

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BUDIDAYA IKAN CUPANG HIAS DI HEGARMANAH FARM IKAN HIAS KABUPATEN CIANJUR-JAWA BARAT

STRATEGY ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT OF ORNAMENTAL BETTA FISH AT HEGARMANAH ORNAMENTAL FISH FARM CIANJUR DISTRICT-WEST JAVA

Asep Saepul Alam¹, Maman Rustaman², Andri Firmansyah³

^{1,2} *Dosen Fakultas Sains Terapan, Jurusan Agribisnis
Universitas Suryakencana*

³ *Alumni Fakultas Sains Terapan, Jurusan Agribisnis
Universitas Suryakencana
e-mail: asepatet@unsur.ac.id*

Abstract

Hegarmanah Ornamental Fish Farm is a place for ornamental betta fish cultivation, ornamental betta fish cultivation prospects are made into a business in terms of cultivation, easy maintenance and does not require large land, can be cultivated in the yard of the house. The aims of this research are: (1) Knowing internal and external factors that influence the development of Hegarmanah Ornamental Fish Farm in Cianjur Regency, (2) Knowing alternative strategies for developing Hegarmanah Ornamental Fish Farm. This research was conducted at the Hegarmanah Ornamental Fish Farm in January-September 2021. This study used the following analysis: description, SWOT and QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix). The research results of Hegarmanah Ornamental Fish Farm have 5 strengths, 5 weaknesses, 5 opportunities and 4 threats. The results of the SWOT there are 10 alternative development strategies that can be carried out by Hegarmanah Ornamental Fish Farm. Through QSPM analysis, the strategies are sorted based on strategic priorities.

Keywords: Ornamental Fish Farm Hegarmanah, SWOT Business development strategy.

Abstrak

Hegarmanah Farm Ikan Hias tempat budidaya ikan cupang hias, budidaya ikan cupang hias prospek di jadikan bisnis dari segi budidaya, perawatan yang mudah dan tidak membutuhkan lahan yang besar, bisa di budidayakan di pekarangan rumah. Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur, (2) Mengetahui alternatif strategi pengembangan Hegarmanah Farm Ikan Hias. Penelitian ini di lakukan di tempat Hegarmanah Farm Ikan Hias pada bulan Januari-September 2021. Penelitian ini menggunakan analisis : deskripsi, SWOT dan QSPM(Quantitative Strategy Planning Matriks). Hasil penelitian Hegarmanah Farm Ikan Hias memiliki 5 kekuatan, 5 kelemahan, 5 peluang dan 4 ancaman. Hasil dari SWOT terdapat 10 alternatif strategi pengembangan yang dapat di lakukan oleh Hegarmanah Farm Ikan Hias. Melalui analisis QSPM strategi di urutkan berdasarkan prioritas strategi.

Kata Kunci : Hegarmanah Farm Ikan Hias, Strategi pengembangan Bisnis SWOT.

PENDAHULUAN

Pada masa pandemi ini sebagian besar masyarakat dianjurkan untuk tetap berdiam diri di rumah agar terhindar dari penularan virus Covid-19 [4]. Tentu saja sebagai makhluk hidup, sebagian besar masyarakat akan cenderung untuk mencari cara agar tidak jenuh selama berdiam diri di rumah. Salah satu cara yang dilakukan adalah melalui memelihara binatang, tumbuhan, atau hobi lainnya. Maka tak heran, pada situasi saat ini penjualan berbagai binatang peliharaan atau tumbuhan meningkat dengan pesat, tak terkecuali penjualan ikan cupang hias.(Setiawan et al., n.d, 2020).

Di tengah tren penurunan omset yang dirasakan hampir semua bidang di sektor ekonomi, ternyata bisnis ikan hias menunjukkan tren sebaliknya. Terutama jenis ikan cupang hias. Andri

peternak ikan cupang hias di Cianjur mengatakan bahwa selama pandemi ini penjualan ikan cupang hias mengalami peningkatan omset mencapai 70 persen. Peternak lain di daerah Bogor yaitu Rizal merasakan hal yang sama. Peningkatan omset penjualan ikan cupang hias mencapai 80 persen selama pandemi ini. (Setiawan et al., n.d, 2020).

Jenis ikan cupang yang memiliki harga cukup baik dan stabil di pasar dunia yaitu cupang plakat koi, cupang plakat Nemo, cupang plakat MultiColor, cupang plakat Fancy, cupang plakat Candy, cupang plakat Super Red, cupang plakat White Platinum, dan masih banyak lagi. (Alfi et al., 2020).

Ikan cupang adalah salah satu jenis ikan hias yang mempunyai nilai ekonomis tinggi dan banyak terdapat di pasaran. Harga ikan cupang jantan berkisar Rp. 5.000,- sampai Rp.1.000.000,- per ekor. Ikan ini berasal dari Asia Tenggara seperti Thailand, Malaysia dan Indonesia. Ikan cupang, terutama yang jantan lebih dicari dan harganya lebih mahal, karena memiliki warna yang lebih menarik, lebih ramping dan lebih panjang sirip anal dan sirip punggungnya dibanding betina. (Susanti Diani, Mustahal, 2005).

Konsumen pembelian ikan hias dalam bentuk eceran paling dominan seperti terlihat pada bagian sebelumnya yaitu untuk perorangan atau konsumen bukan pedagang atau pembudidaya namun penyuka ikan hias sebagai peliharaan. Sebagian besar yang melakukan pembelian ikan hias secara eceran merupakan pemuda, mahasiswa, atau pelajar SD, SMP dan SMA. Sedangkan untuk pembelian paketan didominasi oleh pembudidaya dan pedagang pengecer, pembeli biasanya sudah memiliki umur yang cukup tua, bukan anak muda seperti pembeli dalam bentuk eceran, penjualan ikan hias dalam bentuk paketan untuk pembudidaya. (Techniques, 2016).

Di setiap harinya permintaan ikan hias ini cukup signifikan. Penikmatnya tidak hanya dikalangan anak kecil tetapi juga digemari banyak orang dari berbagai usia, golongan dan segala lapisan segmentasi masyarakat. Pemasarannya tergolong mudah karena permintaan akan ikan ini terus mengalir. Selain mudah penjualannya ikan ini juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi terutama ikan yang berkualitas kontes, bahkan memungkinkan untuk memasarkan barang keluar kota, angka permintaan ikan Cupang hias cukup tinggi. Sayangnya dengan angka permintaan yang cukup besar terkadang masih belum bisa dipenuhi, salah satu penyebabnya adalah karena tingkat produksi yang rendah diakibatkan masih banyaknya lahan yang belum bisa dimanfaatkan secara maksimal. Sangat disayangkan jika peluang pasar yang bagus tidak diimbangi dengan produksi yang mencukupi. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan/ekstensifikasi lahan agar tingkat produksi besar dan permintaan pasar terpenuhi. (Hughes, 2008).

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei - September 2021. Lokasi penelitian di Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur, Lokasi di pilih untuk mengembangkan bisnis budidaya ikan cupang hias.

Populasi

Pada populasi dan sample ini menggunakan narasumber pada penelitian ini yaitu responden yang terdiri, pemilik usaha Hegarmanah Farm Ikan hias, praktisi, pemerintah, penjual ikan cupang hias.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan SWOT analisis dan Analisis Matriks QSPM dengan tahapannya analisis SWOT sebagai berikut: Matriks IFE (Internal Faktor Evaluasi), Matrik EFE, Matrik IE, Formulasi Strategi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian lingkungan internal pada Hegarmanah Farm Ikan Hias di kabupaten cianjur, maka diperoleh Internal Faktor Evaluasi (IFE) matrik sebagai berikut : Kekuatan (*strength*) sebagai berikut : Memiliki ijin usaha, Memiliki sumber daya manusia keterampilan yang baik, Akses lokasi yang strategis, Memiliki Fasilitas yang baik, Memiliki lahan yang relatif luas sedangkan Kelemahan (*weaknesses*) adalah Belum memiliki jenis ikan cupang yang unggul,

Proses produksi yang relatif lama, Sumber daya manusia belum memadai, Pemasaran yang terbatas, Belum ada divisi penelitian dan pengembangan dengan matrik IFE sebesar 2,877.

Untuk Eksternal Faktor Evaluasi (EFE) Hegarmanah farm Ikan Hias di Kabupaten Cianjur, maka diperoleh Peluang (*opportunities*) adalah Lingkungan sumber daya alam yang mendukung, Bertambah nya konsumen saat musim pandemi covid-19, Mempunyai harga jual tinggi, Minat konsumen ikan cupang dari berbagai kalangan usia, Anjuran pemerintah memelihara ikan cupang, sedangkan Ancaman (*threats*) adalah Kompetitor produsen ikan cupang yang banyak, Kebiasaan petani menjual ikan yang murah, Penjualan ikan cupang menurun saat musim hujan, Belum ada nya kebijakan pemda terkait pengembangan usaha dengan matrik EFE sebesar 2,951.

Analisis matriks IE (Internal-Eksternal) Setelah diperoleh total skor dari matriks IFE (2,877) maupun EFE (2,951) maka posisi Hegarmanah Farm Ikan Hias di Kabupaten Cianjur melalui matrik IE berada pada kuadran V yaitu jaga dan pertahankan (*Hold and maintain*) dimana perusahaan harus bisa mempertahankan dan mengembangkan potensi yang ada di perusahaan tersebut agar keberlangsungan perusahaan terjaga. *berikut hasil olahan matrik IE*

Tabel 4.6 Hasil analisis matriks IE (Internal-Eksternal)

		Internal		
		Kuat (3,0-4,0)	Rata-Rata (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,99)
Bobot Eksternal	Tinggi (3,0-4,0)	I	II IFE 2,877	III
	Menengah (2,0-2,299)	IV EFE 2,951	V	VI
	Rendah (1,0-1,99)	VII	VIII	IX

Sumber : Data Primer hasil pengolahan 2021

Setelah mengetahui posisi perusahaan maka didapatkan beberapa alternatif formulasi strategi yaitu:

1. Melakukan penetrasi pasar memperbanyak area produksi. (S4,S5, O2,O3,O4)
 Strategi ini direkomendasikan dengan memakai kekuatan yaitu memiliki lahan yang relatif luas untuk meraih peluang, memiliki fasilitas yang baik menjadi potensi untuk melakukan penetrasi pasar memperbanyak area.
2. Melakukan berbagai promosi yang menarik agar menarik konsumen untuk membeli ikan cupang. (S2,O2,O4)
 Strategi ini di rekomendasikan dengan memakai kekuatan yaitu memiliki sumberdaya manusia keterampilan yang baik, untuk meraih peluang, bertambah konsumen saat pandemi covid-19, mempunyai harga relatif mahal, dan minat konsumen dari berbagai kalangan usia. Dengan adanya sumberdaya manusia yang memiliki keterampilan yang baik dalam berkomunikasi mensosialisasikan berbagai promosi ikan cupang dengan melakukan promo diskon harga ikan cupang yang hanya ada dalam 1 tahun 2x di adakan promo diskon ikan cupang, sehingga konsumen tertarik untuk membeli nya.
3. Membudidayakan pakan alami untuk meminimalisir pembelian pakan dan bisa menjual ikan cupang dengan keuntungan yang relatif besar. (S2,S5,O1,O3)
 Strategi ini di rekomendasikan dengan memakai kekuatan yaitu memiliki sumber daya manusia keterampilan yang baik dan memiliki lahan relatif luas, untuk meraih peluang bertambahnya konsumen saat pandemi covid-19, Mempunyai harga jual tinggi, minat konsumen dari berbagai kalangan usia. Dengan mengulturnya pakan budidaya pakan alami dilakukan di kolam tanah atau kolam plastik, terpal bisa di kultur dengan mudah sehingga bisa meminimalisir pembelian pakan dan menghasilkan keuntungan yang relatif besar.
4. Memberikan pelayanan dan kenyamanan saat konsumen membeli ikan cupang.(S3,S2,T1)
 Strategi ini di rekomendasikan untuk memakai kekuatan, yaitu akses lokasi yang strategis, memiliki fasilitas yang baik, untuk mengatasi ancaman, kompetitor ikan cupang yang banyak,

kebiasaan petani menjual ikan yang murah. Dengan memberikan pelayanan membeli cupang di antar sampai rumah dan yang jauh dengan memakai jasa pengiriman sehingga akan sampai pada tujuan sehingga pembeli tidak repot itu salah satu memberikan pelayanan dan kenyamanan untuk konsumen yang membeli ikan cupang.

5. Membuat kesepakatan para petani ikan cupang agar ikan cupang harganya stabil. (S2,T2,T4)
Strategi ini di rekomendasikan untuk memakai kekuatan, yaitu struktur organisasi yang ada memiliki sdm keterampilan yang baik, untuk mengatasi ancaman kebiasaan petani menjual ikan yang murah, belum adanya kebijakan pemda terkait harga ikan cupang.
Dengan membuat kesepakatan harga para petani ikan cupang agar ikan cupang harga nya stabil setiap para petani memberikan kesepakatan harga mulai dari ikan cupang yang belum jadi sampai dengan ikan yang sudah jadi atau sudah bagus dengan harga yang sudah di tentukan itu akan meminimalisir harga ikan cupang menjadi murah sehingga harga ikan cupang akan stabil.
6. Meningkatkan kualitas jenis ikan cupang yang unggul agar menjual ikan cupang dengan harga yang relatif mahal. (W1,O3)
Strategi ini direkomendasikan untuk menanggulangi kelemahan, yaitu belum memiliki jenis ikan cupang yang unggul, agar bisa meraih peluang mempunyai harga jual tinggi. Dengan meningkatkan kualitas jenis ikan cupang yang unggul maka harga ikan cupang akan mempunyai harga jual tinggi dan bisa menjadikan keuntungan yang relatif besar.
7. Menambahkan kolam produksi untuk memaksimalkan produksi agar selalu terjaga stok ikan cupang.(W2,O3)
Strategi ini di rekomendasikan untuk menanggulangi kelemahan yang di miliki, yaitu proses produksi yang relatif lama, agar bisa meraih peluang mempunyai harga jual tinggi. Dengan menambah kolam produksi stok ikan cupang akan banyak agar konsumen selalu terpenuhi kebutuhan ikan cupang jenis yang di butuhkan.
8. Merekrut karyawan untuk membantu pengembangan bisnis budidaya ikan cupang. (W3,W5,O1,O2)
Strategi ini di rekomendasikan untuk menanggulangi kelemahan yang di miliki yaitu memiliki sumberdaya manusia yang belum memadai, belum ada divisi pengembangan dan penelitian, agar bisa meraih peluang lingkungan sumberdaya alam yang mendukung, bertambah konsumen saat pandemi covid-19. Dengan melakukan prekrutan karyawan baru akan membantu pengembangan bisnis ikan cupang mulai dari produksi sampai ke marketing.
9. Memperbanyak variasi jenis ikan cupang agar konsumen selalu terpenuhi kebutuhan jenis ikan cupang. (W1,T1,T2,T3)
Strategi ini direkomendasikan untuk mengatasi kelemahan agar ancaman tidak terjadi menggunakan kelemahan, yaitu belum memiliki jenis ikan cupang yang unggul untuk mengatasi ancaman kompetitor ikan cupang yang banyak, kebiasaan petani menjual ikan yang murah, penjualan ikan cupang menurun saat musim hujan. Dengan melakukan memperbanyak jenis ikan cupang dan mempunyai harga variasi tergantung pada jenis ikan cupang tersebut sehingga konsumen bisa memilih jenis ikan cupang sesuai kebutuhannya.
10. Membuat website system online masa kini untuk membantu proses penjualan dan pembelian ikan cupang.(W4,T1,T2)
Strategi ini di rekomendasikan untuk mengatasi kelemahan agar ancaman tidak terjadi menggunakan kelemahan, yaitu pemasaran yang terbatas untuk mengatasi ancaman, kompetitor ikan cupang yang banyak, berkurangnya konsumen akibat perubahan iklim. Dengan membuat website system online seperti facebook, instagram dan whatsapp akan mempermudah pemasaran dan jangkauan pemasaran yang luas sehingga pemasaran ikan berjalan dengan efektif.

Tabel 4.7 Matriks Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur.

ANALISIS INTERNAL ANALISIS EKSTERNAL	KEKUATAN (Strength)	KELEMAHAN (Weakness)
		1. Memiliki ijin usaha. 2. Memiliki sumber daya manusia keterampilan yang baik. 3. Akses lokasi yang strategis. 4. Memiliki Fasilitas yang baik. 5. Memiliki lahan yang relatif luas.
PELUANG (Opportunities)	(Strategi SO)	(Strategi WO)
1. Lingkungan sumber daya alam yang mendukung. 2. Bertambah nya konsumen saat musim pandemi covid-19. 3. Mempunyai harga jual tinggi. 4. Minat konsumen ikan cupang dari berbagai kalangan usia. 5. Anjuran pemerintah memelihara ikan cupang.	1. Melakukan penetrasi pasar dan memperbanyak area produksi.(S4,S5,O2,O3O4) 2. Melakukan berbagai promosi yang menarik agar dapat menarik konsumen untuk membeli ikan cupang.(S2,O2,O4) 3. Membudidayakan pakan alami untuk meminimalisir pembelian pakan dan bisa menjual ikan cupang dengan keuntungan yang relatif besar.(S2,S5,O1,O3)	1. Meningkatkan kualitas jenis ikan cupang yang unggul agar menjual ikan cupang dengan harga yang relatif mahal.(W1,O3) 2. Menambah kolam produksi untuk memaksimalkan produksi agar selalu terjaga stok ikan cupang.(W2,O1) 3. Merekrut karyawan untuk membantu pengembangan bisnis ikan cupang.(W3,W5,O1,O2)
ACAMAN (Threats)	(Strategi ST)	(Strategi WT)
1. Kompetitor produsen ikan cupang yang banyak. 2. Kebiasaan petani menjual ikan yang murah. 3. Penjualan ikan cupang menurun saat musim hujan. 4. Belum adanya kebijakan pemda terkait pengembangan usaha.	1. Memberikan pelayanan dan kenyamanan saat konsumen membeli ikan cupang.(S3,S2,S4,T3,T1) 2. Membuat kesepakatan harga dengan para petani ikan cupang agar ikan cupang harga nya stabil.(S2,T2,T4)	1. Memperbanyak variasi jenis ikan cupang agar konsumen selalu terpenuhi kebutuhan jenis ikan cupang.(W1,T1,T2,T3) 2. Membuat website <i>system online</i> masa kini untuk membantu sosialisasi, proses penjualan dan pembelian ikan cupang.(W4,T1,T3)

Sumber : Data Primer 2021

Hasil formulasi strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT selanjutnya dibuatkan urutan prioritas strategi dengan menggunakan analisis QSPM dengan hasil STAS sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas ikan cupang yang unggul agar menjual ikan cupang dengan harga yang relatif mahal.(STAS = 6,758)
2. Memperbanyak variasi jenis ikan cupang agar konsumen selalu terpenuhi kebutuhan jenis ikan cupang. (STAS = 6,473)
3. Membuat website system online masa kini untuk membantu sosialisasi, proses penjualan dan pembelian ikan cupang. (STAS = 6,153)
4. Menambah kolam produksi untuk memaksimalkan produksi agar selalu terjaga setok ikan cupang. (STAS = 6,060)
5. Merekrut karyawan untuk membantu pengembangan bisnis ikan cupang. (STAS = 5,881)
6. Melakukan berbagai promosi yang menarik agar dapat menarik konsumen untuk membeli ikan cupang. (STAS = 5,856)
7. Melakukan penetrasi pasar dan memperbanyak area produksi. (STAS = 5,707)
8. Membuat kesepakatan harga dengan para petani ikan cupang agar ikan cupang harga nya stabil. (STAS = 5,592)
9. Memberikan pelayanan dan kenyamanan saat konsumen membeli ikan cupang. (STAS = 5,482)
10. Membudidayakan pakan alami untuk meminimalisir pembelian pakan dan bisa menjual ikan cupang dengan keuntungan yang relatif besar. (STAS = 4,887).

KESIMPULAN

1. Faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur adalah sebagai berikut :
 - a. Berdasarkan analisis lingkungan internal yang menjadi kekuatan bagi Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur adalah : (1) Memiliki ijin usaha, (2) Memiliki sumber daya manusia keterampilan yang baik, (3) Akses lokasi yang strategis, (4) Memiliki fasilitas yang baik, (5) Memiliki lahan yang relatif luas. Sedangkan yang menjadikan kelemahan bagi Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur adalah : (1) Belum memiliki jenis ikan cupang yang unggul, (2) Proses produksi yang relatif lama, (3) sumberdaya manusia belum memadai, (4) Pemasaran yang terbatas, (5) Belum ada divisi penelitian dan pengembangan.
 - b. Berdasarkan analisis lingkungan eksternal yang menjadi peluang bagi Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur adalah : (1) Lingkungan sumber daya alam yang mendukung, (2) Bertambahnya konsumen saat musim pandemi covid-19, (3) Mempunyai harga jual tinggi, (4) Minat Konsumen dari berbagai kalangan usia, (5) Anjuran pemerintah memelihara ikan cupang. Sedangkan lingkungan eksternal yang menjadi ancaman bagi Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur adalah : (1) Kompetitor produsen ikan cupang yang banyak, (2) Kebiasaan petani menjual ikan yang murah, (3) Penjualan ikan cupang menurun saat musim hujan, (4) Belum adanya kebijakan penda terkait pengembangan usaha.
2. Alternatif strategi pengembangan yang dapat di jalankan oleh Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur berdasarkan analisis SWOT dan urutan hasil dari QSPM adalah sebagai berikut : (1) Meningkatkan Kualitas jenis ikan cupang yang unggul agar menjual ikan cupang dengan harga jual tinggi, (2) Memperbanyak variasi jenis ikan cupang agar konsumen dapat memenuhi kebutuhan jenis ikan cupang, (3) Membuat website sistem online masa kini untuk membantu sosialisasi, proses penjualan untuk konsumen dan pembelian ikan cupang, (4) Menambah kolam produksi untuk memaksimalkan produksi agar selalu terjaga stok ikan cupang, (5) Merekrut karyawan untuk membantu pengembangan bisnis ikan cupang, (6) Melakukan berbagai promosi yang menarik agar menarik konsumen untuk membeli ikan cupang, (7) Melakukan penetrasi pasar memperbanyak area produksi, (8) Membuat kesepakatan harga dengan para petani ikan cupang agar ikan cupang harga stabil, (9) Memberikan pelayanan dan kenyamanan saat konsumen membeli ikan cupang, (10) Membudidayakan pakan alami untuk meminimalisir pembelian pakan dan bisa menjual ikan cupang dengan keuntungan yang relatif besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfi, M. N., Amin, F. M., & Kunci, K. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Cupang Hias (Studi Kasus : Nebula. 1(2).
- Alfi, M. N., Amin, F. M., & Kunci, K. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Cupang Hias (Studi Kasus : Nebula. 1(2).
- Fernando, R. (2019). Pengaruh Penambahan Tepung Wortel (*Daucus Carota*) Pada Pakan Buatan Terhadap Peningkatan Kecerahan Warna Ikan Cupang (*Betta splendens* Regan). 1–69.
- Hakim, L. N. (2013). Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit. *Aspirasi*, 4(2), 165–172. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/501>
- Hal, A., & Mertasinga, C. (2019). Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pemanfaatan Lahan Sempit Sebagai Tempat Budidaya Ikan. 3(2), 113–123.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hughes, R. (2008). No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 287. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Makhmudah, U. M. I., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2019). Menggunakan metode Qspm (Quantitative Strategic Planning Matriks) (Studi Kasus Rumah Mode Purwokerto , Perintis Kemerdekaan No . 2-Karang Pucung Purwokerto Selatan). 2.
- Maulia, M. A. (2019). Analisa pemasaran ikan hias koi (*Ccyprinus carpio*) (Study kasus : Desa karang anyar beringin).

- Nana, Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 288. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1359>
- Perairan, S. B., Ratulangi, S., Utara, S., Ratulangi, U. S., & Utara, S. (2019). No Title. 7(2), 335–340.
- Permatasari, U. (2016). Pengaruh Penambahan Ekstrak Wortel (*Daucus carota L.*) Pada Pakan Buatan Terhadap Kecerahan Warna Ikan Cupang (*Betta splendens* Regan.) Dan Pengajarannya Di SMA Negeri 4 Palembang. November. <http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/1223/1/SKRIPSI1028-1710117068.pdf> Diakses 27 Desember 2020
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Ridwan, M. (2005). Analisis efisiensi pemasaran ikan manvis (*Pterophyllum scalare*) Ikan hias air tawar.
- Rieska, P. K. dan N. H. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/statistik/article/view/4322/4001>
- Sulistiani, D. (2014). Analisis Swot Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *El- Qudwah*, 0(0).
- Susanti Diani, Mustahal, dan P. S. 2005. (2005). Usaha Pembenihan Ikan Cupang (*Betta.Sp*) di Kabupaten Serang. *Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 8(2), 292–299.
- Techniques, N. (2016). 2. 3(11305169), 1–6.
- Yoesdiarti, A., Masithoh, S., & Lesmana, D. (2017). Strategi Pengembangan Agribisnis Ikan Hias Di Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor. *Jurnal Mina Sains*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.30997/jms.v3i2.892>.
- Yulianti, D. (2020). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung). *Jurnal Sosiologi*, 16(2), 103–114.
- Yusuf, M., & Sriwijaya, U. (2018). Skripsi Maskulinisasi Ikan Cupang (*Bettasplendens*) Menggunakan Air Kelapa (*Cocosnucifera*) Melalui Metode perendaman embrio slamese fighting fish (*bettasplendens*) Maskulinization using coconut water (*cocosnucifera*).