

STRATEGI PEMASARAN BENIH IKAN MAS DI DESA SINGKIR KECAMATAN CIKALONG KABUPATEN TASIKMALAYA

MARKETING STRATEGY FOR CARP FISH SEEDS IN SINGKIR VILLAGE, CIKALONG DISTRICT, TASIKMALAYA REGENCY

RIADI MULYA FEBRIANA, AGUS YUNIAWAN ISYANTO², IVAN SAYID
NURAHMAN²

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Galuh

²Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh

*Email: v.sayid9@gmail.com

ABSTRAK

Pengembangan strategi pemasaran benih ikan mas yang efektif dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung keberlanjutan usaha perikanan dalam memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembenihan ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya, saluran pemasaran benih ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya, dan strategi pemasaran benih ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *sensus*. Sedangkan untuk mengetahui saluran pemasaran dan lembaga pemasaran benih ikan sampel diambil menggunakan teknik *snowball sampling*. Analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembenihan ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya melalui beberapa tahap yakni pemberokan indukan mas, proses pemijahan, penetasan telur ikan mas, perawatan larva, pendederan dan pemanenan. Terdapat 2 saluran pemasaran yakni, saluran nol tingkat dan satu tingkat. Strategi pemasaran benih ikan mas di Desa Singkir sangat potensial didukung oleh kualitas benih yang baik, stabilitas harga, dan minimnya pesaing, namun perlu ditingkatkan melalui inovasi pemasaran, perbaikan peralatan budidaya, serta upaya mengatasi dominasi tengkulak dalam penentuan harga.

Kata Kunci: Budidaya, Saluran Pemasaran, Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

The development of an effective carp seed marketing strategy can increase competitiveness, expand market reach, and support the sustainability of fisheries businesses in meeting the growing market demand. This study aims to determine the carp seeding process in Singkir Village, Cikalong District, Tasikmalaya Regency, the carp seed marketing channel in Singkir Village, Cikalong District, Tasikmalaya Regency, and the carp seed marketing strategy in Singkir Village, Cikalong District, Tasikmalaya Regency. This type of research is descriptive qualitative using primary and secondary data. The sampling technique in this study used the census method. Meanwhile, to determine the marketing channels and marketing institutions for fish seeds, samples were taken using the snowball sampling technique. Data analysis used includes descriptive analysis and SWOT analysis. The results of the study showed that the carp seeding process in Singkir Village, Cikalong District, Tasikmalaya Regency went through several stages, namely the broodstock of carp, the spawning process, hatching of carp eggs, larval care, nursery and harvesting. There are 2 marketing channels, namely, zero-level and one-level channels. The marketing strategy for carp seeds in Singkir Village has great potential, supported by good seed quality, price stability, and minimal competitors, but needs to be improved through marketing innovation, improvements to cultivation equipment, and efforts to overcome the dominance of middlemen in determining prices.

Keywords: Cultivation, Marketing Channels, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perikanan darat merupakan usaha pemeliharaan dan penangkapan ikan di perairan darat. Perairan darat meliputi sungai, danau, rawa, mas atau bendungan, empang, sawah, dan tambak. Perikanan darat dapat dibedakan atas dua jenis yaitu perikanan air payau dan perikanan air tawar. Perikanan air tawar ialah perikanan yang terdapat di sawah, sungai, danau, kolam dan rawa. Ikan Mas adalah salah satu komoditas utama perikanan air tawar nasional. Ikan ini adalah jenis ikan yang hidup di air tawar yang bisa dikonsumsi. Pembangunan sektor perikanan adalah suatu proses perubahan dan pembaharuan yang berencana menuju tatanan masyarakat, khususnya masyarakat perikanan yang lebih baik. Dalam rangka mencapai sasaran pembangunan, maka perlu dilakukan upaya untuk mengembangkan usaha perikanan, salah satunya melalui kegiatan budidaya yang mempunyai prospek sebagai penghasil devisa serta diharapkan mampu memenuhi permintaan perikanan yang terus meningkat sejalan dengan meningkatnya populasi manusia di dunia (Saparinto, 2010).

Pada tahun 1990-an, budidaya ikan mas (*Cyprinus carpio L*) telah mengarah kepada konsep agribisnis yang dibagi menjadi beberapa subsistem. Subsistem pada budidaya ikan mas tersebut terdiri dari

subsistem pembenihan, subsistem pendederan, dan subsistem pembesaran. Ikan mas merupakan ikan air tawar yang paling banyak dibudidayakan dan merupakan komoditas perikanan budidaya air tawar tertua di Indonesia (Ghufran, 2010).

Database Validasi Nasional, Satu Data Kelautan dan Perikanan BPS Nasional pada tahun 2019 mencatat pembenihan budidaya ikan mas total sebanyak 1.167.835.500 ekor benih telah berhasil diproduksi mencakup beberapa wilayah di seluruh Indonesia. Data tersebut mengalami penurunan apabila dibandingkan dengan tahun – tahun sebelumnya yakni pada tahun 2018 sebanyak 1.208.811.892 ekor benih, dan tahun 2017 sebanyak 1.218.808.152 ekor benih ikan mas dalam skala nasional. Khusus untuk wilayah Jawa Barat, Pada tahun 2018, BPSD Jabar mencatat sebanyak 65.536.625 budidaya benih ikan berhasil diproduksi.

Kabupaten Tasikmalaya menghasilkan hasil produksi Perikanan Budidaya yang mengalami peningkatan setiap tahunnya, dari beberapa cabang usaha perikanan yang membuktikan bahwa Kabupaten Tasikmalaya merupakan daerah yang berkembang pesat di dalam Perikanan Budidaya. Pada tahun 2018 menurut BPSD Jawa Barat produksi pembenihan ikan mas di Kabupaten Tasikmalaya sebesar 2 957 767 ekor atau menyumbang 4,5 % dari keseluruhan

produksi benih ikan di Jawa Barat dan termasuk ke dalam 10 besar kabupaten dengan produksi tertinggi di Jawa Barat.

Dalam usaha budidaya ikan mas, ketersediaan benih dalam kualitas dan kuantitas yang cukup merupakan faktor mutlak yang sangat menentukan keberhasilan usaha. Untuk mendapatkan benih yang berkualitas baik dalam jumlah yang cukup dan berkesinambungan, harus melalui pembenihan secara terkontrol yaitu dengan melakukan pemijahan secara buatan (*induced breeding*) yang diikuti dengan pembuahan buatan (*artificial fertilization*).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Mukhtar, (2013) menyebutkan bahwa metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis, serta menyajikan data secara deskriptif.

Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut :

1. Pembudidaya adalah orang yang membudidayakan (pembenihan) ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong

Kabupaten Tasikmalaya.

2. Proses pembenihan ikan mas adalah usaha budidaya yang berfokus pengembangbiakan benih ikan di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya.
3. Benih ikan mas adalah anakan ikan yang dihasilkan dari perkembangbiakan ikan mas baik itu dari pemijahan maupun
4. Pemasaran adalah kegiatan dalam menyampaikan barang (ikan mas) kepada konsumen.
5. Lembaga pemasaran adalah lembaga / badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, penyaluran jasa dan komoditi (ikan mas) di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya.
6. Saluran pemasaran adalah jalur distribusi berupa struktur bisnis yang terdiri dari organisasi-organisasi yang saling berkaitan.
7. Strategi pemasaran adalah strategi memasarkan komoditi (ikan mas) di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data primer diperoleh dengan menggunakan metode pengamatan langsung atau observasi di lokasi

penelitian dalam bentuk survey dan wawancara menggunakan kuesioner.

2. Data sekunder yang diperoleh adalah informasi-informasi terkait karakteristik pembudidaya dan tingkat ketertarikan konsumen terhadap produk terkait serta melalui studi pustaka.

Teknik Penarikan Sampel

Pembudidaya ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya yang berjumlah sebanyak 24 orang diambil secara sensus untuk mengetahui proses pembenihan ikan mas dan strategi pemasarannya. Menurut Sarwono, (2016) *sensus* adalah suatu metode pengambilan sampel di mana seluruh elemen populasi menjadi responden dalam penelitian. Sedangkan untuk mengetahui saluran pemasaran dan lembaga pemasaran benih ikan sampel diambil menggunakan teknik *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* menurut Sugiyono, (2010) digunakan dalam menentukan sampel yang diawali dengan jumlah sampel yang kecil kemudian membesar. Teknik *snowball sampling* yang dilakukan yaitu dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat didalam pemasaran benih ikan di Desa

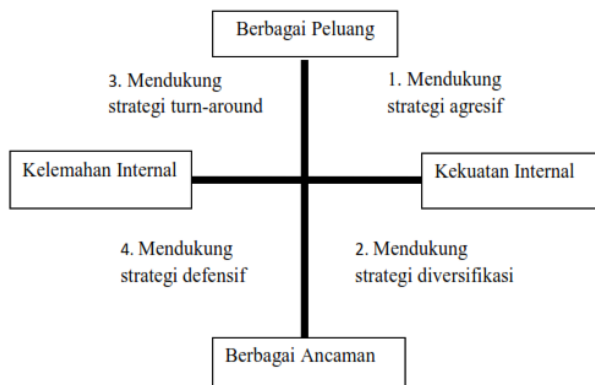
Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya.

Rancangan Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui proses pembenihan ikan mas benih ikan menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan salah satu metode pemecahan masalah dengan cara menggambarkan subjek atau objek penelitian saat ini dengan fakta yang tampak (Pradikta, 2013).

Untuk mengetahui saluran pemasaran digunakan teknik observasi. Menurut Sugiyono (2018) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

Sedangkan untuk mengetahui strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) lingkungan internal dan *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) lingkungan eksternal dalam dunia bisnis (Rangkuti, 2014). Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pemasaran dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.



Sumber: Rangkuti, 2014

Kuadran 1: Menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan, sehingga pada posisi ini perusahaan harus mendukung kebijakan pertumbuhan agresif

Kuadran 2: Pada posisi ini perusahaan memiliki ancaman, namun masih ada kekuatan dari segi internal sehingga ancaman tersebut dapat diatasi dengan kekuatan yang ada. Strategi yang tepat untuk posisi ini adalah strategi diversifikasi (produk/pasar) dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

Kuadran 3: Perusahaan memiliki peluang besar namun ada kelemahan internal sehingga perusahaan harus memilih strategi yang

tepat agar kelemahan yang ada tidak mengurangi peluang besarnya. Strategi yang tepat untuk posisi ini adalah perusahaan meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik

Kuadran 4: Posisi ini merupakan posisi yang sangat merugikan karena perusahaan harus menghadapi berbagai ancaman dengan kondisi internal yang lemah. Strategi yang harus diterapkan mendukung strategi *defensive*

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat dengan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan, dilaksanakan pada bulan Mei 2023,
2. Tahapan pengumpulan data, dilaksanakan pada bulan Juni sampai bulan Juli 2023,
3. Tahapan pengolahan data, dilaksanakan pada bulan Juli 2023,
4. Tahapan penulisan skripsi, dilakukan pada bulan Agustus 2023 sampai dengan selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Identitas Responden Produsen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang-orang yang melaksanakan usaha budidaya pembenihan ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya. Identitas responden yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman usaha perajin dalam budidaya pembenihan ikan mas.

1) Umur Pembudidaya

Umur pembudidaya mempengaruhi kemampuan fisik dalam bekerja dan cara berfikir. Umumnya pembudidaya yang berumur muda dan sehat akan mempunyai kemampuan fisik yang lebih kuat dibandingkan dengan pembudidaya yang memiliki umur lebih tua, disamping itu mereka cenderung lebih cepat menerima hal-hal yang dianjurkan, disebabkan perajin yang muda lebih berani dalam menanggung resiko.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian diketahui bahwa umur pembudidaya termuda adalah 31 tahun dan yang tertua berumur 62 tahun. Adapun umur rata-rata pembudidaya ikan mas di Desa Singkir adalah 47 tahun. Dengan demikian responden berada pada usia produktif. Hal ini sesuai menurut Badan Pusat Statistik (2021) bahwa penduduk usia produktif yaitu penduduk yang berumur antara 15 tahun sampai 64 tahun.

2) Pengalaman Budidaya

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden diketahui bahwa pengalaman responden dalam menjalankan Budidaya Ikan Mas beragam mulai dari yang berpengalaman berbudidaya terlama yaitu selama 20 tahun dan yang paling terbaru berjalan selama 2 tahun. Adapun pembudidaya ikan mas di Desa Singkir rata-rata sudah berjalan selama 9 tahun. Sehingga dengan hal tersebut, perajin mempunyai pengalaman yang cukup lama, dengan demikian dapat dijadikan modal besar dalam berusaha.

3) Pendidikan Pembudidaya

Tingkat pendidikan akan mempengaruhi taraf hidup dan kemajuan seseorang, karena secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi cara berfikirnya. Tingkat pendidikan yang tinggi diharapkan akan memudahkan dalam menerima dan menerapkan pengetahuan dan teknologi, sehingga akan menentukan keberhasilan suatu usaha. Rata-rata responden menamatkan pendidikan formalnya sampai dengan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden telah memenuhi wajib belajar 9 tahun. Tingkat pendidikan pembudidaya akan mempengaruhi terhadap keberhasilan usahanya, dengan demikian usaha yang dilakukan oleh pembudidaya perlu didukung pelatihan

mengenai agroindustri supaya usahanya semakin meningkat.

4) Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang masih ditanggung oleh kepala keluarga yang terdiri dari istri, anak atau anggota keluarga lainnya. Anggota keluarga yang masih ditanggung tersebut umumnya karena masih sekolah, belum berumah tangga sehingga belum memperoleh penghasilan yang tetap.

Banyaknya tanggungan keluarga tersebut berpengaruh terhadap jumlah pengeluaran yang harus dikeluarkan, jumlah tanggungan keluarga yang banyak harus diimbangi dengan kerja keras untuk memperoleh tambahan pendapatan. Berdasarkan hasil wawancara rata – rata banyaknya tanggungan keluarga adalah 2 orang, yang terdiri dari anak dan istri.

Proses Budidaya Ikan Mas di Desa Singkir

Menurut Ismail, (2016) dalam penelitiannya menyebutkan proses Proses pembenihan diawali dari persiapan kolam pemijahan yang meliputi (pengolahan tanah, pengeringan, pengapuran dan pemupukan). Setelah itu seleksi induk, pemijahan, penetasan telur, pendederan, pemberian pakan, pengendalian hama dan penyakit serta teknik panen, pemeliharaan larva setelah itu dilanjutkan dengan pendederan.

Proses budidaya ikan mas di Desa Singkir melalui beberapa tahapan mulai dari tahap persiapan pemeliharaan hingga pemanenan. Adapun prosesnya sebagai berikut:

1) Pemberokan Indukan Mas

Pemberokan merupakan pemeliharaan indukan ikan mas jantan dan betina yang telah dipilih pada kolam khusus. Indukan selanjutnya tidak diberikan makanan selama 1-2 hari untuk menghilangkan lemak pada kantung telur.

2) Persiapan Kolam

Cara pemijahan ikan mas yang pertama yaitu dengan mempersiapkan kolam. Untuk persiapan yaitu penjemuran kolam, pengolahan tanah, pengapuran, dan pengairan. Selanjutnya menentukan jumlah ikan yang akan dipijahkan. Setiap indukan betina memijah membutuhkan lahan sebesar 6 m² per kg bobot tubuhnya, dengan kedalaman air 60-80 cm. Untuk mengisi 10 indukan, maka diperlukan kolam seluas 60m².

3) Proses Pemijahan

Indukan jantan dan betina dimasukkan ke dalam kolam pemijahan dengan perbandingan jantan:betina yaitu 8:2. Kedua jenis indukan ini dapat dimasukkan pada pukul 16.00-17.00. Indukan akan memijah pada pukul 01.00-06.00 yang ditandai dengan ikan yang saling berkejaran dan bau amis pada kolam.

4) Penetasan Telur Ikan Mas

Keesokan harinya saat proses pemijahan selesai, pindahkan kakaban yang sudah dipenuhi telur ke kolam penetasan. Penetasan telur pemijahan ikan mas dilakukan pada bak semen, kolam terpal. Suhu ideal untuk telur menetas yaitu berkisar antara 28-30 derajat celcius selama 1-3 hari. Larva juga tidak langsung diberikan pakan karena larva masih membawa nutrisi dari kuning telur.

5) Perawatan Larva

Perawatan larva merupakan hal yang penting dalam pembenihan ikan karena mortalitas tinggi. Larva ikan mempunyai ketahanan yang kurang baik dan rentan pada perubahan kondisi lingkungan. 48 jam setelah menetas cadangan makanan pada larva akan habis, sehingga diperlukan asupan gizi tambahan, pakan yang diberikan berupa kuning telur yang telah direbus matang kemudian kuning telur di ayak diatas air menggunakan saringan sampai merata. Pemberian kuning telur diberikan selama 2x sehari pagi hari dan sore hari selama 3 hari.

6) Pendederan

Dosis pakan yang digunakan pada minggu pertama sebanyak 50 gr, dengan frekuensi pemberian 2x1 hari. Pemberian pakan tambahan dilakukan dengan mencampurkan pelet serbuk dengan air dalam suatu wadah hingga cair kemudian disebar merata pada kolam pendederan. Pada minggu ke-dua larva diberi pelet serbuk sebanyak 100

gr 2x1 hari dan minggu ke 3 diberi pakan serbuk sebanyak 200 gr 2x1, selama pendederan ketinggian air pada kolam akan di jaga pada kisaran 30 cm dengan cara mengatur debit air yang masuk.

7) Pemanenan

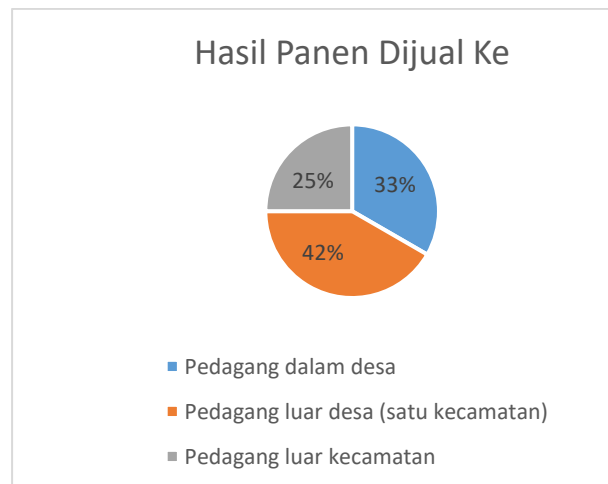
Pemanenan Benih Ikan mas di Desa Singkir dimulai pukul 05.00 WIB dimulai dari pengurangan air dengan cara memasang saringan dan membuka waring, dibutuhkan waktu + 4 jam untuk menurunkan air hingga ketinggian 5 cm, selama proses penurunan air dilakukan pemasangan tanjakan pada saluran dekat waring bertujuan untuk menampung benih ikan agar mudah dipindahkan, proses pemanenan dilakukan secara perlahan dikarenakan terdapat banyak lumut yang ada pada kolam, lumut dapat menyumbat saringan pada waring yang menyebabkan benih susah keluar dan dapat menyebabkan ikan menjadi stress karena kekurangan oksigen.

Habitat yang disukai ikan mas adalah perairan dengan kedalaman 1 meter yang mengalir pelan, dan subur yang ditandai melimpahnya pakan alami, misalnya rotifer, rotatoria, udang-udang renik dan lain-lain. Sebaliknya larva ikan mas menyukai perairan dangkal, tenang dan terbuka. Sedangkan benih ikan mas yang berukuran cukup besar lebih menyukai perairan yang agak dalam, mengalir dan terbuka. Di negara tropis ikan mas berpijah pada musim hujan. Waktu

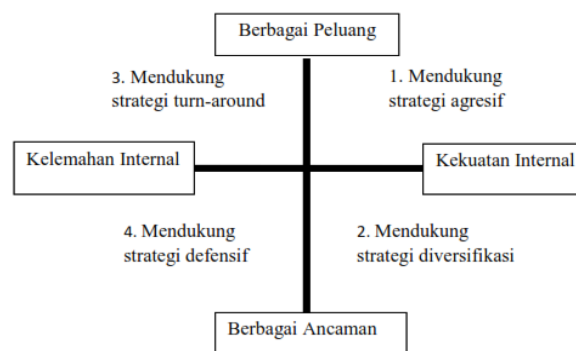
pemijahan biasanya bertepatan dengan turunnya hujan. Kesiapan proses pemijahan induk dapat terganggu jika media hidupnya tercemar, kandungan oksigen terlarut menurun dan kondisi kesehatan induk menurun (Djarijah 2011).

Saluran Pemasaran

Pemasaran benih ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya melalui dua saluran pemasaran yaitu pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran dari produsen (pembudidaya) ke konsumen serta saluran pemasaran 2 melalui pedagang pengecer.



Strategi Pemasaran Benih Ikan Mas



Dalam merancang suatu usaha memerlukan beberapa pendekatan serta analisis yang tepat untuk melihat seberapa besar peluang positif yang akan didapat dari suatu usaha tersebut. Maka dari itu pada kesempatan kali ini pendekatan serta analisis yang tepat adalah menggunakan Analisis SWOT.

Adapun Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pemasaran dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

1) Matriks faktor strategi eksternal

No	Peluang	Jumlah	Bobot	Rating	B.R
1	Harga relatif stabil	91	0,186	4	0,70
2	Permintaan meningkat	81	0,166	3	0,56
3	Persaingan produksi sehat	83	0,170	3	0,58
4	Pembudidaya masih sedikit	84	0,172	4	0,60
Total		339	0,695		2,45

Faktor strategi eksternal : Harga relatif stabil (0,707) dan Pembudidaya masih sedikit (0,602) menjadi peluang terbesar dalam budidaya ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya

- Harga penjualan benih ikan mas di tingkat pembudidaya di desa singkir cenderung stabil di kisaran 65.000/Kg. Kisaran 80 – 100 ekor ikan.
- Pembudidaya masih sedikit yakni 48 orang atau sekitar 4,2 % dari jumlah mata pencaharian lain di Desa Singkir.

No	Kelemahan	Jumlah	Bobot	Rating	B.R
1	Akses menuju lokasi	36	0,0763	3	0,1144
2	Peralatan budidaya	34	0,0720	4	0,1020
3	Inovasi pemasaran	35	0,0742	4	0,1081
4	Penggunaan pakan	36	0,0763	3	0,1144
Total		141	0,2987		0,4390

Faktor strategi internal : Akses menuju lokasi (0,114) dan Penggunaan pakan (0,114) menjadi kelemahan terbesar dalam budidaya ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya.

- Akses menuju lokasi yang rata – rata hanya bisa dikunjungi menggunakan kendaraan roda dua menjadi faktor sulitnya akses menuju lokasi budidaya.
- Penggunaan pakan yang masih terbatas turut mempengaruhi pertumbuhan benih ikan dan pada akhirnya berpengaruh pada kualitas dan kuantitas benih ikan mas.

Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S) Kolam proporsional Pengairan lancar Hasil produksi tinggi Benih berkualitas	Weakness (W) Akses menuju lokasi Penggunaan pakan Peralatan budidaya Inovasi pemasaran
	Strategi SO Buat strategi yang Menggunakan kekuatan untuk Memanfaatkan Peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treats (T) Cuaca ekstrim Tidak adanya Promosi Perilaku tengkulak Pesaing harga kompeti Tor	Strategi ST Ciptakan strategi Yang Menggunakan kekuatan untuk Mengatasi Ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi Yang Meminimalkan kelemahan dan Menghindari Ancaman

1. Strategi SO Strategi Strength-Opportunities : Strategi Strength-Opportunities ini menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan segala peluang yang ada sehingga dapat memiliki keunggulan bersaing (*core advantage*) :

- Dengan pengairan lancar serta kolam proporsional yang mebuat kualitas dan kuantitas benih ikan dapat meningkat.
- Harga benih ikan yang relatif stabil dan saingan pembudidaya yang masih sedikit menjadi salah satu faktor positif prospek pemasaran benih ikan mas di Desa Singkir.

2. Strategi WO Strategi Weaknesses – Opportunities : Strategi ini diterapkan untuk pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki.

- Peralatan budidaya yang masih sederhana serta inovasi pemasaran

yang masih kurang bervariasi harus diperbaiki karena permintaan cukup meningkat untuk benih ikan mas.

3. Strategi ST *Strategi Strengths – Threats* :

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki pembudidaya untuk mengatasi ancaman yang ada.

- Benih yang berkualitas menjadi modal yang positif untuk mengatasi persaingan pasar benih ikan mas dan menjaga daya saing harga antar kompetitor.

4. Strategi WT : *Strategi Weaknesses-Threats* : Strategi ini berusaha meminimalkan kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman

- Perlunya inovasi pemasaran untuk mengantisipasi perilaku tengkulak yang semena – mena dalam menentukan harga.

Berdasarkan analisis SWOT, terhadap faktor internal dan eksternal yang mempengaruhinya, bahwa strategi pemasaran benih ikan mas di Desa Singkir sangat potensial didukung oleh kualitas benih yang baik, stabilitas harga, dan minimnya pesaing, namun perlu ditingkatkan melalui inovasi pemasaran, perbaikan peralatan budidaya, serta upaya mengatasi dominasi tengkulak dalam penentuan harga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya menunjukkan bahwa :

1. Proses pembenihan ikan mas melalui beberapa tahap seperti Pemberokan Indukan Mas, Proses Pemijahan, Penetasan Telur Ikan Mas, Perawatan Larva, Pendederan dan Pemanenan.
2. Saluran pemasaran benih ikan mas di Desa Singkir yaitu melalui pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran dari produsen (pembudidaya) ke konsumen serta saluran pemasaran 2 melalui pengepul pedagang pengecer.
3. Setelah dilakukan Analisis SWOT diketahui bahwa strategi pemasaran benih ikan mas di Desa Singkir sangat potensial didukung oleh kualitas benih yang baik, stabilitas harga, dan minimnya pesaing, namun perlu ditingkatkan melalui inovasi pemasaran, perbaikan peralatan budidaya, serta upaya mengatasi dominasi tengkulak dalam penentuan harga.

Saran

Saran untuk pembudidaya ikan mas di Desa Singkir Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya adalah sebagai berikut :

1. Pembudidaya sebaiknya meningkatkan kualitas dan kuantitas benih ikan mas agar

pendapatan dan keuntungan dapat meningkat.

2. Pembudidaya sebaiknya memperluas jaringan pemasaran agar saluran pemasaran dapat bervariasi.
3. Peran pemerintah perlu dilibatkan agar proses edukasi dan metode budidaya dapat ditingkatkan.
4. Perlu dibuat asosiasi antar pembudidaya agar proses komunikasi serta jaringan pemasaran dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri 2011. *Macam Saluran Pemasaran*. Ed ke-12. Jakarta (ID): Salemba Empat.
- Andrianto, 2014. *Efektifitas Lembaga Pemasaran*. Alfabeta, CV. Bandung.
- Anindita dan Baladina, 2017. *Kegunaan Milik*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Anoraga. 2007. *Prospek Pengembangan, Pengolahan, Pemasaran*. PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Bachtiar. 2002. *Pembesaran Ikan Masyarakat di Kolam*. Agro Media Pustaka. Jakarta. 79 Halaman.
- BPS Jawa Barat. *Pembenihan Perikanan Budidaya*.
<https://jabar.bps.go.id/indicator/160/275/1/pembenihan-perikanan-budidaya.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya 2021. Diakses pada juli 2023, melalui <https://www.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Kecamatan Cikalong Dalam Angka*.
- Badan Pusat Statistik. 2019-2021. *Indikator Kepadatan Penduduk*.
<https://www.bps.go.id/indicator/12/141/1/kepadatan-penduduk-menurut-provinsi.html>
- Badan Pusat Statistik. 2019 – 2021. *Rasio Jenis Kelamin*.
<https://tasikmalayakab.bps.go.id/indicator/12/117/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>
- Badan Pusat Statistik 2019-2022. *Rasio Ketergantungan* [Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat \(bps.go.id\)](https://www.bps.go.id)
- Djarajah. 2011. *Konsep pemijahan Ikan Mas*. Yogyakarta: Nuha Medika
- Fidzrina. 2018. *Rantai Pemasaran*. Edisi 1, cetakan ke 6. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Firdaus. 2010. *Perbedaan Produk Mentah*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ghufran, 2010). *Teknik Budidaya Ikan Mas*. Jakarta: Modern Press.
- Gusrina. 2008. *Konsep Pembenihan Ikan Mas*. Global Pustaka Utama. Yogyakarta.
- Hanafiah, 1996. *Kedudukan Pemasaran*. *Jurnal Litbang Pertanian* 23(2) : 68-73.
- Hempel. 2002. *Konsep Perikanan* Edisi ke 12. Erlangga. Jakarta.
- Syafira. 2018. *Analisis Pemasaran Ikan Mas*
- Cyprinus carpio Pujawan. 2005. *Supply Chain Management*. Guna Widya, Surabaya.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan (R&D))*. CV. Alfabeta,