

STRATEGI PEMASARAN IKAN NILA (*Oreochromis niloticus*) DI KECAMATAN AIKMEL KABUPATEN LOMBOK TIMUR

^{1*}Mohammad Subhan, ²Sujilia Ardini

¹Prodi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan Fakultas Perikanan Universitas Gunung Rinjani

²Penyuluh Perikanan Bantu. Balai Besar Riset Budidaya Laut dan Penyuluhan Perikanan (BRSDM)

Gondol Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia

Email. mohammadsubhan@ugr.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) saluran pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*), 2) strategi pemasaran Ikan Nila (*oreochromis niloticus*). Permasalahan pasar menjadi salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh pembudidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur. Permasalahan akses pasar ini berdampak kepada keberlanjutan usaha budiaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) yang dilakukan oleh masyarakat. Ikan nila (*oreochromis niloticus*) atau disebut Tilapia, merupakan salah satu komoditi perikanan budidaya air tawar yang memiliki nilai ekonomis yang cukup penting. Pemasaran ikan yang efisien terjadi apabila saluran pemasaran meliputi Produsen (Pembudidaya ikan)-Pengepul-Konsumen, karena dapat mempersingkat saluran pemasaran dan menekan biaya operasional. Pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur dapat dilakukan dengan beberapa strategi yaitu: 1) Strattegi SO: Memaksimalkan potensi lahan dan POKDAKAN dengan memberikan kegiatan pelatihan dan sosialisasi program kepada POKDAKAN, 2) Strategi ST: Meningkatkan kualitas SDM dan POKDAKAN dalam pengelolaan usaha budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*), 3) Strategi WT: Memaksimalkan kegiatan pelatihan teknologi produksi, manajemen pasar untuk memaksimalkan pemanfaatan lahan budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*), dan 4) Strategi WO: Memaksimalkan peran Usaha Dagang untuk mencapai stabilitas pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*).

Kata Kunci: strategi pemasaran; ikan nila; aikmel;lombok timur

Abstract

*This research aims to determine: 1) marketing channels for Tilapia (*oreochromis niloticus*), 2) marketing strategies for Tilapia (*oreochromis niloticus*). Market problems are one of the main problems faced by Tilapia (*Oreochromis Niloticus*) fish farmers in Aikmel District, East Lombok Regency. This market access problem has an impact on the sustainability of the Tilapia (*Oreochromis Niloticus*) fish farming business carried out by the community. Tilapia (*Oreochromis Niloticus*), is one of the freshwater aquaculture commodities which has quite important economic value. Efficient fish marketing occurs if the marketing channel includes producers (fish farmers)-collectors-consumers, because it can shorten marketing channels and reduce operational costs. Marketing of Tilapia (*Oreochromis Niloticus*) fish in Aikmel District, East Lombok Regency can be carried out using several strategies, namely: 1) SO Strategy: Maximizing the potential of land and POKDAKAN by providing training activities and program outreach to POKDAKAN, 2) ST Strategy: Improving the quality of human resources and POKDAKAN in managing the Tilapia (*Oreochromis Niloticus*) fish cultivation business, 3) WT Strategy: Maximizing production technology training activities, market management to maximize the use of Tilapia (*Oreochromis Niloticus*) cultivation land, and 4) WO Strategy: Maximizing the role of Trading Businesses to achieve marketing stability Tilapia fish (*Oreochromis Niloticus*).*

Keywords: marketing strategy, tilapia; aikmel; east lombok

Pendahuluan

Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang dibudidayakan di Indonesia. Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dapat dijadikan berbagai produk olahan perikanan. Produk olahan akan bermanfaat untuk meningkatkan nilai jual dari ikan Nila (*oreochromis niloticus*). Selanjutnya, upaya untuk meningkatkan nilai jual dari produk olahan ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dibutuhkan Teknik pengemasan yang mampu menarik konsumen (Meliza, 2022).

Komoditas Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) menjadi salah satu komoditas utama pembangunan perikanan budidaya di Indonesia sehingga ditargetkan untuk mendorong tercapainya industrialisasi perikanan. Pengembangan Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) membutuhkan dukungan kebijakan yang strategis dalam upaya mendorong Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) sebagai komoditas industrialisasi perikanan (Hadie L Emmawati, et al, 2018).

Keberhasilan usaha budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dipengaruhi oleh tingkat pertumbuhan ikan itu sendiri yang akan menunjang ketersediaan pakan. Pertumbuhan ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dipengaruhi oleh faktor internal yaitu kualitas ikan itu sendiri dan faktor eksternal yang terdiri dari ketersediaan pakan dan faktor lingkungan perairan. Pertumbuhan merupakan hasil metabolisme pakan yang diakhiri dengan penyusunan unsur-unsur tubuh. Pakan yang dimakan oleh ikan digunakan untuk pertumbuhan dan sebagai sumber energi dalam beraktivitas (Sibagariang, et al, 2020)

Harga pakan yang tinggi dan harga jual produksi yang relatif rendah menjadi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pembudidaya Ikan Nila (*oreochromis niloticus*). Penjualan Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) hanya dijual kepada pasar

tradisional seperti pengepul maupun pasar mingguan. Promosi merupakan salah satu metode untuk meningkatkan nilai jual. Dengan promosi, masyarakat akan mengetahui keberadaan usaha perikanan tersebut. Selain itu, diversifikasi produk olahan ikan mampu meningkatkan harga jual ikan (Syafriani, et al, 2020)

Potensi lahan perikanan budidaya di Indonesia cukup besar yang didukung oleh keragaman fisiografis menguntungkan untuk akuakultur. Rantai pemasaran Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dimulai dari petani-pengepul -konsumen (Siby J Leneox, et al, 2023).

Permasalahan yang sering dihadapi oleh berbagai jenis produk perikanan termasuk ikan Nila (*oreochromis niloticus*) adalah harga yang tidak menentu, sehingga menyebabkan kekhawatiran pembudidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*). Pemasaran produk perikanan sering mengalami perubahan harga yang sangat signifikan yang dipengaruhi oleh jumlah produksi perikanan itu sendiri. Pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) umumnya melibatkan pedagang perantara seperti pengepul, pedagang besar, pedagang pengecer sehingga berdampak kepada rendahnya harga yang diterima oleh pembudidaya ikan (Pranata, S.A dan Musnaini, 2022).

Permasalahan pasar menjadi salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh pembudidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur. Permasalahan akses pasar ini berdampak kepada keberlanjutan usaha budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) yang dilakukan oleh masyarakat. Ikan nila (*oreochromis niloticus*) atau disebut Tilapia, merupakan salah satu komoditi perikanan budidaya air tawar yang memiliki nilai ekonomis yang cukup penting.

Angka konsumsi ikan di Provinsi Nusa Tenggara barat berdasarkan susenas 2021 mencapai 50,21 perkapita, dan khusus untuk Kabupaten Lombok Timur Tingkat konsumsi ikan Nila mencapai 33,76/kapita/tahun. Pembudidaya ikan di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur melakukan kegiatan budidaya Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dengan media kolam dan dengan sistem kolam air deras. Produksi Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur terus berlangsung sepanjang tahun, tetapi berbagai permasalahan dihadapi oleh pembudidaya ikan antara lain: 1) ikan yang diproduksi sulit terjual, sehingga berdampak kepada bertambahnya biaya produksi; 2) harga relatif rendah, 3) harga pakan tinggi dan 4) modal usaha rendah.

Berdasarkan kondisi yang dihadapi oleh pembudidaya Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel, maka tujuan penelitian ini yaitu: 1) saluran pemasaran ikan Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur, 2) strategi pemasaran Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur.

Metode Penelitian

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2023 sampai dengan bulan Oktober 2023 di Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur.

Rancangan Penelitian

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan teknik wawancara, kuesioner dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dengan studi pustaka yang relevan. Responden ditentukan dengan metode *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik *sampling* yang memberikan kemungkinan yang sama pada setiap individu untuk menjadi sampel (Fauzy A, 2019)

Responden dalam penelitian ini 87 orang terdiri dari:

- a. Pembudidaya Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur sebanyak 80 orang
- b. Pemerintah terdiri dari Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Lombok Timur, Penyuluh Perikanan Aikmel, Pemerintah Desa masing-masing sebanyak satu orang
- c. Pihak swasta yang terdiri dari pemerhati perikanan di Kabupaten Lombok Timur sebanyak dua orang.
- d. Pedagang/pengepul ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur sebanyak dua orang.

Prosedur Kerja

Prosedur kerja dalam pelaksanaan penelitian ini meliputi: 1) Penyusunan proposal penelitian, materi penelitian dan rencana kerja pelaksanaan penelitian, 2) *Focus Group Discussion (FGD)* bertujuan untuk mengumpulkan berbagai informasi yang relevan dengan kegiatan penelitian, 3) melakukan kajian literatur, 4) melakukan wawancara langsung dengan *stakeholder* (responden) dengan panduan kuesioner yang sudah dipersiapkan. 5) tabulasi dan analisis data yang sudah terkumpul. Data yang sudah dikumpulkan ditabulasi kedalam tabel yang sudah dipersiapkan dan data yang terkumpul selanjutnya dianalisis untuk memperoleh simpulan dalam kegiatan penelitian ini. 6) menyusun laporan lengkap dari hasil penelitian, 7) Publikasi hasil penelitian

Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan analisis SWOT. Pada tahap awal dilakukan analisis deskriptif melalui kegiatan studi pendahuluan di lokasi penelitian, wawancara dengan panduan kuesioner dan studi literatur. Data dan informasi yang dikumpulkan akan ditabulasi dalam tabel yang mencakup faktor internal dan faktor eksternal pemberdayaan nelayan dilokasi penelitian. Untuk menentukan strategi pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara

Barat dilakukan analisis faktor internal dan eksternal dengan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dalam suatu proyek dengan mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) (Mashuri dan Nurjannah, D, 2020)

Hasil dan Pembahasan

Kecamatan Aikmel memiliki potensi pengembangan perikanan budidaya yang cukup potensial, hal ini didukung dengan ketersediaan kawasan budidaya yang masih banyak untuk dikembangkan. Kecamatan Aikmel juga memiliki ketersediaan debit air yang stabil sepanjang tahun. Potensi perikanan yang dimiliki Kecamatan Aikmel menjadikan Kecamatan Aikmel menjadi salah satu sentra kawasan perikanan di Kabupaten Lombok Timur Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Kegiatan budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel mengalami peningkatan sehingga menjadi salah satu bidang usaha yang mampu meningkatkan perekonomian masyarakat. Usaha budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel dilakukan dengan sistem kolam air deras dengan konstruksi kolam beton dan tanah. Produksi ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel yang dihasilkan oleh pembudidaya ikan cukup tinggi yakni dengan kisan 1-1,2 ton/16 m²/siklus usaha. Siklus usaha berkisar antara 3-6 bulan tergantung dari ukuran bibit yang ditebar pada awal masa pemeliharaan (Ardini Sujilia, 2023).

Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis faktor internal eksternal merupakan metode analisis SWOT yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada di lingkungan perusahaan. Selanjutnya dapat diketahui faktor internal dan eksternal dan bagaimana pengaruhnya terhadap perusahaan (Subaktillah dkk, 2018 dalam Subhan, 2021).

Faktor Internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan dalam strategi pemasaran ikan di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur. Faktor Eksternal terdiri dari peluang dan ancaman dalam strategi pemasaran ikan di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur.

1. Kekuatan
Potensi lahan kawasan budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) masih luas, debit air tersedia sepanjang tahun, akses jalan bagus, terdapat kelompok pembudidaya ikan (POKDAKAN).
2. Kelemahan
Rendahnya harga jual produk ikan Nila (*oreochromis niloticus*) yang dihasilkan, teknologi tradisional, kekurangan modal usaha, tidak adanya jaminan stabilitas harga ikan, rendahnya SDM
3. Peluang
Adanya program pemerintah Gemar Makan Ikan (GEMARIKAN), Adanya usaha dagang ikan, teknologi produksi sistem bioflok dan teknologi pembuatan pakan buatan
4. Ancaman
Alih fungsi lahan budidaya menjadi kawasan perkampungan, harga pakan terus mengalami peningkatan

Saluran Pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel di Kabupaten Lombok Timur

Saluran pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur terdiri dari 3 (tiga) jenis saluran antara lain: 1) Produsen (pembudidaya ikan)-Konsumen, 2) Produsen (Pembudidaya ikan)-Pengepul-Konsumen, 3) Produsen (Pembudidaya ikan)-Pengepul-Rumah Makan/Lesehan-Konsumen. Pemasaran ikan yang efisien terjadi apabila saluran pemasaran meliputi Produsen (Pembudidaya ikan)-Pengepul-Konsumen, karena dapat mempersingkat saluran pemasaran dan menekan biaya operasional. Ketidakmampuan Pembudidaya ikan menanggung besarnya biaya distribusi menyebabkan terlibatnya beberapa lembaga pemasaran seperti tengkulak dan pengecer

(Suherman Try, dkk, 2011 dalam Subhan, 2021).

Harga ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur selama periode 2019-2022 berkisar antara Rp. 23.500/kg sampai dengan Rp. 25.500/kg. harga dipengaruhi oleh ketersediaan ikan ditingkat petani yang siap panen, kemampuan manajemen usaha Pembudidaya ikan, tingkat kesejahteraan Pembudidaya ikan, keterbatasan modal kerja. Beberapa solusi yang dapat mengatasi permasalahan pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel di Kabupaten Lombok Timur, antara lain: menyusun peraturan tentang untuk mengatur harga jual dan beli ikan baik bibit ikan maupun ikan konsumsi, mendorong masuknya investor yang bergerak dalam usaha budidaya ikan ikan Nila (*oreochromis niloticus*), stabilitas harga ikan Nila (*oreochromis niloticus*), peningkatan

kapasitas Pembudidaya ikan melalui pelatihan teknologi budidaya, panen dan pasca panen, mendorong industrialisasi perikanan budidaya (Dinas Kelautan dan Perikanan. 2020).

Strategi Pemasaran Ikan Nila

Strategi pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) Di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur disusun dengan beberapa langkah antara lain 1) pengumpulan data/informasi; 2) analisis SWOT; dan 3) kesimpulan. Pengumpulan data/informasi dilakukan dengan melakukan wawancara dengan responden. Data/informasi sekunder didapatkan dari berbagai referensi yang relevan dengan penelitian ini. Rumusan strategi pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur, dilakukan analisis data/informasi dengan analisis SWOT (Tabel 1).

Tabel 1. Faktor internal dan eksternal strategi pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S) Potensi lahan kawasan budidaya ikan nila masih luas, Debit air tersedia sepanjang tahun, Akses jalan bagus, Terdapat kelompok pembudidaya ikan (POKDAKAN).	Kelemahan (W) Rendahnya harga jual produk ikan yang dihasilkan Teknologi tradisional, kekurangan modal usaha Tidak adanya jaminan stabilitas harga ikan Rendahnya SDM
Faktor Peluang (O) Adanya program pemerintah Gemar Makan Ikan (GEMARIKAN) Adanya usaha dagang ikan Teknologi produksi sistem bioflok Teknologi pembuatan pakan buatan	Strategi SO Memaksimalkan potensi lahan dan POKDAKAN dengan memberikan kegiatan pelatihan dan sosialisasi program kepada POKDAKAN	Strategi WO Memaksimalkan peran Usaha Dagang untuk mencapai stabilitas pemasaran ikan Nila (<i>oreochromis niloticus</i>)
Ancaman (T) Alih fungsi lahan budidaya menjadi kawasan perkampungan,	Strategi ST Meningkatkan kualitas SDM dan POKDAKAN dalam pengelolaan usaha budidaya ikan Nila (<i>oreochromis niloticus</i>)	Strategi WT Memaksimalkan kegiatan pelatihan teknologi produksi, manajemen pasar untuk memaksimalkan pemanfaatan

harga pakan terus mengalami peningkatan		lahan budidaya ikan Nila
---	--	--------------------------

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur masih lemah tetapi mempunyai peluang yang besar. Strategi pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur selama ini masuk dalam Kuadran III (negatif, positif), artinya strategi pemasaran harus dirubah untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur dapat dilakukan dengan beberapa strategi yaitu:

- 1) Strategi SO: Memaksimalkan potensi lahan dan POKDAKAN dengan memberikan kegiatan pelatihan dan sosialisasi program kepada POKDAKAN. Kemandirian POKDAKAN memeberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan budidaya ikan nila (*oreochromis niloticus*). Hubungan antara kemandirian kelompok dengan dinamika kelompok menggambarkan korelasi yang positif, artinya apabila salah satu variabel naik maka variabel lainnya akan mengalami kenaikan juga, begitu juga sebaliknya (Aulia Gilang, dkk, 2022)
- 2) Strategi ST: Meningkatkan kualitas SDM dan POKDAKAN dalam pengelolaan usaha budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*). Usaha budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kabupaten Lombok Timur layak untuk dikembangkan dengan Rasio B/C sebesar 1,51, NPV sebesar Rp. 36.297.168, IRR sebesar 27,70% dan PP (*Payback Periode*) pada umur 3 tahun 11 bulan 24 hari, BEP sebesar 151,65 Kg. status keberlanjutan usaha budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) ini hendaknya ditopang oleh peningkatan kulaitas sumberdaya manusianya sehingga akan lebih mudah dalam memahami dan mengaplikasikan teknologi produksi (Ratnasari A, dkk. 2021). Pengembangan potensi bisnis ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dapat dilakukan dengan mengadakan kegiatan pelatihan yang

berhubungan dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan Masyarakat pembudidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dalam memanfaatkan seluruh potensi sumberdaya perikanan budidaya yang ada (Kusumanti I, et al, 2023).

- 3) Strategi WT: Memaksimalkan kegiatan pelatihan teknologi produksi, manajemen pasar untuk memaksimalkan pemanfaatan lahan budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*). Upaya untuk memaksimalkan pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dapat dilakukan dengan melaksanakan kegiatan pelatihan, dengan tahapan sebagai berikut: a) menentukan strategi pemasaran dengan memperhatikan jenis komoditi yang akan dipasarkan, b) melakukan identifikasi tingkat persaingan, konsumen yang akan menjadi target pemasaran dan diferensiasi produk yang dihasilkan, c) melakukan promosi produk yang dihasilkan yang dapat dilakukan dengan metode *offline* maupun *online*, d) meningkatkan kualitas ujung tombak pemasaran, *barnding* dan melengkapi seluruh kegiatan administrasi yang berhubungan dengan legalitas izin usaha (Ulfa, A.N, et al, 2020)
- 4) Strategi WO: Memaksimalkan peran Usaha Dagang untuk mencapai stabilitas pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*). Upaya untuk mendapatkan *customer* yang lebih banyak dan omzet penjualan yang lebih tinggi, pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) dapat dilakukan dengan melakukan pembinaan yang berkelanjutan dengan memfasilitasi penetapan startegi pemasaran. Pemanfaatan *Digilat Marketing* seperti menggunakan sosial media dapat dijadikan sebagai salah satu Upaya untuk meningkatkan jangkauan pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*).

KESIMPULAN

Saluran pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur terdiri dari 3 (tiga) jenis saluran antara lain: 1)

Produsen (pembudidaya ikan)-Konsumen, 2) Produsen (Pembudidaya ikan)-Pengepul-Konsumen, 3) Produsen (Pembudidaya ikan)-Pengepul-Rumah Makan/Lesehan-Konsumen

Pemasaran ikan yang efisien terjadi apabila saluran pemasaran meliputi Produsen (Pembudidaya ikan)-Pengepul-Konsumen, karena dapat mempersingkat saluran pemasaran dan menekan biaya operasional. Pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur dapat dilakukan dengan beberapa strategi yaitu: 1) Strategi SO: Memaksimalkan potensi lahan dan POKDAKAN dengan memberikan kegiatan pelatihan dan sosialisasi program kepada POKDAKAN, 2) Strategi ST: Meningkatkan kualitas SDM dan POKDAKAN dalam pengelolaan usaha budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*), 3) Strategi WT: Memaksimalkan kegiatan pelatihan teknologi produksi, manajemen pasar untuk memaksimalkan pemanfaatan lahan budidaya ikan Nila (*oreochromis niloticus*), dan 4) Strategi WO: Memaksimalkan peran Usaha Dagang untuk mencapai stabilitas pemasaran ikan Nila (*oreochromis niloticus*).

DAFTAR PUSTAKA

- Meliza. (2022). Pelatihan Pengemasan Produk sebagai Strategi Pemasaran Ikan Nila Desa Degayu Pekalongan Utara. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 51-54
- Hadie L Emmawati, Kusnendar, E, Priono, B, Dewi R.R.S.P.S, Hadie W. (2018). Strategi dan Kebijakan Produksi pada Budidaya Ikan Nila Berdaya Saing. *Jurnal Kebijakan Perikanan Indonesia*, 75-85
- Sibagariang D,I.S, Ismi E.P, Saidah, Ayu H. (2020). Pola Pertumbuhan Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) Hasil Budidaya di Desa Bangun Sari Baru Kecamatan Tanjung Morawa. *Jurnal Jeumpa*. 443-449.
- Syafriani, Viora D, Astuti. (2020). Pengembangan USaha Ikan Nila di Desa Merangin Kecamatan kampar Riau. *Jurnal Terapan Abdimas*, 71-74
- Siby J Leneox, Sondakh S.J, Durand S.S, Jardie A Andaki, Djuwita R.R Aling, Grace O Tambani. (2023). Analisis Finansial Usaha Pemasaran Ikan Nila di Desa Warukapas Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. *Akulturasi; Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 127-137
- Satria A.P dan Musnaini. (2022). Efisiensi Pemasaran Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) Keramba Jaring Apung Sungai Batanghari Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal manajemen Terapan dan Keuangan (Menjeu)*. 554-568.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Mashuri dan Nurjannah D. (2020). Analsis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 97-112
- Ardini Sujilia. (2023). Profil POKDAKAN Harapan Bersama Desa Aikmel Barat, Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur. Buku Profil. Balai Besar Riset budidaya laut dan penyuluhan Perikanan Gondol. Pusat Pelatihan dan Penyuluhan Kelautan dan Perikanan. Badan Riset dan Sumberdaya Manusia Kelautan dan Perikanan. Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia
- Subhan, (2021). Strategi Pemasaran garam di Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat
- Aulia Gilang, Euis Dasipah, Nendah S.P. (2022). Pengaruh Dinamika dan Kemandirian Kelompok Pembudidaya Ikan (POKDAKAN) terhadap Keberhasilan Usaha Budidaya Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) (Suatu Kasus di Sukabumi). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah*

*Berwasasan Agribisnis Mimbar Agri
Bisnis. 912-919.*

Ratnasari A, Ramadhani E.P, Tien L. (2021)
Kelayakan Usaha Budidaya Ikan Nila
(*oreochromis niloticus*) di Desa
Cibanur Kabupaten Sumedang:
Sebuah Keberlanjutan. *Jurnal Sosiasal
Ekonomi Pertanian (JSEP)*. 281-298.

Kusumanti I, Amalia P.F, Dian E.R, Cecilia
E.I. (2023). Sosialisasi Potensi Bisnis
Ikan Nila (*oreochromis niloticus*) di
Desa Nagrak, Kabupaten Cisaat,
Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pengabdian
Masyarakat Agrokreatif*. 154-163

Ulfa, A.N, Umi Barokah, Darsono, Rhina U.F,
Joko Sutrisno, Suprapti S. (2020).
Peningkatan Kapasitas Usaha Mina
Mandiri melalui Pelatihan Pemasaran
Produk Olahan Ikan. *Journal of
Community Empowering and Science
Prima*. 1-6.

Dinas Kelautan dan Perikanan. (2020).
Statistik Perikanan Kabupaten
Lombok Timur Tahun 2019. Dinas
Kelautan dan Perikanan Kabupaten
Lombok Timur. Selong