

**ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PEMASARAN LOBSTER AIR TAWAR
PADA KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUB) SAN-JAYA DESA CINTA
MAJU KECAMATAN SITIO-TIO KABUPATEN SAMOSIR
PROVINSI SUMATERA UTARA**

Oleh:
Dodianto¹⁾
Universitas Darma Agung¹⁾
E-Mail:
dodianto@gmail.com¹⁾

ABSTRACT

This research was conducted to determine Marketing (Marketing Channel Patterns, Marketing Margins and Profits, Farmer'S Share, Marketing Efficiency) and Marketing Strategy (Enhancing and Inhibiting Factors) in marketing institutions in the research area. For data analysis using descriptive qualitative analysis. The results of the study concluded that the marketing channel or link for crayfish in the Study Area consisted of three marketing channels, the first KUB San-Jaya → Consumers, the second KUB San-Jaya → Intermediary Traders → Consumers and the third KUB San-Jaya → Collectors → Retailers → Consumers. Commodity Lobster Ait Tawara from fishing business in Lake Toba waters is based on location with an advantage of 1.47. First channel Farmer's Share 1.00; Second Channel 0.73 and Third Channel 0.44. Marketing Efficiency occurs in Channel One with a value of 2.00 percent. The Freshwater Lobster Marketing Development Strategy is in quadrant II or the Diversification Strategy, namely using strengths (formal registered legal aspects, potential natural resources and human resources) to minimize threats, namely: incidence of disease, polluted water and fluctuations in production costs

Keywords: *Freshwater Lobster, Potential, Marketing, Strategy*

1. PENDAHULUAN

Salah satu potensi perikanan danau Toba adalah Lobster Air Tawar (*Cherax quadricarinatus*) yang merupakan salah satu komoditas penting bagi masyarakat Indonesia dari sektor perikanan. Dalam memanfaatkan potensi tersebut diperlukan suatu strategi pengembangan pemasaran baik dari segi rantai pemasaran, lembaga pemasaran maupun efisiensi dan efektivitas dalam pemasaran. Hal ini dikarenakan karena besarnya permintaan pasar baik dalam maupun luar negeri.

Crayfish atau dikenal dengan Lobster air tawar (LAT) termasuk dalam kelompok genus udang-udangan (Crustacea) air tawar yang meliki ciri dengan ukuran tubuh besar dan hanya hidup di air tawar.

Perairan danau Toba yang merupakan danau vulkanik adalah salah satu habitat

untuk hidup dan berkembangnya lobster air tawar tersebut. Hal ini menjadi salah satu faktor penyebab meningkatnya populasi lobster air tawar di danau Toba yang memiliki dasar perairan yang terdiri dari berbagai batuan, berlumpur dan berpasir. Dasar perairan yang berbatu sangat cocok untuk pemijahan lobster air tawar.

Perairan danau Toba terdiri dari tujuh daerah kabupaten yaitu kabupaten Toba, Tapanuli Utara, Humbang Hasundutan, Dairi, Karo, Simalungun dan kabupaten Samosir. Dalam rangka pengembangan potensi dan pengembangan lobster air tawar tersebut diperlukan koordinasi antar kabupaten khususnya dalam pemasaran lobster yang dihasilkan oleh perairan danau Toba.

Wilayah kabupaten Samosir meliputi perairan pantainya dekat dengan kota-kota

dan desa ditepi danauanya terkenal dengan nama: Pangururan, Tomok, Ambarita, Sitio-tio, Simanindo dan Nainggolan serta banyak desa di sepanjang tepi danau dan di perbukitan pulau Samosir (Parlindungan, 2012).

Berdasarkan uraian di atas penulis melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Potensi Dan Strategi Pemasaran Lobster Air Tawar Pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) San-Jaya Desa Cinta Maju Kecamatan Sitio-tio Kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara**”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Agribisnis Perikanan

Serangkaian proses aplikasi dari manajemen pada bisnis perikanan yang dimulai dari hulu dan berakhir dihilir dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan digunakan secara efektif, efisien, dan berharap profit yang didapat berkelanjutan inilah yang disebut dengan manajemen agribisnis perikanan.

Adapun berbagai keahlian dalam bidang perikanan air tawar antara lain adalah usaha penangkapan di perairan umum, akuakultur atau budidaya perairan, agribisnis perikanan atau sosial ekonomi perikanan, teknologi hasil perikanan dan pemanfaatan sumber daya perikanan. Pentingnya agribisnis air tawar adalah karena ikan air tawar memiliki prospek dan peluang pekerjaan dan dunia usaha yang cukup cerah, karena di Indonesia terdapat potensi lahan, sumberdaya manusia, serta potensi pasar baik lokal maupun ekspor.

B. Potensi Lobster Air Tawar

Sebagai komoditas yang potensial lobster air tawar salah satu kelompok udang-udangan yang pembudidayaannya agak sulit dimana budidayanya harus terhubung supaya jumlah, kualitas, serta kesinambungan produk terjamin. Untuk mencukupi kesejahteraan dan perekonomian masyarakat Lobster air tawar (LAT) merupakan penghasilan yang baik dan merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan akan air asin atau laut, Ketersediaan berbagai jenis ikan juga

sangat mendukung untuk peningkatan populasi lobster air tawar di danau Toba.

C. Pemasaran

Menurut Swastha dan Irawan (2001), pemasaran adalah proses atau sistem dari kegiatan usaha guna membuat rencana, menetapkan harga, promosi serta mendistribusikan produk yang sedang dikerjakan, dan dapat memuaskan pembeli.

Sebagian orang menyatakan bahwa pemasaran sama dengan periklanan dan penjualan padahal sangat berbeda walaupun periklanan dan penjualan bagian dari pemasaran yang lebih cenderung masuk dalam proses sosial serta manajerial yang memberi kepuasan kepada konsumen lewat barang yang mereka pesan.

D. Saluran Pemasaran

Saluran distribusi atau saluran pemasaran merupakan suatu alur yang dilalui ketika produk dari produsen sampai ke perantara dan dilanjutkan ke pengguna atau konsumen. Saluran pemasaran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang besar, pengecer, melalui sebuah komoditi, produk atau jasa dipasarkan (Swastha, 2001).

E. Efisiensi Pemasaran

Ukuran keberhasilan dinilai dari besarnya sumber serta anggaran dari kegiatan yang dijalankan disebut dengan efisiensi. Efisiensi adalah perbandingan yang terbaik antara input (masukan) dan output (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan).

Efisiensi pemasaran akan terjadi jika :

- a. Anggaran untuk pemasaran bisa dipress sehingga menghasilkan untung
- b. Penjualan produk meningkat
- c. Perbedaan terlihat dari persentase harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak begitu jauh perbandingannya
- d. Prasarana dan sarana tersedia

3. METODE PENELITIAN

Informasi yang dipergunakan sebagai data dalam riset ini adalah informasi selama

proses penelitian yang diperoleh dari para pelaku (*actors*)/informan. Penentuan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling/judgemental sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan penilaian atau pertimbangan peneliti, sampel yang *purposive* adalah sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian (Soeratno dan Arsyad, 2008).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kelompok Usaha Bersama (KUB) San-Jaya di Desa Cinta Maju Kecamatan Sitio-tio Kabupaten Samosir. Data primer diperoleh dari wawancara langsung kepada Kelompok Usaha Bersama (KUB) San-Jaya dengan menggunakan lembar wawancara yang telah disiapkan. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan ke beberapa instansi, yaitu : Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Samosir yang menangani bidang perikanan, Kantor Desa Cinta Maju dan Kantor Camat Sitio-tio Kabupaten Samosir serta studi kepustakaan yaitu pengumpulan data yang diperoleh melalui buku-buku ilmiah, tulisan, karangan ilmiah yang berkaitan dengan penelitian dan dokumentasi yaitu pengumpulan data dalam bentuk dokumen tertulis yang berkaitan dengan masalah yang diteliti serta Browsing yaitu pencarian bahan-bahan yang relevan dengan masalah yang diteliti melalui media internet.

Analisis data yang dipergunakan untuk penelitian ini adalah analisis produktivitas, analisis pola saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, analisis farmer's share, analisis efisiensi pemasaran dan analisis SWOT.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok KUB San-Jaya terdaftar sebagai Kelompok Perikanan dengan Nomor Register : 1.2.12.17.09.1218.1218) desa Cinta Maju kecamatan Sitio-tio kabupaten Samosir. Dalam pembentukan dan pendampingan usahanya dibantu oleh seorang penyuluh Perikanan Bernama Rebeka Paimaibot Siahaan S.Pi yang bertugas di Balai Pelatihan dan Penyuluhan

Perikanan (BPPP) Medan dan di tempatkan di Kabupaten Samosir.

A. Peranan Penyuluh Perikanan dalam Pemberdayaan KUB San-Jaya

Penyuluhan Perikanan adalah proses pembelajaran bagi pelaku utama dan pengusaha agar bisa bekerjasama dan mengeksklore diri guna mencari informasi pasar, penggunaan teknologi, modal, serta adanya sumber daya guna menaikkan produktifitas, efisiensi usaha, pendapatan, dan kesejahteraannya, serta meningkatkan kesadaran dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup (KKP-RI, 2017).

Penyuluh perikanan berperan sebagai: 1) Sebagai inisiator, penggagas serta memberikan ide-ide; 2). Sebagai fasilitator, orang yang mau mengajari pelaku usaha bagaimana membangun suatu usaha dengan baik, serta mampu memasarkan produk, 3) Sebagai motivator, penyuluh senantiasa membuat nelayan tahu, mau dan mampu; 4) Sebagai penghubung (penghubung dengan pemerintah, dalam hal ini: Penyuluh sebagai penyampai aspirasi masyarakat nelayan), sebagai contoh dalam bentuk program penyuluhan perikanan, penyuluh sebagai penyampai kebijakan dan peraturan-peraturan yang menyangkut kebijakan dan peraturan bidang perikanan; 5) Penghubung dengan peneliti, dalam hal ini penyuluh senantiasa membawa inovasi baru hasil-hasil penelitian untuk dapat memajukan usaha nelayan; 6) Sebagai guru, pembimbing nelayan, yang senantiasa mengajar, melatih nelayan sebagai orang dewasa; 7) Sebagai organisator dan dinamisator, yang selalu menumbuhkan dan mengembangkan kelompok nelayan agar mampu berfungsi sebagai kelas belajar-mengajar, wahana kerjasama dan sebagai unit produksi; 8) Sebagai penganalisa, penyuluh dituntut untuk mampu menganalisa masalah, sebab yang ada di usahan nelayan dan di keluarga nelayan mampu menganalisa kebutuhan nelayan yang selanjutnya merupakan masukan dalam membuat programa

penyuluhan perikanan; 9) Sebagai agen perubahan, penyuluh senantiasa harus dapat mempengaruhi sasarannya agar dapat merubah dirinya ke arah kemajuan. Dalam hal ini penyuluh berperan sebagai katalis, pembantu memecahkan masalah (*solution gives*), pembantu proses (*process helper*), dan sebagai sumber penghubung (*resources linker*).

B. Produktivitas

Peneliti memfokuskan kepada potensi pengembangan strategi pemasaran lobster air tawar dari usaha penangkapan. Secara pendataan statistik adapun data-data sekunder tentang lobster air tawar ini masih terbatas pada data yang ada di kelompok atau belum terpublikasi dalam statistik pemerintahan. KUB San-Jaya yang mengkhususkan usahanya bidang penangkapan lobster air tawar telah memiliki kelebihan-kelebihan dengan kelompok perikanan lainnya walaupun masih banyak kekurangan di bandingkan persyaratan-persyaratan suatu kelompok yang telah memiliki kemandirian. Adapun karakteristik dari kelompok ini antara lain adalah :

- a. Sudah memiliki aspek legalitas usaha;
- b. Usaha disamping menggunakan tenaga kerja upahan juga masih mengandalkan tenaga kerja keluarga (kecuali jika terdapat pesanan khusus);
- c. Dalam menjalankan usahanya bersifat pengalaman pribadi atau keluarga yang sering di sebut belajar secara otodidak;
- d. Modal yang relatif sangat kecil. (< 100 juta rupiah);
- e. Sumber daya yang digunakan sebagian besar dari bahan-bahan tradisional seperti hasil-hasil yang ada di lingkungan mereka tinggal.

C.Pemasaran

Bauran pemasaran adalah yang sering disebut 4 P yaitu Product (Produksi), Price (Harga), Place (tempat atau pasar) dan Promosi. Bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan atau Kelompok Usaha Bersama (KUB) maupun usaha tani secara terus-menerus guna mencapai tujuan

pemasarannya. Bauran pemasaran meliputi kekuatan produksi lobster air tawar, keunggulan harga dan peluang pasar, kemampuan saluran distribusi, dan memiliki suatu Rumusan Strategi untuk bersaing dalam pemasaran.

C. Strategi Pemasaran

faktor-faktor Internal (Kekuatan dan kelemahan) serta Eksternal (Peluang dan Hambatan) masing masing dikelompokkan ke dalam 3 (tiga) kelompok utama sebagaimana diuraikan berikut ini :

a. Kekuatan :

- 1) Terdapat aspek legal formal berupa registrasi kelompok KUB San-Jaya.
- 2) Adanya potensi Sumberdaya Alam dan teknologi penangkapan Lobster Air Tawar serta pembinaan baik teknis maupun administrasi dari pemerintah atau penyuluh perikanan.
- 3) Sumberdaya Manusia baik penangkapan maupun pemasaran yang tersedia.

b. Peluang

- 1) Peluang pasar yang terbuka luas baik lokal maupun luar daerah bahkan luar negeri,
- 2) Tersedianya teknis dan administrasi pembinaan kelompok,-
- 3) Dana Pendamping untuk operasional lapangan

Disamping faktor Pendorong maka faktor Penghambat yaitu Kelemahan dan Ancaman diidentifikasi kedalam tiga faktor utama sebagai berikut :

a. Kelemahan

- 1) Tingkat mortalitas yang masih tinggi baik di penangkapan maupun di pemasaran,
- 2) Kelompok KUB San-Jaya belum memiliki alat transportasi sendiri,
- 3) Minimnya Promosi yang dilakukan oleh Kelompok KUB San-Jaya.

b. Hambatan.

- 1) Timbulnya penyakit di penampungan dan predator Lobster Ikan Air Tawar,
- 2) Air tercemar oleh limbah buangan masyarakat dan industry,

- 3) Adanya fluktuasi biaya disebabkan fluktuasi harga faktor produksi.

5. SIMPULAN

Komoditas lobster air tawar dari usaha penangkapan di perairan danau Toba adalah Basis di lokasi penelitian dengan keunggulan 1.47. Pemasaran lobster air tawar pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) San-Jaya secara langsung dan tidak langsung dan terdapat tiga Saluran Pemasaran yaitu KUB San-Jaya kepada Konsumen, KUB San-Jaya kepada Pedagang Pengumpul selanjutnya kepada Konsumen, KUB San-Jaya ke Pedagang Pengumpul selanjutnya kepada Pedagang Pengecer kemudian kepada Konsumen. Efisiensi Pemasaran terjadi pada Saluran Pertama dengan nilai sebesar 2.00 persen. Farmer's Share saluran Pertama 100 persen, Saluran Kedua 73 persen dan Saluran Ketiga 44 persen.

Strategi Pengembangan Pemasaran lobster air tawar adalah di kuadran II atau Strategi Diversifikasi yaitu menggunakan Kekuatan (Aspek legal formal teregister, Potensi Sumberdaya Alam dan Sumberdaya Manusia) meminimalisasi Ancaman yaitu : timbulnya penyakit, air tercemar dan fluktuasi biaya produksi.

Saran

Agar potensi lobster air tawar dapat di optimalkan perlu dilaksanakan pelatihan dan studi banding ke kelompok yang sudah lebih berhasil. Demikian halnya agar pemerintah memberi solusi bila timbul penyakit lobster serta masyarakat sekitar dilarang membuang limbah industri dan limbah rumah tangga ke perairan.

6. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku/Jurnal

- Anonim. 2013. Pengelolaan Usaha Pembenihan Ikan Mas. Penebar Swadaya. Jakarta
- Andi Bulquis Rahmadani. 2022. Analisis Pemekaran Lobster (*Panulirus sp.*) di Pulau Balang Lompo Labupaten Pangkajene Dan Kepulauan. Program Studi Agribisnis Perikanan Fakultas

Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin Makasar.

- Aryana dan Fadly. 2012. Catatan Perkembangan Usaha Lobster air Tawar. Denpasar.
- Assauri, S. 2004. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Aulina, L., 2013. Anatomi dan Morfologi Lobster. Jakarta. Penerbit Swadaya.
- Bachtiar, Y. 2010. Usaha Budidaya Lobster Air Tawar di Rumah. Agromedia Pustaka : Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Kecamatan Lubuk Basung dalam Angka, Kabupaten Agam.
- Chandra, Gregorius. 2002. Strategi dan Program Pemasaran. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Dina, R. 2012. Struktur Populasi, Pertumbuhan, dan Reproduksi Lobster Air Tawar (*Cherax quadricarinatus*) Di Danau Maninjau. Tesis. Program Pascasarjana. IPB. Bogor.
- Dina, R., Wowor, D., & Hamdani, A. 2013. Lobster Air (*Cherax quadricarinatus*), Spesies Asing Baru Di Perairan Danau Maninjau, Sumatera Barat. LIMNOTEK (2013) 20 (2) : 159-168.
- Effendi, H. 2003. Telaah Kuliatas Air bagi Pengelolaan Sumber Daya dan Lingkungan Perairan. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Kanisius Gusnanto.
- Handoko. 2013. Habitat Dan Penyebaran Lobster Air Tawar. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Hasyim, Ali Ibrahim. 2012. Tataniaga Pertanian. Universitas Lampung.
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Penerbit Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2003. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. PT Indeks. Jakarta.
- Kuncoro, M. 2006. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Jakarta. Erlangga.
- Kurniasi, T. 2008. Lobster Air Tawar (*Parastacidae: Cherax*), Aspek

- Biologi, Habitat, Penyebaran Dan Potensi Pengembangannya, Balai Riset Budidaya Air Tawar, Bogor Media Akuakultur Vol. 3 No. 1 Tahun 2008.
- Lukito, A., & Prayogo, S. 2007. Panduan Lengkap Lobster Air Tawar. Penebar Swadaya : Jakarta.
- Mukti, A.T., Mubarak, A.S., & Ermawan, A. 2009. Pengaruh Pemberian Madu Dalam Pakan Induk Jantan Lobster Air Tawar Red claw (*Cherax quadricarinatus*) Terhadap Rasio Jenis Kelamin Larva. Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan Vol. 1 No. 1, April.
- Mulis. 2012. Pertumbuhan Lobster Air Tawar (*Cherax quadricarinatus*) di Akuarium dengan Kepadatan Berbeda dalam Sistem Terkontrol. Fakultas Ilmu-Ilmu Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo.
- Nazir, M, 2013. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia
- Purba, V.T.T. 2016. Populasi Lobster Air Tawar (*Cherax quadricarinatus*) Di Perairan Danau Toba, Desa Marlumba, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Simosir, Sumatera Utara. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Rangkuti, F., 2009. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rumbiak, N.S. 2016. Hubungan Kualitas Air Sungai Dengan Struktur Populasi Dan Kondisi Lobster Air Tawar Di Sungai Hoa Teminabuan Papua Barat. Tesis. Univeritas Erlangga. Surabaya.
- Radiosunu. 2001. Manajemen Pemasaran edisi 2. BPFE. Yogyakarta.
- Rosdiana, S., 2009. Analisis Pemasaran Sayuran Organik di PT Agro Lestari Ciawi Bogor. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Setiawan. C. 2006. Teknik Pembenihan dan Cara Cepat Pembesaran Lobster Air Tawar. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Suin, N.M. 2002. Metoda Ekologi. Padang : Universitas Andalas Padang.
- Soekartawi., 2010. Jurus Sukses Budidaya Lobster Air Tawar. Agro Media Pustaka. Jakarta.
2013. Analisis Usahatani. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Soeratno dan Arsyad. Lincolin. 2008. Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.
- Sri Novivi Lestari. 2020. Analisis pola pemasaran lobster yang diperdagangkan di kota Padang Provinsi Sumatera Barat. Universitas Bung Hatta. Jl. Sumatera, Uak Karang Utara, Universitas Bung Hatta, Padang.
- Sudiyono, 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sukmajaya, Y & Suharjo, I. 2006. Lobster Air Tawar Komoditas Perikanan Prospektif. Agromedia Pustaka. Jakarta. Wiyanto, R.H. & Rudi, H. 2008. Pembenihan dan Pembesaran Lobster Air Tawar. Penebar Swadaya : Jakarta.
- Sumarni dan Soeprihanto. 2010. Pengantar Bisnis, Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan. Liberty Yogyakarta.
- Susanto, N.2010. Prospek Pengembangan Berbagai Jenis Lobster Air Tawar Sebagai Biota Akuakultur di Indonesia. FMIPA Universitas Lampung.
- Swastha, B. 2015. Manajemen Pemasaran Modern. Cetakan Ke-duabelas. Liberty. Yogyakarta.
- Uma Sekaran. 2006. Metode Penelitian Untuk Bisnis. Selemba Empat. Jakarta.
- Yudha Adiputra1.2018. E-mail : yudha_adiputra@yahoo.com Pengembangan Perikanan Lobster di Provinsi Lampung Balai Besar Perikanan Budidaya Laut Lampung.

B. Website atau Internet

Firman, D.K 2015. Pola Saluran Pemasaran Telur Ayam Ras (Studi Kasus) Refin Jaya Utama Farm di Desa Belabori Kecamatan Parangloe Kabupaten Gowa. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makasar.

<https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/3289>

Hermawati, N.D. 2018. Pengaruh Susunan Liang Perlindungan (shelter) Terhadap Kelangsungan Hidup dan Pertumbuhan Lobster Air Tawar Red Claw (*Cherax quadricarinatus*) Pada Sistem Budidaya Secara Intensif. Yogyakarta :Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sanata Dharma.

<https://repository.usd.ac.id/27359>

Hudayah, Alif. 2021 : Analisis Pemasaran Lobster Air Tawar (*Cherax quadricarinatus*) (Studi Kasus: Wampu Crayfish di Desa Stabat Barat Lama, Kecamatan Wampu, Kabupaten Langkat).

<https://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/17108>

Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2017. Keputusan Badan Riset dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Kelautan dan Perikanan. No, 33/KEP-BRSDM/2020.

https://kkp.go.id/ancomponent/media/upload-gambarpendukung/BPPP_BANYUWANGI/PRODUK%20HUKUM/Kep.BRSDM%20Pedoman%20Umum%20PP%20Swadaya.pdf

Siti Clarisa Delia, 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Usaha Pengolahan Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran Kota. Bandar Lampung. Departemen Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen (IPB).
<https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/88262>