

STRATEGI RESILIENSI PEMBUDIDAYA IKAN HIAS AIR TAWAR DI KOTA PANGKAL PINANG

Resilience Strategy of Freshwater Ornamental Fish Cultivation in Pangkal pinang City

Nadya Indah Pusvita¹, Endang Bidayanti^{1*}, dan Denny Syaputra¹

¹Universitas Bangka Belitung, Desa Balu nijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten
Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

*Korespondensi Email: endangbidayani@gmail.com

(Received 21 Januari 2022; Accepted 31 Maret 2022)

ABSTRAK

Usaha budidaya ikan hias memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan, hal ini disebabkan karena dalam budidaya ikan hias memiliki keunggulan-keunggulan seperti teknologi mudah diserap dan diterapkan. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menganalisis tingkat pendapatan pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang, dan 2) Merumuskan strategi resiliensi pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa pembudidaya berpotensi menjalankan usaha ikan hias air tawar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode penentuan subjek penelitian dalam penelitian ini adalah metode *snowball*, pembudidaya yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 15 pembudidaya ikan hias air tawar. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dari lapangan dikumpulkan terlebih dahulu baru kemudian diolah secara tabulatif dan deskriptif baik kualitatif maupun kuantitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pendapatan pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang sebesar Rp 984.429.618,00 per tahun. Pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang menerapkan tiga strategi untuk bertahan yaitu strategi aktif 100%, strategi pasif 6,67% dan strategi jaringan 33,3%. Nilai rata-rata *Revenue Cost Ratio* pada usaha ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang sebesar 3,31 dalam setahun.

Kata kunci : *air tawar, ikan hias, pembudidaya, pendapatan, resiliensi*

ABSTRACT

This study aims to: 1) Analyze the income level of freshwater ornamental fish cultivators in Pangkalpinang City, and 2) Formulate resilience strategies for freshwater ornamental fish cultivators in Pangkalpinang City. The research location was chosen by purposive sampling with the consideration that the cultivators have the potential to run a freshwater ornamental fish business. The method used in this research is a survey method. The method of determining

the research subject in this study was the snowball method, the cultivators who were the samples in this study were 15 freshwater ornamental fish cultivators. The data collected consists of primary data and secondary data. The data obtained from the field is collected first and then processed in a tabular and descriptive manner, both qualitatively and quantitatively. The results of the study concluded that the income of freshwater ornamental fish cultivators in Pangkalpinang City was Rp. 984,429,618.00 per year. Freshwater ornamental fish cultivators in Pangkalpinang City apply three strategies to survive, namely 100% active strategy, 6.67% passive strategy and 33.3% network strategy. The average value of Revenue Cost Ratio in freshwater ornamental fish business in Pangkalpinang City is 3.31 in a year.

Keywords: *fresh water, ornamental fish, farmers, income, resilience*

PENDAHULUAN

Usaha budidaya ikan hias memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan, hal ini disebabkan karena dalam budidaya ikan hias memiliki keunggulan-keunggulan seperti teknologi mudah diserap dan diterapkan. Budidaya ikan hias dapat diusahakan dalam skala rumah tangga dan usaha kecil tidak membutuhkan lahan yang luas, dapat dipanen dalam waktu yang singkat budidaya ikan hias juga mampu menyerap tenaga kerja. Sumbangan budidaya ikan hias terhadap penyediaan produk perikanan masih relatif kecil, tetapi terus menunjukkan kecenderungan meningkat dari tahun ke tahun. (Kusrini, 2010). Prospek bisnis ikan hias di Indonesia cukup cerah. Faktor pendukungnya adalah jenis ikan yang bedragam, air cukup, lahan masih sangat luas dan iklimnya yang cocok untuk kegiatan budidaya. (Irawan, 2018)

Salah satu komoditas ikan hias air tawar introduksi yang sampai saat ini masih menjadi primadona di pasar internasional dan merupakan ikan hias kelompok mahal. (Kusrini *et al.*, 2015). Budidaya ikan hias air tawar merupakan salah satu usaha agribisnis dengan prospek yang cerah, karena potensi pasarnya masih sangat terbuka, baik pasar domestik, regional maupun internasional. Hal ini dapat ditunjukkan oleh peningkatan ekspor ikan hias dari tahun ke tahun. Sebagai contoh, pada tahun 1994-1999 terjadi kenaikan nilai ekspor sebesar 30,35% dan volume meningkat sebesar 40,92% (Alifuddin *et al.*, 2003). Menurut data dari Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, 2015 yang menjelaskan bahwa ikan hias di Indonesia mempunyai pasar yang besar, baik ikan hias air tawar maupun ikan hias air laut. Kurang lebih 1.100 spesies ikan hias air tawar yang diperdagangkan secara global dan Indonesia memiliki 400 spesies, namun hanya sekitar 90 spesies yang dibudidayakan masyarakat. (Benjamin, 2019)

Usaha budidaya ikan hias khususnya ikan hias air tawar sangat memungkinkan untuk dilakukan, bahkan dilokasi perkotaan yang penduduknya padat dan kalau dari jenisnya ikan hias yang dibudidayakan sangat variasi serta dapat dikembangkan. Budidaya ikan hias air tawar telah menjadi bagian hidup rakyat. Seiring dengan berkembangnya teknologi, maka sudah banyak jenis ikan hias yang dapat dikembangkan dan dibudidayakan secara massal di Indonesia (Mukti, 2019). Proses perumusan strategi pengembangan budidaya ikan konsumsi air tawar dan ikan hias air tawar dilakukan dengan melihat dan menganalisis lingkungan budidaya ikan. Analisis dilakukan dengan melihat lingkungan internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan industri budidaya. Faktor-faktor tersebut diidentifikasi dalam strategi perencanaan yang dipakai sebagai dasar menentukan perbaikan yang diperlukan dalam pengembangan selanjutnya. (Alifuddin *et al.*, 2003)

Jenis-jenis ikan hias air tawar yang banyak dibudidayakan di Kota Pangkalpinang berupa ikan hias cupang, guppy, chana, koki dan lohan. Permintaan masyarakat lokal pun mulai tumbuh menjamur akan tetapi kesulitan dalam pemasaran (Ekojono *et al.*, 2018). Pelaku budidaya ikan hias sering menghadapi berbagai macam kendala untuk melakukan

pengembangan usahanya mulai dari pemasaran dalam daerah sendiri dimana toko ikan hias menawarkan ikan hias kepada pembudidaya dengan harga yang relatif rendah sedangkan saat pembudidaya mempromosikan ikan hias di media sosial seperti facebook maka akun pembudidaya akan terkena *report* dan *banned*, kesulitan jasa pengiriman apalagi ditambah masa pandemi sekarang dan berbagai macam kesulitan pembudidaya lainnya. Kewirausahaan atau entrepreneurship dianggap sebagai suatu proses kreatif dan inovatif di dalam mengelola potensi sumber daya untuk menghasilkan nilai tambah dalam kemanfaatan, mutu, ataupun nilai ekonominya (Putri *et al.*, 2021). Proses membangun entrepreneurship bagi alumni adalah sebuah tantangan sekaligus seni membentuk alumni yang taktis, praktis, dan optimis untuk mengisi celah-celah peluang usaha yang tersedia dan/atau membuat peluang usaha tersebut tersedia di masyarakat (Kurniawan *et al.*, 2021). Oleh karena itu penelitian ingin melihat strategi bertahan hidup (resiliensi) apa yang pembudidaya ikan hias air tawar gunakan dalam menghadapi berbagai kesulitan pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tingkat pendapatan pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang, dan merumuskan strategi resiliensi pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang

METODE PENELITIAN

Penelitian strategi resiliensi pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang dilaksanakan pada bulan Januari– Februari 2021. Penelitian ini dilakukan di Kota Pangkalpinang, Kepulauan Bangka Belitung. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa pembudidaya berpotensi menjalankan usaha ikan hias air tawar

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Teknik penelitian menggunakan metode studi kasus. Metode penentuan subjek penelitian dalam penelitian ini adalah metode *snowball* (bola salju). Informan yang dipilih oleh peneliti berjumlah 15 responden. Pemilihan informan kunci oleh peneliti berdasarkan kriteria sebagai berikut: 1) Informan kunci yang dipilih adalah pembudidaya yang memang menjalani usaha budidaya ikan hias air tawar bukan pembudidaya yang hanya sekedar hobi tetapi tidak memasarkan produksi budidaya ikan hias air tawar tersebut; dan 2) Pembudidaya ikan hias air tawar yang sudah lama menjalani usaha minimal 1 tahun.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Dalam penelitian ini, analisis data akan dilakukan secara mendalam dengan harapan dapat mengetahui strategi bertahan pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang dengan melihat perbandingan jumlah pembudidaya yang menggunakan strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan terhadap kesulitan pemasaran.

HASIL

Pendapatan Pembudidaya Ikan Hias Air Tawar

Jenis biaya usaha budidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang meliputi biaya tetap dan biaya variable sebagaimana tersaji pada Tabel 1. Penerimaan rata-rata per tahun (Tabel 2) sebesar Rp 92.063.000,-, dan pendapatan rata-rata per tahun (Tabel 3) sebesar Rp 65.647.752,-.

Tabel 1. Total biaya produksi usaha budidaya ikan hias air tawar per tahun.

No	Jenis biaya	Total biaya (Rp/th)
1	Biaya tetap	Rp 11.989.514,00
2	Biaya variabel	Rp 14.425.733,00
Jumlah biaya produksi		Rp 26.415.247,00

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Tabel 2. Penerimaan usaha budidaya ikan hias air tawar per tahun

No	Nomor responden	Penerimaan
1	Responden 1	Rp 99.890.000,00
2	Responden 2	Rp 57.380.000,00
3	Responden 3	Rp 72.905.000,00
4	Responden 4	Rp 49.750.000,00
5	Responden 5	Rp 83.495.000,00
6	Responden 6	Rp 170.025.000,00
7	Responden 7	Rp 74.785.000,00
8	Responden 8	Rp 98.315.000,00
9	Responden 9	Rp 115.075.000,00
10	Responden 10	Rp 66.725.000,00
11	Responden 11	Rp 111.870.000,00
12	Responden 12	Rp 50.555.000,00
13	Responden 13	Rp 89.985.000,00
14	Responden 14	Rp 159.090.000,00
15	Responden 15	Rp 81.100.000,00
Jumlah		Rp 1.380.945.000,00
Rata-rata		Rp 92.063.000,00
Simpangan baku		35.671.731.60

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Tabel 3. Pendapatan usaha budidaya ikan hias air tawar per tahun

No responden	Penerimaan(Rp)	Total Biaya(Rp)	Pendapatan(Rp)
1	Rp 99.890.000,00	Rp 47.887.500,00	Rp 52.002.500,00
2	Rp 57.380.000,00	Rp 14.833.500,00	Rp 42.546.500,00
3	Rp 72.905.000,00	Rp 14.060.666,00	Rp 58.844.334,00
4	Rp 49.750.000,00	Rp 9.700.317,00	Rp 40.049.683,00
5	Rp 83.495.000,00	Rp 14.428.250,00	Rp 69.066.750,00
6	Rp 170.025.000,00	Rp 62.713.333,00	Rp 107.311.667,00
7	Rp 74.785.000,00	Rp 10.949.000,00	Rp 63.836.000,00
8	Rp 98.315.000,00	Rp 37.513.500,00	Rp 60.801.500,00
9	Rp 115.075.000,00	Rp 38.747.826,00	Rp 76.327.174,00
10	Rp 66.725.000,00	Rp 11.657.830,00	Rp 55.067.170,00
11	Rp 111.870.000,00	Rp 32.115.160,00	Rp 79.754.840,00
12	Rp 50.555.000,00	Rp 11.573.000,00	Rp 38.982.000,00
13	Rp 89.985.000,00	Rp 15.357.500,00	Rp 74.627.500,00
14	Rp 159.090.000,00	Rp 59.652.083,00	Rp 99.437.917,00
15	Rp 81.100.000,00	Rp 15.039.250,00	Rp 66.060.750,00
Total			Rp 984.716.285,00
Rata-rata			Rp 65.647.752,00

Simpangan Baku	19.918.406.90
----------------	---------------

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Strategi resiliensi pembudidaya

Salah satu permasalahan yang sering terjadi pada proses pengembangan usaha yaitu masalah pemasaran yang memberi dampak cukup signifikan terhadap pendapatan pembudidaya. Hal ini membuat pembudidaya menggunakan beberapa strategi untuk memecahkan masalah kesulitan pemasaran (Tabel 4).

Tabel 4. Strategi resiliensi pembudidaya ikan hias air tawar

No	Strategi	Jumlah pembudidaya	Persentase
1	Strategi aktif	15	100
2	Strategi jaringan	5	33,3
3	Strategi pasif	1	6,67

Sumber: Data Primer diolah (2021)

PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan total pendapatan usaha budidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang sebesar Rp65.647.000,-pertahun. Koefisien keragaman dari 15 pembudidaya yaitu sebesar 30%. Pendapatan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh total penerimaan (TR) dan biaya total produksi (TC), semakin tinggi total penerimaan dan semakin rendah total biaya produksi maka semakin tinggi pendapatan suatu usaha (Saputriningsih, 2021). Namun semakin rendah penerimaan dan total biaya produksi yang tinggi akan mengakibatkan kerugian pada suatu usaha. Maka dari itu keseimbangan dari penerimaan dan total biaya produksi perlu di perhitungkan agar tidak terjadi kerugian pada suatu usaha yang dilakukan. (Sutawijaya *et al.*, 2013)

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa rata-rata pendapatan yang diterima oleh pembudidaya ikan hias air tawar sebesar Rp 5.470.646,00 per bulan, jika dibandingkan nilai UMK (Upah Minimum Kota/Kabupaten) Kota Pangkalpinang saat ini di tahun 2020/2021 sebesar Rp 3.200.000,00 perbulan artinya bahwa rata-rata pendapatan usaha ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang lebih besar melebihi UMK (Upah Minimum Kota). Maka dari itu pendapatan usaha ikan hias air tawar tergolong tinggi. Faktor internal dan eksternal dari segmen usaha ikan hias yang telah ditentukan selanjutnya diolah untuk mengetahui posisi strategis pada usaha budidaya kelompok Mitra Posikandu.(Bahrudin *et al.*, 2021) Pembobotan dilakukan dengan responden pakar diolah dengan expert choice 11 dan rating. Usaha budi daya ikan hias air tawar memerlukan input produksi serta berhadapan dengan sejumlah tantangan seperti kondisi cuaca dan iklim yang memungkinkan terjadinya risiko produksi yang terkait dengan penyakit ikan dan tingkat ketahanan hidup (survival rate) ikan. Tantangan lainnya adalah kondisi pasar global yang penuh dengan persaingan serta adanya kesepakatan internasional yang menyangkut lingkungan (limbah produksi) dan jenis-jenis ikan yang dilindungi dalam PP No.7 Tahun 1999 tentang Pengawetan Jenis Tumbuhan dan Satwa atau yang termasuk dalam Appendix I CITES (Convention on International Trade in Endangered

Species), seperti ikan Arwana (*Scleropages formosus*) dan Arwana Irian (*Scleropages jardini*), ikan Napoleon, Kuda laut dan karang/koral.(Nurhayati *et al.*, 2020)

Strategi resiliensi pembudidaya

Pembudidaya ikan hias di Kota Pangkalpinang menerapkan ketiga model strategi, yakni aktif, pasif dan jaringan. Pembudidaya menerapkan 100% strategi aktif dalam upaya pemasaran produknya. Menurut (Irawan, 2018) strategi aktif adalah strategi yang memanfaatkan segala potensi yang ada untuk mengatasi kesulitan pemasaran. Berikut strategi aktif yang digunakan dalam proses pemasaran ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang yaitu :

- a) Pengajuan banding ke pihak media sosial serta membuat akun cadangan. Pengajuan banding memerlukan waktu yang cukup lama untuk diproses dan memulihkan akun pembudidaya yang dinonaktifkan, untuk itu sebaiknya pembudidaya memiliki akun lebih dari satu atau cadangan agar penjualan ikan hias di media sosial tetap berjalan hingga akun yang dinonaktifkan diaktifkan kembali.
- b) Menekankan kualitas ikan hias yang dijual sesuai dengan harga, pembudidaya memberikan harga jual yang sesuai dengan kualitas ikan hias. Pembudidaya biasanya memberikan gambaran atau contoh ikan hias yang dipasarkan kepada konsumen serta memberikan keterangan berupa jenis dan ukuran ikan hias yang dijual. Hal ini diharapkan agar para konsumen paham dan bisa mencari perbandingan harga jual ikan hias yang dipasarkan oleh pembudidaya dengan toko ikan hias lainnya.
- c) Memperketat prosedur dalam penerimaan paket. Hal ini dikarenakan sering terjadinya penipuan dari konsumen kepada pembudidaya agar ikan hias dikirim kembali atau mendapatkan pengembalian berupa uang untuk mengganti rugi akibat ikan hias yang dikirim oleh pembudidaya dalam keadaan mati tetapi tanpa adanya bukti video unboxing dari pihak konsumen yang menunjukkan bahwa ikan hias yang sampai kepada konsumen tidak sesuai atau rusak. Maka dari itu pembudidaya melakukan penegasan dalam pembelian apabila tidak disertai video atau foto saat unboxing ikan yang dibeli bukan lagi tanggung jawab pembudidaya dan konsumen harus mentaati semua peraturan apabila ingin membeli ikan hias pembudidaya tersebut.
- d) Meningkatkan teknik pengambilan foto dan video agar ikan terlihat lebih indah dan menarik konsumen, sebab banyak sebagian pembudidaya yang kurang mengetahui teknik dalam menarik minat konsumen, sedangkan dalam mempromosikan suatu produk hal ini sangat berpengaruh dalam hasil penjualan untuk memikat konsumen dimana yang awalnya konsumen hanya ingin melihat menjadi berkeinginan untuk membeli produk. Maka dari itu perlu adanya keahlian dalam pengambilan gambar ikan hias yang ingin di promosikan dengan menambah editan akan tetapi tidak merubah warna ikan dan biasanya disertai lagu agar lebih terlihat elegan dan tidak membosankan.
- e) Mempertahankan kualitas produk ikan hias yang dijual. Kebanyakan konsumen ingin membeli produk ikan hias dengan harga yang murah tetapi meminta untuk diberikan kualitas dengan grade yang bagus. Hal ini membuat pembudidaya harus mencari solusi agar konsumennya puas dengan produk yang pembudidaya berikan sesuai harga yang konsumen minta agar konsumen tetap berlangganan. Maka dari itu pembudidaya biasanya menyesuaikan dari segi ukuran ikan namun dengan jenis ikan yang sama seperti yang diinginkan konsumen, dikarenakan ukuran suatu ikan juga mempengaruhi harga ikan tersebut serta memperkuat kualitas sehingga konsumen selalu yakin bahwa produk yang dijual merupakan grade yang berkualitas dan sesuai dengan harga jual.

- f) Melakukan penyeleksian jasa pengiriman, pembudidaya merugi akibat kurang baiknya penanganan jasa pengirim yang mengakibatkan ikan stres, ikan rusak, hingga mengalami kematian saat sampai di tangan konsumen. Maka dari pengalaman tersebut membuat pembudidaya menyeleksi kembali jasa pengiriman yang lebih baik dan tepat dalam penanganan pengiriman ikan untuk menghindari kerugian akibat kurang baiknya jasa pengiriman.
- g) Menetapkan WL (*Waiting list*) sebagai pemenang cadangan live lelang, karena sering kali disaat sudah melakukan proses lelang dan ditemukan pemenang lelang namun pada saat jatuh tempo pembayaran konsumen tidak menghubungi pembudidaya yang menyebabkan ikan lelang yang tadinya terjual tidak dibayar oleh pemenang lelang. Berdasarkan hal tersebut, lelang yang telah dilakukan tidak membuahkan hasil dan ikan hias pun tidak terjual. Hal ini membuat pembudidaya harus menetapkan WL untuk menjaga apabila konsumen tersebut menghilang dan tidak bisa di hubungi, sehingga ikan yang tidak dibayarkan oleh pemenang lelang pertama bisa dialihkan ke pemenang lelang yang termasuk kedalam WL tersebut.
- h) Melakukan *breeding* kembali, berdasarkan hal tersebut pembudidaya pernah mengalami permasalahan burayak ikan mengalami kematian secara massal akibat beberapa faktor seperti cuaca, minimnya persediaan kutu air di alam apabila musim hujan dan buruknya kualitas air yang menyebabkan harga jual menurun. Berdasarkan hasil wawancara tersebut solusi dari permasalahan pembudidaya hanya melakukan *breeding* kembali sambil menjaga kualitas air serta untuk pakan biasanya pembudidaya melakukan kultur artemia dan untuk menghadapi keadaan cuaca yang menyebabkan ikan mudah terkena jamur itu pemberian obat. Jadi selain diobati juga mampu bertahan sampai cuaca kembali normal.
- i) Mengurus surat karantina, pembudidaya biasanya memanipulasi pengiriman produk ikan merupakan produk pecah belah dikarenakan pembudidaya tidak perlu repot lagi membuat surat karantina setiap pengiriman ikan keluar. Maka dari itu biasanya pembudidaya melakukan manipulasi pengiriman akan tetapi dalam penanganan yang dilakukan jasa pengiriman tidak sesuai dengan pengiriman ikan hias. Agar pengiriman dilakukan dengan penanganan yang baik maka pembudidaya harus membuat surat karantina.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 6,67% atau satu pembudidaya dari 15 pembudidaya yang menggunakan strategi pasif yaitu Bapak Hadi. Sehingga masalah dan solusi yang digunakan oleh pembudidaya tersebut adalah mengurangi kebutuhan serta pengeluaran dalam proses budidaya dan pemasarannya. Hal ini diperkuat (Kusdarwati, 2016) Bahwa strategi pasif adalah strategi bertahan dengan mengurangi atau meminimalisir pengeluaran agar usaha budidaya dan pemasarannya tetap berjalan.

Pembudidaya menerapkan strategi jaringan sebanyak 33,33 Berikut strategi jaringan yang digunakan oleh pembudidaya dalam proses pemasaran ikan hias air tawar di kota Pangkalpinang, yaitu :

- a) Menggunakan jasa pengiriman lain dengan estimasi waktu yang lebih cepat, jasa pengiriman yang lebih murah biasanya memakan waktu pengiriman yang cukup lama untuk sampai ketangan konsumen. Hal ini membuat pembudidaya dan konsumen merasa ragu apabila ikan yang sampai dalam keadaan hidup maka dari itu biasanya ada kesepakatan antara pembudidaya dan konsumen apabila ikan yang dikirim sebaiknya dengan jasa pengiriman yang cepat akan tetapi untuk harga pengiriman lebih mahal. Berdasarkan hal tersebut kesepakatan yang dibuat berada di tangan konsumen.
- b) Menggunakan jasa pengiriman hewan, terdapat jasa pengiriman yang tidak bisa mengirimkan paket berupa hewan hal ini membuat terhambatnya pengiriman ketangan

konsumen sehingga pembudidaya harus mencari jasa pengirim lain yang melayani pengiriman hewan atau biasanya pembudidaya bekerja sama kepada pihak jasa pengiriman tersebut.

- c) Bekerja sama melakukan promosi pemasaran kepada media cetak seperti koran dan majalah serta media elektronik (televisi lokal dan radio) untuk menyampaikan informasi kepada seluruh masyarakat dalam penjualan pemasaran ikan hias air tawar yang ada di Kota Pangkalpinang.
- d) Bergabung dalam satu komunitas agar terjadi relasi atau ilmu yang membuat usaha budidaya berkembang. Berdasarkan hal ini terdapat pembudidaya yang tidak tergabung ke dalam komunitas ikan hias disebabkan karena tidak ada waktu luang untuk berkumpul saat tergabung dengan komunitas. Maka dari itu dikhawatirkan usaha pembudidaya ini sulit untuk berkembang dan kurangnya relasi. Apabila pembudidaya bergabung ke dalam komunitas walaupun hanya di media sosial hal tersebut dapat menambah jaringan usaha atau solusi dari permasalahan yang pembudidaya alami serta dengan pembudidaya bergabung komunitas lain bisa mengajak untuk mengikuti kontes ikan hias yang biasa diadakan untuk mencari nama usaha yang sedang beliau jalankan.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 pembudidaya melakukan kerjasama dengan jasa pengiriman maupun bergabung dengan komunitas ikan hias lainnya. Ikan hias di Indonesia mempunyai pasar yang besar, baik ikan hias air tawar maupun ikan hias air laut. Kurang lebih 1.100 spesies ikan hias air tawar yang diperdagangkan secara global dan Indonesia memiliki 400 spesies, namun hanya sekitar 90 spesies yang dibudidayakan masyarakat. Ikan hias air tawar asli Indonesia yang menjadi komoditas unggulan adalah ikan arwana dan cupang (Nugroho *et al.*, 2017). Hal ini sesuai pendapat Kusnadi (2000) yang menyatakan strategi jaringan merupakan strategi bertahan dengan memanfaatkan jaringan sosial yang dimiliki serta memanfaatkan kepercayaan dari para kerabat maupun orang lain. Maka dari itu strategi jaringan tidak lepas dari interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Pendapatan total dari 15 pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang sebesar Rp 984.429.618,00 pertahun dengan rata-rata pendapatan Rp 65.628.641,00 pertahun dengan simpangan baku 19.918.40 strategi untuk bertahan yaitu strategi aktif 100%, 33,3% diantaranya (5 pembudidaya) memakai strategi tambahan yaitu strategi jaringan. dan 6,67% (1 pembudidaya) diantaranya menggunakan strategi tambahanyaitu strategi pasif (tidak memakai strategi jaringan). Dengan nilai rata-rata *Revenue Cost Ratio* pada usaha ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang sebesar 3,31 dalam setahun.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Bangka Belitung yang sudah memfasilitasi kegiatan penelitian, pembudidaya ikan hias di Kota Pangkalpinang sebagai narasumber, dan Pemerintah Kota Pangkalpinang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahrudin, E., Sutomo, A.(2021). Pemanfaatan Platform Sosial Pada Daerah. *Adimas : Adi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 66–74.
- Benjamin, W. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Sub Sektor Perikanan Budidaya Ikan Hias Koi (*Cyprinus carpio*) Di Desa Kemloko Kecamatan Glegok Kabupaten Blitar (Vol. 3).
- Chikita. L. (2021). Pemberdayaan Kelompok Pembudidaya Ikan Hias Di Kawasan Minapolitan Desa Cibadung , Kecamatan. *Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 506–512.
- Ekojono, Dyah Ayu Irawati, Hari Kurnia Safitri, A. N. R. (2018). *Jurnal Adimas. Urnal Adimas*, 2(1), 8–17.
- Irawan, C. (2018). Strategi Bertahan Hidup Petani Cabai Desa Tegalagung Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 5(5), 62–69.
- Kurniawan, A. (2021). Pendampingan Entrepreneurship Budidaya Dan Pemasaran Ikan Cupang (*Betta* sp.) Oleh Alumni Jurusan Akuakultur , Universitas Bangka Belitung. *Abdimasku*, 4(1), 14–19.
- Kusrini, E. (2010). Budidaya Ikan Hias Sebagai Pendukung Pembangunan Nasional Perikanan Di Indonesia. *Media Akuakultur*, 5(2), 109. <https://doi.org/10.15578/Ma.5.2.2010.109-114>
- Kusrini, E., Cindelaras, S., & Prasetyo, A. B. (2015). Pengembangan Budidaya Ikan Hias Koi (*Cyprinus carpio*) Lokal Di Balai Penelitian Dan Pengembangan Budidaya Ikan Hias Depok. *Media Akuakultur*, 10(2), 71. <https://doi.org/10.15578/Ma.10.2.2015.71-78>
- M. Alifuddin, Y. H. & I. O. (2003). Parasit Pada Ikan Hias Air Tawar (Ikan Cupang, Gapi Dan Rainbow). 2(2), 93–100.
- Mukti, A. T. (2019). Perbedaan Metode Pemeliharaan Ikan Hias Pada Kelompok Pembudidaya Ikan Hias. *Grouper*, 10 (4), 11–17.
- Nugroho, B. D., Hardjomidjojo, H., Bersih, J., Tengah, K. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar Dan Ikan Hias Air Tawar Pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor. 12(2), 127–136.
- Nurhayati, P., Delian, Y., & , Tuhpawana Priatna Sendjaja, Dan R. N. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Di Sentra Produksi Ikan Hias Air Tawar Jawa Barat. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 50–62.
- Rahayu Kusdarwati, S. dan A. H. (2016). Isolasi Dan Identifikasi Fungi Pada Ikan Maskoki (*Carassius auratus*) Di Bursa Ikan Hias Gunung Sari Surabaya , Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Perikanan Dan Kelautan*, 8(1).
- Rizka Rahmana Putri, Mulyana, Muarif, H. F. (2021). Melalui Kegiatan Penyuluhan Solving Discussion Problems In Discus Ornamental Fish (*Symphysodon siscus*). *Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 153–156.
- Sutawijaya, A. A., Rochaeni, S., & Nugraha, A. T. (2013). Analisis Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Ikan Hias Air Tawar Di Kelurahan Cipedak Kecamatan Jagakarsa Kota Madya Jakarta Selatan. *Agribusiness Journal*, 7(1), 59–76. <https://doi.org/10.15408/Aj.V7i1.5170>