

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2019). *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Aditya, Y., Ramadhan, H. F., Asikin, R. P., Rahmawati, A., & Baskoro, B. C. (2024). Pengaruh Bundling Mainan terhadap Penjualan Makanan Cepat Saji : Happy Meal McD. *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(3), 59–71.
- Aliyah, R., Gumilar, I., & Maulina, I. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon di Kota Bandung). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 6(2), 78–84.
- Amri, K., & Khairuman. (2008). *Buku Pintar Budidaya 15 Ikan Konsumsi*. Jakarta: Agro Media Pustaka.
- Andriansyah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV. Cendikia Press.
- Ardiyanto, Darmawan, & Nurhaeda. (2025). Analisis Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Abon Ikan Tuna di Kota Parepare (Studi Kasus Rumah Produksi Abon Ikan Tuna Bunda). *Jurnal Agribis*, 13(1), 12–20.
- Arie. (2000). *Budidaya Bawal Air Tawar (untuk Konsumsi dan Hias)*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Arif, M., & Sismar, A. (2024). Peran Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Sinar Aneka Sorong Papua Barat Daya. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(1), 47–55.
- Arthatiani, F. Y., Kusnadi, N., & Harianto, H. (2018). Analisis Pola Konsumsi Dan Model Permintaan Ikan Menurut Karakteristik Rumah Tangga Di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 13(1), 73.
- Asmin, E. A., Syam, A. H., Kapriani, N., N., Sujatmiko, Sitaniapessy, R. H., Sudirman, A., Augustinah, F., Ansari, Zulaikha, Hafipah, Wardhana, A., & Sumarsih. (2021). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Media Sains Indonesia.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya. (2024). *Kecamatan Padakembang dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya.
- Badan Standardisasi Nasional. (1995). *SNI 01-3707-1995: Abon*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- David, F. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep* (15th ed.). Jakarta: Selemba Empat.
- Effendi, M. I. (2016). *Manajemen Strategi (Evolusi Pendekatan dan Metodologi Penelitian)*. UPN Veteran Yogyakarta Press.
- Fadhlurrahman, I. (2025). *Tren Harga Daging Ayam Ras Nasional Periode Mei*

2025 - Agustus 2025. Databoks Katadata.

- Farida, I. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 31–40.
- Hamidi, Z. D., & Prakoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek “GAN” Di Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 4(2), 1–18.
- Husriah, Sari, M., Yunarsi, Rahma, F., & Fatmala, W. (2021). Strategi Pemasaran Produk Abon Ikan Tongkol Bumdes Lagunci Di Desa Bahari Tiga Kecamatan Sampolawa Kabupaten Buton Selatan. *Jurnal Economix*, 9(2), 17–24.
- Indrawati, D. (2020). Pemasaran Digital Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM: Studi Kasus Bakpia Wong. *Jurnal Pemasaran Dan Bisnis*, 11(2), 150–165.
- Indriarti, R., & Chaidir, N. R. (2021). Penerapan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk Merumuskan Strategi Bisnis. *Manajerial*, 20(1), 159–170.
- Iqbal, M. (2021). Analisis Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Pt. Jaya Masawan Palembang Square. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(1), 300–314.
- Jamlean, S., Saleky, S. R. J., & Pattipeilohy, V. R. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1), 151–156.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224.
- Juang, C., Gulo, H., Safarudin, M. S., & Putra, S. (2025). Sistem Informasi Bazar di Kota Batam Berbasis Web Untuk Memudahkan Registrasi Dan Penyewaan. *Zona Komputer*, 15(01), 34–42.
- Kasmir. (2012). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2023). *Laporan kinerja Kementerian Kelautan dan Perikanan 2023*.
- Khoirunisa, F., & Nurhayati, S. (2024). Pengaruh Customers Online Review , Customers Online Rating , dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 07(04), 456–469.
- Kotler, P. (2005). *Managemen Pemasaran* (11th ed.). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid I, A). Prenhalindo.
- Lumbantobing, S. C., & Permai, N. M. S. Y. (2025). Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Abon Berbasis Nabati pada UMKM Abon Daun Emas di

- Kabupaten Sleman. *Agrisociabus*, 4(1), 28–36.
- Maharani, A., & Nurlukman, A. D. (2023). Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Umkm Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Di Kota Tangerang. *Sebatik*, 27(1), 333–343.
- Mamonto, R., Mus Abdul, E., & Gani, R. (2024). Pengaruh Kemasan, Label Halal dan Label P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JEMAI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 21–28.
- Manurung, M., & Juliana, P. (2025). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Akses Pemasaran Umkm Di Indonesia. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 2(02), 74–81.
- Maulana, T. F. (2024). Peran Mui Dalam Sertifikasi Halal Pada Makanan Bagi Masyarakat Muslim. *Jurnal Hukum Statuta*, 4(1), 16–30.
- Moensakua, P. Y., & Kune, S. J. (2016). Implementasi Marketing Mix Pada Pemasaran Abon Ikan Di Kelurahan Humusu C, Kecamatan Insana Utara Kabupaten Timor Tengah Utara (Studi Kasus Pada Kelompok Pengolahan Abon Ikan “Pantura”). *Agrimor Jurnal Agribisnis Lahan Kering*, 1(2), 78–81.
- Musyaddad, A., Ramadhani, A., Pratama, A. M., Juliyanto, S. I., & Fitri, N. (2019). Produksi Abon Ikan Lele sebagai Alternatif Usaha untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pelutan. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(3), 199–206.
- Nasution, M. I., Fachrezi, H. A., Darma, S., Rahman, D., & Suhairi. (2022). Distribusi Pasar Luar Negeri. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 3(2), 999–1005.
- Ningsih, W., & Abdullah, F. (2021). Analisis Perbedaan Pencari Kerja dan Lowongan Kerja Sebelum dan Pada Saat Pandemi Covid-19 di Kota Malang. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 2(1), 42–56.
- Nugroho, & Paramita, R. (2009). Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang. *EKOBIS*, 2(1), 222–230.
- Nurdiani, R., Yufidasari, H. S., Kusuma, B., Astuti, R. T., & Perdana, A. . (2022). *Teknologi Pengolahan Produk Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Nurmayasari, F. (2023). *Strategi Pemasaran Day Old Chicken (DOC) Ayam Kampung (Studi Kasus di PT Mitra Unggas Sonofera Farm, Desa Cimande, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor)*. Universitas Siliwangi.
- Parida, L. . A. A. . & S. M. (2023). Pengaruh Harga, Kemasan, Rasa, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(4), 96–111.
- Perdani, E. N., Nikmawati, E. E., & Mahmudatussa’adah, A. (2017). Pengetahuan “Peralatan Pengolahan Makanan” sebagai Kesiapan Praktik Kerja Industri Siswa SMK Pariwisata Telkom Bandung. *Media Pendidikan, Gizi, Dan Kuliner*, 6(2), 15–23.
- Pondaag, T. O., & Soegoto, A. S. (2016). Evaluasi Strategi Promosi dan Penjualan

- Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Astragraphia, TBK Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 4(2), 133–143.
- Portal Resmi Dinas Kelautan dan Perikanan Kepulauan Riau. (2025). *Finalisasi Angka Konsumsi Ikan (AKI) 2024, KKP RI Apresiasi Capaian Prov Kepri*.
- Portal Resmi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Bojonegoro. (2020). *Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*.
- Putra, D. P., Rafiuddin, & Anwar. (2018). Strategi Pemasaran Abon Ikan Citra Lestari Production (CLP) Pendekatan Marketing Mix di Kota Palu Sulawesi Tengah. *AGRISOSTA: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 4(2), 1294–1304.
- Putri, J. N., Febliansa, M. R., Ayu, I., Er, M., Gayatri, M., & Irwanto, T. (2025). Pemasaran Terhadap Usaha Makro Kecil (UMKM) Terhadap Penjualan Ketoprak Di Daerah Padang Serai Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 4(2), 245–248.
- Putri, M., & Basuki, E. (2025). SIAL Interfood Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Jakarta. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 3(2), 1–10.
- Rahmawati, D., Meliana, M., Wahyuni, W. T., Maulidiyah, I., Saqila, E., Eilma, S., Fauziah, N., Nevy, B., Maulidiyah, M., Diana, S. N., Shabira, A. S., Seran, M., & Lovirna, F. (2024). Pentingnya Izin PIRT Bagi UMKM. *Jurnal Riset Ilmu Farmasi Dan Kesehatan*, 2(1), 164–170.
- Rahmawati, K., & Rachbini, W. (2024). Pengaruh Frekuensi Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Millenials terhadap E-Loyalty di E-commerce Shopee. *Jurnal Multidisiplin Saintek*, 5(9), 1-20.
- Raihano, K. D., & Pertiwi, T. K. (2024). Pengadaan Bazar Sebagai Upaya Meningkatkan Perekonomian Umkm Di Rw 08 Gunung Anyar Tambak Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 26–30.
- Ramadhina, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Reskiana, Budianto, & Lawelle, dan S. A. (2019). Strategi Pemasaran Abon Ikan Marlin Pada Industri Rumah Tangga (Studi Kasus UD. Abon Bonesa Kelurahan Kambu Kecamatan Kambu Kota Kendari). *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan FPIK UHO*, 4(1), 37–48.
- Risandi, A., Hafsar, K., & Tetty, T. (2024). Strategi Pemasaran Melalui E-Commerce (Studi Kasus: UMKM Abon Ikan Kardina) Kota Tanjungpinang. *Nekton*, 4(1), 29–42.
- Riyanto, S dan Mardiansjah, F. (2018). Kajian Pengembangan Industri Pengolahan Perikanan dalam Pengembangan Ekonomi Lokal di Kabupaten Pati. *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota*, 14(1), 61–71.
- Rosminah, Mardia, Isra, M., Siadari, F., Zulkifli, D., Yusdianto, Lubis, S., Paloma,

- C., & Boekoesoe, Y. (2024). *Manajemen Agroindustri: Strategi dan Implementasi*. Tarakan: Yayasan Kita Menulis.
- Rostiana, K., Bawono, G. T., & Vieri, D. (2024). Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen : Studi Kasus pada McDonald's. *Ebisnis Manajemen*, 2(4), 60–67.
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69.
- Sarah, S., Syamsuddin, Asngadi, & Dwiwijaya, K. A. (2024). Pelaksanaan quality control yang efektif dalam sistem produksi dan operasional pada CV. sofie tunggadewi industri di kota palu. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(1), 622–630.
- Sari, F. J. (2022). *Peran Industri Rumah Tangga dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus pada Industri Keripik Usus Ayam Desa Sidowungu Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik)*. Universitas Islam Negeri Sunan Aampel Surabaya.
- Sholiha, S., & Wibawa, F. A. (2021). Ketahanan UMKM Olahan Serba Ikan di Kelurahan Margodadi terhadap Pandemi Covid 19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 9(2), 117–126.
- Siswanto, H., Riyadi, S., & Muhandhis, I. (2022). Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna Mesin Abon Kapasitas 25 Kg/ Jam Untuk Peningkatan Produksi UKM Di Sidoarjo. *Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi Teknologi (DIMASTEK)*, 1(01), 17–22.
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama.
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method* (2nd ed.). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundari, R. S., & Umbara, D. S. (2019). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Agroindustri Abon Ikan. *Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 36–43.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Center for Academic Publishing Service.
- Suriyanti, Rahmad Solling Hamid, Riska Eka Putri Bachtiar, & Riefky Dj Al Idrus. (2024). Peran Saluran Distribusi Dan Aktivitas Pemasaran Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(2), 159–168.
- Susanto, H. (2008). *Budidaya Ikan di Pekarangan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Thooriqh, D. V. A. (2021). *Strategi Pemasaran Beras (Studi Kasus Pada PT Mitra Desa Pamarican (MDP), Ciamis)*. Universitas Siliwangi.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Toruan, R. R. M. L. (2018). Proses Implementasi Word of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*,

1(1), 155–166.

- Utami, H. T. (2018). Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha, Dan Umur Usaha Terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha Dengan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Pemilik Usaha Ukm Makanan Khas Di Kabupaten Banyumas). *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 23–48.
- Wahida, N. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Abon Ikan Pada UMKM di Kabupaten Kepulauan Selayar*. Universitas Negeri Makassar.
- Wardani, F. S., Lestari, I. P., Sari, D. T., Umamah, N., & Wulandari, N. U. T. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Di Masa Pandemi. *Academica Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(1), 27–38.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 6(2), 83–98.
- Wijaya, A. S. G. (2023). Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Pendampingan Manajerial. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(3), 133–144.
- Wijayanti, H. (2019). *Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*. Universitas Gadjah Mada.
- Winahyu, N., Astoko, E. P., & Fatmawati, E. W. (2024). Strategi Pemasaran UMKM Olahan Perikanan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Agribisnis*, 24(1), 46–55.
- Yustiana, R. M., Nirawati, L., Pembangunan, U., Veteran, N. ", Timur, J., Rungkut, J., No, M., Anyar, G., & Surabaya, K. (2023). Branding UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Bawang Goreng Di Desa Ngepoh. *Jurnal Masyarakat Mengabdikan Nusantara (JMMN)*, 2(3), 79–88.