

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA IKAN SALAI LELE (*Clarias gariepinus*) DI KELURAHAN AIR DINGIN KECAMATAN BUKIT RAYA KOTA PEKANBARU (Studi Kasus Usaha Bapak Ahmadin Margolang)

Tumpak Sitompul¹ Rini Nizar² Asgami Putri³

**Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Lancang Kuning
Staff Pengajar Fakultas Pertanian Universitas Lancang Kuning
Jln. Yosudarso KM.08 Rumbai, Pekanbaru, Riau, telp. 0811 753 2015
Email: sitompultumpak@gmail.com,**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk 1) Mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi dalam usaha ikan salai lele Bapak Ahmadin di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. 2) Mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha ikan salai lele Bapak Ahmadin di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. 3) Mengetahui strategi apa yang tepat dalam pengembangan usaha ikan salai lele Bapak Ahmadin di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Metode penelitian untuk menentukan daerah dan pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), dengan alasan usaha yang aktif dan memiliki skala produksi yang besar. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Peluang pada Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang adalah ; dapat dijadikan sebagai oleh-oleh, harga jual produk masih bisa bersaing dengan produk sejenis dipasaran, adanya kerja sama dengan pemasok bahan baku, dukungan dari pemerintah, daerah usaha berada dikawasan masyarakat ramai. Ancamannya adalah ; adanya pesaing dengan produk sejenis, permintaan akan pasar tidak stabil, harga bahan baku yang tidak stabil, perubahan selera konsumen, menurunnya minat beli masyarakat. Kekuatan pada Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang adalah ; lingkungan usaha yang kondusif, bahan baku mudah diperoleh, ketahanan produk atau awet, kualitas produk dan tampilan menarik, memiliki pelanggan tetap, melakukan promosi, tenaga kerja terampil. Kelemahannya adalah ; kurangnya outlet pemasaran, teknologi yang digunakan masih sederhana, biaya produksi yang relatif tinggi, kurangnya tenaga kerja di bidang pemasaran, produk yang dihasilkan masih dipasarkan di daerah lokal. Strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang ini adalah Strategi Strength- opportunities (SO), dimana strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan kualitas dan tampilan menarik supaya tetap dapat di jadikan sebagai oleh-oleh makanan khas pekanbaru.

PENDAHULUAN

Riau merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki potensi perikanan yang cukup strategis, ini dapat dilihat dari pada potensi produksi perikanan Provinsi Riau pada tahun 2016 yang mencapai 219.406,2 ton total produksi ikan, sebanyak 102.100,9 ton atau 46,54 persen merupakan hasil non perikanan laut

sedangkan 117.305,3 ton hasil dari perairan umum, tambak, kolam keramba, sawah, dan jarig apung (Riau dalam angka, 2016)

Ikan salai lele merupakan salah satu potensi produk unggulan Indonesia yang diproses melalui pengasapan dan pengeringan. Dalam perdagangan pasar tradisional Kota Pekanbaru, Riau, ikan salai banyak diminati para turis asing untuk dibawa ke negaranya sebagai bagian dari perjalanan wisata kuliner. Oleh sebab itu perlunya dilakukan pengembangan usaha, dimana pengusaha sebaiknya harus melakukan suatu upaya untuk mendapatkan strategi baru seperti strategi pengembangan yang tidak mudah ditiru oleh pesaing. Karena tingginya permintaan konsumen akan ikan lele dan bahan mudah didapat sehingga masyarakat banyak mengolah ikan lele.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dan mengetahui strategi apa yang tepat dalam pengembangan Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi dalam Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, mengetahui Kekuatan dan Kelemahan yang dimiliki oleh Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dan mengetahui strategi apa yang tepat dalam pengembangan Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Penentuan lokasi ini karena di kelurahan ini terdapat pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha industri rumah tangga (agroindustri) pengolahan produk berbahan dasar lele yang dilakukan sejak tahun 2015. Waktu penelitian ini akan dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan, yaitu dari bulan April sampai Juni 2019.

Anggota populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha ikan salai yang ada di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru yang

berjumlah 3 pengusaha ikan salai, yaitu usaha ikan salai lele bapak Ahmadin Margolang, usaha ikan salai lele Bapak Iyan dan usaha ikan salai lele Ibuk Ibet. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja atau purposive sampling terhadap 1 (satu) usaha ikan salai lele yaitu usaha milik Bapak Ahmadi Margolang. Pengambilan sampel tersebut berdasarkan kriteria bahwa usaha tersebut merupakan usaha yang aktif dan memiliki skala produksi yang besar. Sampel pesaing usaha diambil secara sengaja atau purposive sampling terhadap 2 (dua) pesaing usaha dengan alasan bahwa skala usaha hampir mendekati dengan pengusaha, sampel tenaga kerja diambil secara sensus berdasarkan seluruh tenaga kerja yang berjumlah 3 (tiga) orang, sampel konsumen diambil secara sensus terhadap 9 (sembilan) orang berdasarkan pelanggan tetap usaha Bapak Ahmadi Margolang.

Pengolahan data Proses analisis dengan menggunakan SWOT dapat dilakukan dengan pembobotan dan rating dengan membuat matriks-matriks SWOT yaitu matriks faktor-faktor internal dan matriks faktor-faktor eksternal yang terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Matriks Faktor-Faktor Internal dan Matriks Faktor-Faktor Eksternal

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Jumlah			
Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
Ancaman			
Jumlah			

Tabel 3. Matriks Faktor-faktor Strategi Internal Usaha Ikan Salai Lele

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1.	Lingkungan usaha yang kondusif			
2.	Bahan baku mudah di peroleh			
3.	Ketahanan produk atau awet			
4.	Kualitas produk dan tampilan menarik			
5.	Memiliki pelanggan tetap			
6.	Melakukan promosi			
7.	Tenaga kerja terampil			
Jumlah				

Kelemahan				
1.	Kurangnya outlet pemasaran			
2.	Teknologi yang digunakan masih sederhana			
3.	Biaya produksi yang relatif tinggi			
4.	Kurangnya tenaga kerja di bidang pemasaran			
5.	Produk yang dihasilkan masih dipasarkan di daerah local			
Jumlah				

Keterangan :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam kolom 2
2. Berikan nilai bobot (pada kolom 3 masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) samapai 0,9 (sangat penting), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan. (dengan syarat bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)
3. Hitung rating (dalam kolom 4), untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama.
4. Kalikan bobot pada kolom 3 dengan rating pada kolom 4. Untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 5. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai 1,0 (poor)
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 5), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu beraksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainya dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 1997).

Tabel 4. Matriks Faktor-Faktor Strategi Eksternal Usaha Ikan Salai Lele

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1.	Dapat dijadikan sebagai oleh-oleh			
2.	Harga jual produk masih bisa bersaing dengan produk sejenis di pasaran			
3.	Adanya kerja sama dengan pemasok bahan baku			
4.	Dukungan dari pemerintah			
5.	Daerah usaha berada dikawasan masyarakat ramai			
Jumlah				
Ancaman				
1.	Adanya pesaing dengan produk sejenis			
2.	Permintaan akan pasar tidak stabil			
3.	Harga bahan baku yang tidak stabil			
4.	Perubahan selera konsumen			
5.	Menurunnya minat beli masyarakat			
Jumlah				

Keterangan :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan dalam kolom 2
2. Beri nilai bobot (pada kolom 3 masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 0,9 (sangat penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan. (dengan syarat bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)
3. Hitung rating (dalam kolom 4), untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya.

4. Kalikan bobot pada kolom 3 dengan rating pada kolom 4, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 5. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai 1,0 (poor).
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 5), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu beraksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 1997)

Tabel 5. Matriks SWOT Strategi Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Faktor Internal	Kekuatan (Strength) 1. Lingkungan usaha yang kondusif 2. Bahan baku mudah diperoleh 3. Ketahanan produk/awet 4. Kualitas produk dan tampilan menarik 5. Memiliki pelanggan tetap 6. Melakukan promosi 7. Tenaga kerja terampil	Kelemahan (Weakness) 1. Kurangnya outlet pemasaran 2. Teknologi yang digunakan masih sederhana 3. Biaya produksi yang relatif tinggi 4. Kurangnya tenaga kerja dibidang pemasaran 5. Produk yang dihasilkan masih dipasarkan di daerah lokal
Faktor Eksternal		
Peluang (Opportunities) 1. Dapat dijadikan sebagai oleh-oleh 2. Harga jual produk masih bisa bersaing dengan produk sejenis dipasaran 3. Adanya kerjama sama dengan pemasok bahan baku 4. Dukungan daripemerintah 5. Daerah usaha berada di kawasan masyarakat ramai	SO (Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang)	WO (Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang)
Ancaman (Threats) 1. Adanya pesaing dengan	ST (Ciptakan strategi yang	WT (Ciptakan strategi yang

produk sejenis 2. Permintaan akan pasar tidak stabil 3. Harga bahan baku yang tidak stabil 4. Perubahan selera konsumen 5. Menurunnya minat beli masyarakat	menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman)	meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman)
---	--	---

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadi Margolang Di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Usaha Pengolahan Ikan Salai Lele Bapak Ahmadi Margolang ini terletak di Jalan Marpoyan Gading Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Lokasi usaha pengolahan Ikan salai ini sangat strategis karena tidak jauh dengan pusat perbelanjaan dan beberapa pasar bagi masyarakat setempat maupun masyarakat dari luar kota yaitu pasar, Swalayan, dan lain-lainnya. Usaha pengolahan ikan salai lele ini adalah milik Bapak Ahmadi Margolang, S.Pi, yang terletak di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

Bapak Ahmadi Margolang memulai usaha awalnya pada tahun 2006 dengan pembenihan ikan lele, usaha pembenihan tersebut dilakukan Bapak Ahmadi sampai tahun 2010, kemudian Bapak Ahmadi membuat kolam pembesaran ikan lele. pada tahun 2011 Bapak Ahmadi mulai mencoba melakukan pengolahan ikan lele menjadi ikan salai lele, beliau memilih inisiatif ini sebagai pertimbangan bagi para konsumen agar dapat mengkonsumsi ikan lele tidak dalam bentuk ikan segar saja namun bisa dengan selera yang lain salah satu pilihannya yaitu ikan salai lele.

B. Data Matriks Faktor-Faktor Strategi Internal Usaha Ikan Salai Lele

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1.	Lokasi usaha yang kondusif	0,20	4	0,80
2.	Bahan baku mudah di peroleh	0,16	4	0,64
3.	Ketahanan produk atau awet	0,11	3	0,33

4.	Kualitas produk dan tampilan menarik	0,10	3	0,30
5.	Memiliki pelanggan tetap	0,10	4	0,40
6.	Melakukan promosi	0,16	3	0,48
7.	Tenaga kerja terampil	0,17	4	0,68
Jumlah		1,00		3,63
Kelemahan				
1.	Kurangnya Outlet pemasaran	0,20	1	0,20
2.	Teknologi yang digunakan masih sederhana	0,23	3	0,69
3.	Biaya produksi yang relatif tinggi	0,15	1	0,15
4.	Kurangnya tenaga kerja di bidang pemasaran	0,20	3	0,60
5.	Produk yang dihasilkan masih dipasarkan di daerah local	0,22	3	0,66
Jumlah				2,30

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2019

C. Mata Matriks Faktor-Faktor Strategi Eksternal Usaha Ikan Salai

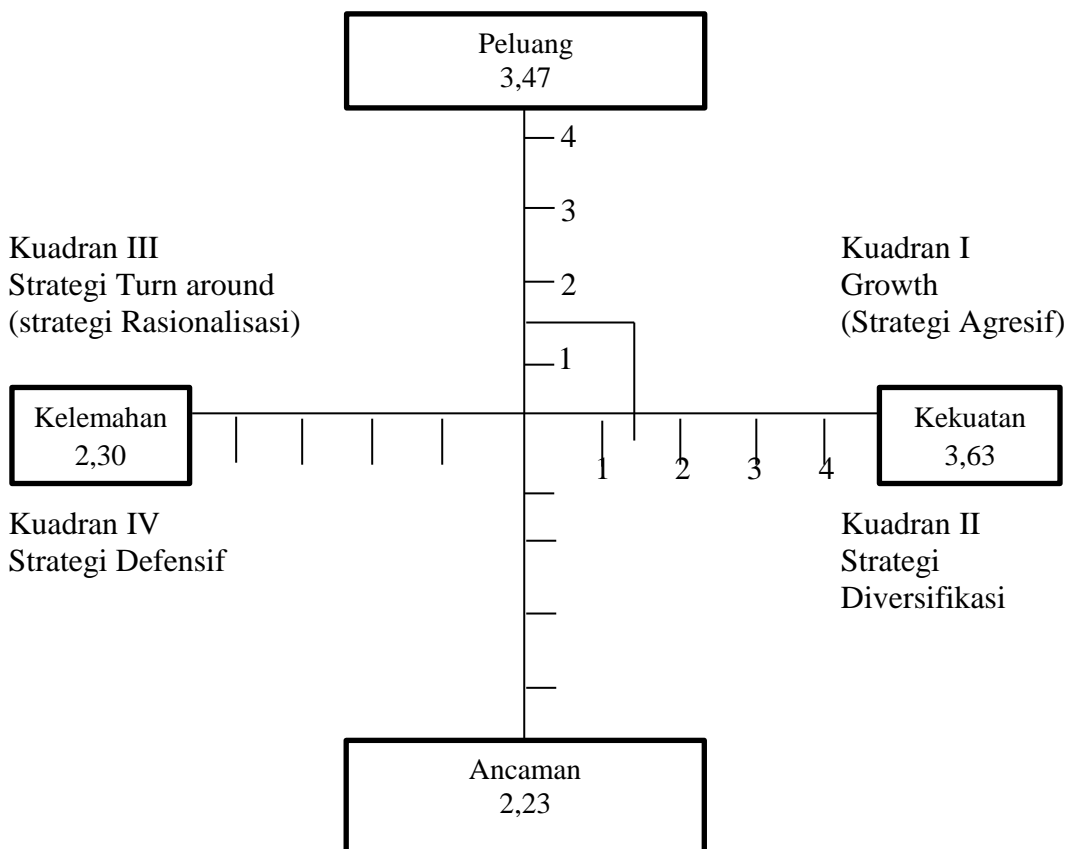
No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1.	Dapat dijadikan sebagai oleh-oleh	0,25	4	1,0
2.	Harga jual produk masih bisa bersaing dengan produk sejenis di pasaran	0,18	4	0,72
3.	Adanya kerja sama dengan pemasok bahan baku	0,21	3	0,63
4.	Dukungan dari pemerintah	0,16	2	0,32
5.	Daerah usaha berada dikawasan masyarakat ramai	0,20	4	0,80
Jumlah				3,47
Ancaman				
1.	Adanya pesaing dengan produk sejenis	0,21	3	0,63
2.	Permintaan akan pasar tidak stabil	0,22	3	0,66
3.	Harga bahan baku yang tidak stabil	0,20	1	0,20
4.	Perubahan selera konsumen	0,19	2	0,38
5.	Menurunnya minat beli masyarakat	0,18	2	0,36
Jumlah				2,23

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2019

Keterangan:

1. Pada table IFAS menunjukkan bahwa skor pembobotan di peroleh dari faktor kekuatan (Strengths) lebih besar dari pada skor pembobotan faktor kelemahan (Weakness) yaitu sebesar $3,63 > 2,30$. Hal ini menunjukkan bahwa keadaan internal usaha ikan salai lele Bapak Ahmadin Margolang ini cukup memungkinkan untuk dapat mengatasi kelemahan- kelemahan usaha dengan memanfaatkan kekuatan dari usahanya.
2. Pada table EFAS di peroleh skor pembobotan faktor peluang (opportunity) lebih besar dari pada skor pembobotan ancaman (threath) yaitu sebesar $3,47 > 2,23$. Hal ini memberikan gambaran bahwa kondisi lingkungan eksternal usaha ikan salai lele Bapak Ahmadin Margolang mampu meminimalisir ancaman dengan memanfaatkan peluang yang ada.
3. Pada tabel 11 nilai Strenght dan nilai Weakness selisih (+) 1,33 dan nilai opportunities dan Threats selisih (+) 1,24. Dari hasil identifikasi faktor tersebut dapat digambarkan dalam diagram SWOT

D. Diagram Hasil Analisis Swot Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang di Kelurahan Air Dingin



Dari hasil diagram diatas menunjukkan bahwa usaha ikan salai lele Bapak Ahmadin Margolang pada tipe kuadran I (Strategi Agresif), dimana posisi ini menandakan bahwa usaha ikan salai lele Bapak Ahmadin Margolang berada dalam keadaan yang kuat dan memiliki banyak peluang. Sehingga dapat mengembangkan dan memperluas usaha se optimal mungkin.

E. Diagram Matriks SWOT Strategi Usaha Ikan Salai Lele Bapak Ahmadin Margolang Kelurahan Air Dingin .

Faktor Internal	<p>Kekuatan (Strengst)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan usaha yang kondusif 2. Bahan baku mudah di peroleh 3. Ketahanan produk atau awet 4. Kualitas produk dan tampilan menarik 5. Memiliki pelanggan tetap 6. Melakukan promosi 7. Tenaga kerja terampil 	<p>Kelemahan (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Outlet pemasaran 2. Teknologi yang digunakan masih sederhana 3. Biaya produksi yang relatif tinggi 4. Kurangnya tenaga kerja di bidang pemasaran 5. Produk yang dihasilkan masih dipasarkan di daerah lokal
Faktor Eksternal	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk dan tampilan menarik supaya dapat dijadikan sebagai oleh-oleh makanan khas Pekanbaru 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah kerja sama dalam bidang pemasaran produk supaya produk yang dihasilkan dapat dipasarkan ke luar daerah Kota Pekanbaru
<p>Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat dijadikan sebagai oleh-oleh 2. Harga jual produk masih bisa bersaing dengan produk sejenis di pasaran 3. Adanya kerja sama dengan pemasok bahan baku 4. Dukungan dari pemerintah 5. Daerah usaha berada dikawasan masyarakat ramai 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk supaya produk yang dihasilkan lebih bagus dari produk usaha pesaing 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah outlet pemasaran untuk meningkatkan permintaan pasar
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing dengan produk sejenis 2. Permintaan akan pasar tidak stabil 3. Harga bahan baku yang tidak stabil 4. Perubahan selera 		

konsumen 5. Menurunnya minat beli masyarakat		
---	--	--

KESIMPULAN

Peluang dan ancaman dihadapi oleh usaha Ikan Salai Bapak Ahmadin Margolang di Kelurahan Air Dingin yaitu adalah :

1. **Peluang** : Dapat dijadikan sebagai oleh-oleh, Harga jual produk masih bisa bersaing dengan produk sejenis dipasaran, Adanya kerja sama dengan pemasok bahan baku, Dukungan dari pemerintah, Daerah usaha berada di kawasan masyarakat ramai.
2. **Ancaman** : adanya pesaing dengan produk sejenis, permintaan akan pasar tidak stabil, harga bahan baku yang tidak stabil, perubahan selera konsumen, menurunnya daya beli masyarakat.

Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha ikan salai lele Bapak Ahmadin Margolang di Kelurahan Air Dingin yaitu adalah :

3. **Kekuatan** : Lingkungan usaha yang kondusif, Bahan baku mudah diperoleh, ketahanan produk atau awet, kualitas produk dan tampilan menarik, memiliki pelanggan tetap, melakukan promosi, tenaga kerja terampil.
4. **Kelemahan** : Kurangnya Outlet pemasaran, teknologi yang digunakan masih sederhana, biaya produksi yang relatif tinggi, kurangnya tenaga kerja di bidang pemasaran, produk yang dihasilkan masih dipasarkan di daerah lokal. Usaha ikan salai lele Bapak Ahmadin Margolang pada tipe kuadran I (Strategi Agresif), dimana posisi ini menandakan bahwa usaha ikan salai bapak ahmadin margolang berada dalam keadaan kuat dan memiliki banyak peluang. Strategi yang tepat dalam pengembangan usaha ikan salai Bapak Ahmadin Margolang adalah Strategi Strength- Opportunities (SO), dimana strategi ini memanfaatkan kualitas produk tampilan menarik supaya dapat di jadikan sebagai oleh-oleh makanan khas pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawyah R. (2007). *Pengolahan dan pengawetan ikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bambang, hariadi. (2003). *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Cecep Suhardedi. (2010). *Strategi Pengembangan Usaha Pembenihan Lele dumbo (Clarias gariepinus) Di Kabupaten Boyolali*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: PT prenhallindo.
- Dirgantoro. (2001a). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana.
- Riau dalam angka. (2016). *Produksi Perikanan Riau*. Pekanbaru.
- Rangkuti. (1997). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOt*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.