

Siklus Penjualan dan Peluang Bisnis Ikan Hias di Kecamatan Kalidoni Kota Palembang

Sales Cycle and Business Opportunities of Ornamental Fish in Kalidoni District Palembang City

Shafira Az Zahra^{1*)}, Adita Maya Sari¹, Bela Maharani¹, Deavita Nurilah¹,
Marsela Aprilia¹, Reka Putri¹, Widyaningtyas Kusumawardhani¹

¹Program Studi Budidaya Perairan, Jurusan Perikanan, Fakultas Pertanian, Universitas
Sriwijaya, Indralaya, Sumatera Selatan, Indonesia

^{*)}Penulis untuk korespondensi: shafiraazzahra90@gmail.com

Sitasi: Zahra SA, Sari AM, Maharani B, Nurilah D, Aprilia M, Putri R, Kusumawardhani W. 2022. Sales cycle and business opportunities of ornamental fish in Kalidoni District Palembang City. *In: Herlinda S et al, (Eds.), Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal ke-10 Tahun 2022, Palembang 27 Oktober 2022.* pp. 786-792. Palembang: Penerbit & Percetakan Universitas Sriwijaya(UNSRI).

ABSTRACT

Ornamental fish are used as one of the mainstays to beautify homes with very beautiful motifs, this can open up business opportunities and the sales cycle for ornamental fish. The purpose of this survey is to find out how the turnover or cycle of ornamental fish sales is and to find out how big the business opportunity for selling ornamental fish is in Kalidoni District, Palembang City. The method used in this survey is to directly interview ornamental fish business owners with data analyzed using SWOT analysis. The results showed that about 78% of the incoming fish supply came from outside the city. Shipping from outside the city greatly affects the existing supply of ornamental fish. Delivery of ornamental fish out of town ranged between 100-200 tails. The selling price of fish varies from the cheapest price of Rp. 2,000 and the most expensive price of around Rp. 200,000 to 300,000 per head. This ornamental fish business has a very large profit depending on the diversity of fish and the selling price. So, the ornamental fish business in Kalidoni District, Palembang city is profitable.

Keywords: advantages, marketing, sale, strategy

ABSTRAK

Ikan hias dijadikan sebagai salah satu andalan untuk memperindah rumah dengan motifnya yang sangat cantik, hal ini dapat membuka peluang bisnis serta siklus penjualan pada ikan hias. Tujuan dari survey ini adalah untuk mengetahui bagaimana perputaran atau siklus penjualan ikan hias serta untuk mengetahui seberapa besar peluang bisnis penjualan ikan hias di Kecamatan Kalidoni Kota Palembang. Metode yang digunakan pada survey kali ini ialah dengan mewawancarai secara langsung pemilik usaha ikan hias dengan data dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekitar 78% pasokan ikan yang masuk berasal dari luar kota. Pengiriman dari luar kota sangat mempengaruhi pasokan ikan hias yang ada. Pengiriman ikan hias keluar kota berkisaran antara 100-200 ekor. Harga jual ikan bervariasi dari harga termurah yaitu Rp.2.000 dan harga termahal sekitar Rp. 200.000 sampai 300.000 per ekor. Usaha ikan hias ini memiliki keuntungan yang sangat besar tergantung dengan keragaman ikan dan harga jual. Jadi, usaha ikan hias di Kecamatan Kalidoni kota Palembang tersebut menguntungkan.

Kata kunci: keuntungan, pemasaran, penjualan, strategi

PENDAHULUAN

Editor: Siti Herlinda et. al.

ISSN: 2963-6051 (print)

Penerbit: Penerbit & Percetakan Universitas Sriwijaya (UNSRI)

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia dengan 17.504 pulau dengan luas permukaan air yang mencapai hampir 75 persen dari total luas daratan negara. Dengan kondisi tersebut, sektor perikanan kini telah menjadi sumber pendapatan bagi perekonomian negara. Sektor ini dapat menyediakan lapangan kerja bagi 6,53 juta penduduk Indonesia dan merupakan sumber pendapatan nasional (Lumentut & Hartati, 2015). Pembudidaya ikan air tawar di Indonesia mencatat kenaikan sebanyak 258.137 unit dari tahun 2015 hingga 2018. Catatan sektor produksi ikan hias dari budidaya (DJPB, 2019) menunjukkan peningkatan tahunan sebesar 13,17% dari tahun 2015 hingga 2018. 5 komoditas teratas memiliki produk pertama dengan persentase ikan guppy (82,5%), diikuti oleh ikan koki (61,7%), diikuti oleh ikan corydoras (38,6%) dan kemudian ikan cupang (16,4%), diikuti oleh peringkat 5 adalah ikan mas (8,9%) (Iskandar *et al.*, 2021). Antusiasme masyarakat dalam pemeliharaan ikan hias semakin meningkat menjadi motivasi utama bagi pelaku usaha budidaya untuk memelihara dan mengembangkan bisnis mereka. Budidaya ikan hias merupakan salah satu usaha yang dapat memberikan alternatif sumber pendapatan untuk meningkatkan pendapatan para pembudidaya ikan atau pelaku usaha ikan hias (Saputra & Efianda, 2020).

Usaha di bidang budidaya ikan hias ini memiliki prospek pengembangan yang cukup baik. Budidaya ikan hias dapat dibudidayakan dalam skala rumahan atau dalam usaha kecil yang tidak membutuhkan banyak lahan, hanya beberapa akuarium berukuran sedang saja dapat memulai usaha ini, modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar, dapat dipanen dalam waktu singkat, budidaya ikan hias dapat menyerap tenaga kerja dan memiliki peluang pasar yang sangat menjanjikan (Adzhar, 2016). Melihat potensi bisnis usaha budidaya ikan hias ini ternyata mampu mendukung kehidupan bagi banyak orang yang menekuninya. Tidak hanya menyukai keindahan ikan hias, banyak orang juga yang menggantungkan hidupnya pada pengembangbiakan dan memasarkan ikan hias yang jenisnya bermacam-macam. Budidaya ikan hias mampu menghasilkan pemasukan ekonomi, karena beberapa jenis ikan hias harganya sangat mahal (Arofah & Gamayanti, 2021). Dalam rangka mencapai sasaran, maka tidak terlepas dari proses penganalisaan dari suatu pendapatan perikanan yang dapat menunjang kelancaran usaha dan juga kelayakan dari sebuah usaha untuk tetap berkembang (Kayath *et al.*, 2019). Kunci membudidayakan ikan hias adalah telaten dan senang di dalam pemeliharanya (Malik *et al.*, 2019).

Teknis perawatan ikan hias sebelum siap dijual juga mengharuskan pembudidaya ikan memiliki pengetahuan tentang budidaya, media pemeliharaan, pakan bergizi, obat-obatan dan sarana lain untuk memenuhi kebutuhan ikan yang diperdagangkan. Guna untuk mendapatkan ikan yang sehat, seimbang, tidak cacat serta dengan harga jual yang tinggi (Pusvita *et al.*, 2022). Beberapa jenis ikan yang bernilai ekonomis tinggi akan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap nilai ekonomi sumberdaya ikan. Salah satunya adalah ikan hias, namun kegiatan usaha ikan hias tidak terlepas dari beberapa masalah yang mengakibatkan terjadinya ketidak-efisienan dalam sistem pemasaran. Salah satu aspek permasalahan yang dialami yaitu kegiatan pemasaran. Jarak antara pembudidaya dan konsumen dalam proses pemasaran ikan hias tidak menutup kemungkinan menimbulkan resiko penurunan kualitas ikan hias, mengingat ikan hias yang memiliki sifat mudah rusak dan menimbulkan biaya untuk memasarkan ikan hias tersebut agar tetap hidup dan berkualitas baik sampai ke tangan konsumen. Keberhasilan usaha budidaya ikan tidak terlepas dari faktor kualitas pakan yang diberikan, menurut para pembudidaya di kelompok ini juga biaya pakan ikan hias terus meningkat sehingga mempengaruhi biaya produksi yang semakin meningkat. Sebuah sistem pemasaran dikatakan efisien apabila semua kegiatan pemasaran yang meliputi kegiatan pengumpulan komoditas di tingkat petani, kemasan komoditas, transportasi, pengolahan serta distribusi (*wholesaling* dan *retailing*)

berjalan dengan biaya minimum. Tujuan dari survey ini adalah untuk mengetahui bagaimana perputaran atau siklus penjualan ikan hias serta untuk mengetahui seberapa besar peluang bisnis penjualan ikan hias di Kecamatan Kalidoni Kota Palembang.

BAHAN DAN METODE

Waktu dan Tempat Survei

Pelaksanaan survei dilakukan pada hari Jum'at tanggal 26 Agustus 2022 di penjual ikan hias yang bertempat di Depot Ikan Hias Bang Karim II Jalan Taqwa Mata Merah, Kecamatan Kalidoni, Kelurahan Sei Selincih, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Lokasi survey dipilih karena memiliki jenis-jenis ikan hias yang cukup lengkap disertai dengan siklus penjualan yang berjalan lancar di tempat ini.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode survei berupa pertanyaan dengan mewawancarai pemilik dari depot ikan hias untuk memperoleh data-data yang diperlukan guna mengetahui peredaran usaha dijalankan oleh narasumber. Ketika pelaksanaan survei kita dapat mengetahui hal apa saja yang menjadi peluang dan kendala-kendala yang dialami oleh pemilik usaha. Adapun analisis yang dapat diajukan kepada informan untuk menangkap peluang bisnis adalah sebagai berikut:

- a. Asal dari ikan-ikan yang di perjualkan disertai jenisnya. Tujuannya agar dapat mengetahui lokasi dari pemasok ikan hias di Palembang serta mengetahui ikan apa saja yang dijual oleh pemilik usaha kepada para konsumen.
- b. Ikan yang paling diminati konsumen, berapa banyak ikan yang dibeli serta asal pembeli. Berdasarkan analisis ini diharapkan dapat diketahui jenis ikan apa yang dibutuhkan konsumen, jumlah keperluan ikan, kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan juga alasan mengapa ikan tersebut begitu diminati.
- c. Peluang usaha, keunggulan penjualan ikan hias dibanding ikan konsumsi dan kendala dalam penjualan. Keunggulan serta kendala dalam usaha sangat perlu untuk diperhatikan agar dapat dilihat peluang usaha dari penjualan ikan hias dibandingkan dengan usaha lainnya.
- d. Kisaran harga dari ikan hias dan omset yang diperoleh perbulan. Berbicara mengenai harga, ikan hias memiliki harga tersendiri mulai dari yang termurah hingga termahal tergantung pada tren yang akhir-akhir ini sedang melambung. Omset yang didapatkan perbulan pun perlu untuk diketahui sebagai target identifikasi apabila ingin mendirikan usaha

Subjek Penelitian

Penelitian ini ditujukan kepada para penjual ikan hias di Kota Palembang khususnya pada kecamatan Ilir Timur II.

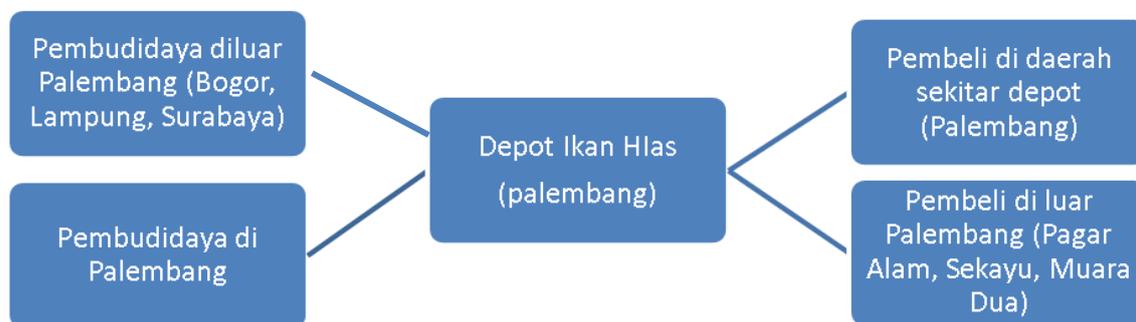
Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses dalam mengabungkan dan membandingkan suatu data sehingga dapat menemukan informasi yang bermanfaat atau yang diharapkan sehingga dapat memberikan petunjuk dalam mengambil keputusan ataupun membuat strategi. Menurut (Howara, 2013) analisis SWOT digunakan dalam merumuskan strategi yang relatif tepat, relevan dan optimal dalam menetapkan faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran dan peluang bisnis ikan hias yang ada di kecamatan kalidoni kota Palembang. Analisis SWOT digunakan berdasarkan logika yang berguna untuk memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan juga dapat

dilakukan untuk mengurangi atau meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) yang dapat menyebabkan dampak negatif dalam proses pemasaran ataupun usaha bisnis ikan hias yang dilakukan. Kegunaan analisis data ini selain untuk merumuskan strategi juga digunakan untuk menjawab tujuan pada penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana perputaran siklus ikan hias dan bagaimana peluang bisnis ikan hias tersebut.

HASIL

Survey dilaksanakan dengan tujuan memperoleh data yang dibutuhkan. Survey yang kami lakukan berupa kegiatan wawancara secara langsung kepada penjual ikan hias di daerah Kecamatan Ilir Timur II (Tabel 1). Sehingga berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, kami memperoleh informasi mengenai siklus penjualan dan peluang usaha ikan hias di daerah tersebut yang tertera pada (Gambar 1).



Gambar 1. Siklus penjualan ikan hias

Tabel 1. Pertanyaan wawancara

No	Pertanyaan
1.	Jenis ikan hias apa sajakah yang dijual?
2.	Darimanakah penjual mendapatkan pasokan ikan?
3.	Ikan manakah yang paling diminati konsumen?
4.	Apakah ikan hias memiliki musim atau <i>trend</i> nya tersendiri?
5.	Berapakah kisaran harga ikan termahal yang pernah dijual?
6.	Darimana sajakah konsumen ikan hias berasal?
7.	Apakah ada pembeli dari luar daerah Palembang?
8.	Apakah kelebihan dari usaha ikan hias ini?
9.	Apakah kendala dari usaha ikan hias ini?
10.	Berapakah kisaran keuntungan yang dapat diperoleh perbulannya?

PEMBAHASAN

Hasil Wawancara

Depot ikan hias Bang Karim merupakan salah satu tempat usaha ikan hias yang ada di daerah Kecamatan Ilir Timur II. Usaha ini telah berjalan selama lebih kurang 22 tahun. Pasokan ikan hias yang ada diperoleh dari luar kota, yaitu dari daerah Parung (Bogor), Lampung dan Surabaya. Sekitar 78% ikan yang masuk berasal dari luar kota, sedangkan sisanya berasal dari pembudidaya lokal di daerah sekitaran Palembang. Ikan yang dijual tidak hanya dari jenis ikan hias saja, melainkan ada beberapa jenis ikan seperti ikan lele, gurami dan nila. Ikan yang paling banyak diminati ialah semua ikan yang mendominasi pasar termasuk ikan golongan *Chana* yang paling banyak dicari oleh pembeli di daerah tersebut. Usaha ikan hias ternyata memiliki *trend* nya tersendiri, yang mana *trend* ikan

yang paling diminati belakangan ini adalah *Glow Fish*. Harga jual ikan di depot ini sangat bervariasi, dari ikan dengan harga murah yaitu dari harga Rp. 2000 sampai dengan ikan termahal yang pernah dijual yaitu sekitar Rp. 200.000 - Rp. 300.000. pembeli ikan hias ini kebanyakan dari masyarakat sekitar depot. Namun depot ini juga bekerja sama dengan beberapa penjual ikan hias dengan menerima pengiriman ikan keluar Palembang, contohnya pengiriman ikan kedaerah pagar alam, pendopo, sekayu dan muara dua. Penjualan atau pengiriman ikan ke luar daerah ini tergantung dengan permintaannya. Rata-rata pengiriman ikan hias keluar daerah berkisar antara 100-200 ekor ikan hias.

Pemilik depot ikan hias Bang Karim mulai membuka usaha karena bermula dari hobi. Hobi tersebut ternyata memiliki sisi komersil dan dapat dijasikan peluang untuk membuka usaha. Hal ini bias menjadi salah satu keunggulan dalam membuka usaha ikan hias ini. Bisnis ikan hias sendiri menjadi peluang usaha yang menjanjikan, karena ikan hias banyak diminati oleh masyarakat terutama di Palembang. Pemilihan lokasi yang tempat untuk penjualan ikan hias ini sendiri mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang, karena semakin strategis tempat penjualan maka dapat meningkatkan minat pengunjung dalam membeli ikan hias ditempat tersebut. Menikmati hasil dari apa yang disukai menjadi kesenangan terhadap diri sendiri dalam melakukan suatu usaha yang dilakukan.

Keunggulan bisnis ikan hias ini tidak memerlukan lahan yang luas dan nilai jualnya yang tinggi sehingga perputaran uang bisa lebih cepat terjadi. Dalam melakukan usaha budidaya ikan hias maka terdapat juga kendala, kendalanya ialah dalam mempelajari karakter ikan yang berbeda-beda, pH, suhu, pola makan, mahalnnya harga pakan, volume air kolam yang berbeda-beda, jika tidak sesuai akan membuat ikan mati dan hal tersebut dapat dicegah agar meminimalisir kerugian. Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh seseorang. Tinggi rendahnya pendapatan tergantung pada besar kecilnya modal yang dikeluarkan untuk melakukan usaha tersebut (Rusmusi & Maghfira, 2018). Besar kecilnya pendapatan pedagang ikan hias juga dipengaruhi oleh lama usaha yang dilakukan. Lamanya usaha berkaitan dengan lamanya seseorang menekuni suatu usaha tersebut (Butarbutar, 2017). Lama seseorang dalam menjalankan usahanya diduga dapat memberikan pengaruh terhadap pendapatan yang akan diperoleh oleh para pedagang. Karena semakin lama usaha berjalan maka pedagang dapat mengetahui peluang yang ada untuk meningkatkan pendapatan. Depot ikan hias Bang Karim ini telah berjalan selama 22 tahun dengan pendapatan perbulan yang didapat bisa diatas 30-70 juta tergantung dari permintaan pasar.

Analisis SWOT

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, dapat kita lakukan analisis SWOT dengan hasil sebagai berikut:

1. Strength atau kekuatan. Keuntungan yang didapatkan bisa sangat besar tergantung dengan keragaman ikan dan harga jual. Usaha ikan hias bias sangat dinikmati karena dapat berasal dari hobi. Pemilihan lokasi penjualan yang tepat sangat mempengaruhi keuntungan usaha.
2. Weakness atau kelemahan. Seperti usaha lainnya, usaha ikan hias terkadang ada masa sepi pembeli. Selain itu, pemasok yang berasal dari luar daerah juga menjadi kelemahan karena menambah biaya transportasi pengiriman. Hal ini terjadi karena sedikitnya pembudidaya ikan yang berasal dari Palembang.
3. Opportunities atau peluang. Usaha ikan hias ini memiliki banyak peminat terutama di daerah Palembang. Ikan hias memiliki trend nya tersendiri sehingga setiap musim akan selalu ramai pembeli dengan selera yang berbeda.
4. Threats atau ancaman. Ancaman dari usaha ini adalah munculnya pembudidaya baru dalam daerah yang menjual ikan dengan harga sangat murah yang mana pada akhirnya akan terjadi persaingan harga.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai siklus penjualan dan peluang bisnis ikan hias di Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang, dapat disimpulkan bahwa:

1. Budidaya ikan hias dapat di budidayakan dalam skala rumahan atau dalam usaha kecil yang tidak membutuhkan banyak lahan, hanya beberapa akuarium berukuran sedang saja dapat memulai usaha ini, modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar, dapat dipanen dalam waktu singkat, budidaya ikan hias dapat menyerap tenaga kerja dan memiliki peluang pasar yang sangat menjanjikan.
2. Bogor, parung, lampung dan Surabaya adalah sebagian produsen yang paling banyak memenuhi pesanan. di Palembang sendiri terdapat beberapa jenis ikan hias ikan namun tidak banyak. Ikan yang paling banyak diminati ialah semua ikan yang mendominasi pasar termasuk chana, trend ikan yang paling diminati belakangan ini adalah ikan glofish.
3. Dalam melakukan usaha budidaya ikan hias maka terdapat juga kendala, kendalanya ialah dalam mempelajari karakter ikan yang berbeda-beda, pH, suhu, pola makan, mahal nya harga pakan, volume air kolam yang berbeda-beda, jika tidak sesuai akan membuat ikan mati dan hal tersebut dapat dicegah agar meminimalisir kerugian.
4. Promosi yang dilakukan oleh pemilik depot adalah dengan 3 cara yaitu dengan cara direct selling, media online, dan melalui even kontes show.
5. Pelaku usaha sudah menerapkan promosi yang baik dan mudah dijangkau oleh kalayak ramai, siklus penjualan dan peluang bisnis ikan hias yang menjanjikan dan tidak pernah menurun terlalu drastis karena selalu adanya peminat ikan hias membuat usaha ikan hias semakin dilirik.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Produk yang ditawarkan mencantumkan merk/brand guna menjadi identitas perusahaan, alat promosi, dan sebagai pembeda terhadap pesaing yang memasarkan produk sejenis. untuk menarik minat konsumen yang lebih luas, Juga memperbanyak jejaring untuk mendapatkan pasokan produk ikan yang lebih banyak.
2. Melakukan promosi dengan menggunakan web dan facebook ads, kegiatan promosi ini dilakukan atas nama depot ikan hias dengan tujuan brand merk sehingga dapat menjangkau lebih banyak pasar. Dalam melakukan promosi sebaiknya dicantumkan spesifikasi produk baik mengenai kualitas ikan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, kami dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulisan karya tulis ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu mata kuliah Metodologi Penelitian pada Fakultas Pertanian Jurusan Budidaya Perairan Prodi Perikanan Universitas Sriwijaya.

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, cukup sulit bagi saya untuk menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Oleh sebab itu saya mengucapkan terima kasih kepada Teman-teman Kelompok satu yang telah membantu, sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulis menyadari dalam penulisan karya tulis ilmiah ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan karya tulis ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzhar Lamun RBB. 2016. Prospek pengembangan usaha budidaya ikan hias di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Budidaya Perikanan dan Ilmu Kelautan*. 3 (2):1-14.
- Arofah NZ, Gamayanti W. 2021. Pengelolaan sistem pemasaran online dalam budidaya ikan cupang. *Proc. Uin Sunan*, November, 2021
- Butarbutar GR. 2017. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha industri makanan khas di Kota Tebing Tinggi. *JOMFekom*. 4 (!) :619-633.
- Howara D. 2013. Strategi pengembangan pengolahan hasil perikanan. *J. Agrol*. 17 (3):75-81.
- Iskandar A, Amalia D, Setiawan H, Hendriana A, Maruto G. 2021. Optimalisasi Pembenihan ikan koi *Cyprinus rubrofasciatus* di Mina Karya Koi Sleman Yogyakarta. *Journal of Fisheries and Marine Science*. 3 (1).
- Kayath CA. 2019. Microbiota Landscape of Gut System of Guppy Fish (*Poecilia reticulata*) Plays an Outstanding Role in Adaptation Mechanisms. *Int. Jurnal Microbiology*. DOI: 10.1155/2019/3590584.
- Lumentut HB, Hartati S. 2015. Sistem pendukung keputusan untuk memilih budidaya ikan air tawar menggunakan AF-TOPSIS. *IJCCS (Indonesian J. Comput. Cybern. Sysm)*. 9 (2).
- Malik T, Syaifudin M, Amin M. 2019. Maskulinisasi ikan guppy (*Poecilia Reticulata*) Melalui Penggunaan Air Kelapa (*Cocos Nucifera*) Dengan Konsentrasi Berbeda. *Jurnal Akuakultur Rawa Indonesia*. 7 (1):13-24.
- Pusvita NI, Bidayani E, Syaputra D. 2022. Strategi resiliensi pembudidaya ikan hias air tawar di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Perikanan Unram*. 12 (1):45-53.
- Rusmusi, Maghfira AN. 2018. Pengaruh modal, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan pedagang di pasar ikan hias Mina Reestu Purwokerto Utara. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntan*. 20: 1-9.
- Saputra F dan Efianda TR. 2020. Pelatihan manajemen pemeliharaan ikan cupang sebagai ikan hias yang berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat. *J. Mar. Kreat*. 2 (1): 44-49.