

STRATEGI KEUNGGULAN KOMPETITIF INDUSTRI KREATIF OLAHAN HASIL LAUT DENGAN PENDEKATAN METODE SOAR DAN QSPM

Narto^{1*}, Mohammad Ismail², Gatot Basuki Harimukti³

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Universitas Qomaruddin

³Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

^{1,2}Raya Bungah No.1 Bungah, Gresik, 61152

³Jl. Arief Rachman Hakim 100, Surabaya, 60117

*email: nartozaniel@mail.com

Abstract

The seafood of the north coast of East Java has a variety of commodities, along with the growing creative industry is able to support the economy of coastal communities. The obstacles faced by creative industry players are supply chains that are not well integrated, lack of sustainable product development and innovation. The research aims to explore the internal and external factors owned by creative industry players on the north coast of East Java, coastal industry players have a major role in supporting the economic sustainability of coastal communities and developing alternative strategies for processed seafood creative industries that have a competitive advantage. Mapping of internal factors is obtained through the IFAS matrix with a score of 3.1909 while the EFAS matrix score value is 2.8712. The preparation of alternative strategies using SOAR analysis obtained 5 alternative strategies and through the QSPM matrix obtained the greatest strategic weight, namely optimising the management of biological resources to improve the national economy through the number of exports of marine and fishery products. To realise this strategy, sustainable steps are needed by improving the supply chain starting from providing subsidised fuel oil for fishermen to reduce operational costs, downstreaming the seafood processing industry, product innovation tailored to each export destination country.

Keywords: SOAR, Competitive Advantage, Creative Industries

1. Pendahuluan

Perkembangan industri kreatif pasca pandemi Covid-19 mulai meningkat pertumbuhan jumlah penjualan produk. Industri kreatif mampu berkembang dan memiliki konsistensi dalam mendukung perekonomian nasional (Jefri and Ibrohim 2021). Industri kreatif di Indonesia memberikan dampak besar pada meningkatnya ekonomi kreatif (Wurlina et al. 2021). Pengembangan berkelanjutan industri kreatif dibutuhkan strategi dan inovasi untuk mendapatkan keunggulan bersaing (Ramadhani 2023). Ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2023 telah menduduki peringkat 3 dunia dengan nilai tambah sebesar Rp. 1.300 triliun, hal ini menjadikan industri kreatif sebagai elemen penting dalam memberikan kontribusi dalam pembangunan nasional (Kemenparekraf 2023).

Industri kreatif berbasis olahan hasil laut merupakan komoditas unggulan Kabupaten Gresik yang berada di pesisir pantai utara pulau Jawa. Berdasarkan data BPS Kabupaten Gresik jumlah hasil penangkapan ikan laut pada tahun

2021 sebesar 25,4 ton per hari (BPS 2021). Produk olahan Ikan asap sebagai produk unggulan yang mampu mengangkat perekonomian masyarakat pesisir di kabupaten Gresik. Berdasarkan hasil wawancara terhadap pelaku usaha industri kreatif yang memproduksi hasil olahan ikan laut menjadi beberapa jenis produk olahan, ada beberapa kendala yang dihadapi untuk mengembangkan usaha tersebut. Kendala yang dihadapi antara lain terbatasnya rantai pasok dan pendampingan terhadap pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas pemasaran produk, inovasi dan desain produk. Strategi pengembangan berkelanjutan industri kreatif dibutuhkan untuk meningkatkan nilai rantai pasok dan posisi industri kreatif terhadap pesaing (Heryani, Legowo, and Nugroho 2020). Pemanfaatan teknologi dan informasi digunakan sebagai strategi peningkatkan ekonomi kreatif (Mahsun, Rofiq, and Ismail 2022).

Berdasarkan permasalahan yang ada dibutuhkan langkah-langkah strategi untuk

menciptakan industri kreatif berbasis olahan hasil laut yang memiliki keunggulan kompetitif. Dalam mewujudkan keunggulan kompetitif industri kreatif berbasis produk olahan hasil laut dilakukan identifikasi terhadap faktor eksternal dan faktor internal. Setiap keunggulan kompetitif bergantung pada kemampuan internal organisasi untuk menghadapi perubahan secara lebih efektif dan lebih cepat dari para pesaingnya (Febriyantoro, Nasuredin, and Rashid 2023).

Pada penelitian sebelumnya, analisis strategi pengembangan bisnis menggunakan metode SOAR menemukan bahwa penetrasi pasar dan diferensiasi produk serta digital marketing mampu memperkenalkan dan menarik konsumen (Ramadhanti 2020). Penelitian selanjutnya tentang pengembangan ekonomi syariah menggunakan metode SOAR memberikan alternatif strategi melalui optimalisasi seluruh potensi internal dengan konsep digital dan kemitraan antar *stakeholder*, serta dukungan pemerintah daerah melalui regulasi dan inovasi produk (Ramdhani, Srisusilawati, and Ibrahim 2020). Selanjutnya penelitian tentang industri kreatif menggunakan analisis SWOT menemukan bahwa pengembangan industri kreatif menggunakan pendekatan tiga pilar untuk mencapai ekonomi kreatif yaitu pemerintah, akademisi, pengusaha (Purnama 2023).

Tujuan penelitian ini untuk mengeksplorasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dimiliki pelaku industri kreatif yang ada di pesisir utara Jawa Timur, pelaku industri pesisir memiliki peranan besar dalam mendukung keberlangsungan ekonomi rakyat pesisir dan menyusun strategi alternatif menghadapi perubahan sosial di era industri 4.0.

2. Landasan Teori

2.1. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah inti dari manajemen strategis (Nayak, Bhattacharyya, and Krishnamoorthy 2022), Keunggulan kompetitif dalam perusahaan dapat dicapai dengan cara menciptakan strategi untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Ribek, Purnawati, and Widyawati 2020). Strategi keunggulan kompetitif dibutuhkan untuk menciptakan inovasi dan terobosan baru dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat pada era industri 4.0. Peran inovasi sebagai bentuk keunggulan kompetitif menjadi strategi untuk mengembangkan usaha (Octoviani and Puspita 2023).

Keunggulan kompetitif adalah cara perusahaan untuk melakukan kerjasama yang menguntungkan dalam menciptakan hubungan bisnis yang lebih efektif (Pudyastuti and Saputra 2021). Keunggulan kompetitif diciptakan dalam posisi untuk mendapatkan peluang yang lebih

besar dibandingkan pesaing. Aktivitas perusahaan yang bernilai ekonomi dengan memanfaatkan sumber daya dan kapabilitasnya untuk membangun daya saing yang meningkatkan peluang untuk mengurangi ancaman perusahaan. Penentu utama industri kreatif untuk mendapatkan keunggulan kompetitif adalah kemampuan pelaku industri untuk mengembangkan produk yang unik, dan fleksibilitas mereka dalam mengadopsi teknologi baru (Octoviani 2023).

2.2. Analisis SOAR

SOAR analysis (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Result*) adalah alat yang digunakan untuk menyusun perencanaan strategi dengan menggunakan faktor internal dan eksternal sebagai prioritas kemampuan perusahaan untuk mengembangkan strategi dimasa depan dengan mengadopsi sistem yang ada (Mahsun et al. 2022). SOAR digunakan untuk merumuskan strategi dan kerangka perencanaan yang diadopsi organisasi untuk menyusun strategi masa depan yang lebih kompetitif (Widyahningsih 2022). SOAR sebagai proses perencanaan bisnis terstruktur yang mengutamakan faktor-faktor positif yang dimiliki organisasi untuk langkah pengembangan kearah lebih kompetitif (Burrahman et al. 2024). SOAR adalah metode yang menerima masukan-masukan dari internal dan eksternal yang mencakup seluruh komponen organisasi untuk mencapai tujuan bersama (Siswoyo and Sistarani 2020). Dalam analisis SOAR penyusunan strategi alternatif harus dipilih sebagai prioritas yang akan dilaksanakan oleh industri kreatif untuk menghasilkan keunggulan kompetitif, pemilihan strategi alternatif yang tepat adalah menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

QSPM adalah teknik formulasi strategi yang mengintegrasikan tiga tahapan utama dalam pengambilan keputusan (Mayori, Nasution, and Nasution 2023). QSPM juga sebagai alat analisis untuk memilih strategi yang baik dari beberapa pilihan strategi yang telah disusun untuk dipilih perusahaan sebagai alternatif strategi dimasa akan datang (Budihardjo et al. 2023). Dalam tahapan pemilihan strategi, QSPM digunakan sebagai analisis untuk pembobotan dan pemilihan strategi yang memberikan pertimbangan secara internal dan eksternal untuk menentukan alternatif strategi yang tepat sesuai kemampuan perusahaan.

3. Metode Penelitian

Industri kreatif olahan hasil laut di pesisir utara Jawa Timur memiliki hasil komoditi yang sangat beragam, tentunya dapat dijadikan sebagai bahan baku produksi olahan produk padat karya yang memiliki ciri khas tersendiri. Penelitian ini

mengeksplorasi industri kreatif olahan hasil laut yang ada di pesisir pantai utara Kabupaten Gresik. Penelitian diawali dengan observasi terhadap kondisi industri kreatif yang mengelola hasil komoditi laut seperti ikan asap, kerang hijau, cumi-cumi, dan banyak jenis ikan lainnya yang diolah sebagai bahan baku utama produk olahan hasil laut. Hasil observasi ditemukan beberapa kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha, diantaranya *supply* bahan baku yang sangat tergantung dari hasil tangkapan para nelayan, inovasi produk yang masih sangat rendah, dan pemasaran produk.

Tahap selanjutnya menyusun dan melakukan pemetaan terhadap faktor-faktor internal dan eksternal industri kreatif olahan hasil laut, yang dilanjutkan dengan penyusunan kuesioner dengan menggunakan skala likert untuk memperoleh bobot dan rating masing-masing faktor internal dan eksternal. Kuesioner faktor-faktor internal dan eksternal disebarkan menggunakan teknik *purposive sampling* kepada responden yang berasal dari pelaku usaha industri kreatif pesisir, pelanggan, nelayan, pemerintah daerah, dan masyarakat pesisir. Hasil tabulasi kuesioner kemudian diolah untuk menyusun *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS), kemudian di susun matrik IE (*Internal-External*) untuk mengetahui posisi industri kreatif olahan hasil laut berada di kuadran berapa.

Berikutnya membuat matrik SOAR untuk menyusun strategi alternatif dengan menggunakan faktor-faktor internal dan eksternal secara berpasangan yaitu *Strengths-Aspirations* (S-A); *Opportunities-Aspirations* (O-A); *Strengths-Results* (S-R); *Opportunities-Threats* (O-T). Langkah selanjutnya menyusun kuesioner untuk tahap akhir untuk memperoleh bobot yang digunakan untuk memilih strategi alternatif menggunakan matrik QSPM, responden dalam kuesioner ini yaitu para pelaku industri kreatif pesisir.

4. Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan data dilakukan pada tiga kecamatan yang ada di pesisir utara Kabupaten Gresik, data yang dikumpulkan adalah pelaku industri kreatif sebanyak 70 pelaku industri kreatif yang mengelola hasil laut. Penyebaran kuesioner yang telah diperoleh selanjutnya ditabulasi dan digunakan untuk menyusun matrik IFAS dan EFAS, seperti ditunjukkan pada tabel 1 dan 2 berikut ini.

Tabel 1. Matrik IFAS

No	Faktor - faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Streight</i>				
1	Potensi komoditas laut	0,1258	4,0	0,5031

No	Faktor - faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
2	terbesar di dunia Tersedianya dukungan pengembangan dari kementerian	0,1336	4,0	0,5345
3	Komunitas pengolahan komoditas sudah terbentuk	0,1291	3,0	0,3874
4	Program prioritas dari PDSPKP	0,1359	3,0	0,4076
5	Tingkat ekspor komoditas hasil laut meningkat	0,1280	3,0	0,3841
Subtotal		0,6524		2,2167
<i>Opportunities</i>				
1	Dukungan dari mayarakat pesisir	0,0696	3,0	0,2089
2	Tingginya minat investor untuk pengembangan sektor hasil laut	0,0691	2,0	0,1381
3	Dukungan kebijakan pemerintah pusat melalui kementerian kelautan dan perikanan	0,0736	3,0	0,2207
4	Memiliki zona laut penghasil ikan terbesar	0,0674	2,0	0,1348
5	Percepatan pembangunan sarana dan prasarana pendukung industri kreatif hasil laut	0,0679	4,0	0,2718
Subtotal		0,3476		0,9742
TOTAL		1		3,1909

Penyusunan matrik IFAS diperoleh nilai skor *strenghts* sebesar 2,2167 dan nilai skor *opportunities* sebesar 0,9742 dengan nilai total sebesar 3,1909. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki industri kreatif pesisir utara Jawa Timur memiliki tingkat kekuatan yang besar untuk dikembangkan.

Tabel 2. Matrik EFAS

No.	Faktor - faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Aspiration</i>				
1	Tercapainya <i>road maps</i> industri kreatif berbasis sumberdaya hayati	0,1344	4,0	0,5376
2	Tercapainya penguatan ekonomi melalui industri kreatif hasil olahan laut	0,1445	3,0	0,4334
3	Tercapainya PNPB sektor kelautan dan perikanan	0,1322	2,0	0,2644
4	Terbangunnya poros maritim dunia	0,1433	3,0	0,4300
5	Dukungan penggunaan teknologi informasi dan digitalisasi	0,1233	3,0	0,3698
Subtotal		0,6776		2,0351
<i>Result</i>				
1	Meningkatnya nilai ekspor industri kreatif hasil laut	0,0658	3,0	0,1974
2	Memperluas jaringan negara tujuan ekspor	0,0613	3,0	0,1840
3	Standarisasi layanan	0,0619	2,0	0,1238

4	berskala internasional Terciptanya mutu produk terstandar internasional	0,0641	3,0	0,1924
5	Terciptanya <i>blue economy</i> wilayah pesisir	0,0692	2,0	0,1383
Subtotal		0,3224		0,8360
TOTAL		1		2,8712

Sedangkan penyusunan matrik EFAS diperoleh nilai skor sebesar 2,8712, dimana nilai skor untuk *aspiration* sebesar 2,0351 dan nilai skor *result* sebesar 0,8360. Kondisi ini menunjukkan tingkat keinginan dari pelaku industri kreatif sangat tinggi terhadap adanya inovasi dan sinergi yang diharapkan untuk meningkatkan pengembangan industri kreatif olahan laut di pesisir utara Jawa Timur.

Dari hasil penyusunan matrik IFAS dan EFAS kemudin disusun matrik Internal-Eksternal (IE) untuk mengetahui posisi industri kreatif olahan hasil laut, seperti ditunjukkan pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Matrik IE

SKOR EFAS (2,8712)				
		KUAT (3-4)	SEDANG (2-2,99)	LEMAH (1-1,99)
SKO	TINGGI (3-4)	I	II	III
	SEDANG (2-2,99)	IV	V	VI
IFAS (3,19 09)	LEMAH (1-1,99)	VII	VIII	IX

Pemetaan menggunakan matrik IE diketahui bahwa industri kreatif olahan hasil laut di pesisir utara Jawa Timur berada di kuadran II (tinggi-sedang) yang artinya industri kreatif memiliki kemampuan secara internal untuk menyusun strategi pengembangan usaha. Setelah diketahui posisi industri kreatif olahan hasil laut maka tahapan berikutnya disusun strategi alternatif berpasangan dari faktor-faktor internal dan eksternal seperti ditunjukkan pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Matrik SOAR

	<i>Strengths</i>	<i>Opportunities</i>
	<ol style="list-style-type: none"> Potensi komoditas laut terbesar di dunia Tersedianya dukungan pengembangan dari kementerian Komunitas pengolahan komoditas sudah terbentuk Program prioritas dari PDSPKP Tingkat ekspor komoditas hasil laut meningkat 	<ol style="list-style-type: none"> Dukungan dari masyarakat pesisir Tingginya minat investor untuk pengembangan sektor hasil laut Dukungan kebijakan pemerintah pusat melalui kementerian kelautan dan perikanan Memiliki zona laut penghasil ikan terbesar Percepatan pembangunan sarana dan prasarana pendukung industri kreatif hasil laut
<i>Aspirations</i>	<i>Strategi (S-A)</i>	<i>Strategi (O-A)</i>
<ol style="list-style-type: none"> Tercapainya <i>road maps</i> industri kreatif berbasis sumberdaya hayati Tercapainya penguatan ekonomi melalui industri kreatif hasil olahan laut Tercapainya PNPB sektor kelautan dan perikanan Terbangunnya poros maritim dunia Dukungan penggunaan teknologi informasi dan digitalisasi 	<ol style="list-style-type: none"> Optimalisasi pengelolaan sumber daya hayati untuk meningkatkan ekonomi nasional melalui jumlah ekspor hasil laut dan perikanan (S₁,S₂,S₃,A₁,A₂) Menggandeng kemitraan industri kreatif masyarakat pesisir melalui program <i>sustainably development goals</i> (SDGs) melalui penguatan sistem informasi berbasis hasil produk kelautan(S₄,A₃,A₅) 	<ol style="list-style-type: none"> Memperkuat kemitraan pelaku industri kreatif berbasis hasil laut melalui peningkatan modal yang terintegrasi sistem kebijakan yang menghasilkan ekosistem perekonomian sektor maritim (O₁,O₂,O₃,A₃,A₄)
<i>Results</i>	<i>Strategi (S-R)</i>	<i>Strategi (O-R)</i>

1. Meningkatnya nilai ekspor industri kreatif hasil laut	4. Memperkuat branding strategy melalui digitalisasi promosi dan pelayanan yang menghasilkan tingkat produktivitas pendapatan bukan pajak (S ₅ ,R ₁ ,R ₂ ,R ₃)	5. Menciptakan kerjasama standarisasi produk internasional untuk membangun lini ekosistem hasil kelautan dan perikanan terjaga kualitasnya (O ₄ ,O ₅ ,R ₄ ,R ₅)
2. Memperluas jaringan negara tujuan ekspor		
3. Standarisasi layanan berskala internasional		
4. Terciptanya mutu produk terstandar internasional		
5. Terciptanya <i>blue economy</i> wilayah pesisir		

Strategi alternatif dari hasil penyusunan menggunakan matrik SOAR dapat disusun lima strategi yang kemudian dari lima strategi alternatif tersebut akan dipilih sebagai prioritas utama sebagai langkah yang diambil oleh industri kreatif untuk pengembangan usaha yang memiliki daya saing dan keunggulan kompetitif untuk

memacu peningkatan perekonomian masyarakat wilayah pesisir. Untuk memilih strategi alternatif tersebut digunakan matrik QSPM yang disusun dengan mengalikan bobot masing-masing faktor dan *attractive score* (AS) yang menghasilkan *total attractive score* (TAS), hasil penyusunan matrik QSPM disajikan pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Matrik QSPM

Dimensi	Faktor	Bobot	Strategi											
			1		2		3		4		5			
			A S	TAS	A S	TAS	A S	TAS	A S	TAS	A S	TAS		
Streinght	Potensi komoditas laut terbesar di dunia	0,1258	4	0,5031										
	Tersedianya dukungan pengembangan dari kementerian	0,1336	3	0,4009										
	Komunitas pengolahan komoditas sudah terbentuk	0,1291	4	0,5166										
	Program prioritas dari PDSPKP	0,1359			3	0,4076								
	Tingkat ekspor komoditas hasil laut meningkat	0,1280						3	0,3841					
Opportunit ies	Dukungan dari mayarakat pesisir	0,0696					3	0,2089						
	Tingginya minat investor untuk pengembangan sektor hasil laut	0,0691					4	0,2762						
	Dukungan kebijakan pemerintah pusat melalui kementerian kelautan dan perikanan	0,0736					3	0,2207						
	Memiliki zona laut penghasil ikan terbesar	0,0674										4	0,2695	
	Percepatan pembanguan sarana dan prasarana pendukung industri kreatif hasil laut	0,0679										3	0,2038	
Aspiration	Tercapainya <i>road maps</i> industri kreatif berbasis sumberdaya hayati	0,1344												
	Tercapainya penguatan ekonomi melalui industri kreatif hasil olahan laut	0,1445												
	Tercapainya PNBPN sektor kelautan dan perikanan	0,1322	3	0,4032			3	0,3965						
	Terbangunnya poros maritim dunia	0,1433	4	0,5778			4	0,4930						
	Dukungan penggunaan teknologi informasi dan digitalisasi	0,1233			4	0,5733								
Result	Meningkatnya nilai ekspor industri kreatif hasil laut	0,0658							3	0,1974				
	Memperluas jaringan negara tujuan ekspor	0,0613			3	0,3965			3	0,1840				
	Standarisasi layanan berskala internasional	0,0619							4	0,2476				
	Terciptanya mutu produk terstandar internasional	0,0641										4	0,2566	
	Terciptanya <i>blue economy</i> wilayah pesisir	0,0692										3	0,2075	
TOTAL				2,4016		1,3775		1,5954		1,0132		0,9374		

Penyusunan matrik QSPM diperoleh nilai *total attractive score* strategi 1 sebesar 2,4016, strategi 2 sebesar 1,3775, strategi 3 sebesar

1,5954, strategi 4 sebesar 1,0132, dan strategi 5 sebesar 0,9374. Langkah berikutnya yaitu melakukan perangkingan terhadap nilai TAS yang disajikan pada tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Rangkings *Total Attractive Score* (TAS)

Ranking	Alternatif Strategi	Strategi No.	Nilai TAS
1	Optimalisasi pengelolaan sumber daya hayati untuk meningkatkan ekonomi nasional melalui jumlah ekspor hasil laut dan perikanan	1	2,4016
2	Memperkuat kemitraan pelaku industri kreatif berbasis hasil laut melalui peningkatan modal yang terintegrasi sistem kebijakan yang menghasilkan ekosistem perekonomian sektor maritim	3	1,5954
3	Menggandeng kemitraan industri kreatif masyarakat pesisir melalui program <i>sustainability development goals</i> (SDGs) melalui penguatan sistem informasi berbasis hasil produk kelautan	2	1,3775
4	Memperkuat <i>branding strategy</i> melalui digitalisasi promosi dan pelayanan yang menghasilkan tingkat produktivitas pendapatan bukan pajak	4	1,0132
5	Menciptakan kerjasama standarisasi produk internasional untuk membangun lini ekosistem hasil kelautan dan perikanan terjaga kualitasnya	5	0,9374

Strategi utama yang diambil industri kreatif adalah optimalisasi pengelolaan sumber daya hayati untuk meningkatkan ekonomi nasional melalui jumlah ekspor hasil laut, hal ini harus dilakukan melalui langkah-langkah nyata seperti

5. Kesimpulan

Industri kreatif olahan hasil laut memiliki potensi besar dalam mendukung peningkatan ekonomi kreatif di Indonesia. Komoditi hasil laut yang besar harus dikelola dengan baik melalui kerjasama antara pelaku usaha, pemerintah, dan swasta untuk mewujudkan kemandirian dan hilirisasi dibidang kemaritiman. Indonesia yang memiliki garis pantai dan komoditi laut yang besar akan menjadi negara yang unggul di industri kreatif yang berkelanjutan dan mandiri. Hasil analisis menunjukkan industri kreatif olahan hasil laut di pesisir utara Jawa Timur memiliki kemampuan yang besar dan berada pada kuadran II dengan nilai IFAS sebesar 3,1909 dan nilai EFAS sebesar 2,8712, sedangkan alternatif strategi yang menjadi prioritas yaitu optimalisasi pengelolaan sumber daya hayati untuk meningkatkan ekonomi nasional melalui jumlah ekspor hasil laut. Pengelolaan rantai pasok industri kreatif hasil laut di pesisir utara Jawa Timur diwujudkan dengan kerjasama semua pihak sehingga dapat terciptanya hilirisasi kerakyatan industri kreatif olahan hasil laut.

Daftar Referensi

- BPS. 2021. *Statistik Perikanan Dan Peternakan Kabupaten Gresik 2021*. Gresik.
- Budihardjo, Mochamad Arief, Natasya Ghinna Humaira, Bimastyaji Surya Ramadan, Indah Fajarini Sri Wahyuningrum, and Haryono Setiyo Huboyo. 2023. "Strategies to Reduce Greenhouse Gas Emissions from Municipal Solid Waste Management in Indonesia: The

melakukan perbaikan rantai pasok mulai dari penyediaan bahan bakar minyak bersubsidi bagi nelayan, melakukan hilirisasi industri pengolahan hasil laut, inovasi produk yang disesuaikan dengan masing-masing negara tujuan ekspor.

Case of Semarang City." *Alexandria Engineering Journal* 69:771–83. doi: 10.1016/j.aej.2023.02.029.

Burrahman, Habi, Ismu Kusumanto, Fitriani Surayya Lubis, Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, and Nazaruddin Nazaruddin. 2024. "Analisis Pemasaran Umkm Sahabat Fried Chicken Untuk Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode Soar Dan Qspm." *Jurnal Perangkat Lunak* 6(1):91–101. doi: 10.32520/jupel.v6i1.3004.

Febriyantoro, Mohamad Trio, Juzaimi Nasuredin, and Umi Kartini Rashid. 2023. "The Role of Entrepreneurial Marketing on Business Performance Mediated by Competitive Advantage for MSMEs in Indonesia." Pp. 987–1001 in *The 7th North American International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.

Heryani, Hesty, Agung Cahyo Legowo, and Indra Prapto Nugroho. 2020. "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Inovasi." *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 30(3):290–98. doi: <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290>.

Jefri, Ulfi, and Ibrohim. 2021. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten." *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*

- 7(1):86–99. doi:
<http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>.
- Kemenparekraf. 2023. "ICREFS 2023" *Jadi Pemacu Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta.
- Mahsun, Moch, Aunur Rofiq, and Munawar Ismail. 2022. "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pariwisata Ramah Muslim Melalui SOAR Analysis Dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)." *OECONOMICUS Journal of Economics* 6(2):140–51. doi:
<https://doi.org/10.15642/oje.2022.6.2.140-151>.
- Mayori, Elsa, Muhammad Irwan Padli Nasution, and Muhammad Lathief Ilhamy Nasution. 2023. "Pengembangan Potensi Daerah Jamur Tiram Berbasis Marketing Mix 7P." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7(2):1307–26. doi:
[10.31955/mea.v7i2.3231](https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3231).
- Nayak, Bishwajit, Som Sekhar Bhattacharyya, and Bala Krishnamoorthy. 2022. "Exploring the Black Box of Competitive Advantage—An Integrated Bibliometric and Chronological Literature Review Approach." *Journal of Business Research* 139:964–82.
- Octoviani, Aniza. 2023. "Implementasi Triple Helix Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Industri Kreatif." *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)* 3(1):13–22. doi:
[10.32897/dimmensi.v3i1.2319](https://doi.org/10.32897/dimmensi.v3i1.2319).
- Octoviani, Aniza, and Afrida Sary Puspita. 2023. "Implementasi Triple Helix Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Industri Kreatif." *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)* 3(1):13–22.
- Pudyastuti, Esty, and Ahmad Saputra. 2021. "Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Kota Medan Di Masa Pandemi Covid-19." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 4(3):437–49.
- Purnama, Indra Nizar. 2023. "Penerapan Model Triple Helix Dalam Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Serang." *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara Dan Hukum* 1(1):125–32. doi: 10.30656/senaskah.v1i1.110.
- Ramadhani, Rizky Asyam. 2023. "A Study Membangun Industri Kreatif Berkelanjutan: Tantangan Dan Peluang Di Era Modern." *Robbani: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Ekonomi Islam* 2(1):53–67.
- Ramadhanti, Audia. 2020. "Strategi Pengembangan Bisnis Pada Thrift's Trove." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 8(2):1–10.
- Ramdhani, Farida Rahma, Popon Srisusilawati, and M. Andri Ibrahim. 2020. "Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah Di Kota Bandung Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SOAR." Pp. 226–30 in *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 6.
- Ribek, Pande Ketut, Ni Luh Gede Putu Purnawati, and Sapta Rini Widyawati. 2020. "Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Bean Sprouts Di Masa Pandemi Covid 19 Di Bali." Pp. 97–108 in *Prosiding Webinar Nasional Universitas Mahasaraswati 2020*.
- Siswoyo, Sriyono D., and Meutia Sistarani. 2020. *Manajemen Teknik (Untuk Praktisi Dan Mahasiswa Teknik)*. Deepublish.
- Widyahningsih, Pratama. 2022. "Analisis SOAR Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Bisnis Pada Industri Kreatif Busana Muslim Di Kota Semarang." Universitas Islam Negeri Wali Songo Semarang.
- Wurlina, W., Kadek Racmawati, Suzanita Utama, Gunanti Mahasri, Niluh Suwasanti, and Desak Ketut Sekar Cempaka Putri. 2021. "Pemulihan Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Olahan Hasil Laut Di Pesisir Bulak Surabaya Pada Era New Normal Untuk Menunjang Pertumbuhan Ekonomi (Recovery and Development of Creative Economy Processed Sea Products in Coastal Bulak Surabaya in New Normal Era)." *Buletin Pengabdian* 1(1):12–20. doi:
<https://doi.org/10.24815/bulpengmas.v1i1.20241>.