

PEMASARAN IKAN PATIN ASAP DIKOTO MASJID BANGKINANG

Novi Yona Sidratul Munti¹, Dwi Asril Syaifuddin², Thohar Saputro³

¹Dosen Pengampu, ²Teknik Informatika, ³Teknik Industri

Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Jln. Tuanku Tambusai No.23 Bangkinang 28412 INDONESIA

¹noviyona@universitaspahlawan.ac.id

²dwiasrilsyaifuddin885@gmail.com

³ciegokielputarunggal0@gmail.com

Intisari — Ikan Patin Asap adalah produk olahan tradisional di Indonesia. Beberapa jenis ikan dapat digunakan sebagai bahan baku ikan asap. Salah satunya adalah ikan patin (*pangasius-pangasius*). Modifikasi pengasapan ikan digunakan untuk menghasilkan ikan asap yang disukai konsumen. Modifikasi dalam pengolahan ikan patin asap yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari yaitu, model ikan patin tanpa disayat lalu diasapi dan model ikan patin yang disayati lalu diasapi. Dalam lingkungan pemasaran disadari atau tidak oleh pelaku pasara/bisnis cenderung berubah lebih cepat dan kompleks dibandingkan beberapa dasawarsa sebelumnya. Kondisi ini bisa dipahami karena dunia bisnis selalu berubah secara dinamis sehingga pemasaran perlu berada dalam jarak yang dekat dengan konsumen dan mengetahui tingkah laku konsumen yang dilayani. Keadaan ini juga dimotori oleh adanya globalisasi perdagangan dan perkembangan teknologi yang menjadi faktor gerak.

Kata kunci — Ikan Patin Asap, Modifikasi Pengasapan.

Abstract — Catfish Smoked is a traditional processed product in Indonesia. Several types of fish can be used as raw material for smoked fish. One of them is catfish (*pangasius-pangasius*). Modification of fish fogging is used to produce smoked fish that consumers like. Modifications in the management of smoked catfish made in this study consisted of, namely, catfish models without being slashed then smoked and catfish models that were poked and smoked. In the marketing environment, whether market participants or businesses tend to change faster and more complex than in previous decades. This condition can be understood because the business world is always changing dynamically so that marketing needs to be within close proximity to consumers and know the behavior of the consumers being served. This situation is also driven by the globalization of trade and technological developments that are a factor in motion.

Keywords — Catfish smoked, Fumigation Modification

I. PENDAHULUAN

Pembangunan sektor perikanan adalah suatu proses perubahan dan pembaharuan yang berencana menuju tatanan masyarakat yang lebih baik, khususnya masyarakat perikanan. Perikanan mempunyai peranan yang cukup penting, terutama dikaitkan dengan upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produk perikanan, menghasilkan protein hewani dalam rangka memenuhi kebutuhan pangan dan gizi, meningkatkan ekspor, menyediakan bahan baku industri, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, serta mendukung pembangunan wilayah dan tetap memperhatikan kelestarian dan fungsi lingkungan hidup.

Usaha perikanan yang berkembang di Kecamatan XIII Koto Kampar adalah budidaya ikan di kolam dan budidaya ikan di waduk Koto Panjang. Hal ini dimungkinkan karena

faktor-faktor pendukung dan sarana produksi pada dasarnya sudah tersedia di wilayah Kec. XIII Koto Kampar, seperti lahan untuk kolam ikan dengan sumber air tawar artesis yang tersedia sepanjang tahun (Desa Koto Masjid), serta adanya Waduk PLTA yang merupakan areal potensial untuk budidaya ikan di KJA, dengan target produksi perikanan budidaya Kabupaten Kampar. Peningkatan produksi perikanan tersebut harus diimbangi dengan adanya pemasaran yang efisien mengingat sifat dari hasil perikanan yang mudah rusak (*perishable*). Hanafiah dan Saefudin (1983), menyebutkan diperlukan penanganan khusus dalam proses pemasaran guna memper-tahankan mutu, seperti penyimpanan dengan alat pendingin dan pengangkutan dengan alat angkut yang dilengkapi alat pendingin. Selain itu, jumlah dan mutu hasil perikanan yang selalu berubah menyebabkan timbulnya fluktuasi harga.



Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan. Produksi yang baik akan sia-sia karena harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak setelah selesai bekerja dan bahkan mut-lak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien. Secara umum, pemasaran dapat diartikan sebagai segala kegiatan yang dilakukan oleh berbagai perantara dengan berbagai macam cara untuk menyampaikan hasil produksi, yaitu ikan patin segar, dari produsen ke konsumen akhir. Selain itu, panjang pendeknya saluran pema-saran digunakan sebagai ukuran untuk menentukan efisien atau tidaknya suatu sistem pemasaran (Tibrani, 2015).

Salah satu strategi untuk meningkatkan pemasaran adalah dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang sekarang semakin luar biasa perkembangannya. Pemasaran bisa melalui media sosial untuk meningkatkan pemasaran ikan patin segar maupun ikan salai patin yang di produksi di koto masjid bangkinang. Selain menggunakan media sosial pemasaran juga akan lebih uas jangkauannya jika menggunakan aplikasi jual beli online yang sekarang mulai marak di gunakan oleh masyarakat indonesia, dari situ kita dapan meningkatkan pemasaran dan melebarkan jangkauan pemasaran dari produk ikan patin tersebut.

II. LANDASAN TEORI

A. Ikan Patin.

Ikan patin (pangasius pangasius) termasuk ke dalam family pangasidae dan merupakan ikan berkumis air tawar yang terbesar di seluruh Asia Selatan dan Tenggara. Famili ini memiliki kulit halus, memiliki dua pasang sungut yang relative pendek, jari-jari sirip punggung, dan sirip dada sempurna dengan tujuh jari-jari bercabang, sebuah sirip lemak berpangkal sem[pit, sirip dubur panjang, dan bersambung dengan sirip ekor. Sirip ekor bercagak, mulut agak mengarah kedepan, hidung di perariranberarus lambat dan aktif dimalam hari. Ikan ini memakan detritus dan invertebrate lainnya dari dasar perairan. Ikan patin memiliki badan memanjang berwarna putih seperti perak dengan punggung berwarna kebiru-biruan. Panjang tubuhnya bisa mencapai 120 cm, dimana ukuran ini merupakan ukuran yang besar untuk ikan air tawar domestik (Hamilton, 1962).

Berdasarkan komposisi kimia, ikan patin termasuk golongan ikan berpotein tinggi dan berlemak sedang. Kandungan protein dan lemak ikan patin (per 100 g daging ikan) adalah 16,1% dan 5,7% dan abu 1,0% (bb). Golongan catfish dari perairan air tawar mengandungf air 76,39%, protein 18,18%, lemak 4,26% dan abu 1,26%. Daging patin serinfkali berbau lumpur. Bau termasuk dalam komponen yang terdapat dari senyawa bernitrogen (asam amino bebas, peptide dengan bobot molekul rendah, nukleotida serta basa organik) dan komponen nonorganic (asam organik, gula dan komponen anorganik).

Hasil perikanan meberi citra rasa yang bervariasi. Beberapa asam amino bebas pada ikan merupakan salah satu unsur pembentukan citra rasa untuk produk hasil perikanan, missal asam glutamate yang memberikan sensasi rasa umami pada ikan dan *shellfish* serta alanine yang menfghasilkan rasa manis. Pada ikan air tawar, citra ikan terutama diikuti oleh bau tanah (*earthy*), apek (*musty*), bau lumpur (*muddy*) dan bau seperti tumbuhan (*weedy*). Citra rasa ini terbentuk lebih karena musim dan lokasi dibandingkan dari pada jenis ikan itu sendiri (Hamilton, 1962).

B. Protein Daging Ikan

Protein Daging Ikan merupakan komponen penting dalam bahan pangan. Protein dalam iakn berkisaran antara 15-25% dari total berat daging. Protein dalam daging ikan dibedakan menjadi protein sarkoplasma, myofibril, dan stroma. Ketiganya berbeda dalam hal kelarutan. Sarkoplasma meruopakan protein yang larut dalam air, myofibril larutan garam sedangkan stroma adalah protein yang tidak dapat larut.

Sarkoplasma dapat diekstrak dengan menggunakan air atau larutan garam netral encer. Protein ini disebut juga miogen dan berkisar antara jenis enzim, albumin dan pigmen seperti myoglobin dan sitirogma.

Miofibril merupakan protein yang paling banyak terdalam daging ikan. Jumlahnya mencapai 50-70% dari total protein, protein ini ini berperan penting dlan kontraksi itot terutama myosin, aktin, dan protein mulasi.

Stroma atau protein jaringan ikat merupakan residu ekstrasi protein mofibril dan sarkoplasma kare protein ini tidak larut dalam air maupun garam. Protein ini laruit dalam larutan HCl maupun NaOH dan memberikan berkontribusi hingga 10% dari protein kasar pada otot.

C. Cara Pengasapan

Cara pengasapan adalah suatu teknik pengawetan makanan terutama daginf dan ikan. Bhan pangan diasapi dengan panas dan asap yang dihasilkan dari pembakaran kayu, dan tidak diletakan dekat dengan api agar tidak terpenggang atau terbakar (Goyena & Fallis, 2019).

Ada dua cara penghasapan yaitu cara tradisional dan cara dingin. Pada cara tradisional, asap dihasilkan dari pembakaran kayu atau biomassa lainnya. Pada cara dingin, bahan direndam didalam asap yang sudah dicairkan. Walaupun mutunya kurang bagus dibandingkan pengasapan dingin, pengasapan tradisional paling mudah digunakan oleh industri kecil.

Pengasapan sangat berpengaruh terhadap peningkatan lama waktu penyimpanan makanan. Karena daya tahan kebanyakan makanan memang sangat terbatas dan mudah rusak (*perishable*). Selain itu fungsi pengasapan yang terpenting adalah menekan pertumbuhan microorganism decomposer.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian di lakukan di tempat pengaapa ikan patin di koto masjid XIII koto kampar kabupaten kampar, Penelitian ini menggunakan metode survei di Desa Koto Mesjid Kecamatan



XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. Pemilihan lokasi penelitian disebabkan kecamatan ini ditetapkan sebagai Minapolitan di Kabupaten Kampar.

B. Cara Kerja Penelitian

Penelitian diawali dengan menganalisa pemasaran salai ikan patin yang sekarang sedang berlangsung untuk mengetahui kekurangan dan apa yang harus di tingkatkan dalam pemasaran tersebut, setelah mengidentifikasi kekurangan dari sektor pemasaran ikan salai tersebut kita membuat solusi dengan tetap memperhatikan ketahanan ikan salai itu sendiri, karena ketahanan ikan salai mampu bertahan lama maka kami mengusulkan pemasaran menggunakan media online agar pemasar lebih luas dan dapat memajukan UMKM di daerah tersebut.

C. Cara Analisa

Penulis melakukan analisa berapa lama ketahanan ikan salai tersebut agar tidak ada kerusakan pada saat pengiriman dengan jarak yang jauh, serta memperbaiki pengemasan agar sesuai dengan prosedur pengiriman jarak jauh, pengemasan rapat agar tidak ada bakteri yang masuk dan terkontaminasi bahan lain, serta aroma ikan yang khas tidak tercium keluar dan menempel pada benda lain yang pengirimannya bersamaan dengan ikan salai tersebut. Kemudian melakukan analisa media apa saja yang cocok untuk melakukan pemasaran secara online untuk meningkatkan jumlah penjualan dan meluaskan jangkauan pemasaran dan untuk mempromosikan salai ikan patin tersebut agar dapat di kenal orang banyak di luar daerah.

Penelitian ini menggunakan alat analisis SWOT yang dilakukan dalam beberapa tahapan. Langkah pertama yang dilakukan yaitu mengidentifikasi masing masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan hambatan) pada usaha pengolahan ikan di Kampung Patin. Setelah proses identifikasi, tahap selanjutnya yaitu merumuskan faktor-faktor tersebut ke dalam matrik SWOT yang kemudian dianalisis berdasarkan ketentuannya untuk memperoleh strategi alternatif yang berdaya saing dalam pemasaran ikan hasil olahan tersebut. Berdasarkan pertimbangan kombinasi empat faktor strategi (kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan), sehingga menghasilkan empat kelompok faktor strategi sebagai berikut :

- a. Strategi SO yaitu strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST yaitu strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh usaha dengan cara menghindari hambatan.
- c. Strategi WO yaitu strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.
- d. Strategi WT yaitu strategi yang didasarkan pada kegiatan yang ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari hambatan.

Faktor	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
Internal	Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
Faktor Eksternal		
OPPORTUNITIES (O)	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menciptakan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menciptakan peluang
THREATS (T)	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Tabel 1 Analisa Swot

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolah ikan patin asap yang berperan sebagai kepala keluarga bekerja melakukan pengasapan ikan patin sebagai pekerjaan utama. Kemampuan pengolahan ikan patin asap hanya sebagai kemampuan yang diterimanya sejak kecil dari keluarganya. Kemampuan pengolah untuk melakukan proses pengasapan dibantu oleh 3 orang karyawan wanita membersihkan ikan, setelah dibersihkan dilanjutkan oleh 2 orang karyawan laki-laki bertugas untuk melakukan pengasapan.

Adapun upah tenaga kerja di Desa koto Masjid untuk tenaga pengasapan ikan Rp. 500 / Kg Ikan Patin basah per orang dan upah untuk tenaga kerja perempuan Rp. 300 /Kg Ikan Patin basah per orang. Jumlah produksi ikan asap sekali produksi sebanyak 1000 Kg, jadi upah 1 orang tenaga kerja laki-laki pengasap Rp. 500.000 dan upah 1 orang tenaga kerja perempuan adalah Rp. 300.000

A. Bahan Baku dan Penunjang

Ikan patin yang dibutuhkan dalam sekali produksi adalah 1000 kg dengan ukuran rata-rata 0,20 kg hingga 0,25 kg perekor. Harga Ikan Patin segar di Desa Koto Masjid adalah Rp. 14.300 / Kg. Responden dalam penelitian ini melakukan pengolahan Ikan Patin asap sebanyak 2, 3, 4 kali seminggu. Rata – rata Ikan Patin segar yang dibutuhkan untuk satu kali produksi adalah 1000 Kg. Bahan penunjang yang dimaksud adalah kayu bakar, minyak tanah, kardus, tali rafia dan listrik.



Gambar 2 Ikan Patin Pilihan

Alat yang dipergunakan dalam produksi ikan patin asap, yaitu rumah asap, salayan, talenan, baskom, gerobak, keranjang, bak, pisau, sarung tangan, sepatu, timbangan. Harga alat produksi Ikan Patin asap berkisar antara Rp. 50.000 - Rp. 300.000.

Pengola juga menjual langsung ke pasar-pasar terdekat seperti pasar air tiris sebanyak 15%, pasar kuok sebanyak 15%, Pasar Bangkinang sebanyak 12%, Pasar Kampar sebanyak 13%, Taratak buluh sebanyak 15%, Pekanbaru sebanyak 20%, dengan menggunakan mobil *pick up*. Harga jual Ikan Patin asap ke pedagang pengumpul adalah Rp. 60.000 / Kg, dikemas dengan menggunakan plastik kedap udara untuk per ekor ikannya lalu pengemasan menggunakan kardus untuk di lakukan pengiriman.



Gambar 3 Proses Penyatan Ikan



Gambar 4 Proses dan Tempat Pengasapan



Gambar 5 Proses Pengemasan Untuk Dipasarkan

B. Sistem Pemasaran.

Sistem pemasaran yang sedang di jalankan sekarang adalah dengan mendistribusikan kepada pedagang-pedagang pasar yang terdekat dengan tempat produksi, hal tersebut membuat produksi salai ikan patin tersebut kurang memaksimalkan waktu kerja dalam hal memproduksi yang dikarenakan permintaan yang terbatas sehingga jumlah produksi yang kurang optimal. Untuk menaikkan jumlah produksi dan mengoptimalkan jam kerja dalam hal produksi harus memanfaatkan perkembangan teknologi yang sekarang semakin berkembang, yaitu dengan melakukan pemasaran dan promosi melalui media internet dengan menggunakan situs penjualan online. Berikut ini analisa menggunakan metode SWOT Analisis untuk mengetahui peluang pasar di luar daerah dengan menggunakan metode SWOT Analisis.



Tabel 6 Diagram Tabel Pemasaran

Dalam strategi pemasaran metode online ada (2) faktor internal, yaitu peluang (strengths) ketersediaan bahan baku di sekitaran tempat produksi yang mencukupi untuk melakukan produksi dengan jumlah yang lebih besar dan mampu memenuhi pesanan dengan jumlah banyak dapat menjadi peluang untuk lebih mengembangkan UMKM di bidang salai ikan patin di koto masjid. Serta bahan baku yang dekat dengan tempat produksi dapat menekan harga bahan baku yang akan mempengaruhi pada harga jual (A), dan kelemahan (weakness) Dikarenakan sekarang masih terbatasnya jangkauan pemasaran yang sekarang hanya di sekitaran wilayah kampar menjadikan usaha ini sedikit lambat berkembang dan mengakibatkan pada produksi yang masih sedikit serta pendapatan dari UMKM yang memproduksi sedikit sulit menyerap pengangguran yang ada di lingkungan produksi (B). Menurut (Yuniarti et al., 2015) terdapat beberapa factor yang mempengaruhi tingkat penerimaan serta pemasaran konsumen terhadap produk ikan asap meliputi segala kuliatan dalam memodifikasikannya. Kemudian ada (2) factor eksternal yaitu, peluang (opportunities) Peluang pemasaran keluar daerah karena blom banyak di luar sana yg memproduksi produk sejenis. Potensi pasar luar daerah yang besar dapat di manfaatkan menjadi peluang untuk mengembngkan UMKM tersebut agar lebih berkemang lagi. Karena di luar daerah masih jarang yang memproduksi ikan patin yang di salai, karena produk salai ikan patin masih jarang di temukan di daerah lain ini bisa menjadi peluang yang bagus untuk membuka pasar baru di luar daerah (A), ancaman (threats) Belum optimalnya pemanfaatan lahan usaha dan hasil produksi. Tantangan yang krusial yang di hadapi pengelola salai ikan patin adalah biaya produksi yang semakin lama semakin meningkat, di karenakan pengelola belum maksimal dalam memanfaatkan potensi lahan dan hasil produksi ikan patin tersebut. Pengelola harus berinisiatif mengembangkan itusemua untuk memajukan usahanya, salah satu cara mengoptimalkan hasil produksi adalah dengan membuka pasar seluas mungkin agar produksi meningkat dan usaha dapat berkembang lebih baik lagi (B).

<p>Faktor Internal</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan bahan baku yang mencukupi. - <u>Ketersediaan SDM</u> 	<p>WEAKENESS (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jangkauan pemasaran yang terbatas. - <u>Kurangnya penggunaan teknologi dalam pemasaran.</u>
	<p>Faktor Eksternal</p>	
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peluang pemasaran keluar daerah. - <u>Pemintaan salai ikan patin meningkat d kab. kampar.</u> 	<p>Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Memanfaatkan ketersediaan bahan baku untuk memenuhi pesanan</u> - <u>Memanfaatkan SMD untuk meningkatkan produksi.</u> 	<p>Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Meningkatkan pemasaran untuk memenuhi permintaan pasar</u> - <u>Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pemasaran.</u>
<p>THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Belom optimalnya pemanfaatan lahan usaha dan hasil produksi. - <u>Persaingan yang tak terbatas di pasar nasional.</u> 	<p>Strategi S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Memanfaatkan ketersediaan bahan baku agar mengoptimalkan lahan usaha dan hasil produksi.</u> - <u>Memanfaatkan SDM dan ketersediaan bahan baku untuk memperkuat pemasaran di pasar nasional.</u> 	<p>Strategi W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Mengoptimalkan lahan usaha dan hasil produksi untuk memperluas pemasaran.</u> - <u>Pemasaran menggunakan media online untuk bersaing di pasar nasional.</u>

Tabel 7 Analisa Swot

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa dari Pemasaran Ikan Patin Asap di Koto Masjid Bangkinang, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai tambah pengasapan ikan patin adalah Rp. 3.275,6 / Kg ikan patin segar dengan rasio nilai tambah dengan Rp. 19.15142. Keuntungan yang didapat pengolahan ikan patin asap adalah Rp. 2.425 / Kg dengan margin Rp. 3.800 / Kg ikan patin segar.
2. Dalam satu kali produksi digunakan ikan patin segar sebanyak 1.000 Kg, menghasilkan 300 Kg ikan patin asap. Pengolahan iakan patina sap masih bersikap tradisional. Ikan patina sap hasil produksi pengolah di desa Koto Masjid dipasarkan ke Pekanbaru sebanyak 20%, ke Palembang sebanyak 5%, ke Malaysia sebanyak 5%, ke pasar Air tiris sebanyak 15%, pasar Kuok sebanyak 15%, pasar Bangkinang sebanyak 12%, pasar Kampar sebanyak 13%, dan di Teratak Buluh sebanyak 15%.
3. Untuk Menaikan jumlah produksi dan mengoptimalkan jam kerja dalam hal produksi harus memanfaatkan perkembangan teknologi yang sekarang semakin berkembang, yaitu dengan melakukan pemasaran dan promosi melalui media internet dengan menggunakan situs penjualan online.
4. Manfaatkan jumlah produksi dan mengoptimalkan jam kerja dalam hal produksi harus memanfaatkan

perkembangan teknologi yang sekarang semakin berkembang, yaitu dengan melakukan pemasaran dan promosi melalui media internet dengan menggunakan situs penjualan online

B. Saran

Untuk pengembangan dalam penelitian berikutnya maka dituliskan saran-saran sebagai berikut :

1. Pengelola hendaknya memperluas jangkauan pemasaran, sehingga produksi ikan patin asap dapat meningkatkan pendapatan pengolah ikan patin asap d Desa Koto Masjid Bangkinang.
2. Pemda Pemda setempat hendaknya dapat membantu pemasaran produk ikan patina sap dengan mempromosikan ikan patin asap ke daerah lain agar dapat memperkenalkan bahwa kabupaten Kampar khususnya di Desa Koto Masjid Bangkinang merupakan daerah penghasil ikan patin asap terbesar diprovinsi Riau.

REFERENSI

(Goyena & Fallis, 2019)Goyena, R., & Fallis, A. . (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

(Cardoso et al., 2017)Cardoso, S. R. de S. N., Autor, S. E. U., De, I., Dos, A., Vendas, O. D. E., Empresas, D. A. S., Atividades, P. O., Artigo, N., Gest, G. N. R. M. D. E., Para, D. E. F., Miranda, S. F. da R., Ferreira, F. A. A., Oliver, J., Dario, M., Silva, E. M. da E. M., Sacomano Neto, M., Pires, S. R. I., Carvalho, José Crespo, L. E., Soares, L., ... Oliveira, M. D. M. F. de. (2017). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. *ペインクリニック学会治療指針 2*, 3(1), 87. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Ekonomi, P., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Riau, U. (n.d.). *Prospek pengembangan usaha ikan salai patin desa koto masjid kecamatan xiii koto kampar kabupaten kampar*. 1–11.

Hamilton, P. P. (1962). *Pangasius pangasius*. 14(C), 136–156.

Tibrani. (2015). Analisis Sistem Pemasaran Ikan Patin Segar Desa Koto Mesjid ke Daerah Tujuan Pemasaran. *Jurnal Dinamika Pertanian*, 30(3), 273–282.

Yuniarti, T., Jubaedah, I., Wiryati, G., & Napitupulu, R. J. (2015). Karakteristik Organoleptik Ikan Patin Asap (Pangasius Pangasius). *Jurnal Penyuluhan Perikanan Dan Kelautan*, 9(1), 55–62. <https://doi.org/10.33378/jppik.v9i1.57>