

## **Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kota Makassar Berbasis Ekonomi Kreatif**

Rahmawati Tahir<sup>1</sup>, Andi Tenri Lawa Putri Lanrang Haris<sup>2</sup>, Andi Dorawati Ishak<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Yapi Bone

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Dharma Nusantara

### **Abstrak**

Makassar merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi sumberdaya perikanan khususnya perikanan laut. Salah satu produk unggulan di Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM adalah industri abon ikan memiliki potensi produk UMKM yang berbasis ekonomi kreatif. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan UMKM untuk meningkatkan daya saing usaha berbasis ekonomi kreatif. Metode yang digunakan adalah kualitatif melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informannya berjumlah 21 pelaku UMKM abon ikan. Penelitian dilakukan selama 3 bulan dan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan para pelaku UMKM yang berbasis ekonomi kreatif menyatakan bahwa peluangnya masih terbuka, oleh karena itu konsep pengembangan diarahkan untuk mewujudkan peluang usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, menciptakan pasar baru untuk memenuhi permintaan yang tinggi secara berkelanjutan yang dapat bersaing dipasar lokal dan pasar ekspor untuk meningkatkan pendapatan yang memberikan keuntungan dalam menjaga stabilitas dan perlu dilakukan pemetaan industri kreatif yang ada di Kota Makassar yang berupa pembagian cluster UMKM industri kreatif dan produktif yang memilih produk apa yang menjadi ciri khas

**Kata Kunci:** strategi, pengembangan, UMKM, ekonomi, kreatif

### **ABSTRACT**

Makassar is one of the areas that has the potential of fishery resources, especially marine fisheries. One of the leading products in the Cooperative Trade Industry Office and MSMEs is the fish shredded industry that has the potential for MSME products based on the creative economy. The purpose of this study is how the MSME development strategy to increase the competitiveness of creative economy-based businesses. The method used is qualitative through observation, interviews and documentation. The information amounted to 21 fish-shredded MSME actors. The study was conducted for 3 months and used SWOT analysis. The results of this study show that MSME players based on the creative economy state that opportunities are still open, therefore the development concept is directed to realize business opportunities, improve the quality and quantity of production, create new markets to meet high demand in a sustainable manner that can compete in the local market and export markets to increase income that provides benefits in maintaining stability and needs to be done mapping of creative industries in Makassar City in the form of division of creative and productive industry MSME clusters that choose what products are characteristic

**Keywords:** strategy, development, MSME, economy, creative

---

Copyright (c) 2024 Syahrul Romadhon

✉ Corresponding author :

Email Address : [ammagober90@gmail.com](mailto:ammagober90@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Perkembangan jumlah industri mikro, kecil dan menengah mencapai 8.1% dari tahun 2011 hingga 2015 (Kementerian Koperasi dan UKM, 2016), baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto (Ridzal et al., 2023). Sektor industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika berbagai sektor lain dilanda krisis keuangan global. Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Penekanan pada pengembangan potensi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) membawa pembahasan menuju konsep pengembangan ekonomi lokal yang kreatif melalui proses kewirausahaan yang dinamis, serta kesejahteraan komunitas dan usaha dalam rangka meningkatkan kualitas hidup bagi semua yang berada dalam komunitas yang terlibat langsung dalam pendirian usaha - usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) (Halim, 2020). Kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian.

Pengembangan ekonomi kreatif sangat tepat untuk diterapkan dalam UMKM khususnya bidang perikanan dikarenakan Kota Makassar merupakan daerah pesisir yang memiliki potensi unggulan dalam pengolahan perikanan air asin yang mampu menghasilkan produk ikan dengan kualitas dan kuantitas yang tinggi mampu memberikan nilai tambah pendapatan perekonomian masyarakat sekitar (Ramli et al., 2022). Ekonomi kreatif dalam pengembangannya di lapangan membentuk industri - industri kreatif sesuai dengan sektornya. Khususnya dibidang perikanan. Menurut Kementerian Perdagangan RI (2008) industri kreatif ialah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan kreasi dan daya cipta individu tersebut ( Hutabarat et al., 2015).

Sulawesi Selatan merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi sumberdaya perikanan yang beraneka ragam khususnya perikanan laut. Dengan melihat potensi di wilayah tersebut para pelaku usaha khususnya pelaku kelompok perempuan memiliki potensi untuk mengolah dan menambahkan suatu nilai tambah dari bahan baku tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Haris & Burhan, 2023) menyatakan bahwa peran perempuan dapat menjadi fasilitator bagi terciptanya peluang-peluang usaha baru dimana perempuan dapat dikatakan sebagai agen perubahan dan penggerak dalam mentransformasi kegiatan non produktif menjadi kegiatan produktif yang menghasilkan secara ekonomi. Salah satu produk unggulan di Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM Kota Makassar adalah industri abon ikan dimana pemerintah mulai memberikan perhatian dan dukungan untuk pengembangan usaha tersebut (Rahmawati, 2011). Namun selama ini para pelaku UMKM produk abon ikan belum bisa mengembangkan produk hasil olahan mereka, belum bisa menciptakan produk khas lokal yang terbentuk melalui produk-produk UMKM, belum bisa memenuhi permintaan kebutuhan pasar dikarenakan keterbatasan produksi. Permasalahan UMKM produk olahan perikanan berbasis ekonomi kreatif pada umumnya terletak pada sumber daya manusia, modal, pemasaran dan penguasaan teknologi informasi, namun kenyataannya masih banyak UMKM yang belum mau menjadi wirausaha, belum adanya pola kemitraan

yang dibangun dengan pemerintah daerah yang mampu mengolah, menampung dan memasarkan produk hasil olahan UMKM di Kota Makassar. Dari beberapa masalah yang ada maka muncul tujuan penelitian yaitu bagaimana strategi pengembangan UMKM untuk meningkatkan daya saing usaha berbasis ekonomi kreatif.

## **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian ini adalah pada UMKM abon ikan yang ada di Kota Makassar, Sulawesi Selatan selama 3 bulan mulai Februari - April 2024. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif yakni melalui observasi, wawancara. Selanjutnya disajikan dalam bentuk data. Setelah data dikumpulkan selanjutnya diolah menggunakan analisis analisis SWOT (Rangkuti, 2018). Strategis pertimbangan dari kombinasi empat faktor yaitu: (1) Strategi SO Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pemikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang; (2) Strategi ST Ini adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan cara menghindari ancaman; (3) Strategi WO Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan - kelemahan yang dimiliki; dan (4) Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Adapun Informan pada penelitian ini adalah Dinas UMKM, para pelaku UMKM. Dengan analisis SWOT, maka akan diperoleh strategi yang tepat pengembangan UMKM adalah Strategi SO (Growth). Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* atau pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja yang diambil kelompok UMKM yang belum berkebang dan bermitra dikarenakan bahwa di Kota Makassar merupakan salah satu sentra industri rumahan abon ikan adapun jumlah yang dijadikan sampel sebanyak 21 UMKM produk olahan abon ikan yang ada di kota makassar.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Potensi Perkembangan UMKM Abon Ikan**

Kota Makassar merupakan salah satu daerah penghasil Ikan Tuna yang di olah menjadi produk abon ikan yang ada di Sulawesi Selatan. Potensi abon ikan dapat dijadikan sebagai alternatif sumber pendapatan keluarga dalam skala kecil maupun skala industri lalu dipasarkan. Hal ini menjadikan prospek usaha abon ikan sejalan dengan persaingan dan pemasaran yang semakin bertambah membuat industri berupaya untuk meningkatkan usahanya (Fitrianti et al., 2021). Permintaan abon ikan dari produsen di Kota Makassar yang menyatakan bahwa potensi permintaan produk abon ikan sebenarnya masih cukup tinggi (Amir, 2008). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan usaha UMKM abon ikan sangat berpeluang akan pertumbuhan usaha dapat meningkat serta menimbulkan keunggulan bersaing di dalamnya. Keunggulan bersaing tersebut menunjukkan bahwa kekuata konsumen sangat besar terhadap produk abon ikan yang ada di Kota Makassar dalam menghadapi lingkungan usaha yang semakin kompleks (Wulandary et al., 2018), maka suatu usaha perlu meningkatkan inovasi dari usaha yang dijalankannya untuk meningkatkan daya saing untuk keberlangsungan usaha (Balan, 2010).

### **Produksi Abon Ikan**

Pengolahan merupakan serangkaian metode untuk mengubah bahan baku menjadi produk pangan yang dapat dikonsumsi oleh manusia. Dalam produk abon ikan yang diproduksi oleh Kelompok Wanita Nelayan bahan baku utama yang digunakan ialah ikan tuna. Pemilihan bahan baku ikan tuna disebabkan karena ikan tuna memiliki tekstur daging yang cocok untuk dijadikan abon ikan, yaitu warna daging ikan yang berwarna merah muda sampai merah tua serta memiliki serat daging yang sesuai dengan tekstur abon pada umumnya. Bahan baku didapatkan langsung dari nelayan di tempat pelelangan ikan Paotere. Penyediaan bahan baku yang didapatkan dari nelayan tempat pelelangan ikan Paotere dilakukan melalui proses pemesanan terlebih dahulu kepada nelayan. Proses pemesanan dilakukan 3-5 hari sebelum proses produksi akan dilakukan. Adapun bahan-bahan untuk membuat abon ikan tuna adalah ikan tuna, gula, garam, cuka, bawang merah, bawang putih dan merica. Nelayan penangkap ikan tuna langsung menyalurkan kepada pedagang ikan tuna kemudian menyalurkan ke pengolah abon ikan tuna selanjutnya ke pedagang pengecer abon ikan tuna, terakhir ke konsumen akhir. Hal ini sesuai dengan pendapat (Khatimah et al., 2013) menyatakan bahwa produk merupakan unsur yang paling penting dalam marketing mix, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Tujuan utama strategi produk adalah dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing dan mengatasi persaingan.

### **Modal**

UMKM produktif dan kreatif di Kota Makassar sangat terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan UMKM khususnya bagi usaha mikro produk olahan abon ikan masih berkebutuhan pada modal. Permodalan yang terbatas dapat menyebabkan kapasitas produksi mereka terbatas. Tenaga kerja bagi UMKM juga kebanyakan masih berasal dari keluarga sendiri, sehingga kemampuan dan jam kerjanya pun masih sekedarnya. Selain itu, pemasaran yang dilakukan oleh UMKM pemula masih sederhana dan hanya mengandalkan pesanan hal ini sesuai hasil penelitian (Jefri & Ibrohim, 2021) yang menyatakan bahwa

### **Kualitas**

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Rata-rata produk yang dihasilkan UMKM olahan abon ikan yang ada di Kota Makassar sudah dalam keadaan layak karena sudah melalui tahap pengujian (kadar air, kadar abu, protein, lemak dan TBA), sedangkan untuk pengujian mikrobiologi dilakukan Angka Lempeng Total (ALT). Hasil pengujian mutu abon pada kemasan aluminium foil yang dapat bertahan selama 6 bulan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Sujuliyani et al., 2021) dimana pengujian mutu produk didapatkan penggunaan kemasan aluminium foil lebih baik daripada menggunakan kemasan paper, sehingga produk kemasan aluminium foil menjadi produk terpilih dalam menentukan umur simpan. Untuk menentukan nilai mutu akhir abon cakalang, dilakukan penyimpanan pada suhu 30°C, 40°C, dan 50°C. (Argo et al., 2012).

### **Pemasaran**

Pemasaran UMKM abon ikan yang ada di kota Makassar masih ada yang menjual dalam cakupan lokal. Untuk pengembangan usahanya, strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara menitipkan produk abon ikan di beberapa kedai kios yang berada di Kota Makassar sehingga dapat dijadikan sebagai oleh-oleh. Pemasaran juga dapat berbentuk promosi sebagai branding produk unggulan. Mengingat di Era Digital segala bentuk promosi dengan digitalisasi. Digital marketing dapat membantu banyak pelaku bisnis memasarkan dan menjual produk. Contoh teknologi informasi yang marak digunakan

sebagai alat pemasaran digital adalah media sosial. Media sosial adalah semua jenis media interaktif yang memungkinkan adanya interaksi dan umpan balik dua arah. Media sosial dapat membantu pengusaha memasarkan dan menjual produk. (Machfiroh et al., 2023)

### Faktor Internal dan Eksternal Budaya

Strategi Pengembangan UMKM abon ikan di Kota Makassar berdasarkan kondisi faktual dilapangan yang telah dijelaskan di atas, dilakukan tahapan berdasarkan klasifikasi faktor internal dan eksternal yang biasanya di sebut matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) dan matriks EFE (*External Factors Evaluation*). Analisis ini bertujuan untuk menilai dan mengevaluasi faktor-faktor strategis yang berpengaruh terhadap keberhasilan strategi yang direkomendasikan.

Faktor-faktor internal dilakukan dengan membuat tabel analisis faktor internal dan eksternal, kemudian table matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) berdasarkan indikator kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Hasil pengklasifikasian faktor internal dan eksternal selanjutnya diklasifikasi berdasarkan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Hasil pengklasifikasian identifikasi faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini sebagai berikut :

Table 1. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Faktor - Faktor Strategis Internal		Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
a	SDM	0.17	4	0.68
b	Kualitas Bahan Baku	0.13	3	0.39
c	Adanya Kelembagaan Kelompok	0.13	3	0.39
d	Varian rasa	0.15	2	0.3
<b>Sub Total</b>		0.58		<b>1.76</b>
<b>Kelemahan</b>				
a	Volume produksi terbatas	0.11	2	0.22
b	Akses Pasar	0.12	3	0.36
c	Akses modal usaha masih kurang	0.09	2	0.18
d	Promosi belum efektif	0.09	2	0.18
<b>Sub Total</b>				<b>0.94</b>
<b>Jumlah</b>		<b>0.41</b>		<b>2.7</b>

Faktor – Faktor Strategis Eksternal				
<b>Peluang</b>				
a	Jumlah permintaan	0.19	3	0.57
b	Kebijakan Pemerintah untuk mengembangkan usaha UMKM	0.15	3	0.45
c	Perkembangan teknologi	0.13	3	0.39
<b>Sub Total</b>		<b>0.47</b>		<b>1.41</b>
<b>Ancaman</b>				
a	Fluktuasi harga bahan baku	0.17	3	0.51
b	Daya Saing yang masih lemah	0.15	2	0.3
c	Belum ada mitra tetap	0.09	2	0.18
<b>Sub Total</b>				<b>0.99</b>
<b>Jumlah</b>		<b>0.41</b>		<b>2.4</b>

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan matriks ifas dan matriks efas maka diketahui total skor pembobotan masing ± masing sebesar 2.7 dan 2.4 nilai ini menunjukkan bahwa Strategi Pengembangan Pengembangan UMKM Abon Ikan di Kota Makassar menyatakan bahwa kondisi tersebut berada dalam kondisi internal dan eksternal sedang, artinya kekuatan dan kelemahan yang dihadapi usaha tani berada dalam kondisi rata ± rata. Dimana pengembangan UMKM Abon Ikan dapat memperluas pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau join venture dalam pengembangan usaha yang sama.

Setelah dilakukan analisis identifikasi faktor eksternal dan analisis indentifikasi faktor internal, maka selanjutnya dilakukan metode model perumusan strategi yaitu analisis swot. Dari hasil matriks swot dapat diperoleh beberapa alternatif strategi UMKM Abon Ikan yang ada di Kota Makassar.

Tabel 2. Matriks swot

		<b>Kekuatan (<i>strength</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>weakness</i>)</b>
Internal Eksternal		1. Pengalaman SDM 2. Kualitas Bahan Baku 3. Adanya Kelembagaan Kelompok Wanita 4. Varian Rasa	1. Volume Produksi Terbatas 2. Akses Pasar 3. Akses modal usaha masih kurang 4. Produksi Belum Efektif
	<b>Peluang (<i>opportunity</i>)</b>	<b>SO</b>	<b>WO</b>
1. Jumlah permintaan 2. Kebijakan		➤ Meningkatkan produktivitas SDM secara optimal untuk	➤ Memperbaiki sistem penanganan , kemasan, promosi

Pemerintah untuk mengembangkan usaha UMKM 3. Perkembangan teknologi	meningkatkan kapasitas produksi ➤ Meningkatkan koordinasi antar lembaga kelompok wanita dan badan usaha UMKM baik lembaga pemerintah ➤ Memanfaatkan peluang dengan bantuan teknologi dari pemerintah	sehingga harga produk mampu bersaing ➤ Memanfaatkan peluang dengan memperbaiki metode kemasan, dan menambah varian rasa sehingga dapat bersaing ➤ Penguatan modal melalui peningkatan kemitraan dengan memberikan bantuan modal ➤ Melaksanakan pertemuan multipihak yang terkait untuk pelatihan dan memanfaatkan peluang Kerjasama dengan industri
<b>Ancaman (<i>threat</i>)</b>  1. Fluktuasi harga bahan baku 2. Daya Saing yang masih lemah 3. Belum ada mitra	ST  ➤ Meningkatkan hasil produksi dengan kerja sama baik dengan nelayan maupun pemerintah menghadapi permintaan yang meningkat ➤ Mewujudkan program kemitraan melalui pemerintah	WT  ➤ Melaksanakan kemitraan, kerjasama yang jelas dengan pedagang, pemerintah dan swalayan ➤ Meningkatkan keterampilan teknis pengolahan agar menghasilkan kualitas sesuai standar sehingga dapat bermitra dengan swalayan dan menjadikan khas oleh oleh. ➤ Melaksanakan program dengan kerja sama pemerintah akan perkembangan teknologi

Sumber: Data primer diolah (2024)

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian Strategi Pengembangan Usaha Abon Ikan di Kota Makassar menyatakan bahwa peluangnya masih terbuka, oleh karena itu konsep pengembangan diarahkan untuk mewujudkan peluang usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, menciptakan pasar baru untuk memenuhi permintaan yang tinggi secara berkelanjutan yang dapat bersaing dipasar lokal dan pasar ekspor untuk meningkatkan pendapatan yang memberikan keuntungan bagi petani dalam menjaga stabilitas dan perlu dilakukan pemetaan industri kreatif yang ada di Kota Makassar yang berupa pembagian cluster UMKM industri kreatif dan produktif yang memilih produk apa yang menjadi ciri khas

**Referensi :**

Amir, R.A. (2008). Strategi Pengembangan Usaha Abon Ikan di KUB Hurip Mandiri Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi. Institut Pertanian Bogor.  
 Argo, D. B., Sugiarto, Y., & Irianto, B. A. (2012). Analisis Kandungan Abon Ikan Patin (Pangasius pangasius) dengan Treatment Alat “Spinner Pulling Oil” sebagai Pengentas Minyak Otomatis.

- Balan. (2010). Innovation capability, entrepreneurial orientation and performance in Australian hotels. Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism. ISBN 9781921658341.
- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86-100. <http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- Fitrianti, D. R., Afifah, C. A. N., Sutiadiningsih, A., & Miranti, M. G. POTENSI DAN PROSPEK USAHA ABON IKAN GABUS (*Channa striata*). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/article/view/37809>
- Freddy Rangkuti. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157-172. Retrieved from <https://stiemmamuju.ejournal.id/GJIEP/article/view/39>
- Haris, A. T. E., & Burhan, R. R. (2023). Peran perempuan dalam mendorong kemandirian ekonomi melalui kewirausahaan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 12-21. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.3364>
- Khatimah, H., Mappatoba, M., & Abd Rauf, R. (2013). *Strategi Pengembangan Usaha Abon Ikan Melalui Pendekatan Marketing Mix Pada Industri "Raja Bawang" Di Kota Palu* (Doctoral dissertation, Tadulako University). <https://www.neliti.com/publications/248192/strategi-pengembangan-usaha-abon-ikan-melalui-pendekatan-marketing-mix-pada-indu>
- Hutabarat, L. R. F. W. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 12-19. <http://journal.um.ac.id/index.php/jesp/article/view/5312>
- Machfiroh, S. D., Azizah, Y. N., Firmansyah, R., An-Nur, M. R., & Susilowati, L. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pengolahan Abon Ikan Lele dan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kedungbetik. *Jurnal Dharma Jnana*, 3(1), 10-20. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/dharmajnana/about>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2016). Kontribusi empat sektor industri terhadap PDB Tahun 2015. [diunduh pada 2 Februari 2016]. Retrieved from: <http://depkop.go.id>
- RAHMAWATI, R. (2011). *KAJIAN SISTEM AGRIBISNIS ABON IKAN TUNA DI KOTA MAKASSAR* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin). <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/14946/1/--rahmawati-4144-1-rahmawati.pdf>
- Ramli, N. (2022). *Analisis Nilai Tambah Dan Pengembangan Usaha Pengolahan Perikanan Skala Usaha Mikro Di Kota Makassar= The analysis of value added and development of micro-scale fishery processing businesses in the City of Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin). <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/25461/>
- Ridzal, N. A., Malik, E., Sujana, I. W., & Octaviani, V. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Buton Selatan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3730-3740. [10.33395/owner.v7i4.1952](https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1952)
- Sujuliyani, S., Dharmayanti, N., Rini, N. S., & Lathifa, A. S. (2021). PENENTUAN UMUR SIMPAN ABON IKAN CAKALANG (KATSUWONUS PELAMIS) DI UMKM MAHA KARYA, KABUPATEN PANGANDARAN. *Buletin Jalanidhitah Sarva Jivitam*, 3(2), 71-81. DOI: <http://dx.doi.org/10.15578/bjsj.v3i2.10724>
- Wulandary, A. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Industri UMKM Abon Ikan Di Kota Makassar The Effect of Entrepreneurship

Orientation toward Business Performance In Fish Abon SME Industry In Makassar City. *Journal of Food System and Agribusiness*.  
<https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.2.129-138>