

PERENCANAAN BISNIS BAKSO ACI DENGAN KOMBINASI DAGING IKAN SEBAGAI VARIASI PRODUK OLAHAN IKAN DI KABUPATEN SUKABUMI

Rival Pahrijal^{1}, Muhammad Nur Fitroh, Yusuf Iskandar*

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

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

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

Abstract: Sukabumi Regency is one of the areas in West Java that has very large fishery potential. This great potential has not been fully utilized. Sales of fishery activities are still dominated by the sale of fresh fish, while processing activities in the fishery sector in Sukabumi Regency are still lagging behind. Product variety is needed so that the fishery processing industry can continue to grow. This article aims to design a business that provides varied and innovative products in the form of fish meatballs. The determination of these products is based on the great potential and the growing trend of the culinary sector's growth. This business design is made using the Business Model Canvas (BMC) approach and SWOT analysis. The use of both is intended so that the business can run well by identifying the internal and external factors of the business. The BACIKAN (Meatball Aci Ikan) business has great profit potential so it is worthy of being a business. Implementing the right strategy can make this business successful in achieving its goals. In addition, the basis of social entrepreneurship that is promoted and implemented by establishing partnerships makes the goal of increasing added value and community income to be achieved.

Kata Kunci: perencanaan bisnis, ikan, Business Model Canvas, Analisis SWOT

Klasifikasi JEL:

INTRODUCTION

Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki potensi perikanan yang sangat besar. Dengan panjang garis pantai mencapai 117 kilometer menjadikan Kabupaten Sukabumi sebagai Kabupaten dengan panjang garis pantai terpanjang di Pulau Jawa. Status ini membuat Kabupaten Sukabumi menjadi sentra aktivitas perikanan di Jawa Barat. Aktivitas perikanan tersebut di antaranya seperti pemasaran komoditas perikanan segar hasil tangkapan nelayan dan pengolahan produk perikanan. Di antara kedua aktivitas itu, pemasaran komoditas perikanan segar masih mendominasi.

Dominasi aktivitas pemasaran komoditas perikanan segar ini menunjukkan sektor pengolahan ikan belum tergarap dengan baik. Para pelaku usaha pengolahan ikan di Kabupaten Sukabumi menghadapi berbagai hambatan dalam kegiatan usahanya sehingga membuat sektor pengolahan ikan di Kabupaten Sukabumi sulit berkembang. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Iskandar pada tahun 2019, ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha pengolahan perikanan yaitu :

1. teknologi pengolahan yang masih bersifat tradisional;
2. pengolahan ikan yang belum tersertifikasi;
3. kemasan yang tidak menarik;
4. kesulitan mengakses modal;
5. pasar yang sempit;
6. persaingan antar pelaku usaha;
7. ketidakberanian pelaku usaha dalam mengambil risiko;
8. penggunaan sistem konsinyasi; dan,
9. rendahnya kapasitas lembaga pelatihan dan penyuluhan.

Beberapa permasalahan tersebut menyebabkan usaha olahan ikan yang mereka jalankan sulit berkembang sehingga pendapatan masyarakat di kawasan pesisir dari sektor perikanan masih terbilang rendah. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan masyarakat pesisir ini adalah dengan menciptakan suatu nilai tambah pada produk yang dihasilkan. Nilai tambah ini akan membuat harga yang ditawarkan di tingkat konsumen meningkat. Peningkatan harga ini akan meningkatkan profit yang diterima oleh pelaku usaha.

Pengolahan adalah salah satu cara dalam menciptakan nilai tambah tersebut. Selain agar nilai suatu produk bertambah, pengolahan juga dapat membuat karakteristik dari produk ikan segar yang mudah rusak atau membusuk menjadi lebih tahan lama. Dengan daya tahan yang lebih lama, jangkauan produk bisa lebih luas sehingga pangsa pasarnya juga meluas. Selain itu, dengan adanya aktivitas pengolahan, karakteristik produk bisa disesuaikan dengan selera konsumen.

Di sisi lain, perkembangan industri kuliner terus menggeliat. Industri kuliner yang awalnya berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan pokok manusia telah beralih menjadi pemenuh kebutuhan bersosialisasi dan aktualisasi diri manusia. Industri kuliner di Indonesia telah bertransformasi menjadi wisata kuliner yang memikat banyak wisatawan. Beberapa kuliner khas Indonesia pun telah mendunia seperti nasi goreng, rendang, sate dan sebagainya. Hal ini membuat citra kuliner Indonesia di mata dunia terus meningkat dan sangat berpotensi untuk mendatangkan wisatawan dunia atau produk kuliner Indonesia yang masuk ke pasar global.

LITERATURE REVIEW

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).

Kuliner Bakso

Bakso merupakan makanan yang merupakan olahan dari daging (sapi, ayam, ikan, dan udang pada umumnya) yang dicampur dengan tepung tapioka. Dalam membuat bakso, ada beberapa tahapan yang perlu dilalui yaitu penghalusan daging, pembuatan adonan, pencetakan, dan perebusan bakso (Freshily, 2017).

METHODOLOGY

Strategi Penelitian

Perencanaan bisnis ini dilakukan dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* merupakan sebuah model bisnis yang menyajikan kanvas berisi 9 blok yang berkaitan. Kesembilan blok tersebut berkaitan dengan empat elemen utama sebuah bisnis yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kemampuan finansial. 9 blok tersebut berisi elemen-elemen yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure (Boedianto and Harjanti, 2015).

DISCUSSION

Deskripsi Usaha

BACIKAN merupakan sebuah produk olahan perikanan yang merupakan campuran dari daging ikan yang digiling halus dengan tepung tapioka. Bakso ini memiliki tekstur yang halus dan kenyal serta rasa khas ikan yang gurih. Jenis ikan yang digunakan dalam pembuatan BACIKAN ini adalah ikan tenggiri yang diperoleh langsung dari supplier ikan di kawasan pesisir Sukabumi yang telah bekerja sama.

Ikan tenggiri dipilih untuk menjadi bahan baku BACIKAN karena ikan tenggiri memiliki banyak manfaat untuk tubuh. Kandungan gizi seperti asam lemak omega-3 yang ada dalam daging ikan tenggiri dapat memperkuat daya tahan tubuh, mencegah terkena penyakit mematikan seperti serangan jantung dan kanker, menurunkan risiko diabetes, meningkatkan fungsi kognitif, dan dapat mengurangi gejala Rheumatoid Arthritis.

Selain itu, ikan tenggiri memiliki karakteristik daging yang berwarna putih sehingga cocok untuk dijadikan bakso. Setelah diproses, BACIKAN dikemas dalam kemasan yang aman dan menarik. BACIKAN memiliki berat bersih sebesar 250 gram per kemasannya. Di dalam kemasan tersebut dilengkapi dengan bumbu penyedap dan aneka topping sesuai dengan varian produk. Terdapat tiga varian produk yaitu original, seblak, dan kacang.

Aspek Pasar

Kompetitor yang ada di pasar bakso sudah sangat banyak. Ini merupakan tantangan bagi bisnis BACIKAN yang baru akan lahir. Masing-masing kompetitor biasanya sudah memiliki konsumen tetap (langganan) dalam penjualan produk

mereka. Namun ini tidak menjamin cakupan pasar yang semakin meluas. Pemasaran yang digunakan biasanya hanya pemasaran dari mulut ke mulut. Permasalahan ini dapat diatasi dengan menambah jalur-jalur pemasaran seperti pemanfaatan media sosial dan marketplace.

Adapun produsen bakso aci instan yang sudah bergerak hanya bergerak di ranah produk instan dan bergantung sepenuhnya kepada bisnis online. Meski cakupan pasarnya lebih luas dari penjual bakso di kios-kios atau gerai, kegiatan bisnis yang biasanya dilakukan secara online ini memiliki beberapa kendala seperti sepenuhnya bergantung pada internet dan kendala pengiriman.

Memadukan dua hal ini akan membuat peluang bagi bisnis BACIKAN menjadi terbuka di tengah kompetisi yang tinggi antar produsen bakso. Dengan konsep kemitraan dengan membuka gerai-gerai fisik, BACIKAN mampu menjangkau konsumen yang ingin menikmati bakso aci ikan di tempat dengan pelayanan prima yang diberikan. Selain itu, dengan adanya gerai fisik, wisata kuliner di daerah di mana gerai BACIKAN tersebut berdiri akan lebih potensial dan lebih menarik banyak wisatawan untuk datang.

Di sisi lain, BACIKAN juga turut berkompetisi di dalam dunia bisnis online dengan membuka toko secara online di marketplace-marketplace yang ada dan memaksimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran dengan terobosan produknya yaitu BACIKAN Instant. Hal ini membuat konsumen yang memiliki kesibukan dan tak sempat berkunjung ke gerai BACIKAN tetap bisa menikmati BACIKAN dimanapun dan kapanpun.

Bisnis BACIKAN mengeduk dua ranah yang sebelumnya belum disentuh

oleh kompetitor secara bersamaan. Kompetitor yang ada saat ini terkonsentrasi di satu ranah yaitu membuka gerai atau kios saja dan hanya mengandalkan bisnis online dengan produk bakso aci saja.

Kombinasi bakso aci dengan ikan juga masih jarang ditemui sehingga produk ini merupakan produk inovatif yang mengundang rasa ingin tahu para konsumen. Kandungan ikan yang ada di dalam bakso aci ikan ini juga memperkaya kandungan gizi yang ada di dalamnya sehingga meningkatkan nilai jual BACIKAN.

Aspek Teknis

Kegiatan produksi BACIKAN terbagi menjadi beberapa tahapan proses yang terdiri dari penyiapan bahan baku, penyiapan peralatan pembuatan, penggilingan ikan, pembuatan adonan bakso, pembentukan, dan pengemasan.

1. Persiapan

Tahap persiapan terdiri dari dua aspek yaitu persiapan bahan baku dan persiapan peralatan produksi. Persiapan bahan baku meliputi aktivitas sortasi dan grading. Ikan yang datang dari supplier dipilih sesuai dengan standar yang ditetapkan di perusahaan yang merujuk pada Standar Nasional Indonesia 2729-2013 Tentang Standar Ikan Segar. Ada beberapa karakteristik ikan yang harus memenuhi standar agar dapat diproses dan diolah menjadi BACIKAN.

Ukuran ikan juga disesuaikan dengan standar internal perusahaan agar hasil gilingan daging nantinya sama dan mencukupi kebutuhan di setiap periode produksi. Peralatan produksi bakso juga disiapkan dalam keadaan bersih dan steril agar mutu produk yang dihasilkan bebas dari cemaran mikroba berbahaya. Setiap

proses yang melibatkan mesin khusus seperti penggiling dan pengemas dicek kondisinya secara berkala demi menjamin kondisi mesin yang prima saat digunakan.

Tabel 1. Karakteristik Ikan

Komponen	Karakteristik Ikan
Permukaan tubuh	Dilapisi lendir tipis dan jernih.
Sisik	Tidak mudah lepas, menempel kuat pada tubuh ikan.
Daging	Bertekstur kenyal dan apabila ditekan tidak berbekas.
Perut	Utuh dan elastis.
Anus	Berwarna putih dan tidak mengembung.
Mata	Terang dan jernih.
Insang	Merah, berlendir jernih, dan berbau segar.
Tes tenggelam	Tenggelam dalam air.

2. Penggilingan Ikan

Ikan yang sudah siap diproses difilet agar terpisah antara daging dan durinya. Setelah itu daging yang terpisah dari durinya dimasukkan ke dalam alat penggiling daging ikan agar daging ikan menjadi halus.

3. Pembuatan Adonan

Hasil gilingan daging ikan kemudian dicampur dengan tepung tapioka dan bumbu-bumbu penyedap agar BACIKAN yang dihasilkan memiliki cita rasa yang gurih dan khas.

4. Pembentukan

Setelah adonan tercampur rata, adonan dibentuk bulat. Proses pembentukan ini dilakukan secara manual dengan tetap

memperhatikan aspek higienitas dari proses produksi.

5. Pengemasan

Setelah bakso dibentuk, bakso dikemas dengan pengemasan vakum agar daya tahan produk bertahan lebih lama. Isi kemasan berupa bakso aci ikan, bumbu, dan topping sesuai varian produk. Berat bersih produk tiap kemasannya sebesar 250 gram.

Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam melakukan pengelolaan sumber daya manusia yang meliputi perencanaan, penyeleksian, penempatan, penugasan, dan pengawasan terhadap pekerja nantinya, suatu bisnis memerlukan sebuah struktur organisasi yang terintegrasi antara satu bagian bisnis dan bagian lainnya.

Dalam merencanakan pengelolaan sumber daya manusia dalam perusahaan, penyusunan struktur organisasi bisnis ini mengadopsi struktur organisasi fungsional dengan mengelompokkan karyawan berdasarkan keahliannya. Penerapan struktur organisasi fungsional pada bisnis BACIKAN ini bertujuan untuk :

1. Karyawan termotivasi untuk melakukan performa kerja terbaik sesuai dengan bidang keahlian yang dimilikinya.
2. Dengan bekerja pada bidang yang sesuai, rasa nyaman dan aman akan dimiliki karyawan.
3. Kejelasan hierarki sehingga tercipta sebuah kesatuan perintah dan terhindar dari double command.
4. Terhindar dari penumpukan pekerjaan di setiap bagiannya
5. Jenjang karier karyawan jelas.
6. Operasional usaha lebih stabil dan memberikan tanggung jawab

kepada karyawan sesuai keahliannya.

Sumber daya manusia yang digunakan dalam menjalankan bisnis ini ditempatkan pada beberapa bagian bisnis yaitu penempatan di bagian manajerial, dan berbagai divisi yang terdiri dari divisi produksi dan divisi pemasaran.

Manajer memiliki tanggung jawab yang sangat luas dalam lingkup bisnis BACIKAN. Manajer umum bertanggung jawab atas kinerja seluruh bagian atau fungsional bisnis. Adapun tugasnya adalah melakukan perencanaan bisnis dalam jangka pendek dan jangka panjang, bertanggung jawab dalam lingkup internal dan eksternal perusahaan, koordinasi dan mengawasi pelaksanaan tugas yang dilimpahkan kepada tiap divisi, memperbaiki manajemen perusahaan, menjadi perantara antara pimpinan dengan tiap divisi, melimpahkan tugas dan membimbing bawahannya dalam melaksanakan tugas tersebut.

Divisi produksi dipimpin oleh seorang manajer produksi yang kompeten dalam bidang produksi makanan. Bertanggung jawab dalam menjamin kelancaran aktivitas produksi dari mulai penyediaan bahan baku, proses produksi, dan produk jadi. Divisi pemasaran bertugas untuk memasarkan hasil produksi berupa produk jadi BACIKAN. Divisi pemasaran juga bertugas untuk menjaga hubungan baik antara konsumen dengan perusahaan dan perusahaan dengan mitra. Hubungan kemitraan yang terjalin juga merupakan salah satu fungsi bagian pemasaran. Maksimalisasi channel-channel yang ada dalam menjual dan branding produk BACIKAN merupakan tugas divisi pemasaran. Divisi pemasaran juga harus

merancang strategi pemasaran produk BACIKAN.

Aspek Finansial

Biaya Bahan Baku dan Bahan Pendukung :

Bahan	Taksiran Biaya	Total Biaya Bulanan (100 unit/hari)
Bahan Utama : Ikan Tepung Tapioka Bumbu-Bumbu TOTAL	Rp60.000 Rp20.000 Rp10.000 Rp90.000	Rp2.700.000/bulan
Bahan Pendukung : Kemasan	Rp100.000	Rp3.000.000/bulan

Biaya Peralatan

Mesin Penggiling	Rp400.000	
Vacuum Seal	Rp130.000	
Wadah dan lain-lain	Rp100.000	Rp630.000

Biaya Tenaga Kerja

Biaya Tenaga Kerja	Rp100.000/hari	Rp3.000.000
Terdapat lima pegawai	Rp500.000/hari	Rp15.000.000

Biaya Overhead

Listrik		Rp100.000
Perawatan alat		Rp50.000

Biaya lain-lain

Pemasaran		Rp500.000
-----------	--	-----------

Administrasi		Rp100.000
--------------	--	-----------

- Total Biaya Tetap (sarana, peralatan, dan lain-lain) = Rp16.330.000
- Total Biaya Variabel = Rp5.700.000
- Total Biaya Produksi = Rp22.030.000
- Biaya Per Unit = Rp22.030.000/3000 = Rp7.343
- Harga Jual = Rp20.000/unit
- Pendapatan Per Bulan = Rp20.000 x 3000 = Rp60.000.000
- Potensi Laba Bulanan = 37.970.000

Business Model Canvas

Key Partners

Bisnis Bakso Aci Ikan ini memiliki dua partner utama yang berada di hulu dan hilir aktivitas produksi. Supplier berada di hulu aktivitas produksi sedangkan mitra berada di hilir aktivitas produksi. Keberadaan supplier sangat penting karena merupakan sumber bahan baku produk. Begitupun pihak mitra memiliki posisi yang sangat penting karena berperan dalam memasarkan produk.

Key Activities

Ada dua aktivitas utama dalam bisnis bakso aci ikan ini yaitu aktivitas produksi dan aktivitas penjualan. Aktivitas produksi merupakan aktivitas mengubah input berupa bahan baku menjadi barang jadi berupa produk bakso aci ikan sedangkan aktivitas penjualan merupakan aktivitas untuk mengkonversi output menjadi outcome.

Key Resource

Sumber daya utama yang digunakan dalam membuat produk bakso aci ikan ini ada tiga, yaitu ikan tenggiri, tepung tapioka, dan bumbu-bumbu.

Value Proposition

Blok ini berisi tentang nilai tambah yang dimiliki bakso aci ikan yang akan membuat produk ini memiliki daya tarik tersendiri yang meliputi gizi yang tinggi, merupakan wisata kuliner baru, rasanya yang khas dan gurih, serta variasi produk.

Costumer Relationship

Cara agar perusahaan dapat tetap menjalin hubungan baik dengan pelanggan adalah melalui beberapa hal yaitu diskon member, promo bulanan, survey kepuasan pelanggan, dan formulir keluhan pelanggan.

Costumer Segments

Produk yang dibuat oleh bisnis ini yaitu bakso aci ikan menyanggar beberapa kelompok konsumen yaitu kelompok remaja usia sekolah dan kuliah, ibu-ibu, wisatawan kuliner, serta turis lainnya.

Channels

Saluran pemasaran yang digunakan meliputi tiga saluran yaitu media sosial, marketplace, dan melalui gerai. Pemanfaatan tiga saluran ini demi terciptanya pemasaran yang masif baik secara offline maupun online.

Cost Structure

Blok yang menggambarkan seluruh biaya yang muncul dalam menjalankan bisnis ini terdiri dari dua jenis biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi biaya pengadaan peralatan, biaya overhead, biaya listrik, biaya pemasaran,

dan biaya administrasi. Sedangkan untuk biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya bahan penolong.

dan pendaftaran mitra. Ketika mitra ingin membuka gerai bakso aci ikan, maka mitra harus menyetor sejumlah dana kepada pihak perusahaan. Secara sistem waralaba, maka pihak perusahaan sebagai franchisor dan pihak mitra sebagai franchisee.

Revenue Stream

Ada dua sumber penerimaan perusahaan yaitu dari penjualan produk

Tabel 2. Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> • Supplier Ikan • Mitra 	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi Bakso Aci Ikan • Penjualan 	<ul style="list-style-type: none"> • Bergizi tinggi • Wisata kuliner baru • Rasa yang khas • Variasi produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Diskon Member • Promo Bulanan • Survey Kepuasan Pelanggan • Form Keluhan 	<ul style="list-style-type: none"> • Remaja usia sekolah dan kuliah • Ibu-ibu • Wisatawan kuliner • Turis lainnya
	Key Resource		Channels	
	<ul style="list-style-type: none"> • Ikan tenggiri • Tepung tapioka • Bumbu-bumbu 		<ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • Marketplace • Gerai 	
Cost Structure			Revenue Streams	
Fixed Cost : Pengadaan Peralatan, Instalasi listrik, Biaya pemasaran Variabel Cost : Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya bahan benolong			<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan • Pendaftaran Mitra 	

Analisis SWOT**Tabel 3. Analisis SWOT**

Faktor Internal dan Eksternal	Kekuatan / Strength	Kelemahan / Weakness
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk relatif digemari banyak kalangan. 2. Produk nilai gizi yang tinggi karena kandungan gizi yang ada pada ikannya. 3. Rasa yang gurih dan khas. 4. Memiliki beragam varian produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tahan produk yang tidak lama. 2. Keterbatasan dalam mengakses modal. 3. Sumber daya yang bergantung sepenuhnya pada kondisi alam. 4. Penerapan teknologi pengolahan yang belum sepenuhnya modern di setiap tahapan proses. 5. Proses produksi belum terstandarisasi.
Peluang / Opportunity	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya perikanan yang melimpah dalam jangka pendek. 2. Tren perkembangan industri kuliner yang pesat. 3. Akses informasi yang terbuka dan sangat luas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan kemitraan untuk membuat gerai BACIKAN agar menjadi daya tarik wisata kuliner baru dan mendatangkan wisatawan kuliner. 2. Memaksimalkan penggunaan berbagai jalur-jalur pemasaran seperti media sosial dan marketplace. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan ketersediaan stok bahan baku perikanan dalam jangka panjang melalui pengembangan produktivitas nelayan dengan bekerja sama dengan pemerintah setempat.
Ancaman / Threat	Strategi S -T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetitor yang sudah lebih dahulu berada di industri kuliner bakso dan industri kuliner lainnya. 2. Kompetitor bisnis yang akan muncul. 3. Harga bahan yang semakin mahal dan ketersediaan bahan baku di alam dalam jangka panjang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gencar dalam melakukan iklan, promosi, diskon, dan strategi pemasaran lainnya. 2. Terus berinovasi dengan menambah variasi produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyesuaikan harga jual produk dengan kenaikan harga bahan baku. 2. Melakukan program-program yang dapat meningkatkan produktivitas nelayan dengan kerja sama bersama pemerintah.

CONCLUSION

Bisnis BACIKAN (Bakso Aci Ikan) memiliki potensi keuntungan yang besar sehingga layak untuk dijadikan sebuah bisnis. Implementasi strategi yang tepat dapat membuat bisnis ini berhasil mencapai tujuannya. Selain itu, basis kewirausahaan sosial yang diusung dan diimplementasikan dengan pengadaan kemitraan membuat tujuan dalam meningkatkan nilai tambah dan penghasilan masyarakat dapat dicapai.

REFERENCE

- Badan Standarisasi Nasional. "Bakso Ikan." 2014, <https://www.bsn.go.id/>. Accessed 6 June 2022.
- Boedianto, Laurentia Priska, and Dhyah Harjanti. "Strategi Pengembangan Bisnis pada Depot Selaris dengan Pendekatan Business Model Canvas." AGORA, vol. 3, no. 2, 2015, pp. 292 - 301, <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/3687/3355>. Accessed 6 June 2022.
- Freshily, Vivi Indriasti. "Aplikasi Serbuk Daun Salam dengan Penambahan Karagenan Sebagai Pengawet dan Pengenyal pada Bakso." 2017, <https://e-journal.uajy.ac.id/12584/1/BL013970.pdf>. Accessed 6 June 2022.
- Hutamy, Ericha Tiara, et al. "Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z)." Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital (JBPD), vol. 1, no. 1, 2021, pp. 1-11. Accessed 6 June 2022.
- Iskandar, Yusuf. "Strategi Pengembangan UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi." 2019. Accessed 6 June 2022.
- Jalal, and Zainal Abidin. "Kemitraan dengan Perusahaan Sosial." UKM Indonesia, 3 January 2019, <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/117>. Accessed 6 June 2022.
- Ma'rifah, Siti, et al. "Pelatihan Membuat Perencanaan Bisnis (Business Plan) Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pada Skala Mikro." Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi (JIMAWAbdi), vol. 1, no. 1, 2021, pp. 43 - 46, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMAb/article/view/10383/6480>. Accessed 6 June 2022.
- Pahrijal, Rival, and Muhammad Nur Fitroh. "Pengembangan Bisnis BACIKAN (Bakso Aci Ikan) Berbasis Kewirausahaan Sosial sebagai Upaya Peningkatan Nilai Tambah Bagi Masyarakat Pesisir Sukabumi." 2022. Accessed 6 June 2022.
- Tim Riset IDN Medis. "Ikan Tenggiri: Manfaat – Gizi dan Efek Sampingnya." IDN Medis, <https://idnmedis.com/ikan-tenggiri>. Accessed 6 June 2022.
- Waridi. "Pengolahan Bakso Ikan." Edited by Susanto, et al. 2004, https://mirror.unpad.ac.id/orari/pendidikan/materi-kejuruan/pertanian/teknologi-hasil-pertanian-dan-perikanan/pengolahan_bakso_ikan.pdf. Accessed 6 June 2022.