

# Analisis Pengembangan Produk Ikan Pindang Bandeng (Studi Kasus: UMKM Pindang Pelem)

**Junianto\*, Lisa Gabriela, Denis Setia Prismayana, Firly Ryan Nouvaly**

Program Studi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Padjadjaran, Indonesia

\*Koresponden email: junianto@unpad.ac.id

Diterima: 12 April 2025

Disetujui: 18 April 2025

## Abstract

The growing demand for salted milkfish products is driving innovation in product development to meet diverse consumer preferences. Product development strategies enable companies to remain competitive and attract more potential consumers. This research aims to analyze the development of brine milkfish products covering aspects such as raw materials, processing methods, product variations, packaging and marketing strategies at UMKM Pindang Pelem. The research adopts a survey method using purposive sampling techniques. The data are analyzed descriptively to provide a clear overview of the research findings. The results show that UMKM Pindang Pelem has developed its procurement of milkfish by expanding the selection of suppliers located near the production site. Processing methods have been improved by improving the cleanliness of raw milkfish, adding flavor enhancers and spices during brining, and extending the brining time. UMKM Pindang Pelem has shifted to using convenient packaging such as combinations of styrofoam plates, banana leaves and plastic wrap, as well as foam food containers and thin-walled boxes. Their marketing strategy has used WhatsApp platforms for promotion and market segment expansion.

**Keywords:** *product development; milkfish brine; umkm pindang pelem*

## Abstrak

Peningkatan permintaan terhadap produk ikan pindang bandeng mendorong inovasi dalam pengembangan produk untuk memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Strategi pengembangan produk memungkinkan pelaku usaha bertahan dalam persaingan yang kompetitif serta menarik lebih banyak konsumen potensial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan produk ikan pindang bandeng mencakup aspek bahan baku, proses pengolahan, variasi produk, kemasan produk, dan strategi pemasaran produk pada UMKM Pindang Pelem. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah survei dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data penelitian dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai temuan penelitian ini. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Pindang Pelem telah melakukan pengembangan pada pengadaan bahan baku ikan bandeng yang digunakan dalam pemindangan dengan memperbanyak pilihan *supplier* yang berlokasi dekat dari rumah produksi UMKM Pindang Pelem. Proses pengolahan juga dikembangkan dengan meningkatkan kebersihan bahan baku ikan bandeng yang digunakan, menambahkan penyedap rasa dan rempah-rempah pada proses pemindangan, serta memperpanjang durasi pemindangan. UMKM Pindang Pelem telah beralih kepada penggunaan kemasan praktis, seperti kombinasi *styrofoam plates*, daun pisang, dan plastik *wrap*, serta penggunaan kemasan *foam food containers* dan *thinwall* kotak. Strategi pemasaran UMKM Pindang Pelem telah memanfaatkan *platform* WhatsApp untuk melakukan promosi dan memperluas segmen pasar.

**Kata Kunci:** *pengembangan produk; ikan pindang bandeng; umkm pindang pelem*

## 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara maritim yang memiliki potensi sumber daya perikanan yang melimpah. Potensi produksi lestari perikanan Indonesia mencapai 67 juta ton per tahun, terdiri atas potensi produksi perikanan tangkap sebesar 10,2 juta ton per tahun dan potensi perikanan budidaya sebesar 56,8 juta ton per tahun [1]. Potensi ini dapat mendukung ketahanan pangan nasional dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat apabila dimanfaatkan secara optimal. Sektor pengolahan hasil perikanan memiliki peranan penting dalam mengoptimalkan pemanfaatan potensi sumber daya perikanan, terutama dalam menciptakan produk perikanan yang bernilai tambah melalui peningkatan umur simpan, keamanan pangan, dan kualitas komoditas perikanan [2].

Pemindangan ikan merupakan salah satu teknik pengolahan hasil perikanan secara tradisional yang cukup populer di Indonesia [3]. Proses pemindangan adalah metode pengolahan ikan dengan cara merebus

ikan dalam suasana bergaram pada suhu 100°C selama 2 hingga 3 jam [4], [5]. Tujuan pemindangan adalah untuk membunuh dan menghilangkan mikroorganisme yang dapat mempengaruhi mutu dan daya simpan produk. Proses pemindangan menghasilkan produk ikan pindang yang memiliki cita rasa gurih dan asin [5].

Konsumsi ikan pindang di Indonesia meningkat dari 35,21 kg per kapita per tahun pada tahun 2013 menjadi 47,12 kg per kapita per tahun pada tahun 2019 [6]. Salah satu jenis ikan yang dapat diolah menjadi ikan pindang adalah ikan bandeng [7]. Ikan bandeng (*Chanos chanos*) merupakan salah satu komoditas perikanan yang memiliki cita rasa yang gurih, sehingga banyak diminati oleh masyarakat [8]. Kandungan protein ikan bandeng mencapai 24%, asam lemak tak jenuh sebesar 32%, serta mengandung berbagai mineral makro dan mikro seperti kalsium (Ca), magnesium (Mg), natrium (Na), kalium (K), besi (Fe), seng (Zn), tembaga (Cu), dan mangan (Mn) [9]. Selain itu, harga ikan bandeng terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat.

Peningkatan permintaan terhadap produk ikan pindang bandeng di masyarakat mendorong berkembangnya preferensi konsumen yang mengharuskan inovasi dalam pengembangan produk ikan pindang bandeng. Pengembangan produk merupakan strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha untuk melengkapi produk yang dimiliki dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang beragam. Pengembangan produk memungkinkan pelaku usaha untuk bertahan dalam iklim persaingan yang ketat untuk menarik lebih banyak konsumen potensial, sejalan dengan perubahan preferensi konsumen terhadap suatu produk [10]. Pengembangan produk melibatkan strategi dan proses menciptakan produk baru, memperbaiki produk yang sudah ada, atau menambah fungsi produk untuk menjangkau segmen pasar. Proses pengembangan produk baru mencakup serangkaian tahap yang kompleks, mulai dari penciptaan ide, penyaringan konsep, pengembangan strategi pemasaran, hingga tahap komersialisasi [11]. Pengembangan produk penting untuk menciptakan keunggulan produk dan memastikan produk sukses di pasar.

UMKM Pindang Pelem merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi ikan pindang bandeng di Desa Rancaekek Kulon, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. UMKM Pindang Pelem beroperasi sejak tahun 1974 sebagai penghasil ikan pindang bandeng dengan cita rasa dan aroma yang khas untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat sekitar Kecamatan Rancaekek. Eksistensi UMKM Pindang Pelem selama lima dekade menunjukkan keberlanjutan serta kemampuan usaha ini dalam melakukan pengembangan produk ikan pindang bandeng sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan preferensi konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengembangan produk ikan pindang bandeng mencakup aspek bahan baku, proses pengolahan, variasi produk, kemasan produk, dan strategi pemasaran produk pada UMKM Pindang Pelem.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2024 di rumah produksi UMKM Pindang Pelem. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dari lokasi tertentu yang bersifat alami di mana peneliti melakukan intervensi dalam proses pengumpulan data, seperti melalui kuesioner, tes, wawancara terstruktur, dan metode lainnya [12].

Penelitian ini mengumpulkan data mencakup data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi, pencatatan, dan wawancara langsung di lokasi penelitian, sedangkan data sekunder dihasilkan dari kajian terhadap jurnal ilmiah dan sumber literatur lainnya. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini untuk memilih responden. Responden penelitian yang dipilih adalah kepala produksi dan karyawan UMKM Pindang Pelem yang memiliki pengetahuan dan pengalaman khusus dalam pengembangan produk ikan pindang. Data hasil penelitian dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai temuan penelitian ini.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### Profil UMKM Pindang Pelem

UMKM Pindang Pelem merupakan salah satu unit usaha kategori mikro, kecil, dan menengah yang memproduksi ikan pindang. UMKM Pindang Pelem didirikan oleh Alm. Ayi Nurhayati pada tahun 1974. Rumah produksi UMKM Pindang Pelem berlokasi di Jl. Letnan Adun, Kampung Aprak, RT 06/RW 05, Desa Rancaekek Kulon, Kecamatan Rancaekek Kulon, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Produksi ikan pindang di UMKM Pindang Pelem bervariasi, mencakup berbagai jenis ikan seperti ikan pindang bandeng, tongkol, deles, salem, tuna, serta berbagai jenis ikan lainnya. Ikan pindang bandeng memiliki keunggulan dalam hal nilai tambah yang tinggi, kandungan nutrisi yang kaya, serta potensi pasar yang luas sehingga menjadi pilihan strategis dalam pengembangan produk pada UMKM Pindang Pelem. Keberadaan UMKM Pindang Pelem telah berkontribusi terhadap pengembangan produk dalam industri pengolahan

perikanan, penyediaan produk berkualitas bagi konsumen, serta peningkatan perekonomian masyarakat lokal.

### **Pengembangan Produk Ikan Pindang Bandeng**

#### **1) Bahan Baku**

Bahan baku merupakan faktor penting dalam suatu kegiatan produksi karena berperan sebagai sumber utama yang mendukung kelancaran proses produksi. Oleh karena itu, pengelolaan persediaan bahan baku perlu dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan produksi. Badan usaha dapat meminimalkan biaya produksi melalui manajemen persediaan bahan baku untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh [13]. Pemilihan *supplier* yang tepat dalam manajemen persediaan bahan baku sangat mempengaruhi kelancaran proses produksi dan kualitas hasil akhir, sehingga suatu badan usaha perlu memastikan bahwa keputusan pemilihan *supplier* dapat mendukung pencapaian standar produksi yang optimal. UMKM Pindang Pelem mengembangkan pengadaan bahan baku dalam produksi ikan pindang bandeng dengan memperbanyak pilihan *supplier* untuk mengantisipasi kekurangan bahan baku, sekaligus mengurangi biaya transportasi dan meningkatkan efisiensi waktu dengan memilih pemasok yang lebih dekat dengan lokasi produksi. Sumber pengadaan bahan baku ikan bandeng pada masa awal produksi hanya berasal dari satu *supplier* yang berada di Pasar Induk Caringin (Kota Bandung). Namun, saat ini terdapat beberapa *supplier* yang dipilih sebagai sumber pengadaan bahan baku ikan bandeng, meliputi *supplier* yang berada di Pasar Parakan Muncang (Kecamatan Cimanggung), Jalan Percobaan (Kecamatan Cileunyi) serta Komplek Bumi Panyawangan (Kecamatan Cileunyi). Strategi pemilihan *supplier* terdekat dari lokasi produksi berdampak pada efisiensi biaya dan waktu pengiriman bahan baku ikan bandeng di UMKM Pindang Pelem, sehingga memastikan kelancaran rantai pasokan bahan baku yang lebih optimal.

#### **2) Proses Pengolahan**

Pengembangan proses pengolahan ikan pindang bandeng di UMKM Pindang Pelem dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk dan mengurangi aroma amis yang sering menjadi kendala dalam pengolahan ikan. Proses pemindangan pada masa awal produksi melibatkan pencucian dan penyisikan ikan yang masih memiliki isi perut sehingga berpotensi menyisakan bau tidak sedap dan mempengaruhi cita rasa. Pengembangan terbaru dalam proses pengolahan produk ikan pindang bandeng di UMKM Pindang Pelem adalah seluruh isi perut ikan dikeluarkan setelah penyisikan kemudian dilakukan pencucian dengan air mengalir untuk meningkatkan kebersihan dan kualitas sensorik produk sehingga lebih disukai oleh konsumen. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kebersihan, tetapi juga dapat menghasilkan produk ikan pindang bandeng yang lebih tahan lama [3]. Produk ikan pindang bandeng yang dihasilkan oleh UMKM Pindang Pelem mampu bertahan pada suhu ruang selama tiga hari, sedangkan penyimpanan dalam kondisi dingin menggunakan kulkas dapat memperpanjang masa simpan produk ikan pindang bandeng hingga 1 minggu.

Pengembangan proses pengolahan melalui modifikasi formulasi produk sangat penting untuk menciptakan produk yang dapat diterima oleh konsumen, baik dari perspektif cita rasa maupun aspek ekonomi [4]. UMKM Pindang Pelem telah mengembangkan formulasi produk ikan pindang bandeng dengan melakukan modifikasi pada bahan-bahan yang digunakan. Pengolahan ikan pindang bandeng di UMKM Pindang Pelem pada awal produksi hanya memanfaatkan garam sebagai bahan utama untuk memberikan rasa. Namun, saat ini sudah ditambahkan penyedap rasa seperti MSG, gula, kunyit, serta rempah-rempah seperti bawang merah, bawang putih, jahe, lengkuas, serai, dan daun salam untuk meningkatkan kualitas sensorik dari produk ikan pindang bandeng. Penambahan penyedap rasa serta rempah-rempah memperkaya cita rasa dan aroma produk ikan pindang bandeng, sehingga menghasilkan produk yang lebih disukai oleh konsumen UMKM Pindang Pelem.

Waktu pemindangan ikan pada umumnya berkisar antara 2 hingga 3 jam [5]. Namun, proses pemindangan ikan pada UMKM Pindang Pelem mengalami modifikasi, di mana waktu pemindangan ditetapkan selama 4 hingga 5 jam. Peningkatan durasi pemindangan ini bertujuan untuk mendapatkan tekstur yang lebih baik dan menghilangkan aroma amis. Peningkatan durasi pemindangan menyebabkan penurunan kadar air pada daging ikan sehingga tekstur produk ikan pindang bandeng menjadi lebih khas dan padat [4]. Semakin lama proses pemindangan menyebabkan tingkat kematangan daging ikan yang dikukus akan meningkat, sehingga rasa khas ikan semakin terasa [15]. Proses pemindangan di UMKM Pindang Pelem pada masa awal produksi hanya menggunakan kompor kayu, tetapi saat ini proses pemindangan sudah memanfaatkan kompor gas. Hal ini bertujuan agar proses pemindangan menjadi lebih efisien. Penerapan proses pengolahan yang lebih baik dalam proses pengolahan ikan pindang bandeng di

UMKM Pindang Pelem menghasilkan produk ikan pindang bandeng yang lebih berkualitas, bersih, dan menarik bagi konsumen sehingga memperkuat daya saing UMKM Pindang Pelem di pasar.

### 3) Variasi Produk

Pengembangan variasi produk secara berkelanjutan dilakukan untuk mengikuti perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah [16]. Variasi produk merujuk pada proses penciptaan produk yang memiliki beragam karakteristik, baik dari segi ukuran, harga, maupun desain visualnya. UMKM Pindang Pelem mengimplementasikan variasi harga dalam penjualan produk ikan pindang bandeng. Harga memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli suatu produk. Penentuan harga yang tepat tidak hanya berkontribusi pada daya tarik produk, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap tingkat penjualan dan posisi kompetitif di pasar [17]. Produk ikan pindang bandeng di UMKM Pindang Pelam hanya dijual per 1 ekor dengan harga Rp6.000,00 pada masa awal produksi. Namun, saat ini tersedia tambahan variasi pembelian per 3 ekor dengan harga Rp15.000,00 dan per 1 kg dengan harga Rp25.000,00, serta penawaran harga khusus untuk pembelian dalam jumlah besar. Penetapan harga disesuaikan dengan jenis dan jumlah ikan untuk memberikan konsumen pilihan yang lebih fleksibel dan terjangkau sesuai dengan kebutuhan mereka. Strategi pengembangan variasi harga mempermudah aksesibilitas produk bagi konsumen serta meningkatkan daya saing UMKM Pindang Pelem dalam industri pengolahan ikan pindang bandeng yang semakin kompetitif.

### 4) Kemasan Produk

Pemilihan jenis kemasan dapat secara signifikan mempengaruhi sentimen konsumen terhadap suatu produk, sehingga mendorong keputusan pembelian produk [18]. Pengembangan kemasan produk ikan pindang bandeng di UMKM Pindang Pelem telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Kemasan yang digunakan oleh UMKM Pindang Pelem pada masa awal produksi hanya sebatas memanfaatkan kertas nasi yang umum digunakan penjual produk ikan pindang bandeng di pasar. UMKM Pindang Pelem pada saat ini telah mengadopsi berbagai jenis kemasan yang lebih praktis, seperti kombinasi *styrofoam plates* dan plastik *wrap*, *foam food containers*, dan *thinwall* kotak. Penggunaan kemasan ini bertujuan untuk mempertahankan kualitas sensori produk dengan menyesuaikan ukuran ikan pindang bandeng yang beragam. UMKM Pindang Pelem juga mengembangkan penggunaan daun pisang dalam mengemas produk ikan pindang bandeng karena dianggap efektif dalam mempertahankan aroma produk sehingga memberikan kualitas sensori yang disukai oleh konsumen. Pengemasan higienis menggunakan bahan organik seperti daun pisang dapat secara efektif mempertahankan kesegaran ikan dengan melindungi dari kontaminasi dan menjaga kelembaban serta aroma produk [2]. Pengembangan kemasan produk ikan pindang di UMKM Pindang Pelem tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas produk dan kepuasan konsumen.



(1)

(2)

(3)

**Gambar 1.** Pengembangan Kemasan Produk (1) Kemasan Kertas Nasi, (2) Kemasan Kombinasi (*Styrofoam Plates*, Daun Pisang, dan Plastik *Wrap*), (3) Kemasan *Thinwall* Kotak.

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2024)

### 5) Strategi Pemasaran Produk

Pengembangan pemasaran produk ikan pindang bandeng di UMKM Pindang Pelem menunjukkan transformasi dalam strategi promosi. Pemasaran produk ikan pindang bandeng di UMKM Pindang Pelem pada masa awal produksi bergantung pada metode *word of mouth*, di mana informasi mengenai produk disebarluaskan secara lisan di antara konsumen lokal. *Word of mouth* merupakan saluran komunikasi informal yang melibatkan interaksi antara teman, tetangga, rekan kerja, dan anggota keluarga [19]. Metode *word of mouth* sangat efektif karena membangun kepercayaan konsumen terhadap suatu produk melalui individu

yang tidak memiliki kepentingan finansial dalam memberikan rekomendasi tersebut. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi pada saat ini membuat UMKM Pindang Pelem memanfaatkan *platform* WhatsApp sebagai alat promosi. Penggunaan WhatsApp tidak hanya memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan responsif dengan pelanggan, tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam penyampaian informasi tentang produk dan penawaran spesial [20]. Pemanfaatan *platform* WhatsApp sebagai alat promosi produk pindang memungkinkan UMKM Pindang Pelem dapat menjangkau konsumen secara lebih luas.

Selain perubahan dalam metode promosi, target pemasaran UMKM Pindang Pelem juga telah diperluas untuk meningkatkan volume penjualan produk ikan pindang. Produk ikan pindang bandeng pada masa awal produksi hanya dijual kepada tetangga dan konsumen di pasar lokal. UMKM Pindang Pelem pada saat ini memperluas segmentasi pasar dengan menjalin kemitraan dengan berbagai penyedia jasa katering, warung tegal (warteg), dan dapur pesantren. Strategi perluasan pasar tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperkuat posisi produk di pasar yang lebih besar [21]. Perluasan pangsa pasar menjadikan UMKM Pindang Pelem sebagai salah satu penyedia ikan pindang bandeng yang kompetitif dan dikenal di kalangan konsumen yang lebih beragam.

#### 4. Kesimpulan

UMKM Pindang Pelem telah melakukan pengembangan produk pada aspek bahan baku, proses pengolahan, variasi produk, kemasan produk, dan strategi pemasaran yang memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha dalam produksi ikan pindang bandeng. Pengadaan bahan baku ikan bandeng pada masa awal produksi hanya bersumber dari satu pemasok di Pasar Induk Caringin (Kota Bandung), tetapi saat ini pengadaan tersebut diperluas dengan melibatkan beberapa pemasok yang berlokasi di Pasar Parakan Muncang (Kecamatan Cimanggung), Jalan Percobaan (Kecamatan Cileunyi), dan Komplek Bumi Panyawangan (Kecamatan Cileunyi).

Pengembangan proses pengolahannya dilakukan dengan peningkatan kebersihan bahan baku, penambahan bumbu-bumbu, perpanjangan waktu pemindangan (pemanasan), dan perubahan penggunaan bahan bakar yaitu dari kayu ke gas. Pengembangan proses pengolahan ini menghasilkan produk ikan pindang bandeng yang lebih berkualitas, bersih, dan menarik bagi konsumen sehingga memperkuat daya saing UMKM Pindang Pelem di pasar. UMKM Pindang Pelem juga mengembangkan variasi harga dan penawaran harga khusus untuk pembelian dalam jumlah besar. Strategi pengembangan variasi harga mempermudah aksesibilitas produk bagi konsumen serta meningkatkan daya saing UMKM Pindang Pelem dalam industri pengolahan ikan pindang bandeng yang semakin kompetitif. Selain itu UMKM Pindang Pelem juga menganti kemasan yang digunakan yaitu dari kertas nasi ke kemasan styrofoam plates, plastik wrap, serta penggunaan kemasan seperti *foam food containers* dan *thinwall kotak*.

Pengembangan kemasan ini berkontribusi pada peningkatan kualitas produk dan kepuasan konsumen. Strategi pemasaran UMKM Pindang Pelem juga mengalami inovasi atau pengembangan, pada masa awal produksi bergantung pada word of mouth, tetapi UMKM Pindang Pelem pada saat ini sudah memanfaatkan platform WhatsApp untuk melakukan promosi dan memperluas segmen pasar. UMKM Pindang Pelem telah menjalin kemitraan dengan katering, warung tegal, dan dapur pesantren. Perluasan pangsa pasar menjadikan UMKM Pindang Pelem sebagai salah satu penyedia ikan pindang bandeng yang kompetitif dan dikenal di kalangan konsumen yang lebih beragam.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada UMKM Pindang Pelem atas kesediaannya untuk menerima kunjungan serta memberikan informasi yang membantu penulis dalam melaksanakan penelitian ini.

#### 6. Referensi

- [1] A. R. Sinaga and I. Kusumanti, "Perubahan Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Pada Pelaku Usaha Ikan Olahan Selama Kondisi Pandemi Covid-19," *Jurnal Sains Terapan : Wahana Informasi dan Alih Teknologi Pertanian*, vol. 11, no. 2, pp. 20–2, 2021, doi: <https://doi.org/10.29244/jstsv.11.2.20-32>.
- [2] Yasnidar, T. Hasan, S. Helena, S. I. Nurdiansyah, and Warsidah, "Peningkatan Mutu Produk Ikan Tongkol Asap Melalui Sosialisasi Teknik Pengemasan pada Poklashar Marniati Di Wilayah Desa Tritiro," *Jurnal PKM Bina Bahari*, vol. 2, no. 2, pp. 22–30, 2023, doi: <https://doi.org/10.26418/binabahari.v2i2.37>.
- [3] L. Gabriela and Junianto, "Analisis Nilai Tambah dan Manajemen Industri Ikan Pindang Tongkol di Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung (Studi Kasus: UMKM Pindang Pelem)," *Jurnal*

- Serambi Engineering, vol. IX, no. 4, pp. 10639–10647, 2024, doi: <https://jse.serambimekah.id/index.php/jse/article/view/439>.
- [4] M. L. Fadhli, Romadhon, and Sumardianto, “Karakteristik Sensori Pindang Ikan Kembung (*Rastrelliger* sp.) Dengan Penambahan Garam Bledug Kuwu,” *Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan*, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2020, doi: <https://doi.org/10.14710/jitpi.2020.8082>.
- [5] R. Fitriani, Zulfiani, and S. Amilia, “Produksi Pemindangan Ikan Tongkol Variasi Konsumsi Olahan untuk Meningkatkan pendapatan Masyarakat Gampong Aceh Kabupaten Aceh Timur,” *Nawadeepa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 96–103, 2023, doi: 10.58835/nawadeepa.v2i3.215.
- [6] Nadya, M. Karim, and P. S. Lenggono, “Strategi Pemasaran Ikan Pindang Dan Layang di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : UMKM Lima Putra Sejahtera, Jakarta Selatan),” *Jurnal Bioindustri*, vol. 4, no. 2, pp. 120–134, 2022, doi: <https://doi.org/10.31326/jbio.v4i2.1013>.
- [7] H. Kristianto *et al.*, “Kajian Awal Pengawetan Ikan Pindang Bandeng dan Mojang Dengan Pengemasan Vakum di Desa Cukanggenteng,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 23, no. 2, pp. 268–273, 2017, doi: <https://doi.org/10.24114/jpkm.v23i2.7026>.
- [8] F. Alyani, W. F. Ma'ruf, and A. D. Anggo, “Pengaruh Lama Perebusan Ikan Bandeng (*Chanos Chanos* Forsk) Pindang Goreng Terhadap Kandungan Lisin Dan Protein Terlarut,” *Jurnal Pengolahan dan Bioteknologi Hasil Perikanan*, vol. 5, no. 1, pp. 88–93, 2016, doi: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpbhp/article/view/10829>.
- [9] Hafiludin, “Analisis Kandungan Gizi Pada Ikan Bandeng Yang Berasal dari Habitat yang Berbeda,” *Jurnal Kelautan*, vol. 8, no. 1, pp. 37–43, doi: <https://journal.trunojoyo.ac.id/jurnalkelautan/article/view/811/717>.
- [10] Y. Nurendah and A. Mekaniwati, “Inovasi Kemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi Kunci Pengembangan Produk UMKM Kota Bogor,” *Jurnal Abdimas Dediaksi Kesatuan*, vol. 1, no. 1, pp. 21–28, 2020, doi: <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jadkes/article/view/1647>.
- [11] D. Hananto, M. S. Firozji, R. Djalil, H. Handaru, B. Sutiawan, and H. A. Alfaiza, “Strategi Pengembangan Produk Baru Dalam Lingkungan Bisnis Yang Kompetitif: Tantangan, Pendekatan, dan Keberhasilan,” *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, vol. 1, no. 3, pp. 4694–4700, 2024, doi: <https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/682>.
- [12] S. Bahrun, S. Alifah, and S. Mulyono, “Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Web,” *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika (TRANSISTOR EI)*, vol. 2, no. 2, pp. 81–88, 2017, doi: <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/EI/article/view/3054/2208>.
- [13] G. Marvin Kansil, A. Hasan Jan, and J. J. Pondaag, “Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Ikan Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ) Pada Restoran D’fish Mega Mas Manado,” *Jurnal EMBA*, vol. 7, no. 4, pp. 4767–4776, 2019, doi: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/embra/article/view/25427>.
- [14] S. Kadaryati, M. Arinanti, and Y. Afriani, “Formulation and Sensory Test of Seasoning Agent using Oyster Mushroom (*Pleurotus ostreatus*),” *Agritech*, vol. 41, no. 3, pp. 285–293, 2021, doi: 10.22146/agritech.51356.
- [15] E. K. Harimurti, M. Sudjatinah, and I. Fitriana, “Pengaruh Perbedaan Waktu Pengukusan Pada Proses Pemindangan Ikan Kembung Terhadap Sifat Fisik, Kimia dan Organoleptik,” *Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, vol. 15, no. 1, pp. 1–7, 2021, doi: <https://repository.usm.ac.id/files/journalmhs/D.111.16.0105-20210915113813.pdf>.
- [16] A. Widianro, A. Samsuri, and S. Hariyanti, “Strategi Variasi Produk dalam Mengembangkan Usaha Kedai Kopi,” *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, vol. 7, no. 2, pp. 91–104, 2022, doi: 10.30762/istithmar.v6i1.33.
- [17] T. Hidayat, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 17, no. 2, pp. 95–105, 2020, doi: <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/download/34783/14324>.
- [18] Badri, Pratisti, and A. S. Putri, “Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri,” *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 347–353, 2022, doi: 10.54259/pakmas.v2i2.1268.
- [19] L. Sulistiawati, Guasmin, and C. Raheni, “Strategi Pemasaran Melalui Word Of Mouth (WOM) terhadap Penjualan Daging Sapi Usaha Dagang Pak Kasman Desa Kotapulu Kecamatan Dolo,” *Jurnal Kolaboratif Sains*, vol. 5, no. 7, pp. 441–449, 2022, doi: <https://doi.org/10.56338/jks.v5i7.2598>.

- 
- [20] D. Diandra and Paidi, "Peran Aplikasi WhatsApp Dalam Pemasaran: State of The Art," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, vol. 4, no. 2, pp. 1–11, 2022, doi: <https://journal.paramadina.ac.id/index.php/madani/article/view/589>.
  - [21] S. M. Wakiden, R. A. Isa, and A. Juanna, "Strategi Perluasan Pasar Pada Penjualan Ikan Asin Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Penjualan Ikan Asin Di Desa Torosiaje Kecamatan Popayato Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo)," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 703–711, 2022, doi: <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/16534>.