

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani, F. S. (2016). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di Cherryka Bakery. *Journal of Culinary Education and Technology*, 5(6). Retrieved from <https://eprints.uny.ac.id/39866/>
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Barkah, D. A., & Ikhwan, S. (2023). Analisis Pemasaran Ikan Asin di Desa Krakahan Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes (Studi Kasus pada UD. Dasti). *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 5(1), 14–28.
- Beu, N. S., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada UMKM Toko 48 Pasar Bersehati Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1530–1538.
- Creswell, J. W. (2012). *Qualitatif Inquiry and Research Design* (Global Ed). California: SAGE Publications Inc.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases: A Competitive Advantage Approach*. Boston: Pearson.
- Gituma, M. M. (2017). *Effects of Marketing Mix on Sales Performance: A Case of Unga Feeds Limited*. United States International University-Africa.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. *Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 19 Tahun 2022 tentang Estimasi Potensi Sumber Daya Ikan, Jumlah Tangkapan Ikan yang Diperbolehkan, dan Tingkat Pemanfaatan Sumber Daya Ikan di Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia*. , (2022). Indonesia.
- Koswara, S., Mauizzati, P., Dyah, S., Anita, N. A., Yanti, K. L., & Nur, A. Y. (2017). *Buku Modul Produksi Pangan Untuk Industri Rumah Tangga : Ikan Asin*. Jakarta: Direktorat Surveilans dan Penyuluhan Keamanan Pangan Deputi Bidang Pengawasan Keamanan Pangan dan Bahan Berbahaya Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kusmawaty, Y . (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu). *Jurnal Agribisnis*, 20(2),

124-138. <https://doi.org/10.31849/agr.v20i2.22235>

- Margareta, R. T. E., & Ismanto, B. (2017). Strategi Perencanaan Pembiayaan Sekolah dalam Peningkatan Mutu di SMP Negeri. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 4(2), 195–204. <https://doi.org/10.24246/j.jk.2017.v4.i2.p195-204>
- Marsudi, H. (2013). Kajian Agroindustri Berbasis Masyarakat Kabupaten Karanganyar. *Riset Manajemen Dan Akuntansi STIE Atma Bhakti*, 4(7), 221135.
- Meidasari, E., Surya, A., & Nurstyani, A. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pengolahan Ikan Asin Ibu Syariah di Pulau Pasaran. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 5(1), 120–134.
- Nikawanti, G. (2021). Ecoliteracy: Membangun Ketahanan Pangan Dari Kekayaan Maritim Indonesia. *Jurnal Kemaritiman: Indonesian Journal of Maritime*, 2(2), 149–166.
- Noor, K. B. M. (2008). Case Study: A Strategic Research Methodology. *American Journal of Applied Sciences*, 5(11), 1602–1604.
- Nugraha, G. N., Rochdiani, D., & Sudrajat, S. (2019). Strategi Pemasaran Seblak Kicimpring Berbasis Offline dan Online (Studi Kasus pada UKM Raja Rasa di Kelurahan Linggajaya Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(3), 644–656.
- Nurfadhilah, Tijjang, B., & Rahmawati, L. (2020). Strategi Pemasaran Hubungannya Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 7(1), 132-139. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/30269>
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-Performance Analysis Based SWOT Analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194–203.
- Priyarsono, D. S., & Backe, J. (2007). Agriculture-Based Industries: Directions for Industrial Development in Indonesia. *SOCA Journal*, 8(3), 256–264.
- Rahmawati, Setiawan, E. A., & Muinah Fadhilah. (2023). Strategi Promosi Digital Marketing Pada Distributor Keramik Di Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 2(4) 287-292 <https://doi.org/10.55826/tmit.v2i4.286>
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (2nd ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Rinova, D., & Gapur, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Usaha Terhadap Usaha Ikan Laut. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 7(1), 41–53.
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Adminitrasi Bisnis*, 9(4), 389-401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Samsu, S. (2017). *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Jambi: Pusaka Jambi.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Bensu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127-146
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=5OiZDwAAQBAJ>
- Shofiana, F, U. (2014). *Strategi Pemasaran Usaha Agroindustri Jenang Salak Skala Kecil Di Kecamatan Pagelaran Deangan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Aggroindustri Jenang salak "Mawar" Di Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang)* [Universitas Brawijaya]. <https://repository.ub.ac.id/129620/>
- Sinaga, Y. Y. (2021). Strategi Pemasaran Pedagang Ikan Kering melalui Media Sosial di Masa Pandemi COVID-19. *Dakwatul Islam*, 6(1), 13–28.
- Start, D., & Hovland, I. (2012). *Tools for Policy Impact: A Handbook for Researchers*. London, United Kingdom: Overseas Development Institute London.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2004). *Makroekonomi Teori Pengantar* (1st ed.). Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Udayana, I. (2011). Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. *Singhadwala*, 44, 3–8.
- Umar, U., Alfaro, A., Soeryamassoeka, S. B., Gunarto, D., & Yulianto, E. (2023).

Flood Management Strategy in The Landak Sub-River Basin Using SWOT Analysis. *Jurnal Teknik Sipil*, 23(1), 93–102.

Wardani, R. I., & Mulasari, S. A. (2016). Identifikasi Formalin pada Ikan Asin yang Dijual di Kawasan Pantai Teluk Penyu Kabupaten Cilacap. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 10(1), 43–48. Retrieved from https://journal.uad.ac.id/index.php/KesMas/article/view/5197/pdf_55

Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 53(5), 277–278.

Zebua, N. R. (2024). Analisis SWOT pada Usaha Rumah Makan Nasional. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 1–16.