienis salah satu aspek pemasaran dalam menggunakan social media yang saat ini sedang tren dan menarik minat masyarakat. Pentingnya penggunaan media online dalam

peningkatan penjualan dapat terlihat dalam (Celuch *et al.*, 2017) Penggunaan internet untuk bisnis secara online telah tumbuh dengan pesatnya. Total nilai perdagangan barang dan jasa dunia melalui e-commerce mencapai \$4,3 triliun pada tahun 2004. Tingkat pertumbuhan perdagangan via internet dari tahun 2001 hingga 2005 mencapai 68% di Amerika Serikat, Eropa 91%, dan Asia 109%. Menariknya, 85% dari perusahaan yang melibatkan perdagangan online tersebut adalah usaha berskala kecil dan menengah.

## SIMPULAN

Strategi pengembangan usaha pedagang ikan laut segar di Kecamatan Padang Utara Kota Padang yang dapat membantu pedagang dalam menghadapi persaingan pasar dan meningkatkan penjualan di masa yang akan datang adalah strategi *Turn Around* yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mencapai peluang. Strategi yang harus dilakukan dalam meminimalkan kelemahan (internal) adalah meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial, peningkatan sumberdaya manusia (pengetahuan) dengan cara pelatihan dan penyuluhan terhadap pedagang ikan laut segar, memperbaiki kondisi tempat jual beli yang saat ini masih dalam keadaan yang kurang memperhatikan higienis guna mencapai peluang (*opportunity*) berupa peningkatan penjualan, perluasan daerah pemasaran, dukungan dari pemerintah, serta peningkatan diversifikasi produk.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih Kepada Pihak yang telah mensupport peneliti semangat untuk membuat penelitian sehingga dapat melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., A. Munzir & M. A. Mustapha. 2018. Analisis Faktor Prosuksi Usaha Budidaya Ikan Lele (*Clarias gariepinus*) di Kota Padang Sumatera Barat. Article of Undergraduate Research, Faculty of Post Graduate, Bung Hatta University. 13 (1):1-10.
- Aisyah, S., A. Munzir & U. Bulanin. 2016. Analisis Teknis Dan Ekonomis Usaha Budidaya Ikan Hias Mas KoI (*Cyprinus carpio* Linn) di Kota Padang Sumatera Barat. Article of Undergraduate Research, Faculty of Fisheries and Marine Science, Bung Hatta University. 9 (1) : 1-13.
- Aisyah, S., A. Munzir., M. A. Mustapha & A. Putra. 2020. Analysis of Pond Land Suitability for Catfish Cultivation using GIS in Padang City. International Journal of Management and Humanities (IJMH). 4 (9): 70-74.
- Celuch, K., Goodwin, S., & Taylor, S. A. 2017. Understanding Small Scale Industrial User Internet Purchase and Information Management Intentions. Industrial Marketing Management, 36(1): 211–221.
- Dinas Perikanan dan Kelautan Kota Padang. 2017. Perikanan Kota Padang dalam Angka. DKP Kota Padang.
- Irnawati, R., Surilayani, D., Susanto, A., Rahmawati, A., Munandar, A., Mardiah, R.S., Nurdin, H.S. 2020. Analisis Penentuan Lokasi Basis Perikanan Teri dan Jalur Pemasarannya di Provinsi Banten. Jurnal. Sosek Kp Vol. 15 No. 2 Desember 2020: 159-168.

- Legrisca, M., M.R Yantu dan A. Laapo. 2013. Pengembangan Strategi Pemasaran Abon Ikan UKMSri Rejeki: Pendekatan Marketing Mix. e-J. Agrotekbis 1 (3) : 250-258.ISSN : 2338-3011.
- Pendapatan Daerah Regional Bruto. 2017. PDRB Kota Padang.
- Rangkuti, F. 2012. Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21). Cetakan keenam Pt Gramedia. Jakarta.
- Setiyorini, E.S dan Noorachmat, B.P. 2018. Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan pada UMKM Cindy Group. Manajemen IKM (19-28) *ISSN* 2085-8418. *Vol.* 13 No. 1.