

Optimization of Mrs. Salimah's Terasi Udang Products

Rosyidi

Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien, Sumenep, East Java, Indonesia

Email: muhammadrosyidi01@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:

Development,
Management, Market,
Product, Terasi Udang

***Corresponding Author**

Assistance to a micro business unit needs to be carried out, for improving the quality and quantity of the product, the development and progress will determine the economy of the local community, because the development of a production has led to good economic community. The development of a product can certainly be realized through various systematic and directed steps from the manufacturing process. The community service that has been carried out in Nepa, Sampang Regency is an assistance to the production of Terasi Udang Bu Salimah. The assistance is carried out in 4 aspects; production quality, production quantity, management and marketing. This assistance has measurable results, the development of the terasi packaging, becoming more attractive, and can reach a wider market, with good management. Based on good management can increase the quantity of production. In this community service, using the ABCD method, because the asset or potential existed in the community, the subject of this service provides assistance, where with this assistance, the community moves themselves in a direction towards their economic progress.

Please cite this article in APA style as:

Rosyidi. (2022). Optimization of Mrs. Salimah's Terasi Udang Products. *Communataire: Journal of Community Service*, 1(1), 30-39.

PENDAHULUAN

Desa nepa merupakan salah satu desa yang terletak di bagian utara kota sampan, yakni di Kecamatan Banyuates Kabupaten sampang. Desa ini berjarak sekitar kurang lebih 54 Km dari kampus Institut Dirosat Islamiyah Al-amien Prenduan. Desa nepa ini terdiri dari tiga dusun yaitu, dusun nepa, dusun manangguh, dusun seneng, dengan jumlah keseluruhan penduduk kurang lebih 3500.00 Orang. Serta luas wilayah 2,47 km² dengan presentase sebesar 18,46% di kecamatan banyuates, kabupaten Sampang. (*Kecamatan Camplong Dalam Angka 2017 Oleh BPS Kabupaten Sampang.*, n.d.)

Adapun potensi yang dimiliki desa nepa, dapat meningkatkan kualitas perekonomian, pendidikan, keagamaan dan sosial budaya. Pada umumnya masyarakat setempat berprofesi sebagai pencarian ikan, ayam petelur, berdagang, dan sebagian masyarakat berprofesi sebagai pekerja migran. perekonomian desa nepa rata-rata menengah kebawah, dengan latar belakang tersebut membutuhkan berbagai pemberdayaan masyarakat, dengan berbagai pengelolaan, masyarakat siap menjadi desa yang unggul, dengan berbagai sumber daya manusia tersebut, dapat meningkatkan ekonomi dan ekosistem masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik dibidang ekonomi, sosial, agama dan budaya.

Hal terpenting dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, sebagai rangkaian tindakan yang dilakukan secara kronologis, sistematis, yang mencerminkan pentahapan upaya mengubah masyarakat yang kurang atau belum berdaya menuju masyarakat yang berdaya. Pada hakikatnya pemberdayaan masyarakat merupakan penciptaan suasana yang memungkinkan, menggali potensi masyarakat yang dapat mengantarkan pada proses kemandirian. Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan. (Isbandi, 2013)

Berdasarkan berbagai bentuk pemberdayaan masyarakat, ada berbagai model strategi pemberdayaan masyarakat yang dapat dilakukan, diantaranya berbasis Asset Based Communities Development (ABCD) Aset menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dimiliki, baik oleh individu, maupun dalam perusahaan. Secara umum aset dapat diartikan sebagai sesuatu yang dimiliki nilai tukar, modal, atau kekayaan. Sebagian orang juga mengartikan aset sebagai sumber ekonomi yang akan mendatangkan manfaat di masa mendatang. (Sherraden, 2006) Dalam pemberdayaan masyarakat konsep aset mempunyai empat fase diantaranya, perencanaan, pengadaan (acquisition), operasi, dan pemeliharaan.

Aset pemberdayaan masyarakat pertama Fase perencanaan adalah fase identifikasi kebutuhan. Kedua fase pengadaan yaitu aset berupa pembelian barang yang dibangun dan dibuat. Ketiga fase pengoperasian dan pemeliharaan yaitu pada saat aset dimanfaatkan untuk tujuan yang telah ditetapkan. Aset yang digunakan berupa aset yang dapat menjadikan perubahan dan perkembangan yang baik bagi masyarakat, berupa pengelolaan dalam perekonomian, pendidikan, keagamaan, keterampilan, kesehatan dan lain-lain.

Menurut Karl Marx, pemberdayaan masyarakat merupakan proses perjuangan kaum powerless untuk memperoleh surplus value sebagai hak

normatifnya. Sehingga pemberdayaan diawali dari rumah tangga sendiri yang mencakup semua aspek sosial, dalam penguatan masyarakat, mereka dapat berpartisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan yang dapat berpengaruh terhadap masa depannya. Pemberdayaan masyarakat dalam pendampingan terhadap produk terasi udang, dibutuhkan dalam hal peningkatan kualitas dan pemasaran yang lebih baik, karena keberhasilan sebuah perusahaan dapat menentukan masa depan ekonomi masyarakat setempat.

Perekonomian rakyat merupakan perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat, yang berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat secara luas untuk menjalankan roda perekonomian mereka sendiri. Pemerintah daerah sudah berupaya untuk melakukan berbagai pelatihan dan penyuluhan dalam pemberdayaan masyarakat khususnya pemberdayaan perekonomian dengan produk terasi, berupa pelatihan dan penyuluhan serta memberikan bantuan berupa alat-alat untuk terasi udang, pendampingan perlu dilakukan dalam upaya meningkatkan produksinya, agar mendapat pasar yang lebih luas.

METHOD

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menurut Moleong adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.(Moleong, 2016) Adapun jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif. Dalam teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara dan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Optimalisasi dalam sebuah produksi merupakan proses kerja dalam manajemen aset yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi, lokasi, nilai, jumlah atau volume penjualan, secara umum tujuannya untuk mengoptimalkan dan mengidentifikasi semua aspek yang meliputi bentuk, ukuran, fisik, dan mengetahui nilai pasar atas masing-masing aset tersebut.(Siregar, 2004)

Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Musfar Tengku Firli, pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan mendistribusikan barang-barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan hidup manusia baik kepada pembeli yang ada, sesuai

dengan keinginan manusia. Pemberdayaan masyarakat dalam perekonomian perlu dilakukan agar dapat meningkatkan harkat dan martabat golongan masyarakat khususnya pada masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah, sehingga mereka dapat melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan dalam kehidupan sosial.

Pemberdayaan masyarakat dalam perekonomian merupakan proses perencanaan pembangunan perekonomian terhadap kehidupan masyarakat dalam meningkatkan kualitas kehidupan untuk kehidupan yang lebih baik sesuai dengan konsep yang sudah ada. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan yang bersifat *people centered*, *partipatory*, *empowering*, and *sustainable*. Konsep pemberdayaan masyarakat akan lebih luas dari sekedar upaya untuk memenuhi kebutuhan dasar atau sekedar upaya untuk memenuhi kebutuhan.(Zubaidi, 2013)

Proses pemberdayaan masyarakat dalam memberikan gambaran tentang siklus yang dapat berkesinambungan dalam perekonomian masyarakat sebagai berikut: pertama menghadirkan kembali pengalaman untuk memberdayakan masyarakat sebagai proses perubahan melalui pengalaman, Kedua mengidentifikasi suatu masalah atau proyek untuk bisa membangun lebih baik dan memberikan perubahan perekonomian, Ketiga mengembangkan rencana-rencana aksi dan mengoptimalkan harga penjualan.

Proses pemberdayaan perekonomian masyarakat dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Untuk itu dalam pemberdayaan masyarakat harus tepat sasaran dalam memberikan kesempatan kepada semua kelompok, agar mempunyai perencanaan yang lebih kondusif sehingga masyarakat hidup lebih sejahtera dan lebih makmur dari tahun ketahun, pemberdayaan masyarakat dalam bentuk perekonomian antara lain sebagai berikut. Pertama, pemberian berupa bantuan modal, kedua, bantuan bangunan prasarana yang lebih baik, ketiga, bantuan pendampingan masyarakat, keempat, menguatkan kelembagaan setiap kelompok, kelima, menguatkan mitra usaha dalam setiap kelompok, adapun upaya yang telah dilakukan oleh peserta P2M Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien, berupa bentuk ketiga, yaitu bentuk pendampingan kepada masyarakat, dalam hal ini pendampingan dalam rangka optimalisasi produk terasi udang Bu Salimah.

Sedangkan menurut Ilham Fahmi, terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam pemberdayaan perekonomian masyarakat, pertama, adanya motivasi, kedua, adanya peningkatan kesadaran dalam membangun kemampuan untuk berkreasi, ketiga, mengetahui manajemen dalam mengelola dan mengatur keuangan, keempat, mengetahui tata pengelola yang baik dalam sumber daya manusia (SDM), dan membangun jaringan setiap kelompok dalam membangun perekonomian tersebut.(Fahmi, 2014) Hal ini bisa terwujud dengan kesiapan sumber daya manusia. SDM harus mempunyai potensi dan kemampuan yang dapat dikembangkan dalam mengelola unit usaha.

Strategi yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat kali ini, dalam hal pendampingan terhadap optimalisasi terasi udang bu salimah, dengan cara bagaimana pemasaran dalam penjualan terasi udang agar produk yang dijual menjadi menarik bagi pembeli. Penjual dan pembeli mempunyai keinginan yang sama untuk dicapai, produk terasi harus tampak dengan kemasan dan kualitas yang baik, namun dapat dijual dengan harga murah, dengan selalu mempertimbangkan aspek kualitas dan kuantitas yang lebih baik.

Inovasi yang baik telah dilakukan dalam rangka pengabdian di desa nepa ini. terutama dalam pemasaran dan pengemasan, kemasan dibentuk sebaik mungkin, dan pemasaran dikemas semenarik mungkin, subjek dalam pengabdian ini adalah para pemuda, generasi milenial, dapat dikatakan bahwa generasi milenial merupakan generasi yang cenderung memiliki gagasan, ide, aspirasi, metode sendiri atau yang disebut dengan inovator ini, dikarenakan generasi milenial lebih cenderung belajar, mencari dan menggali informasi bahkan bekerja di dalam lingkungan yang selalu mengadakan teknologi dalam melakukan setiap perubahan yang terjadi didalam sendi-sendi kehidupan.(Hasanuddin, 2017)

Masyarakat Urban Middle Class Milineal mempunyai tiga karakter pokok diantaranya 3C: Creative, connected, dan Confidence, **pertama**, connected menggambarkan bahwasanya generasi millennial ini memiliki pribadi yang pandai bersosialisasi baik didalam berbagai komunitas ataupun didalam sosial media, **kedua**, kreatif, generasi milenial ini adalah generasi yang mampu berfikir secara out the box, banyak memiliki ide serta gagasan dan dapat mengkomunikasikan dengan baik sekaligus dengan pembuktian pendistribusian yang baik, yang dapat dipelopori oleh generasi muda, **ketiga**, confidence, merupakan orang-orang yang memiliki rasa percaya diri, tidak ragu untuk berargumentasi dimuka umum, berani menyampaikan pendapat, seperti yang terjadi di sosial media.(Purwandi, 2017) Berbagai bentuk kreasi kemasan dan marketing yang dibuat sebaik mungkin, sebagaimana dalam gambar berikut.



Gambar 1. Terasi Udang

Demi peningkatan kuantitas dan kualitas produk terasi udang diperlukan kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat pembuatan terasi agar jangkauan pasar produk terbuka luas dan berdampak pada bertambahnya pendapatan masyarakat sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat sangat meningkat. Berbagai macam metode dan model berkomunikasi sangat mendukung pemasaran, dalam hal pemasaran terasi udang tersebut. Pelaku pendampingan ini, dapat turun ke pasar menjalin kerjasama dengan toko-toko setempat dalam melakukan perluasan market produksi terasi udang tersebut.

Keberhasilan dalam pendampingan pembuatan terasi udang sesuai dengan harapan masyarakat, sebab ketidak berhasilan atau kurang berhasil itu tergantung pada kerja sama dan kekompakan antara penjual dan pembeli. Pendampingan perusahaan dikatakan berhasil apabila penghasilan yang didapat, menghasilkan keuntungan dalam sebuah penjualannya. Keuntungan atau laba pengusaha adalah penghasilan bersih yang diterima oleh pengusaha, sesudah dikurangi dengan biaya-biaya produksi. (Safitri, 2020)

Salah satu strategi dalam menciptakan minat agar mendapatkan penghasilan atau keuntungan dalam penjualannya diperlukan pemasaran melalui pengenalan, sosialisasi, pelatihan, bimbingan, perencanaan dan promosi, agar hasilnya bisa produktif, terutama dapat membuka wawasan tentang pentingnya pengenalan tentang peluasan penjualan terasi udang dan pengalaman untuk bisa mengetahui manajemen dari segi penjualan terhadap pembeli, serta dilanjutkan dengan berbagai kegiatan edukasi penjualan kepada masyarakat secara efektif.

Bentuk-bentuk perencanaan dan bimbingan terasi udang yang dapat dilakukan, diantaranya;

1- Kuantitas Produksi

Pada setiap tambak yang diusahakan memperoleh hasil produksi yang berbeda-beda, meskipun jumlah tebar dan prawatannya sama, karena didasarkan atas ukuran tambak. Hasil produksi bisa naik atau turun tergantung pada cuaca. Pada saat musim, jumlah kuantitas produksi per tambak akan naik sekitar 15% dibandingkan pada saat tidak pada musimnya. Harga memiliki peranan penting untuk menyampaikan informasi ke produsen terhadap barang yang diinginkan, dan juga untuk menginformasikan kepada konsumen tentang berbagai kondisi produksi.

Terasi udang adalah produk fermentasi hasil perikanan yang menghasilkan bau dan rasa khas. Bahan baku yang dapat digunakan adalah udang, ikan atau campuran keduanya dengan menggunakan garam atau bahan tambahan lainnya berupa gula merah, gula kelapa dan gula aren.

Terasi merupakan produk fermentasi dengan bahan baku udang dan garam yang secara umum dilakukan di Indonesia. Terasi udang dengan garam mengurai senyawa polimer dari udang saja, penambahan gula merah dalam terasi udang akan memberikan sumber energi bagi masyarakat secara umum.

Maka pengolahan terasi udang dengan penambahan gula merah sudah dilakukan oleh pengolahan terasi tradisional masyarakat sampan, khususnya desa nepa kecamatan banyuates, pembuatan terasi udang ini dalam kurun waktu 1-4 minggu akan bertahan selama 1 tahun atau 2 tahun tergantung pada cara produksi terasi udang tersebut.

Cara pembuatan terasi yaitu disiapkan udang dan ikan rucah, (ikan yang terangkut dari penangkapan udang segar, dipisahkan udang dan ikan selama 1-2 hari. dihaluskan udang dan ikan yang telah dijemur dengan menggunakan blender. Kemudian adonan terasi sesuai dengan komposisi yang telah ditetapkan dengan prosentase garam sebanyak 20%, kemudian ditumbuk sampai bahan tersebut tercampur merata. Masing-masing adonan terasi dibungkus dengan daun pisang kering sampai tertutup rapat. Adonan didiamkan selama 1 malam, gumpalan terasi tersebut dihancurkan kembali dan dijemur dibawah sinar matahari selama 3-4 hari.

Terasi yang telah kering kemudian ditumbuk kembali sampai benar-benar halus dan dibungkus kembali dengan tikar, daun pisang kering, atau dengan plastik. Tahapan terakhir terasi tersebut dibiarkan kembali selama 1 bulan, agar proses fermentasi dapat berlangsung secara sempurna, proses fermentasi dapat dianggap selesai apabila telah tercium aroma terasi yang khas desa nepa kabupaten sampang.



2- Kualitas Produksi

Peningkatan aspek kualitas dilakukan dengan memberikan bimbingan dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan dalam penanganan mutu mulai dari penyiapan bahan, pengelolaan, pengemasan, serta penanganan produk selama penyimpanan, pengangkutan dan pemasaran. Pendampingan dilakukan untuk meningkatkan kualitas produksi melalui praktek pemberdayaan masyarakat (P2M), semakin mengalami peningkatan. Respon masyarakat terhadap pendampingan produksi terasi udang didesa nepa sangat baik, karena ia merupakan penghasilan masyarakat untuk menunjang kebutuhan sehari-hari.

Dalam mengatasi masalah terasi udang, terutama tentang kualitas produksinya perlu selalu dipertahankan agar menghasilkan produksi yang baik, kebersihan penjual tergantung pada produk dalam mempertahankan penjualan. Kualitas produk patut diperhatikan sebelum memasarkan kepada khalayak dan calon pelanggan, dengan memeriksa hasil produksi akan mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi.

Dalam pendampingan, kualitas produksi masyarakat tersebut dilakukan melalui kegiatan bimbingan, penyuluhan, dan penyampain informasi melalui penyebaran pesan. Penyampaian pesan atau materi berupa pembekalan tentang tips dan trik agar terasi udang lebih produktif dan berkualitas, baik melalui media cetak, media elektronik, karena dengan kemajuan produksi terasi udang tersebut, masyarakat dapat meningkatkan perekonomian demi pemenuhan kebutuhan mereka.

3- Aspek manajemen

Pengertian manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia (SDM), dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sumber daya manusia (SDM) harus mengetahui manajemen penjualan, tentu hal tersebut memerlukan konsep dasar berupa pengetahuan, kemampuan untuk menganalisis situasi, dan kondisi.(Nasution, 2004) agar dapat memperoleh metode yang cepat dalam penjualan berupa terasi udang, sebab manajemen merupakan rangkaian ide, landasan, dan proses yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan pengendalian. Melalui pendampingan manajemen perusahaan berupa produk terasi udang banyak peningkatan baik dari segi pengelolaan dalam penjualan.

Manajemen sangat dibutuhkan oleh setiap individu dan kelompok dalam mengatur perencanaan untuk mendapatkan hasil yang optimal pada waktu yang akan datang, karena manajemen sangat dibutuhkan khususnya manajemen pemasaran, dalam sebuah pabrik, karena tanpa manajemen yang baik, segala usaha yang dilakukan kurang menghasilkan hasil yang optimal. Keberhasilan manajemen tidak hanya terletak pada kepintaran dan kemahiran dalam berkomunikasi, tetapi yang paling penting mempunyai rasa semangat dalam berusaha, semangat dalam perencanaan, semangat dalam mencari jaringan, sebab dengan adanya manajemen pasti terbentuk sebuah kosep dan metode yang baik dalam membangun perusahaan, dalam hal ini berupa produksi terasi udang.

4. Aspek pemasaran

Pasar dan pemasaran merupakan rangkaian yang tidak bisa dipisahkan satu sama lainnya, pasar dan pemasaran saling ketergantungan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya, sehingga pasar akan selalu berdampingan dengan pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran merupakan upaya untuk

menciptakan pasar.

Dalam artian sempit pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, dengan kata lain bahwa pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu, sehingga memungkinkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Sedangkan secara luas pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk, dengan kata lain, pasar mengandung arti kumpulan atau himpunan para pembeli baik itu pembeli nyata maupun pembeli potensial atas jasa atau produk yang sudah dibeli. (Rifa et al., 2017) Analisis aspek pasar dan pemasaran adalah suatu usulan proyek yang ditujukan untuk mendapatkan gambaran mengenai besar pasar potensial yang tersedia dan mengurangi kemungkinan resiko yang akan terjadi untuk masa yang akan datang.

Aspek pasar secara garis besar membahas tentang seberapa besar permintaan, penawaran serta harga diri suatu produk. Adapun metode yang harus digunakan selama setahun ialah mengadakan ceking dalam permintaan dan penawaran dengan menggunakan metode proyeksi yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana ataupun seberapa besar tingkat penyerapan pasar.

Ada beberapa hal yang perlu diketahui dan dipelajari dalam aspek pasar, diantaranya: pertama penawaran, kedua permintaan, ketiga bentuk pasar, keempat mengukur serta meramalkan permintaan. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan menajerial yang mana baik individu maupun kelompok dapat memperoleh apa yang mereka inginkan atau butuhkan dengan cara melakukan pertukaran produk maupun nilai dengan pihak yang lainnya. (Suprpto, 2013)

Objek dari pendampingan optimalisasi produksi udang bu salimah, berupa perluasan pasar ketingkat kabupaten, mereka membangun jaringan ke pasar tingkat kabupaten, sehingga dapat memperluas pasar produksi tersebut, dan dapat memberikan keuntungan yang lebih banyak dari sebelumnya.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat disampaikan dari paparan tentang pengabdian masyarakat yang telah dilakukan sebagai berikut; Pertama, Pendampingan terhadap produk-produk usaha mikro menengah dan hasil home industry perlu dilakukan untuk dapat mengembangkan produk-produk yang ada. Kedua, Pengabdian dilakukan oleh para kaum muda, diharapkan agar dapat menghasilkan inovasi-inovasi baru terhadap produk yang ada. Ketiga, Peningkatan yang signifikan pada produk terasi bu Salimah dapat terealisasi dengan baik, dengan adanya inovasi-inovasi baru dalam pendampingan tersebut, baik dari segi kualitas, kuantitas dan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Strategi*. Alfa Beta.
- Hasanuddin, A. dkk. (2017). *Milenial Nusantara*. Gramedia Pustaka Utama.
- Isbandi, A. (2013). *Intervensi Komunitas dan Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan*. Rajawali Pers.
- Kecamatan Camplong Dalam Angka 2017 oleh BPS Kabupaten Sampang*. (n.d.).
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (36th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Nasution, N. A. (2004). Perumusan Strategi Kemitraan Menggunakan Metode AHP dan Swot (Studi Kasus Pada Kemitraan PT.INKA dengan Industri Kecil Menengah di Wilayah Karesidenan Madiun). *Jurnal Teknik Industri*, 1.
- Purwandi, A. (2017). *Milenial Nusantara*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rifa, A., Syahdan, M., & Kudsiah, H. (2017). *Alih Teknologi Produksi Benih Anemon Laut secara Aseksual*. 1(1), 33–39.
- Safitri, A. (2020). *Analisis nilai tambah dan pemasaran usaha terasi udang (studi kasus agroindustri passiana' di kecamatan benteng kabupaten kepulauan selayar)*.
- Sherraden, M. (2006). *Aset Untuk Orang Miskin Perspektif Baru Usaha Pengentasan Kemiskinan*. Pt Rajagrafindo Persada.
- Siregar, D. (2004). *Manajemen Aset*. Satya Graha Tara.
- Suprpto, A. (2013). Analisis Aspek Pasar Dan Pemasaran Pendirian Industri Dodol Salak Skala Kecil Di Kabupaten Banjarnegara. *Agritech*, 15(1), 60–68.
- Zubaidi. (2013). *Pengembangan Masyarakat*. Prenada Media Group.