BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 3 No 4, 2022 , pp. 824-833
DOI: 10.31949/jb.v3i4.3369

e-ISSN: 2721-9135
p-ISSN:2716-442X

PELATIHAN DAN MONITORING BUDI DAYA LELE DI KELURAHAN JOGLO, JAKARTA BARAT

Ririn Wulandari[1*], Arissetyanto Nugroho[2], Erna Sofriana Imaningsih[3], Parwoto[4]
[1,3,4]Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, [2]Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Pancasila
Email : [*]ririn.wulandari@mercubuana.ac.id

Abstract
Catfish farming in DKI Jakarta is a profitable business opportunity because the number of requests is greater than the available supply. Based on the success of one of the residents of RT 17 RW 01 Joglo Village, Kembangan District, West Jakarta, training and mentoring for the development of catfish cultivation was carried out, with the topic of how to develop and start a business and marketing strategies. The results of the training show that the problems faced by the community in developing Catfish cultivation are the lack of capital to start a business, lack of courage, lack of free time, and fears of failure. The problem faced by groups that have succeeded in developing catfish cultivation is that the marketing network is not yet widespread. Participants were very enthusiastic about participating in the training so that these problems could be solved by adding knowledge of strategies to raise the courage to start a business, strategies to overcome business failures, as well as knowledge of catfish marketing and knowledge of catfish cultivation as expected, thus strengthening them to start catfish cultivation and develop Catfish business. This is supported by the provision of 2x2 tarpaulin stalls and 200 catfish seeds each. Monitoring the sustainability of the program is carried out together with residents who have succeeded in cultivating catfish.

Keywords: *cultivation_catfish, marketing_strategy, business_training*

Abstrak
Budidaya Ikan Lele di DKI Jakarta adalah peluang usaha yang menguntungkan, karena jumlah permintaan lebih banyak dari pasokan yang tersedia. Berdasarkan keberhasilan salah seorang Warga RT 17 RW 01 Kelurahan Joglo, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat, dilakukan pelatihan dan mentoring pengembangan budi daya Lele, dengan topik bagaimana mengembangkan dan memulai usaha, serta strategi pemasaran. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat untuk mengembangkan budi daya Lele adalah tidak adanya modal untuk memulai usaha, kurangnya keberanian, tidak adanya waktu luang, serta adanya kekhawatiran gagal. Permasalahan yang dihadapi kelompok yang sudah berhasil mengembangkan budi daya lele adalah belum meluasnya jaringan pemasaran. Peserta sangat antusias mengikuti pelatihan sehingga permasalahan tersebut dapat diselesaikan dengan penambahan pengetahuan strategi memunculkan keberanian memulai usaha, strategi mengatasi kegagalan usaha, serta pengetahuan pemasaran Lele dan pengetahuan budi daya Lele sesuai yang diharapkan, sehingga menguatkan untuk memulai budi daya Lele dan mengembangkan usaha Lele. Hal tersebut didukung dengan pemberian lapak terpal 2x2 dan masing-masing 200 bibit Lele. Monitor keberlangsungan program dilaksanakan bersama dengan warga yang sudah sukses budi daya Lele.

Kata Kunci: budi_daya_lele, strategi_pemasaran, pelatihan_usaha

Submitted: 2022-09-18	Revised: 2022-10-07	Accepted: 2022-10-11

Pendahuluan

Pengabdian kepada Masyarakat dengan topik pengembangan budi daya Lele dan pengembangan pemasaran didasarkan pada keberhasilan salah seorang warga RT 17 RW 01 Kelurahan Joglo, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat, yang telah berhasil secara berkelompok melakukan budi daya Lele. Keberhasilan tersebut perlu diikuti warga lain agar kelurahan Joglo dapat dikenal sebagai daerah budi daya Lele, sehingga pendapatan rata-rata warga Kelurahan Joglo dapat meningkat. Hal tersebut diperkuat fenomena yang terjadi bahwa permintaan konsumsi ikan lele melebihi pasokan, sehingga merupakan peluang bagi pelaku budi daya ikan lele. Peluang tersebut

BERNAS:
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat [Vol. 3, No. 4, Oktober, 2022, pp. 824-833]

perlu ditangkap dengan melakukan pendekata-pendekatan dan strategi dari berbagai disiplin ilmu, termasuk di dalamnya strategi pemasaran, sehingga daya saing peningkatan ikan lele dapat tercapai.

Warga yang berhasil mengembangkan budi daya Lele adalah Pak Adin, bersama kelompoknya, dalam waktu 10 bulan telah berhasil mengembangkan budi daya Lele. Pengelolaan budi daya Lele dimulai dengan 3 petak, masing-masing petak 2x2 meter, dengan menggunakan terpal dan dan dikaitkan potongan bambu sekelilingnya. Sekarang sudah mencapai 25 petak. Hasil yang diperoleh lumayan menggembirakan, 3 bulan sekali Pak Adin memperoleh pendapatan sekitar 30 juta dari hasil memanen Lele. Budi daya Lele yang dilakukan Pak Andin adalah berternak dan membesarkan Ikan Lele. Ukuran Ikan Lele yang bisa dijual antara lain: 3-12 cm, dengan variasi harga berdasarkan masing-masing ukuran. Pembeli Ikan Lele Pak Andin beragam, pembeli *end user* maupun pembeli yang akan membesarkan Ikan Lele. Pembeli datang ke Lokasi berdasarkan informasi dari mulut ke mulut maupun dari perkumpulan peternak Ikan lele. Usaha budi daya Lele Pak Adin sebenarnya bisa ditingkatkan nilai tambahnya dengan membesarkan Lele dan menjual Lele yang sudah besar untuk langsung dikonsumsi. Namun, hal tersebut perlu strategi pemasaran untuk menjual secara optimal kepada konsumen *end user* maupun konsumen *business to business*. Berikut foto budi daya Lele Pak Andin

Gambar 1. Lokasi budi daya Lele

Gambar 2. Survai Pendahuluan

Menurut Utami *et. al.* (2016), faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam strategi pemasaran komoditi makanan adalah harga dan promosi. Menurut Yang *et al*. (2017), strategi harga dan pengontrolan temparatur merupakan bagian pemasaran yang perlu dipertimbangkan untuk produk yang perlu diperpanjang usia konsumsi dengan alat pendingin. Berdasarkan penelitian tersebut, penyimpanan ikan lele hingga sampai ke konsumen merupakan perihal yang perlu dipertimbangkan agar kesegaran Ikan Lele tetap memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian Pereire LN *et. al*. (2016) berkenaan dengan strategi marketing produk ikan, dengan menggunakan teori 4 P, yaitu *Product, Price, Placement*, dan *Promotion*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Strategi 4 P dapat digunakan untuk pengembangan pemasaran komoditi ikan.

Penyimpanan produk perlu diperhatikan sehingga rasa ikan tetap rasa ikan segar. Karena konsumen tidak memperhatikan harga untuk komoditi ini apabila rasa dan kualitasnya terjamin. Temuan tersebut bisa diterapkan pada Ikan Lele, dengan menerapkan strategi tersebut. Menurut Pereire LN *et al.* (2016), tambahan harga bisa dikenakan kepada konsumen antara 5-20% tergantung kualitas komoditi ikan. Strategi harga tersebut bisa diterapkan untuk komoditi Ikan Lele yang kualitasnya bagus, sehingga bisa meningkatkan margin Kelompok UMKM budi daya Ikan Lele. Strategi *Placement* dalam penelitian tersebut adalah memasok ke r*etailer* besar antara lain: pasar swalayan besar, restaurant dan warung-warung. Strategi ini bisa diterapkan, selain menyasar konsumen langsung. Strategi Promosi yang disarankan dari hasil penelitian tersebut adalah perlunya mengembangkan kegiatan yang interaktif dengan membangun komunikasi melalui penyuluhan-penyuluhan tentang nutrisi, sehingga permintaan terhadap komoditi ini dapat meningkat.

Berdasarkan hal tersebut, perumusan masalah pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

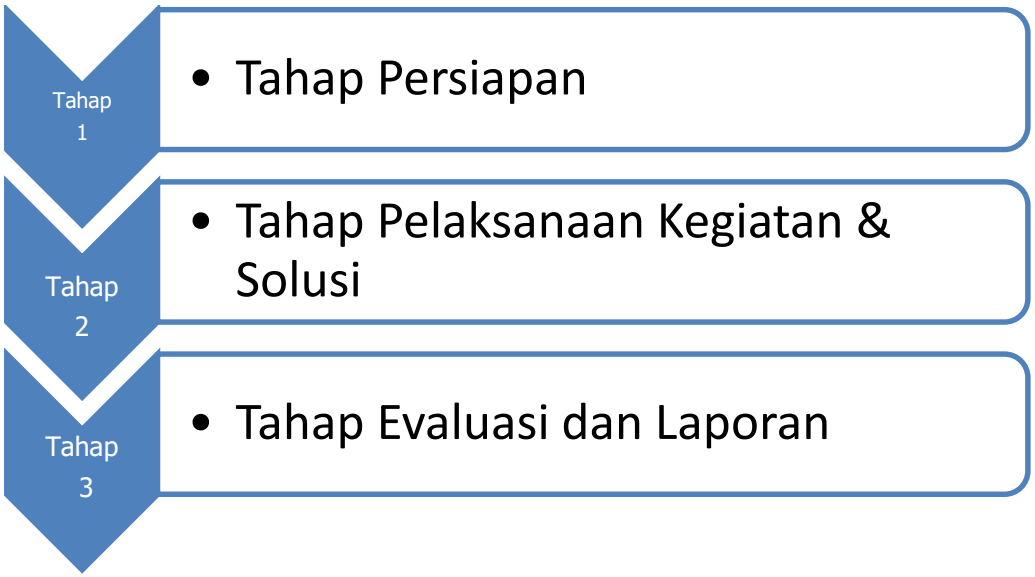
1. Bagaimana mengembangkan budi daya Lele di Kelurahan Joglo, khususnya di RT 17 RW 01?
2. Bagaimana mengembangkan strategi pemasaran Lele?

Metode

Metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah di atas adalah dengan memberikan pelatihan motivasi untuk memulai usaha dan pengembangan usaha budi daya Lele, serta memberikan pelatihan untuk meningkatkan strategi pemasaran Lele. Selain pelatihan, dilakukan pembinaan dengan lebih dulu dimulai dengan memberikan stimulan berupa seperangkat kolam Lele dan isinya.

Khalayak sasaran adalah warga RT 17 RW 01 Kelurahan Joglo, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat. Kegiatan dilaksanakan di dua tempat, yaitu Lokasi budi daya Lele milik Pak Andin, warga RT 17 RW 01 Kelurahan Joglo, dimana pada lokasi tersebut dilakukan survai pendahuluan untuk menggali permasalahan dan perencanan solusi. Lokasi ke dua adalah Kantor Kelurahan Joglo, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat. Langkah-langkah yang dilakukan dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini sebagai berikut (Gambar 3).

BERNAS:
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat [Vol. 3, No. 4, Oktober, 2022, pp. 824-833]



Gambar 3. Tahapan Pengabdian kepada Masyarakat

Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan adalah melakukan survei pendahuluan untuk menggali permasalahan dan merancang solusi yang menjadi dasar melakukan kegiatan. Selanjutnya menyusun proposal kegiatan, mengurus perijinan dan MOA kegiatan pada instansi terkait dalam hal ini adalah Kelurahan Joglo. Tahap persiapan selanjutnya adalah penyusunan materi dan modul pelatihan serta perencanaan bentuk nyata pendampingan. Selanjutnya memperbanyak modul/bahan pelatihan, penyebaran undangan bekerja sama dengan Tim Kelurahan Joglo, serta melengkapi perlengkapan-perlengkapan lainnya (spanduk, perencanaan konsumsi, dan lainnya).

Tahap Pelaksanaan dan Solusi

Tahap pelaksanaan dan solusi meliputi beberapa subtahap. Subtahap pertama adalah persiapan acara, yang meliputi pengisian daftar hadir, pemberian modul dan konsumsi. Subtahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan dengan Topik Motivasi Memulai Usaha, Teknis Budi Daya Lele, dan Strategi Pemasaran Lele, konsep 4 P. Pemberian materi diikuti sesi tanya jawab untuk mendapatkan umpan balik dari proses pelatihan. Tahap ketiga adalah pembagian sertifikat kepada Peserta, serta foto bersama. Selanjutnya, tahap keempat adalah memulai pendampingan dengan pemberian stimulan.

Tahap Evaluasi dan Laporan

Tahap evaluasi pelaksanaannya ini terdapat beberapa kriteria yang akan menjadi tolak ukur dasar pencapaian dari kegiatan ini yaitu Peserta mengikuti rangkain acara pelatihan, dapat memahami berbagai strategi peningkatan daya saing budi daya Lele, berniat mengaplikasikan pengetahuannya. Indikator keberhasilan adalah hasil post test dan hasil evaluasi menunjukkan yang yang diharapkan, melebihi standar yang ditetapkan, untuk post test hasil standar 80% peserta lulus mengerjakan Post

Test. Hasil lembar evaluasi pelatihan yang diisi oleh peserta minimal rata-rata bernilai baik (Nilai optimal 4). Selain itu, peserta pelatihan mampu mengaplikasikan konsep Daya Saing untuk meningkatkan penjualan. Evaluasi dilakukan juga dengan memantau keberlanjutan program.

Hasil dan Pembahasan

Profil Peserta.

Berikut disampaikan profil peserta (Tabel 1)

Tabel 1. Profil Peserta

Profil Peserta P2M JOGLO		Frequency	Percent
Jenis Kelamin	Laki-Laki	25	83.3
	Perempuan	5	16.7
	Total	30	100
Tingkat Pendidikan	SD	1	3.3
	SLTP	2	6.7
	SMA/SMK	27	90.0
	Total	30	100
Pekerjaan	Tidak Ada	8	26.7
	Pegawai	3	10.0
	Ppsu	9	30.0
	Wirausaha	10	33.3
	Total	30	100.0

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Kelurahan Joglo dilaksanakan berupa palatihan dan pemberian kolam lele 2x2 beserta 200 bibit, sebanyak 2 kolam. Pelatihan dihadiri oleh 30 orang. Dari 30 peserta, yang bersedia mengisi kuesioner sebanyak 29 orang. Peserta Laki-laki sebanyak 83% dan Perempuan sebanyak 16,7%. Komposisi peserta seperti tersebut bisa berkaitan dengan minat terhadap topik pengabdian masyarakat yaitu tentang budi daya Lele. Budi daya Lele masih menjadi minat dari laki-laki dibanding perempuan. Padahal, budi daya lele bisa dilakukan di rumah dengan lahan yang bisa disesuaikan, dan bukan usaha berat yang hanya bisa dilakukan oleh laki-laki. Perempuan pun bisa melakukan, artinya bisa menggeluti bidang usaha ini.

Tingkat pendidikan SMA/SMK merupakan tingkat pendidikan peserta terbanyak yaitu 90%. Selebihnya, SMP/SLTP sebanyak 6,7%, dan SD sebanyak 3,3%. Komposisi tingkat pendidikan tersebut bukan merupakan masalah untuk menjadi pewirausaha dengan melakukan dan mulai budi daya Lele. Untuk memulai dan melakukan budi daya diperlukan sebuah keberanian dan keinginan untuk terus menerus meningkatkan pengetahuan dengan cara mengikuti pelatihan yang kami

BERNAS:
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat [Vol. 3, No. 4, Oktober, 2022, pp. 824-833]

selenggarakan ini, serta menjalin kerja sama dengan Kelompok budi daya Lele di Joglo yang sudah mapan dan berkembang, dalam hal ini Kelompok Pak Adin dan Pak Agus (Ketua RT 017 RW 01).

Profil pekerjaan peserta sebagai berikut, peserta yang tidak punya pekerjaan sebanyak 8 orang (26,7%). 4 orang adalah Ibu-Ibu Kader PKK, 4 orang adalah warga Rt 017 RW 01. Peserta yang pegawai sebesar 10%. Peserta yang merupakan Tim PPSU sebanyak 30%. Peserta yang berprofesi sebagai pewirausaha sebanyak 33%. Dari pewirausaha 33%, sekitar 50% nya, yaitu 4 orang sudah mempunyai usaha budi daya Lele. Mereka melakukan budi daya lele secara kelompok, mempunyai kolam lele sebanyak 60 kolam, dengan omzet per 3 bulan minimal sebesar 60 juta. Kelompok ini menjadi percontohan. Dari keberhasilan kelompok tersebut, Lurah Kelurahan Joglo, Drs Matrulla menginginkan di kelurahan Joglo menjadi pusat budi daya Lele. Berdasarkan hal tersebut, kami melakukan pengabdian masyarakat dengan memberikan pelatihan dan memberikan 2 kolam beserta bibit Lele. Berikut gambar pelaksanaan kegiatan (Gambar 4).

Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan

Persepsi tentang Budi Daya Lele dan Pemasarannya, Kesungguhan dan Keseriusan Peserta

Materi yang disampaikan adalah mengenai Pola Pikir Pengusaha dan Pemasaran Budi Daya Lele, dengan konsep 4 P. Peserta masih mempunyai pandangan sempit tentang pemasaran. Menurut mereka, upaya yang selama ini dilakukan sudah sangat cukup, yaitu menjual lele siap panen, atau lele yang masih perlu dibesarkan ke pedagang besar, karena mereka tidak mau repot mengembangkan pemasaran ke konsumen secara langsung. Dengan pemberian pemahaman mengenai pemasaran yang meliputi pengelolaan dan penyimpanan Lele, penetapan harga yang bersaing, serta promosi untuk mendapatkan konsumen, yang disesuaikan dengan lokasi, mereka

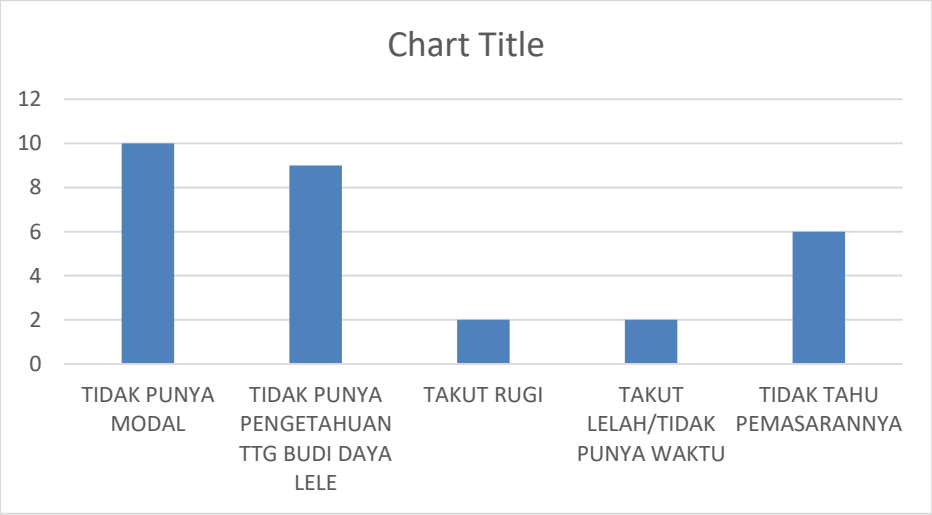
mulai terbuka untuk melakukannya, karena dengan menjual langsung ke konsumen baik *konsumen end user* maupun konsumen *business to business*, dapat meningkatkan nilai tambah Lele.

Topik tentang *Keberanian* yang disampaikan, dapat membangkitkan keberanian peserta untuk berani mencoba memulai usaha budi daya Lele dengan menerima kolam lele beserta bibit lele. Keberanian untuk memulai usaha tersebut menjadi awal bagi dua kelompok untuk memulai berwirausaha, walaupun mereka dihadapkan pada keadaan tidak punya lahan untuk meletakkan seperangkat kolam Lele. Keterbatasan tersebut diatasi dengan cara menggunakan lahan kelurahan untuk meletakkan kolam ikan Lele. Materi teknis budi daya Lele juga disampaikan untuk menambah pengetahuan Peserta. Materi teknis tersebut disampaikan oleh Warga yang sudah berhasil melakukan budi daya Lele. Dua kelompok usaha terdiri dari masing-masing 4 orang yang mendapat kolam Lele melakukan perawatan dan memulai usaha. Monitoring dilakukan dengan dibantu oleh Pak Agus dan Pak Adin yang merupakan ketua dan anggota kelompok yang sudah berhasil melakukan budi daya Lele.

Evaluasi Permasalahan dan Solusi

Hasil evaluasi permasalahan peserta disampaikan pada Tabel 2 berikut,

Tabel 2. Permasalahan Peserta Hasil Kuisioner



Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa Peserta yang tidak punya modal sebesar 10 orang atau 34,5%. Peserta yang tidak punya pengetahuan budi daya Lele 9 orang atau 31%. Peserta yang takut mengalami kerugian 2 orang atau 6,9%. Peserta yang takut tidak punya waktu untuk mengelola budi daya Lele 2 orang atau 6,9%. Peserta yang tidak mempunyai cara dan pengetahuan pemasaran 6 orang atau 20,7%.

Pelatihan dan Pemberian 2 Kolam beserta masing-masing 200 benih Lele pada Pengabdian Masyarakat ini memberikan solusi atas alasan, hambatan, persoalan untuk memulai usaha, khususnya

BERNAS:
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat [Vol. 3, No. 4, Oktober, 2022, pp. 824-833]

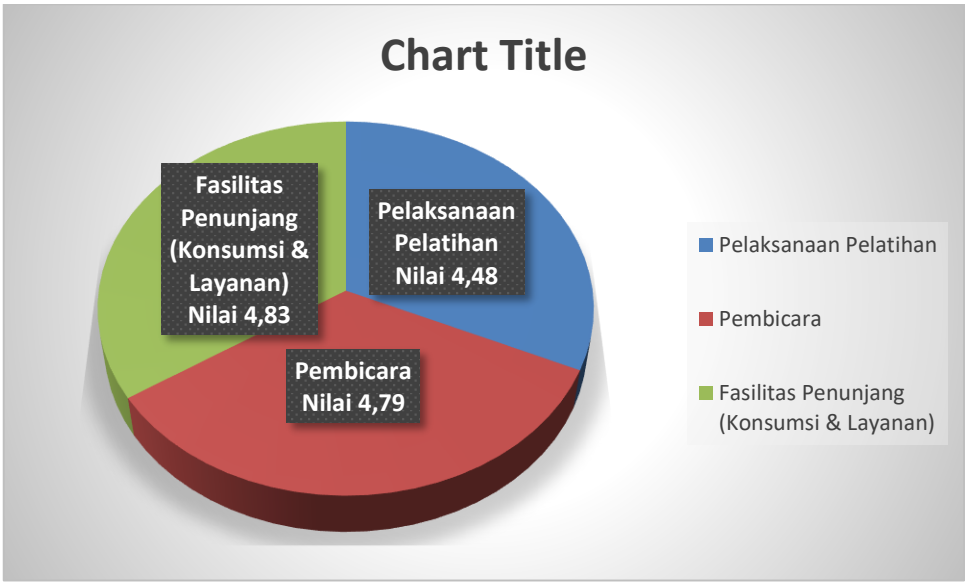
memulai usaha budi daya Lele. Persoalan tidak punya modal yang dihadapi 10 orang dari 29 orang dapat diatasi dengan pemberian 2 kolam Lele beserta benihnya. Pemberian 2 kolam Lele diberikan kepada 8 orang yang terdiri dari 2 kelompok. Selain itu, pemberian materi tentang akses permodalan yang disediakan perbankan, merupakan solusi dari perspektif lain tentang keterbatasan modal, selain pemberian kolam Lele.

Persoalan mengenai tidak tahu pemasaran yang disampaikan oleh 10 orang, pada Pelatihan ini diberikan solusi yaitu dengan disampaikannya materi kiat Peserta untuk membuka jejaring agar terbukanya pemasaran, sehingga penjualan yang dilakukan kepada pedagang besar, sebagian dialihkan ke konsumen langsung untuk meningkatkan harga jual yang secara langsung meningkatkan nilai tambah Lele.

Persoalan tidak punya waktu dan takut Lelah (2 orang), diantisipasi dengan pemberian motivasi agar mereka bekerja keras, cerdas, tuntas , dan ikhlas. Empat konsep kerja tersebut diharapkan dapat mengubah keterbatasan semangat sehingga rasa lelah dan ketakutan tidak punya waktu dapat diantisipasi. 9 orang menyampaikan bahwa mereka mempunyai kendala tidak mengetahui teknis budi daya Lele. Persoalan tersebut diantipasi dengan memberikan mereka paparan Materi Teknis Budi Daya Lele.

Evaluasi Penyelenggaraan

Evaluasi terhadap Pengabdian Masyarakat di Joglo yang berupa Pelatihan dan Pemberian 2 Kolam Lele beserta benihnya, sebagai berikut (Gambar 5).



Gambar 5. Evaluasi penyelenggaraan

Hasil kuisioner (Gambar 5) menunjukkan bahwa rata-rata penilaian peserta secara keseluruhan adalah sebesar 4,7%, yang berarti mereka sangat puas terhadap penyelenggaraan pengabdian masyarakat ini. Mereka sangat puas tertinggi terhadap Fasilitas Penunjang, yang berupa Konsumsi dan Layanan sebesar 4,83%. Nilai kedua terbesar mengenai Pembicara sebesar 4,83%. Nilai ketiga terbesar adalah tentang Pelaksanaan Pelatihan sebesar 4,48%.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan Pengabdian Masyarakat yang diselenggarakan di Kelurahan Joglo adalah sebagai berikut:

1. Budi daya Lele bisa dikembangkan di Kelurahan Joglo, mengingat di sana terdapat kelompok pembudidaya Lele di RT 17 RW 01 yang telah berhasil. Diharapkan keberhasilan tersebut dapat dijadikan contoh oleh kelompok-kelompok masyarakat lainnya yang menginginkan mendapat penghasilan tambahan, atau yang menginginkan pekerjaan.
2. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat untuk mengembangkan budi daya Lele adalah tidak adanya modal untuk memulai usaha, kurangnya keberanian, tidak adanya waktu luang, serta adanya kekhawatiran gagal.
3. Permasalahan yang dihadapi kelompok yang sudah berhasil mengembangkan budi daya lele adalah belum meluasnya jaringan pemasaran. Sejauh ini Lele bibit atau Lele yang sudah siap dikonsumsi, dijual kepada pedagang-pedagang besar. Dengan demikian harga yang diterima tidak sebesar apabila dijual kepada konsumen secara langsung.
4. Pengabdian Masyarakat ini memberikan solusi atas permasalahan tersebut dan pemberian pelatihan, serta pemberian bibit dan kolam Lele.

Saran yang disampaikan kepada Lurah Joglo, agar Visi Kelurahan sebagai keluaran Sentra Budi Daya Lele adalah perlu dilakukan pelatihan-pelatihan lanjutan tentang budi daya Lele dari berbagai aspek bidang ilmu, kepada kelompok masyarakat, khususnya masyarakat yang belum mempunyai pekerjaan, serta masyarakat yang sudah bekerja untuk memulai usaha usaha sampingan. Selain itu, Kelurahan Joglo perlu memetakan lahan-lahan kosong yang disipakna untuk dikelola kelompok masyarakat sebagai lahan budi daya Lele. Hal tersebut perlu diiringi perjanjian secara formal sehingga pemanfaatan lahan kosong tersebut dapat memberikan kemanfaatan bagi seluruh pihak terkait.

Daftar Pustaka

Adewale, G., Adesola, M.A., Oyewale, I.O (2013). Impact of Marketing Strategy on Business Performance a Study of Selected Small and Medium Enterprise (SMEs) in Oluyole Local Government, Nigeria. *Journal of Business and Management, (*11) 4, 59-66.

Ali, H. F., Sohaail Maarif, S. (2018). The Impact of Change in Consumer Taste and Product Innovation on Sales Volumes of Consumer Goods. *Journal of The Punjab Univ. Historical Society*, 31 (20).

Bank Indonesia. (2010). *Budi daya Pembesaran Ikan Lele.* Pola Pembiayaan Usaha Kecil Syariah (PPUK).

BERNAS:
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat [Vol. 3, No. 4, Oktober, 2022, pp. 824-833]

Mochtar, M.Z, Ismail, W.N.S.W. (2012). Marketing Strategies and The Differences Level of Sales and Profits Performance of the Batik SMEs in Malaysia. *International Journal of Business and Management,* 7 (23), 96-109.

Pereire, L.N, Mendes, J.P. (2016). A Marketing Strategy for a new Functional Fish. *Journal Aquaculture Economic and Management*, 1-21.

Yang, S., Xiao, Y., Zheng, Y., Liu, Y. (2017). The green Supply Chain Design & Marketing Strategy for Perishable Food Based on Temperature Control. *Journal Sustainability,* 9, 2-8.

Song, H. (2015). Study on Marketing Strategy of Rural Tourism and Green Food: A Customer Value Perspective. *Journal of Food Science and Technology*, 8 (12), 912-918.

Utami, H.D, Rauniyar, G., Bailey, W.C. (2016). Marketing Strategy as Food Processor Response Towards Malang Meatballs. *Journal of Food Product Marketing*, 13 (4), 79-97.

https://ekonomi.bisnis.com/read/20180129/99/731845/permintaan-tinggi-produksi-lele-melesat-lebih-2-kali-lipat, diungguh, 5 oktober 2019.

https://www.myaccountingcourse.com/accounting-dictionary/competitive-advantage; 5 November 2019

https://www.merdeka.com/uang/setiap-hari-jakarta-butuhkan-tambahan-pasokan-lele-68-ton-u7mu9yl.html