

Evaluasi Kondisi Konsumsi Ikan pada Masyarakat Kabupaten Bekasi serta Strategi Peningkatannya***Evaluation of the Condition of Fish Consumption in the Community of Bekasi District and Its Improvement Strategies***Saka Tirta Septya^{1*)}, Eddy Supriyono^{2*)}, Lilik Sulistyowati^{3*)}

¹⁾Inspektorat Jenderal, Kementerian Kelautan dan Perikanan
²⁾Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institute Pertanian Bogor
³⁾Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Terbuka

Email: tirta42@gmail.com^{1*)}, eddy_supriyono@yahoo.com^{2*)}, liliks@ecampus.ut.ac.id^{3*)}

(Diterima: 07 Desember 2022; Diterima setelah perbaikan: 26 Juni 2023; Disetujui: 26 Juni 2023)

ABSTRAK

Kesadaran konsumsi ikan di kalangan masyarakat Bekasi masih dibawah rata-rata. Bagaimanapun ikan adalah makanan yang ekonomis, gampang ditemukan, dan bergizi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola konsumsi ikan, menganalisis persepsi dan preferensi responden terhadap ikan, serta meningkatkan strategi konsumsi ikan. Penelitian dilakukan dengan menganalisis data primer mengenai pola konsumsi ikan yang dipengaruhi oleh persepsi dan preferensi terhadap produk ikan melalui wawancara secara langsung terhadap 110 anggota rumah tangga. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, analisis logit, analisis kuantitatif dengan uji chi-square, analisis SWOT dan analisis **Analytical Hierarchy Process** (AHP). Mengacu pada temuan penelitian tersebut, strategi peningkatan konsumsi ikan di Kabupaten Bekasi antara lain: 1) Memberikan pengetahuan kepada kelompok masyarakat perikanan tentang cara mengelola dan menangani GMP dengan benar melalui pelatihan atau peningkatan kesadaran, 2) Menerapkan sistem untuk menjamin kualitas produk ikan yang sehat dan aman melalui cara pengolahan yang steril sesuai standar GMP dan SOP, 3) Mempromosikan penerapan teknologi produksi dan penjualan yang lebih efektif melalui media periklanan yang ada, 4) Penyuluhan dan edukasi kepada nelayan, petani ikan dan UMKM pengolah ikan, 5) Mendorong hasil pengembangan teknologi pengolahan produk perikanan, khususnya produk yang tidak mempunyai nilai ekonomi.

Kata kunci: kabupaten bekasi, konsumsi ikan, logit, strategi peningkatan

ABSTRACT

Awareness of fish consumption among the people of Bekasi is still below average. However, fish is an economical food, easy to find, and nutritious. This study aims to analyze fish consumption patterns, analyze respondents' perceptions and preferences for fish, and improve fish consumption strategies. The research was conducted by analyzing primary data regarding fish consumption patterns which were influenced by perceptions and preferences for fish products through direct interviews with 110 household members. This research uses descriptive analysis method, logit analysis, quantitative analysis with chi-square test, SWOT analysis and Analytical Hierarchy Process (AHP) analysis. Referring to the research findings, strategies to increase fish consumption in Bekasi Regency include: 1) Providing knowledge to fishery community groups on how to properly manage and handle GMP through training or awareness raising, 2) Implementing a system to ensure the quality of healthy fish products and safe through sterile processing methods according to GMP and SOP standards, 3) Promoting the application of production technology and sales that are more effective through existing advertising media, 4) Counseling and education to fishermen, fish farmers and fish processing MSMEs, 5) Encouraging the results of technology development processing of fishery products, especially products that do not have economic value.

Keywords: bekasi district, fish consumption, logit, improved strategies

PENDAHULUAN

Karena besarnya potensi ikan di Indonesia, maka terbuka peluang besar untuk memanfaatkan ikan sebagai sumber protein utama untuk memperbaiki pola makan masyarakat. Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) memperkirakan konsumsi ikan nasional mencapai akan 55,37 kg/kapita pada tahun 2021. Dibanding tahun sebelumnya, nilai ini meningkat 1,48% menjadi 54,56 kg/kapita. Terlihat bahwa proporsi konsumsi ikan dalam negeri cenderung meningkat dalam satu dekade terakhir. Pada tahun 2011, konsumsi ikan nasional hanya sebesar 32,25 kg/kapita. Berarti konsumsi ikan nasional pada tahun 2021 meningkat kira-kira 69,17% dibandingkan 10 tahun lalu. Tingkat konsumsi ikan Indonesia mencatat penambahan maksimal yaitu 38,14 kg/kapita pada tahun 2014 atau 8,32%. Sedangkan peningkatan konsumsi ikan terkecil terjadi pada tahun 2020, yang hanya sebanyak 0,11% menjadi sebesar 54,56 kg/kapita (Annur, 2022).

Dalam upaya meningkatkan konsumsi ikan di masyarakat dan mendukung program nasional pencegahan stunting, Ditjen PDSPKP mencanangkan program Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN) dengan tujuan untuk pembesaran konsumsi ikan di masyarakat, mendorong penyerapan nutrisi dari protein ikan serta menjadikan ikan sumber gizi dan protein bagi masyarakat (KKP, 2018).

Sebagai daerah penyangga Jakarta, Kabupaten Bekasi selalu diidentikkan sebagai kawasan industri dan jasa. Oleh karena itu, masyarakatnya sangat heterogen, berasal dari berbagai suku, adat istiadat, dan praktik yang berbeda (Purwanto, 2021). Berdasarkan data tahun 2018 di Bekasi, masih terdapat 23.184 anak balita yang mengalami *stunting* (Surjaya, 2019). Meski begitu pemerintah daerah setempat mengaku jumlah balita yang menderita kurang gizi itu persentasenya masih dibawah 20%. Oleh karena itu, tidak ada kasus gizi buruk khusus yang terjadi pada puluhan ribu anak di bawah usia 5 tahun. Stunting yang terjadi di Kabupaten Bekasi disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap sumber pangan penting untuk dikonsumsi. Kesadaran masyarakat Bekasi terhadap konsumsi ikan masih sangat kurang. Kenyataannya Ikan merupakan salah satu bahan pangan yang murah, mudah didapat, dan kaya akan nutrisi. Ikan kaya akan asam lemak omega-3 dan berperan penting dalam meningkatkan gizi bayi di bawah usia 1.000 hari dan anak di bawah usia 2 tahun (DJPDS KKP, 2020).

METODE PENELITIAN

Studi yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi penggunaan metode deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang penekanannya ditempatkan pada analisis data yang diolah dengan menggunakan metode statistik. Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yang meliputi uji chi-square, analisis korespondensi dan analisis logit. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan kuesioner dan wawancara terkait pola konsumsi, perilaku, persepsi dan preferensi dalam rangka mengembangkan peningkatan konsumsi ikan di Kabupaten Bekasi.

Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dari 110 rumah tangga yang disurvei di wilayah Kabupaten Bekasi. Orang-orang yang disebutkan dalam penelitian ini keluarganya yang menentukan menu makanan dan orang-orang yang pernah ditemui saat survei.

Analisis SWOT yang secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor untuk membangun strategi bisnis (Rangkuti, 2014). Logika pada analisis ini dapat mengoptimalkan pada kekuatan dan peluang, namun sekaligus dapat mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada di wilayah Kabupaten Bekasi. Strategi peningkatan konsumsi ikan yang tepat dengan mengacu pada hasil analisis status keberlanjutan menggunakan metode berupa *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil analisis AHP menggunakan aplikasi *Expert Choice* menghasilkan hasil penilaian skala prioritas atas beberapa alternatif strategi peningkatan konsumsi ikan. Penilaian alternatif strategi dilakukan oleh beberapa pakar, yaitu Kepala Seksi Kemitraan & Promosi Dinas Perikanan, Kepala Subbagian Umum dan Kepegawaian, Penyuluh Perikanan bantu Kabupaten Bekasi, Kepala Bidang Perikanan Tangkap dan Kepala Subbagian Perencanaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berkarakter kuantitatif dan data yang diperoleh berbentuk numerik. Perolehan data dianalisis dengan memakai software SPSS. Penelitian yang dilakukan Mundry (2018) melibatkan 100 responden yang tetap dipertahankan sebagai responden. Rangkuman karakteristik umum responden meliputi jenis kelamin, umur, pekerjaan, tingkat pendidikan dan pengeluaran bulanan rumah tangga.

Hubungan Konsumsi Ikan dengan Jenis Kelamin

Hasil dari uji *chi-square* hubungan konsumsi ikan dengan jenis kelamin dapat diketahui bahwa P-Valuenya adalah 0.043 kurang dari taraf signifikansi (α) ditetapkan sedemikian rupa sehingga keputusan dapat dibuat yaitu tolak H_0 yang berarti konsumsi ikan dipengaruhi oleh jenis kelamin. Dari hasil wawancara dengan responden ditemukan bahwa penentuan makan ikan memang ditentukan oleh responden yang berjenis kelamin perempuan dimana mayoritas berprofesi sebagai ibu rumah tangga didukung hasil analisa deskriptif diatas.

Hubungan Konsumsi Ikan dengan Usia

Hasil dari uji *chi-square* hubungan konsumsi ikan dengan usia dapat diketahui bahwa P-Valuenya adalah 0.044 kurang dari taraf signifikansi (α) ditetapkan sedemikian rupa sehingga keputusan dapat dibuat yaitu tolak H_0 yang berarti konsumsi ikan dipengaruhi oleh kelompok usia.

Hubungan Konsumsi Ikan dengan Pekerjaan

Hasil dari uji *chi-square* hubungan konsumsi ikan dengan pekerjaan dapat diketahui bahwa P-Valuenya adalah 0.007 kurang dari taraf signifikansi (α) ditetapkan sedemikian rupa sehingga keputusan dapat dibuat yaitu tolak H_0 yang berarti konsumsi ikan dipengaruhi oleh jenis pekerjaan responden.

Hubungan Konsumsi Ikan dengan Suku

Hasil dari uji *chi-square* hubungan konsumsi ikan dengan suku dapat diketahui bahwa P-Valuenya adalah 0.034 kurang dari taraf signifikansi (α) ditetapkan sedemikian rupa sehingga keputusan dapat dibuat yaitu tolak H_0 yang berarti konsumsi ikan dipengaruhi oleh suku.

Hubungan Konsumsi Ikan dengan Pendidikan

Hasil dari uji *chi-square* hubungan konsumsi ikan dengan pendidikan dapat diketahui bahwa P-Valuenya adalah 0.014 kurang dari taraf signifikansi (α) ditetapkan sedemikian rupa sehingga keputusan dapat dibuat yaitu tolak H_0 yang berarti konsumsi ikan dipengaruhi oleh pendidikan terakhir yang ditamatkan oleh responden.

Hubungan Konsumsi Ikan dengan Pengeluaran Perbulan

Hasil dari uji *chi-square* hubungan konsumsi ikan dengan pengeluaran perbulan dapat diketahui bahwa P-Valuenya adalah 0.007 kurang dari taraf signifikansi (α) ditetapkan sedemikian rupa sehingga keputusan dapat dibuat yaitu tolak H_0 yang berarti konsumsi ikan dipengaruhi oleh pengeluaran rata-rata responden dalam sebulan.

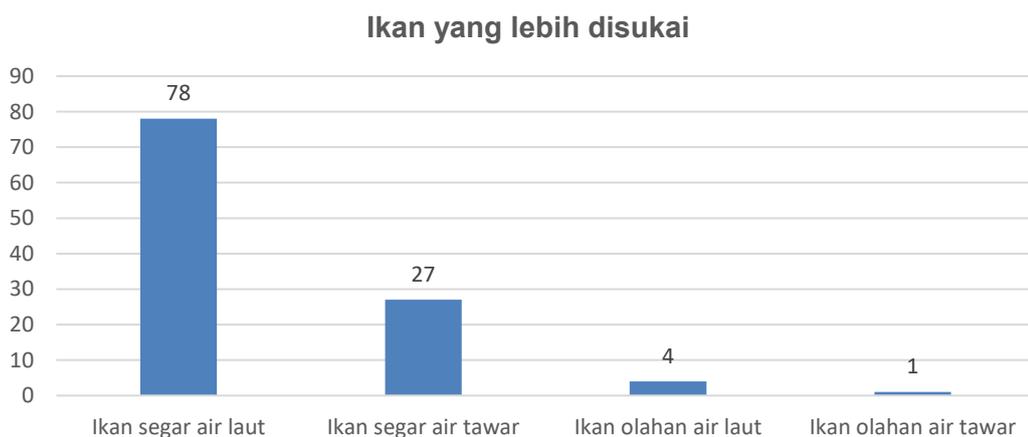
Hasil dan model dari perhitungan regresi logistik biner

$$\ln \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = -1,714 + 0,237 * \text{Usia} + 0,058 * \text{Pendidikan} + 0,166 * \text{Pekerjaan} - 0,395 * \text{Pengeluaran}$$

Dari hasil diatas diketahui bahwa setiap pertambahan usia maka akan meningkatkan keinginan makan ikan sebesar 0,237 kali atau orang yang semakin tua maka memiliki keinginan makan ikan 1,267 kali lebih besar dibanding dengan yang lebih muda tingkat pendidikan menambah keinginan makan ikan sebesar 0,058 jika atau orang dengan tingkat pendidikan yang tinggi kemungkinan 1,060 kali lebih besar mengkonsumsi ikan. Untuk pekerjaan menambah keinginan makan ikan sebanyak 0,166 kali atau pekerjaan seseorang mempengaruhi keinginan makan ikan sebesar 1,180. Pengeluaran seseorang mengurangi keinginan makan ikan 0,395 artinya berdasarkan penghasilan keinginan untuk makan ikan seseorang berkurang 0,674 kali.

Persepsi Responden Tentang Produk Ikan

Persepsi responden tentang produk ikan membuktikan bahwa ikan segar lebih disukai responden karena persepsinya tentang ikan. Gambar 1 menunjukkan bahwa responden lebih meminati ikan segar dibandingkan ikan olahan. Hal ini dikarenakan ikan segar mendapat penjelasan lebih baik eksternal maupun internal. Informasi eksternal diambil dari lingkungan sekitar sedangkan informasi internal diambil dari keluarga, pengalaman pribadi dan nilai-nilai yang diterapkan. Menurut mayoritas responden, ikan olahan merupakan ikan segar. Di sisi lain, olahan ikan seperti bakso, nugget, dan sosis masih belum konsisten dalam persepsi responden. Hal ini ditampilkan dengan kurangnya preferensi responden tentang produk olahan ikan. Masalah ini berfokus pada kelakuan dan preferensi responden.



Gambar 1. Jumlah responden ikan yang lebih disukai

Televisi dinilai menjadi penghubung yang paling berdampak dalam menyampaikan penjelasan yang dapat membentuk persepsi konsumen tentang ikan. Tidak kurang dari 36,36%

Available online di: <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/JSJ/index>

responden memberitahukan televisi merupakan media yang paling berdampak dalam membentuk persepsi mereka. Hasil survei opini menunjukkan bahwa media yang dipublikasikan menurut pendapat responden tidak terlalu mempengaruhi persepsi dan keputusan untuk mengkonsumsi atau membeli ikan. Selain status sosial ekonomi keluarga, peran keluarga juga sangat mempengaruhi dalam membeli ikan, sayur, dan buah (Linda, 2015).

Tabel 1. Media yang mempengaruhi dalam ketetapan pembelian ikan

No	Jenis Media	Pendapat Responden	
		Jumlah	%
1	Internet	28	25.45
2	Koran/majalah	5	4.55
3	Penyuluhan/pelatihan	15	13.64
4	Televisi	40	36.36
5	Brosur	2	1.82
6	Demo Masak	20	18.18
Total		110	100

Tabel 1 menunjukkan bahwa belum adanya titik temu antara keinginan responden dengan informasi yang diberikan dalam terbentuknya persepsinya tentang ikan. Penjelasan yang didapat responden melewati pendengaran, pandangan, penciuman dan peraba dikumpulkan melewati media yang berlainan yang dipakai untuk mendeskripsikan pembuatan olahan ikan (Harlin, 2008).

Berdasarkan persepsi harga ikan murah dan ikan mahal. Harga menjadi salah satu faktor yang membedakan nilai antar tipe ikan di mata konsumen. Studi-studi yang ada menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh penting dalam tingkat konsumsi ikan (Bruno et al., 2009). Faktor yang menyebabkan harga ikan bervariasi ada beberapa macam salah satunya adalah lokasi dimana ikan ditangkap, kualitas ikan dan juga tipe ikan itu sendiri (Clark et al, 2012).

Preferensi Responden Terhadap Ikan

Menurut Suryawati *et.al* (2017) Preferensi konsumen terhadap produk ikan bertujuan untuk mengetahui preferensi atau preferensi masing-masing individu dalam memilih sumber proteinnya. Preferensi ini disebabkan oleh persepsi responden yang baik tentang ikan, terutama kolesterol rendah, kaya protein, dan berisi omega-3. Beberapa responden mengatakan bahwa ikan sangat bagus untuk kecerdasan otak.

Tabel 2. Protein hewani yang paling tinggi protein

Sumber Protein Hewani	Responden	
	Jumlah	%
Ikan	91	82.73
Daging	10	9.09
Telur dan Susu	9	8.18
Total	110	100

Dengan asumsi preferensi sempurna, ikan menempati peringkat kesatu di antara preferensi responden. Tabel 2 memperlihatkan bahwa ikan merupakan sumber protein hewani terbesar yaitu sebesar 82,73%, disusul daging (9,09%) pada urutan kedua.

Available online di: <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/JSJ/index>

Faktor seperti kandungan gizi (non kolesterol) telah melekat pada preferensi responden terhadap ikan dalam bentuk segar. Faktor ini dinilai mempunyai pengaruh yang besar lebih dari 50% preferensi responden menularkan sikapnya saat menentukan pilihan. Pengaruh budaya, variasi produk olahan dan faktor lingkungan dianggap tidak berpengaruh dalam mengkomsumsi ikan (Harlin, 2008).

Tabel 3. Pendapat responden tentang yang memotivasi untuk menyantap ikan dan menyenangkan olahan ikan

Hal yang mendorong	Responden	
	Jumlah	%
Pengaruh budaya (kebiasaan masa kecil)	29	26.36
Dampak lingkungan (tempat tinggal)	7	6.36
Macam buatan olahan ikan yang ada	14	12.73
Kandungan gizi (tidak masuk kolesterol)	60	54.55
Total	110	100

Berdasarkan Tabel 3, faktor budaya menyebabkan responden mempunyai preferensi konsumsi ikan yang lebih tinggi dibandingkan faktor lingkungan, mengkonsumsi ikan sejak dini salah satu dari preferensi responden karena pengaruh beberapa budaya tertentu yang mereka patuhi. Sementara variasi produk olahan tersebut di pasaran tidak banyak sehingga masyarakat belum mengetahuinya. Dalam hal ini, kandungan nutrisi pada ikan sangat mempengaruhi preferensi dalam menentukan dan menggunakan ikan sebagai sumber protein hewani.

Strategi Peningkatan Konsumsi ikan di Wilayah Kabupaten Bekasi

Menurut Syukron (2014) langkah-langkah penerapan AHP untuk dapat mengambil keputusan dalam memilih strategi bisnis atau dalam hal produksi ialah sebagai berikut: 1. Untuk memilih pemecahan yang dimau maka mendefinisikan masalah lebih dulu; 2. Buat hierarki yang diawali dengan tujuan luas dan berlanjut dengan sub-tujuan, tolak ukur, dan peluang pengganti terhadap tolak ukur yang lebih rendah; 3. Jumlah skor eigen dan periksa kesesuaiannya, jika tidak, pemungutan akan dilakukan lagi.

Hasil analisis AHP memberikan gambaran prioritas terhadap beberapa alternatif strategi peningkatan konsumsi ikan, yang kemudian dipilih strategi yang tepat dan layak untuk memakai oleh pengambil keputusan, dalam hal ini adalah Dinas Perikanan Kabupaten Bekasi dan Kementerian Kelautan dan perikanan. Memperhatikan rencana pembangunan jangka menengah tahun 2020 – 2024, masih tersisa 2 (dua) tahun anggaran untuk melakukan beberapa strategi peningkatan konsumsi ikan di Kabupaten Bekasi (Nugroho, 2021).

Proses perbaikan keberlanjutan peningkatan konsumsi ikan dapat dilakukan dengan beberapa langkah strategi. Kriteria dalam menentukan pemilihan strategi peningkatan konsumsi ikan dari hasil sintesis menggunakan analisis AHP berupa peringkat skala prioritas atas beberapa alternatif strategi. Mengacu pada kriteria tersebut dilakukan beberapa langkah upaya yang merupakan rangkaian strategi peningkatan konsumsi ikan yang tepat dan berkelanjutan di Kabupaten Bekasi, yaitu kandungan gizi, protein ikan, ikan mudah didapatkan, jaminan mutu, jenis ikan, harga murah, meningkatkan promosi dan bank benih ikan.

Hasil Penilaian Alternatif Strategi

Menurut Subakir *et.al* (2020) analisis AHP menunjukkan bahwa strategi kampanye dan pemasyarakatan Gemarikan melalui media sosial, cetak dan elektronik merupakan alternatif strategi terbaik atau prioritas tertinggi untuk meningkatkan konsumsi masyarakat berpendapatan rendah sehingga mengkonsumsi ikan lebih banyak.

Hasil analisis AHP menggunakan aplikasi *Expert Choice* menghasilkan hasil penilaian skala prioritas atas beberapa alternatif strategi peningkatan konsumsi ikan. Hasil sistesis atas beberapa alternatif strategi berdasarkan skala prioritas dari hasil analisis AHP, yaitu a) Kandungan Gizi, dengan bobot 0,214; b) Protein Ikan, dengan bobot 0,163; c) Ikan mudah didapatkan, dengan bobot 0,144; d) Jaminan Mutu, dengan bobot 0,133; e) Jenis Ikan, dengan bobot 0,110; f) Harga Murah, dengan bobot 0,085; g) Meningkatkan Promosi, dengan bobot 0,083; h) Bank benih ikan, dengan bobot 0,068 (Gambar 2).



Gambar 2. Hasil sintesis strategi peningkatan konsumsi ikan

SIMPULAN

Masyarakat Kabupaten Bekasi lebih memilih ikan bentuk segar, baik ikan laut maupun air tawar, karena mereka sudah mengetahui bahwa nutrisi ikan baik untuk kesehatan. Strategi peningkatan konsumsi ikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan status keberlanjutannya, yaitu a) Mengkampanyekan kandungan gizi ikan pada masyarakat; b) Peningkatan wawasan dan kepedulian masyarakat terhadap protein ikan; c) Membuka kolam budidaya agar ikan mudah didapatkan; d) Langkah-langkah strategis dalam peningkatan mutu; dan e) Rendahnya ragam jenis ikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah M Surjaya. (2019). *Masih di Bawah Batas Nasional, 23.184 Balita di Bekasi Derita Stunting*. Sindonews.Com. <https://metro.sindonews.com/berita/1465646/171/masih-di-bawah-batas-nasional-23184-balita-di-bekasi-derita-stunting>
- Antonius Purwanto. (2021). *Daerah Kabupaten Bekasi: Kawasan Industri Terbesar di Asia Tenggara dan Penyangga DKI Jakarta*. Kompas Pedia. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/kabupaten-bekasi-kawasan-industri-terbesar-di-asia-tenggara-dan-penyangga-dki-jakarta>

Available online di: <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/JSJ/index>

- Bruno, J. F., Sweatman, H., Precht, W. F., Selig, E. R., & Schutte, V. G. W. (2009). Assessing evidence of phase shifts from coral to macroalgal dominance on coral reefs. *Ecology*, 90(6), 1478–1484. <https://doi.org/10.1890/08-1781.1>
- Cindy Mutia Annur. (2022). *KKP: Angka Konsumsi Ikan RI Capai 55,37 Kg per Kapita pada 2021*. Databoks.
- Clark, R. A., Shoaib, M. and Hewitt, K. N. (2012). A Note On The Advantages Of Using Linear Mixed Model Analysis With Maximal Likelihood Estimation Over Repeated Measures ANOVAs In Psycopharmacology. *Journal Of Psychopharmacology*, 26. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0269881112463471>
- DJPDS KKP. (2020). *KKP Ajak Masyarakat Bekasi "Gemarikan" untuk Tingkatkan Konsumsi Ikan*. Kementerian Kelautan Dan Perikanan. <https://kkp.go.id/djpdspkp/artikel/24056-kkp-ajak-masyarakat-bekasi-gemarikan-untuk-tingkatkan-konsumsi-ikan>
- Ervy Aisyi Mundiri. (2018). *Analisis Pola Konsumsi Ikan di Tangerang Selatan*. Sekolah Tinggi Perikanan.
- Freddy Rangkuti. (2014). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. In *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. <https://books.google.co.id/books?id=UHV8Z2SE57EC&printsec=frontcover&hl=id&pli=1#v=onepage&q&f=false>
- Harlin. (2008). *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Perikanan (Studi Kasus di Kota Bekasi)*. Universitas Terbuka.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2018). *Kelautan dan Perikanan dalam Angka*. Kementerian Kelautan Dan Perikanan.
- Mei Linda Khuril'in. (2015). *Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Ikan, Sayur, dan Buah pada Anak Usia Prasekolah di Tk LPII Desa Sawotratap Kec. Gedangan Kab. Sidoarjo*. 04(2), 1–6.
- Subakir, A. A., Hubeis, M., & Trilaksani, W. (2020). Strategi Peningkatan Konsumsi Ikan pada Masyarakat Berpendapatan Rendah Di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 15(1), 70–76. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/article/view/34305/21020>
- Suryawati, S. H., Saptanto, S., & Putri, H. M. (2017). Analisis Preferensi Konsumsi Ikan Menghadapi Natal 2015 Dan Tahun Baru 2016. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.15578/jksekp.v6i1.1614>
- Syukron, A. (2014). Pengantar Manajemen Industri. In *Graha Ilmu* (p. 257). https://repository.unugha.ac.id/876/1/PMI_JOIN.pdf
- Untung Adi Nugroho. (2021). *Pengelolaan Udang Jerbung (Fenneropenaeus merguensis de Man) di Perairan Cilacap*. Universitas Indonesia.