

PERENCANAAN BISNIS “IKAN PINDANG CAP PESISIR” SEBAGAI PRODUK OLEH - OLEH KHAS GEOPARK CILETUH PELABUHANRATU

Anita Maharani^{1}, Oki Rusmayadi², Yusuf Iskandar³*

¹*Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra*

²*Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra*

³*Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra*

Abstract: *Pindang fish is one of the typical processed fish products of Ciletuh Geopark. However, the producers who sell pindang fish are less concerned with the level of cleanliness and hygiene in the production process and even in marketing. So that it can indicate the health of consumers. If this continues to be done, it will result in no increase in the marketing of pindang fish. It is very ironic, when the pindang fish is only wrapped in newspaper (used), it is inversely proportional to the pindang fish which contains a lot of protein. Because the paper and ink in this newsprint contain chemicals that are very harmful to health. When the newsprint used to wrap the pindang fish is wet, the ink and chemical compounds contained in the newsprint will automatically stick to the pindang fish parts. So that it can cause health problems for people who consume pindang fish. Thus, there is a need for development in terms of packaging of pindang fish in order to increase its selling power and economic value and increase the added value of pindang fish itself so that it is safer for consumption by consumers and more suitable for sale in the market. One of the methods used to develop this pindang fish packaging is a vacuum seal. Based on our prediction results, it can be concluded that with the development of packaging for pindang fish with a vacuum seal, it can increase the selling power of producers and can increase the level of hygiene of pindang fish and can increase the added value of pindang fish. So, this pindang fish can be used as one of the typical souvenirs of the Ciletuh-Palabuhanratu Geopark which is identical to processed sea fish.*

Kata Kunci: *Marketing, Pindang fish, Ciletuh Geopark, Vacuum seal, Increased added value*

Klasifikasi JEL:

* E-mail penulis terkait: anita.maharani_mn21@nusaputra.ac.id

ISSN: 2686-4789 (Print); ISSN: 2686-0473 (Online)

<https://senmabis.nusaputra.ac.id/>

INTRODUCTION

Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu kabupaten dengan garis pantai terpanjang di Pulau Jawa yakni sepanjang 117 kilometer. Sehingga, sektor perikanan dan kelautan menjadi sektor unggulan di kabupaten sukabumi. Dimana, sektor perikanan dan kelautan ini dapat menggerakan roda perekonomian masyarakat terutama yang berada di kawasan pesisir. Selain aktivitas pemasaran komoditas perikanan dalam bentuk penjualan ikan segar, di kabupaten Sukabumi juga terdapat aktivitas pemasaran komoditas perikanan dalam bentuk pengolahan ikan yang dapat meningkatkan nilai tambah. Salah satunya yaitu ikan pindang.

Per tahun 2017, terdapat 1.574 UMKM di Kabupaten Sukabumi. Sebanyak 88,7% dari angka tersebut adalah usaha pemindangan ikan (Iskandar, 2019). Fakta tersebut menunjukkan bahwa industri ikan pindang di Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu faktor penggerak perekonomian masyarakat khususnya di kawasan pesisir Kabupaten Sukabumi. Industri ikan pindang di Kabupaten Sukabumi juga sudah berjalan sejak lama dan masih bertahan hingga saat ini sehingga menjadikan Kabupaten Sukabumi sebagai salah satu sentra utama pengolahan ikan pindang nasional.

Namun demikian, seluruh unit usaha ikan pindang yang ada masih bersifat mikro dan kecil. Padahal, dalam menghadapi kondisi saat ini di mana persaingan bisnis menjadi lebih terbuka secara internasional, sebuah unit usaha perlu untuk meningkatkan skala bisnisnya. Peralihan bisnis dari usaha mikro dan kecil ke skala menengah di sektor ikan pindang cenderung tidak ada. Hal ini bisa menjadi

penyebab tidak tercapainya beberapa target yang ditetapkan pemerintah bagi industri olahan ikan di Kabupaten Sukabumi.

Pada tahun 2016, Pemerintah Sukabumi menargetkan produksi olahan ikan sebanyak 14.484 ton namun realisasi target tersebut hanya 87,78% (Dinas Kelautan dan Perikanan Kab.Sukabumi, 2017). Industri olahan ikan di Kabupaten Sukabumi setidaknya mengalami sepuluh kendala dalam mengembangkan bisnisnya yaitu penegakan hukum yang lemah, teknologi pengolahan yang masih tradisional, pengolahan hasil perikanan yang belum tersertifikasi, kualitas kemasan yang belum menarik, rendahnya akses modal sektor perikanan dan kelautan, cakupan pemasaran yang masih sempit, persaingan antar unit usaha, kualitas pebisnis yang belum berani mengambil risiko, menggunakan sistem konsinyasi, dan peran lembaga penyuluhan dan pelatihan yang masih rendah. (Iskandar, 2019).

Perencanaan bisnis ikan pindang Cap Pesisir ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk ikan pindang sehingga kualitas ikan pindang yang dihasilkan dapat memenuhi standar baik dari segi produksinya maupun segi karakteristik produknya. Selain meningkatkan kualitas produk, perencanaan bisnis ini juga bertujuan agar produk yang dihasilkan dikemas menjadi lebih menarik. Sehingga, dapat dijadikan sebagai produk oleh – oleh khas Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu. Perencanaan bisnis ini memanfaatkan potensi konsumsi olahan ikan yang masih rendah sehingga dengan kualitas produk ikan pindang yang baik serta tampilannya yang menarik, konsumsi produk olahan ikan dapat meningkat.

LITERATURE REVIEW

Ikan Pindang

Pindang merupakan salah satu metode pengolahan dan pengawetan ikan yang bersifat tradisional dan sudah lama dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Pemindangan merupakan kombinasi antara penggaraman dan perebusan atau pengukusan. Kuantitas produk hasil produksi dengan metode pemindangan masih lebih kecil jika dibandingkan dengan hasil produksi dengan metode pengeringan seperti ikan asin (Budiman 2004, 7).

Rendahnya hasil produksi pemindangan ikan ini dikarenakan pemindangan memiliki beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha pindang ikan. Permasalahan tersebut di antaranya adalah daya tahan ikan pindang dibandingkan dengan ikan asin jauh lebih rendah, usaha ikan pindang umumnya masih dilakukan dalam skala kecil atau rumahan dan bersifat turun-temurun, mutu dan daya tahan ikan pindang relatif rendah karena sanitasi dan higienitas selama proses produksi kurang diperhatikan (Budiman 2004, 8).

Ada beberapa jenis ikan yang biasa digunakan untuk membuat ikan pindang yaitu ikan bandeng, ikan tongkol, ikan cakalang, ikan layang, ikan kembung, ikan mas, ikan nila, dan lain-lain. Ikan pindang juga memiliki beberapa nama seperti ikan pindang, ikan cue, dan ikan presto. Ikan pindang juga digemari di Thailand, Singapura, dan Malaysia. Di Thailand, ikan pindang disebut Pla thu nung, di Singapura dan Malaysia disebut boiled fish, sedangkan di Filipina disebut Sinaeng (Budiman 2004, 8). Hal ini menunjukkan peluang yang sangat besar bagi bisnis ikan pindang untuk dapat berkembang dan memasuki pasar global.

Dalam memasuki pasar global, kualitas ikan pindang yang diproduksi harus baik. Syarat ini belum terpenuhi oleh produk ikan pindang dalam negeri karena kualitasnya masih rendah. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi mutu ikan pindang yaitu kesegaran ikan, garam, sanitasi dan hygiene, serta pengemasan dan penyimpanan (Budiman 2004, 10).

Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis adalah sebuah pernyataan yang bersifat formal yang berisi tujuan sebuah perusahaan berdiri dengan disertai alasan mengapa pendiri usaha tersebut yakin bahwa tujuan tersebut dapat tercapai. Dalam perencanaan bisnis juga disajikan strategi apa yang akan digunakan dalam mencapai tujuan tersebut (Ma'rifah et al. 2021).

Dalam membuat perencanaan bisnis, perlu diperhatikan juga aspek kelayakan usahanya. Analisis kelayakan usaha adalah analisis yang tidak hanya menilai sebuah usaha layak atau tidak layak untuk dibuat, melainkan juga saat perusahaan tersebut beroperasi secara kontinyu dalam rangka memperoleh keuntungan.

Beberapa aspek yang ditinjau dalam analisis kelayakan bisnis adalah aspek pasar yang meliputi penentuan peluang pasar dan target penjualan, penentuan harga jual, dan penentuan strategi pemasaran, lalu aspek teknis yang meliputi perancangan produk, perencanaan kapasitas produksi, perencanaan proses dan fasilitas produksi, perencanaan lokasi, lalu aspek sumber daya manusia lalu aspek finansial yang meliputi perhitungan investasi, penyusunan laporan, dan pengukuran kinerja finansial (Winantara et al., 2014).

METHODOLOGY

Perencanaan bisnis ikan pindang cap pesisir ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Business Model Canvas ini merupakan suatu strategi manajemen yang digunakan untuk merancang perencanaan suatu bisnis yang didasarkan pada proposisi nilai perusahaan, produk, infrastruktur, pelanggan dan keuangan. Business Model Canvas ini terdiri dari beberapa elemen yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue stream, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Dimana, semua elemen tersebut saling berkaitan satu sama lain demi kelancaran suatu bisnis.

DISCUSSION

Deskripsi Usaha

Bisnis ini bergerak di sektor olahan ikan yaitu pada industri ikan pindang. Produk yang dibuat adalah berupa ikan pindang yang berkualitas tinggi dan memiliki kemasan yang menarik dan higienis. Tujuan di dirikannya bisnis ini adalah untuk menghasilkan produk ikan pindang khas Sukabumi sebagai produk oleh-oleh dengan kualitas yang memenuhi standar dan kemasan yang memiliki nilai estetika yang berorientasi ekspor.

Bisnis ini memiliki visi untuk menjadikan ikan pindang sebagai oleh-oleh khas Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu yang higienis dan berkualitas sesuai dengan harapan masyarakat serta memiliki daya saing dan daya jual yang tinggi. Sedangkan misi yang dimiliki bisnis ini adalah menghasilkan produk olahan ikan dengan proses pengolahan terbaik, sehingga menjadi salah satu makanan yang bernilai gizi tinggi untuk masyarakat luas.

Salah satu metode produksi untuk meningkatkan kualitas dan menghasilkan produk ikan pindang yang lebih higienis yaitu dengan menggunakan metode vakum seal. Sehingga dengan metode ini, ikan pindang yang dihasilkan lebih terjamin mutunya serta lebih layak untuk dijual di pasaran dan memiliki daya saing dan daya jual yang tinggi.

Aspek Pasar

Segmentasi pasar yang dituju dikelompokkan berdasarkan pendapatan yang diperoleh oleh masyarakat atau wisatawan. Di mana, segmentasi pasar ikan pindang ini ditujukan kepada masyarakat atau wisatawan yang berpenghasilan menengah dan berpenghasilan ke atas. Hal ini terjadi karena ketika ikan pindang dikemas dengan metode vakum seal ini dijual, maka akan menambah nilai jual ikan pindang tersebut sehingga harga jualnya sedikit lebih tinggi daripada ikan pindang yang dijual tanpa divakum atau hanya dikemas dengan koran bekas.

Dengan demikian, ikan pindang yang divakum ini hanya bisa dijangkau oleh masyarakat atau wisatawan yang memiliki pendapatan menengah ke atas karena harganya yang cukup tinggi. Sedangkan untuk masyarakat atau wisatawan yang memiliki pendapatan menengah kebawah ini pasti lebih memilih ikan pindang yang hanya beralaskan koran karena harganya yang jauh lebih rendah atau minim. Akan tetapi, tingginya harga jual ikan pindang yang divakum ini sesuai dengan kualitas atau mutu dari produk tersebut. Di mana ikan pindang ini lebih higienis dan mutu produknya tetap terjaga.

Target pemasaran dari ikan pindang cap pesisir sebagai oleh-oleh khas Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu dengan metode

vakum seal ini yaitu para pengunjung atau wisatawan Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu. Ikan pindang yang dikemas dengan menggunakan metode vakum seal ini sangat cocok untuk dijadikan sebagai oleh-oleh khas Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu bagi para pengunjung atau wisatawan. Karena, ikan pindang yang dikemas dengan menggunakan vakum seal ini memiliki umur simpan yang lebih lama. Sehingga, ketika ada pengunjung yang datang dari luar kota atau daerah yang perjalannya memakan waktu yang cukup lama, ikan pindang ini akan tetap layak untuk dikonsumsi dan tidak mudah basi.

Sistem pendistribusian ikan pindang ini yaitu dilakukan dengan dua metode. Dimana, ketika pemesanan dilakukan melalui media online, maka untuk pendistribusinya yaitu dengan mengantarkannya secara langsung apabila jaraknya masih dekat. Tetapi, untuk jarak jauh, kami menggunakan jasa paket kurir untuk pendistribusinya. Sedangkan, ketika pemesanan dilakukan secara offline, maka pendistribusinya dapat dilakukan dengan datang langsung ke minimarket terdekat atau ke pusat produksi ikan pindang dengan metode vakum seal yang kami lakukan.

Konsumen sasaran dari ikan pindang dengan pengemasan vakum ini yaitu para pengunjung atau wisatawan Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu khususnya yang ingin membeli oleh-oleh khas Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu.

Promosi yang akan kami lakukan yaitu melalui online dan offline. Promosi secara offline ini dilakukan dengan promosi dari mulut ke mulut sehingga usaha ikan pindang dengan metode vakum seal ini dikenal oleh masyarakat luas baik dalam maupun luar kota. Sedangkan untuk

promosi secara online, kami memasarkan produk ikan pindang dengan metode vakum seal ini melalui kerja sama dengan platform marketplace besar seperti lazada, tokopedia, dan shoppe. Selain itu, ikan pindang ini juga dapat dipesan melalui transportasi online seperti grabfood dan gofood.

Aspek Teknis

Tempat produksi ikan pindang yang akan kami jual yaitu di daerah pesisir Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu tepatnya di Kampung Giri Mukti, Kecamatan Ciomas Kabupaten Sukabumi. Ikan pindang yang akan kami jual ini proses pengolahannya sama seperti pada umumnya yaitu melalui proses perebusan dan penggaraman. Tetapi, yang membedakannya yaitu dalam hal pengemasannya. Di mana kami menggunakan metode vakum seal sebagai metode pengemasannya dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan agar lebih higienis serta meningkatkan nilai tambah. Sebelum dijual, ikan pindang ini diproses terlebih dahulu sehingga layak untuk dijual dan dijadikan oleh-oleh khas Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu. Berikut ini tahapan produksi ikan pindang cap pesisir.

1. Pembelian Ikan

Proses pertama yaitu pembelian ikan pindang yang telah diolah dari produsen setempat dengan kriteria yang telah ditentukan baik itu kondisi ikan yang fresh atau kondisi fisik ikan yang baik. Dengan kata lain, kami disini tidak memproduksi ikan pindang dari nol atau dari mulai pengolahannya. Tetapi, kami membeli ikan pindang yang telah diolah oleh salah satu produsen untuk dilakukan pengemasan yang lebih baik sehingga memiliki nilai jual tersendiri.

2. Persiapan Alat dan Bahan

Tahapan ini meliputi persiapan alat dan bahan yang diperlukan untuk melakukan pengemasan. Alat dan bahan ini meliputi ikan pindang, mesin vakum, plastik vakum, dan label.

3. Pengemasan

Setelah semua alat dan bahan disiapkan, langkah selanjutnya yaitu pengemasan ikan pindang yang sudah diolah dengan menggunakan plastic vakum yang dibantu dengan menggunakan alat berupa mesin khusus untuk vakum seal. Setelah divakum, tempelkan label pada kemasan atau plastic vakum bagian depan agar terlihat lebih menarik. Sehingga ikan pindang ini telah siap untuk dijual dan dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas Geoprak Ciletuh – Pelabuhan Ratu.

4. Pendistribusian

Setelah melakukan pengemasan, ikan pindang ini siap untuk dijual di pasaran. Dalam pemasarannya, ikan pindang yang telah divakum ini dimasukkan atau dipasarkan di gerai oleh-oleh sekitar Geoprak Ciletuh – Pelabuhan Ratu dan dipasarkan secara online melalui market place seperti lazada, tokopedia dan shoppe. Sedangkan, untuk pendistribusianya, kami antarkan secara langsung kepada konsumen yang melakukan pemesanan secara online. Untuk pembelian secara offline, para wisatawan atau masyarakat bisa datang langsung ke tempat gerai oleh-oleh atau datang langsung ke tempat produksi yang kami lakukan.

Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang berperan dalam bisnis ikan pindang dengan metode vakum seal ini yaitu para produsen ikan pindang yang ada di area sentra wisata Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu sebagai produsen dan pemasok ikan pindang yang telah di olah. Selain itu, sumber daya manusia yang berperan dalam bisnis ini yaitu dua orang mahasiswa Universitas Nusa Putra Sukabumi yaitu Anita Maharani dan Oki rusmayadi. Mereka berperan sebagai pengemas ikan pindang dengan metode vakum seal dan pelaku pendistribusian ke tempat oleh-oleh ataupun market place.

Aspek Finansial

Biaya Alat dan Bahan

| Alat dan Bahan | Jumlah | Total Harga Per Produksi |
|---------------------------|--------------------|--------------------------|
| Ikan Pindang | 50 @Rp 4,500 | Rp 225,000 |
| Mesin Vakum 75 Watt | 1 @Rp 250,000 | Rp 250,000 |
| Plastik Ukuran 20 x 30 cm | 1 pack @ Rp 18,000 | Rp 18,000 |
| Lakban | 1 @Rp 12,500 | Rp 12,500 |
| Box Packing | 1 @Rp 2,500 | Rp 2,500 |
| Jumlah | | Rp 508,000 |

Biaya Operasional

| Komponen | Biaya Per Bulan | Biaya Per Tahun |
|--------------------|-----------------|-----------------|
| Listrik | Rp 50,000 | Rp 600,000 |
| Biaya Promosi | Rp 50,000 | Rp 600,000 |
| Biaya Transportasi | Rp 150,000 | Rp 1,800,000 |
| Jumlah | Rp 250,000 | Rp 3,000,000 |

- Keuntungan :

$$\begin{aligned}
 &= \text{Pendapatan} - \text{Pengeluaran} \\
 &= \text{Rp} 15.000.000 - \text{Rp} 8.240.000 \\
 &= \text{Rp} 6.760.000
 \end{aligned}$$

- Keterangan :

Produksi per hari : **50 pcs**

Produksi per bulan : $50 \times 30 \text{ hari} = \textbf{1,500 pcs}$

- Biaya produksi Selama Satu bulan yaitu :

$$= \text{Rp} 258.000 \times 30 \text{ hari}$$

$$= \text{Rp} 7.740.000 + \text{Rp} 250.000$$

$$= \text{Rp} 7.990.000$$

- Total Biaya yang dikeluarkan selama satu bulan yaitu :

$$= \text{Biaya produksi} + \text{Biaya Operasional}$$

$$= \text{Rp} 7.990.000 + \text{Rp} 250.000$$

$$= \text{Rp} 8.240.000$$

- Biaya Per Unit

$$= \text{Rp} 8.240.000 / 1.500$$

$$= \text{Rp} 5.500$$

- Pendapatan yang diperoleh selama satu bulan yaitu :

$$= 1.500 \text{ pcs} \times \text{Rp} 10.000$$

$$= \text{Rp} 15.000.000$$

Business Model Canvas

| Key Partners | Key Activities | Value Propositions | Customer Relationships | Customer Segments |
|---|---|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Pemasok atau Supplier Ikan Pindang di wilayah Geopark Ciletuh Pelabuhan Ratu • Pemasok label dan box atau dus • Pemilik gerai Oleh-Oleh Khas Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu | <ul style="list-style-type: none"> • Membeli ikan pindang yang telah diolah dari produsen ikan pindang • Melakukan pengemasan ikan pindang dengan vakum seal <p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supplier bahan baku yaitu Ikan Pindang yang terpercaya • Alat pengemasan yang lebih modern • Lokasi yang strategis dan sering dikunjungi oleh para wisatawan | <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki kualitas yang lebih baik dan mutu produk tetap terjaga • Kemasan yang lebih menarik dan lebih higienis | <ul style="list-style-type: none"> • Diskon dan promo ke gerai atau toko oleh-oleh • Free Ongkir untuk pemesanan sekitar wilayah Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Market Place • Gerai Oleh-Oleh | <ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat yang berpenghasilan menengah dan ke atas • Pencinta olahan ikan dan makanan sehat |
| Cost Structure | | Revenue Streams | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Alat dan Bahan Baku • Biaya Operasional | | <ul style="list-style-type: none"> • Modal awal dari pribadi • Penjualan produk penetrasi • Penjualan melalui gerai atau toko oleh – oleh secara fisik | | |

Analisis SWOT

| Faktor Internal dan Eksternal | Kekuatan / Strength | Kelemahan / Weakness |
|---|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk sudah banyak dikenal / familiar di masyarakat. 2. Mudahnya transportasi untuk pemasaran. 3. Modal yang relatif kecil. 4. Umur penyimpanan produk lebih lama. 5. Produk yang dihasilkan lebih higienis. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Standar kebersihan belum terpenuhi dalam proses produksi. 2. Standar komposisi bahan tambahan dalam proses produksi belum ada. 3. Ukuran ikan yang tidak merata. |
| Peluang / Opportunity | Strategi S-O | Strategi W-O |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk diminati semua lapisan masyarakat. 2. Wilayah pemasaran yang cukup luas. 3. Nilai jual terjangkau oleh semua lapisan masyarakat | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas wilayah pemasaran melalui distributor langganan untuk melakukan promosi kepada distributor atau agen-agen lain. 2. Memasarkan produk ikan pindang dengan metode vakum seal ke pasar-pasar modern atau minimarket dengan mutu dan kualitas yang sangat baik. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk ikan pindang dengan menerapkan standar kebersihan agar lebih higienis dan standar mutu produk. |
| Ancaman / Threat | Strategi S -T | Strategi W-T |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya kompetitor dari daerah lain. 2. Bahan baku yang kurang memadai | <ol style="list-style-type: none"> 1. Terus melakukan inovasi produk agar berbeda dari produk pesaing. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerataan ukuran ikan pindang. 2. Peningkatan standar kebersihan untuk meningkatkan kualitas dan mutu produk. |

CONCLUSION

Berdasarkan permasalahan dalam hal pengemasan ikan pindang yang dijual di pasaran atau para pedagang pada umumnya, kami berinovasi untuk meningkatkan pengemasan ikan pindang ini menjadi lebih higienis dan kualitasnya lebih baik yaitu dengan melakukan pengemasan dengan menggunakan metode vakum seal. Bisnis ikan pindang dengan pengemasan menggunakan metode vakum ini, cukup menjanjikan. Meskipun harganya sedikit lebih tinggi daripada ikan pindang yang dikemas pada umumnya, tetapi ikan pindang yang divakum ini memiliki kualitas dan nilai tambah tersendiri. Selain itu, dengan pengemasan menggunakan metode vakum seal ini, tampilan ikan pindang yang akan dijual di pasaran menjadi lebih menarik, sehingga dapat dijadikan oleh-oleh atau buah tangan bagi para wisatawan yang berkunjung ke daerah Geopark Ciletuh – Pelabuhan Ratu.

REFERENCE

- Budiman, Muhammad Syarif. "Teknik Pemindangan." 2004, https://mirror.unpad.ac.id/orari/pendidikan/materi-kejuruan/pertanian/teknologi-hasil-pertanian-dan-perikanan/teknik_pemindangan.pdf. Accessed 30 May 2022.
- Iskandar, Yusuf. "STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM INDUSTRI PENGOLAHAN PERIKANAN DI KABUPATEN SUKABUMI." 2019. Accessed 30 May 2022.
- Ma'rifah, Siti, et al. "Pelatihan Membuat Perencanaan Bisnis (Business Plan) Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pada Skala Mikro." Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi, vol. 1, no. 1, 2021, pp. 43-46, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMAB/index>. Accessed 30 May 2022.
- P, Piyara. "Proses Pengolahan Pemindangan Ikan." Alam Ikan, 11 February 2022, <https://www.alamikan.com/2012/10/pe mindangan-ikan.html?m=1>. Accessed 30 May 2022.
- Pandit, I. "Pengemasan Vakum Ikan Pindang Tongkol." 2021, https://www.academia.edu/68459616/PENGEMASAN_VAKUM_PINDANG_TONGKOL. Accessed 30 May 2022.
- Winantara, I Made Yogi, et al. "Analisis Kelayakan Usaha Kopi Luwak Di Bali." Jurnal Online Institut teknologi Nasional, vol. 2, no. 3, 2014, pp. 118 - 129, <https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekaintegra/article/view/545/770>. Accessed 30 May 2022.
- Yusrina, Adzhani. "Ikan Pindang sebagai Komoditas yang Patut Dikembangkan." Kompasiana, 25 November 2020, <https://www.kompasiana.com/adzhaniyusrina3175/5fbc3d15d541df130f183962/ikan-pindang-sebagai-komoditas-yang-patut>. Accessed 30 May 2022.