



Efektivitas Pemasaran Ikan Hias *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) di PT Agung Aquatic Marine, Badung – Bali

Mutiara Azizah^{1*}, Yusri Muhammad Yusuf², Ratnawati³

^{1,2,3} Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, Indonesia

Alamat: Jalan Poros Makassar - Parepare Km. 83, Mandalle, Pangkep, Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan, Sulawesi Selatan 90761

Korespodensi email: mutiaraazzh756@gmail.com

Abstract. *The ornamental fish business is experiencing quite rapid development and has promising economic prospects. Ornamental fish is one of the fishery commodities that has the potential to become an export commodity because ornamental fish originating from Indonesia are in great demand by the international market. The development of the ornamental fish market is increasing but is not followed by a sufficient number of ornamental fish breeders and the lack of regulation of marine ornamental fish exporters in Indonesia, can trigger exporters to over-exploit natural ornamental fish to meet the needs of the ornamental fish market which can result in several species of marine ornamental fish It is threatened with extinction and causes the destruction of coral reefs because several types of coral reefs have direct symbiosis with fish. This research uses qualitative research methods or field research depending on what happens in the field, in this case PT Agung Aquatic Marine. The data analysis used is qualitative descriptive data analysis with data collection techniques through observation, interviews and documentation. Based on sales data for ornamental Clownfish (*Amphiprion Ocellaris*) from 2022 to 2023, sales show that sales continue to increase. Meanwhile, Clownfish (*Amphiprion Ocellaris*) which experienced a decrease in orders from customers include Clownfish (*Amphiprion Ocellaris*) with size (S). This could be caused by the quality of the fish not matching the customer's taste. However, there are also Clownfish (*Amphiprion Ocellaris*) whose orders continue to increase every month, such as Clownfish (*Amphiprion Ocellaris*) with size (M) and Black Clownfish (*Amphiprion Ocellaris*). This is because these ornamental fish have good quality according to customer tastes. Direct marketing of Clownfish ornamental fish (*Amphiprion Ocellaris*) at PT Agung Aquatic Marine can be said to be effective because it has been able to achieve sales targets and company goals that have been previously set.*

Keywords: *Effectiveness, Marketing, Ornamental Clownfish*

Abstrak. *Bisnis ikan hias mengalami perkembangan yang cukup pesat dan memiliki prospek yang menjanjikan secara ekonomi. Ikan hias merupakan salah satu komoditas perikanan yang berpotensi menjadi komoditas ekspor karena ikan hias yang berasal dari Indonesia sangat diminati oleh pasar Internasional. Perkembangan pasar ikan hias semakin meningkat namun tidak diiringi dengan jumlah pembudidaya ikan hias yang cukup dan minimnya regulasi eksportir ikan hias laut di Indonesia, dapat memicu para eksportir mengeksploitasi ikan hias alam secara berlebihan untuk memenuhi kebutuhan pasar ikan hias yang dapat menyebabkan beberapa spesies ikan hias laut terancam punah dan menyebabkan musnahnya terumbu karang dikarenakan beberapa jenis terumbu karang bersimbiosis langsung dengan ikan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif atau penelitian lapangan tergantung apa yang terjadi di lapangan, dalam hal ini PT Agung Aquatic Marine. Analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan data penjualan ikan hias *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) dari tahun 2022 sampai dengan 2023 menunjukkan penjualan yang terus meningkat. Adapun *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) yang mengalami penurunan order dari customer ialah *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) dengan size (S). Hal ini bisa disebabkan karena kualitas ikan yang tidak sesuai dengan selera customer. Namun, ada juga *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) yang setiap bulan orderannya terus meningkat setiap bulannya, seperti *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) dengan size (M) dan *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) Hitam. Hal ini disebabkan karena ikan hias tersebut memiliki kualitas yang bagus sesuai dengan selera customer. Pemasaran langsung ikan hias *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) di PT Agung Aquatic Marine dapat dikatakan sudah efektif karena sudah mampu mencapai target penjualan dan tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya.*

Kata kunci : *Efektivitas, Pemasaran, Ikan Hias *Clownfish**

1. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan sebuah *Archipelago* dengan jumlah pulau sebanyak 17.504 FAO (2022). Selain itu luas wilayah perairan Indonesia adalah 65% dari total luas wilayah Indonesia dengan garis pantai sepanjang 81.000 km (Gerungan, 2016). Tentunya dengan kondisi geografis tersebut memberikan kelimpahan potensi sumber daya perikanan bagi Indonesia. Berdasarkan data FAO tahun 2022, menjelaskan Indonesia memiliki wilayah yang berpotensi sebagai sumber daya perikanan yaitu sebesar 26.606.000 ha. (Anugrah & Alfarizi, 2021)

Bisnis ikan hias mengalami perkembangan yang cukup pesat dan memiliki prospek yang menjanjikan secara ekonomi. Ikan hias merupakan salah satu komoditas perikanan yang berpotensi menjadi komoditas ekspor karena ikan hias yang berasal dari Indonesia sangat diminati oleh pasar Internasional. (Febi Efiani, 2021)

Ikan hias merupakan komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomis tinggi baik di pasar lokal maupun internasional dengan tujuan pemasaran di antaranya negara Australia, Jepang, Jerman dan Prancis (Tartila, 2016). Ikan hias banyak digemari karena memiliki penampakan yang menarik, keindahan warna yang cerah, berukuran kecil dan gerakannya lincah (Zulfikar, et al, 2018). Salah satu jenis ikan hias air laut yang banyak digemari oleh penggemar ikan hias adalah *Clownfish (Amphiprion)*. (Latuconsina, 2021)

Permintaan pasar luar negeri saat ini cukup tinggi dengan negara tujuan pengiriman seperti: Australia, Jepang, Jerman dan Perancis. Sekitar 1.471 jenis ikan hias diperdagangkan di dunia, dengan perkiraan jumlah sebanyak 20 hingga 24 juta ekor. Jenis *Clownfish (Amphiprion percula)* merupakan ikan yang terbanyak diperdagangkan. Hal yang sama turut dilaporkan Puska Daglu BP2KP Kementrian Perdagangan (2014) selama periode 2009 – 2013 ekspor ikan hias mengalami peningkatan sebanyak 1,7%.

Perkembangan pasar ikan hias semakin meningkat namun tidak diiringi dengan jumlah pembudidaya ikan hias yang cukup dan minimnya regulasi eksportir ikan hias laut di Indonesia, dapat memicu para eksportir mengeksploitasi ikan hias alam secara berlebihan untuk memenuhi kebutuhan pasar ikan hias yang dapat menyebabkan beberapa spesies ikan hias laut terancam punah dan menyebabkan musnahnya terumbu karang dikarenakan beberapa jenis terumbu karang bersimbiosis langsung dengan ikan. Menurut Purwaka dan Kartika, (2015) ekspor impor ikan hias laut masih mengandalkan penangkapan alam, hanya kurang dari 1% saja yang telah dibudidayakan. (Syaifullah, 2021)

Perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan ekspor ikan hias adalah PT Agung Aquatic Marine, Bali. Perusahaan ini berusaha mempertahankan dan mengembangkan jumlah *customer* serta menentukan strategi untuk meningkatkan penjualan dengan dengan

mempelajari dan mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan ikan hias khususnya *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)* serta teknik dan efektivitas pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik mengangkat sebuah judul penelitian yaitu “ Efektivitas Pemasaran Ikan Hias *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)* di PT Agung Aquatic Marine, Badung – Bali ”.

2. KAJIAN TEORITIS

Kata efektivitas berasal dari bahasa inggris, yaitu *effective* yang berarti berhasil, tepat atau mencapai sasaran sesuai yang diinginkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) definisi efektivitas adalah sesuatu yang memiliki pengaruh atau akibat yang ditimbulkan, manjur, membawa hasil dan merupakan keberhasilan dari suatu usaha atau tindakan. Cara untuk mengukur efektivitas adalah dengan menentukan transferabilitas (kemampuan memindahkan) prinsip-prinsip yang dipelajari. Kalau tujuan dapat dicapai dalam waktu yang singkat dengan strategi tertentu daripada strategi yang lain, strategi itu efisien. Kalau kemampuan mentransfer informasi atau skill yang dipelajari lebih besar dicapai melalui suatu strategi tertentu dibandingkan strategi lain, strategi tersebut lebih efektif untuk pencapaian tujuan Jadi efektivitas berarti ketercapaian atau keberhasilan suatu tujuan sesuai dengan rencana dan kebutuhan yang diperlukan, baik dalam penggunaan data, sarana maupun waktunya. (Lubis et al., 2017)

Definisi pemasaran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebuah proses, cara, perbuatan untuk memasarkan suatu barang dagangan, sementara definisi dari strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi. Jadi definisi dari pemasaran secara umum adalah kegiatan memanfaatkan variabel – variabel penjualan untuk mendatangkan konsumen, meningkatkan penjualan, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen sehingga kegiatan transaksi yang terjadi dapat dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan. (Hariyanti & Wirapraja, 2018)

Ikan hias adalah jenis ikan baik yang berhabitat di air tawar maupun di laut yang dipelihara bukan untuk konsumsi melainkan untuk memperindah taman/ruang tamu. Panorama bawah laut seringkali dinilai mempesona sehingga banyak orang yang rela menghabiskan uang banyak untuk menyelam dan menikmatinya. (Hasibuan, 2020)

Clownfish merupakan salah satu komoditas ikan hias air laut yang diminati oleh para penggemar ikan hias, *Clownfish* banyak dipelihara karena memiliki pola warna yang eksotis dengan tiga strip hitam – putih vertikal, sirip juga berwarna oranye dengan tepi hitam. *Clownfish* tersebar luas di ekosistem terumbu karang di daerah tropis dan subtropic. *Clownfish* hidup berkelompok yang habitat aslinya di dekat karang dan bersimbiosis anemon laut. (Aslikhatun Nisa Nim, 2023)

Ekspor ikan hias adalah salah satu komoditas andalan Indonesia sejak lama. Potensi ekonomi ikan hias hingga saat ini masih tergarap dengan maksimal. Jenis ikan hias yang di ekspor seperti *Angelfish*, *Clownfish*, capungan layaran, udang hias, bintang laut dan jenis invetbrata (Suhana, 2020). (Febi Efiani, 2021)

3. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berfikir induktif. Dalam penelitian ini, peneliti terlibat dalam situasi dan *setting* fenomenanya yang diteliti. Peneliti diharapkan selalu memusatkan perhatian pada kenyataan atau kejadian dalam konteks yang diteliti. (Adlini et al., 2022)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif atau penelitian lapangan tergantung apa yang terjadi di lapangan, dalam hal ini PT Agung Aquatic Marine. Tujuan penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan dan menjelaskan realita yang ada pada PT Agung Aquatic Marine, tentang cara efektivitas pemasaran ikan hias khususnya *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*).

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018) mengatakan bahwasanya populasi sebagai wilayah yang terdiri dari objek atau subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan kualitas yang telah ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulannya. (Umikulsum Pinkan Qayyumi, 2021). Dari pernyataan di atas penulis menetapkan bahwa populasi penelitian ini adalah ikan hias yang ada di PT Agung Aquatic Marine.

Sugiyono (2018) mengatakan bahwasannya sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel pada penelitian ini adalah jenis ikan hias *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) yang ada di PT Agung Aquatic Marine.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari suatu variabel penelitian. Untuk mendapatkan data yang benar demi kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya, maka diperlukan suatu instrumen yang valid dan konsisten serta tepat dalam memberikan data hasil penelitian (*reliabel*). (Syamsuryadin & Wahyuniati, 2020). Sesuai pengertian di atas maka penelitian ini menggunakan beberapa instrumen yang di antaranya:

- a. Catatan
- b. Perekam suara
- c. Kamera *Hand Phone*
- d. Dan lain-lain

Teknik Pengumpulan Data

Informasi yang akan dikumpulkan akan memiliki makna yang akurat, lengkap dan jelas apabila menggunakan metode pengumpulan data yang baik dan benar serta sesuai dengan penelitian yang akan dilaksanakan. (Maisyaroh, 2019)

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang melibatkan proses yang cukup kompleks. Hal ini disebabkan sebuah penelitian yang telah memilih untuk dilakukan secara kualitatif memiliki karakteristik sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan menceritakan pengalaman seseorang yang terlibat dalam sebuah kejadian.

Oleh sebab itu diperlukan sebuah teknik untuk menganalisa data – data kualitatif yang telah dikumpulkan oleh peneliti guna mendapatkan jawaban – jawaban sesuai dengan rumusan masalah yang ada. Penelitian menggunakan metode kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan – temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Daftar Nama Perusahaan Eksportir Pembeli Ikan Hias *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) di PT Agung Aquatic Marine

No	Nama Customer	Negara
1	ECOTOP Com.Imp. Animals Vivos e Prod. Aqua.Ltda	Brazil
2	Tropical Import Services	Jerman
3	All Marine	Paris
4	Davies Turner Aquatics	Amerika Serikat
5	Reefwork Trading Limited	London
6	KSE MEXICO SA DE CV	Mexico
7	De Jong Marine Life	Amsterdam
8	Reefer Zone	Los Angeles
9	Koral Piotr Bilski	Polandia
10	Kaneki	Jepang

Analisis Lingkungan Internal

- a. Kekuatan (*Strenght*)
 - 1) Standar Kualitas *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*)
 - 2) Pelayanan Pembelian Barang Kepada *Customer*
 - 3) Teknik Penawaran Ikan Hias *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) Tersendiri
- b. Kelemahan (*Weakness*)
 - 1) Kurang Kerja Sama Tim Antar Karyawan
 - 2) Semua Karyawan Belum Difungsikan Secara Maksimal

Analisis Lingkungan Eksternal

- a. Peluang (*Opportunity*)
 - 1) Permintaan Pasar Yang Tinggi
 - 2) Hubungan Baik Dengan *Cargo Airlines*
- b. Ancaman (*Threat*)
 - 1) Harga Tarif Angkutan Penerbangan Yang Tinggi
 - 2) Persaingan Dari Perusahaan Yang Menjual Barang Sejenis
 - 3) Peraturan pemerintah yang sering diperbaharui

Teknik Pemasaran Langsung Ikan Hias *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*)

- I. Dengan cara face to face dengan customer secara langsung. Customer datang ke perusahaan langsung dan memilih ikan hias *Clownfish* (*Amphiprion Ocellaris*) yang tersedia dalam aquarium perusahaan.

2. Melalui stock list variasi ikan hias Clownfish (*Amphiprion Ocellaris*) yang dimiliki oleh perusahaan. Pihak perusahaan mengirimkan daftar jenis ikan hias yang dimiliki kepada customer dan customer akan menentukan jenis ikan hias yang akan dipilih berdasarkan variasi yang ditawarkan.
3. Melalui via foto jenis ikan hias Clownfish (*Amphiprion Ocellaris*) yang dimiliki oleh perusahaan. Sebelumnya pihak perusahaan mengirimkan foto jenis – jenis ikan hias yang dianggap menarik kepada customer agar customer lebih mudah menentukan jenis, bentuk, ukuran, dan warna *ikan hias Clownfish (Amphiprion Ocellaris) yang dipilih*.

Pemasaran Langsung Ikan Hias *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)*

Tabel 2. Data Penjualan *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)* 2022

No.	Nama <i>Clownfish</i>	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Juli	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jml
1.	<i>Clownfish (S)</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
2.	<i>Clownfish (M)</i>	86	-	89	10	83	61	-	6	33	-	-	6	374
3.	<i>Clownfish Hitam</i>	10	-	7	-	14	-	-	-	-	-	-	-	31

Tabel 3. Data Penjualan *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)* 2023

No.	Nama <i>Clownfish</i>	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Juli	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jml
1.	<i>Clownfish (S)</i>	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
2.	<i>Clownfish (M)</i>	30	164	48	80	69	67	77	55	70	20	74	5	759
3.	<i>Clownfish Hitam</i>	24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	34

Perencanaan pemasaran penting untuk setiap operasi bisnis. Perencanaan pemasaran dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran suatu produk atau layanan. Perencanaan pemasaran bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan taktik guna mencapai sasaran perusahaan. Perencanaan pemasaran haruslah terorganisasi dengan baik. Secara sederhana, perencanaan pemasaran adalah suatu urutan – urutan kegiatan menuju penetapan sasaran pemasaran dan formulasi rencana untuk mencapai sasaran tersebut. Dalam realisasinya, perencanaan pemasaran merupakan proses perencanaan tahapan-tahapan aktivitas dalam pemasaran yang melibatkan keseluruhan aspek dalam organisasi. Karenanya perencanaan pemasaran merupakan aktivitas pemasaran multifaset dan lintas fungsi (*cross – fungsional*).

Perencanaan pemasaran merupakan suatu bagian dari suatu desain untuk mencapai tujuan. Tujuannya, yaitu untuk menciptakan nilai bagi *customer* dalam kondisi tetap

menguntungkan perusahaan atau dapat disebut dengan konsep pemasaran, yaitu suatu hubungan yang saling menguntungkan.

Penerimaan Ikan yang Datang

- a. Pada saat penerimaan ikan, dipastikan air di dalam bak penerimaan pH harus sama dengan aquarium penerimaan.
- b. Ikan yang datang harus di seleksi antara yang sakit dan rusak. Ikan yang sakit dan rusak cenderung suka menyendiri, terdapat sobekan – sobekan di sirip tangan dan ekor, serta terdapat luka di bagian badan.
- c. Pada umumnya, jenis ikan yang baik lebih suka bergerombol dan jika berenang siripnya seimbang.
- d. Mengamati gerak gerik ikan yang datang selama 2 sampai 3 hari di aquarium penerimaan. Hal yang perlu diamati seperti cara berenang, daya tahan tubuh ikan (ikan akan menyendiri apabila terkena penyakit), serta ikan yang perutnya besar tandanya memiliki luka di bagian badan.
- e. Setelah ikan telah di amati beberapa hari, lanjut di proses mutasi. Mutasi yaitu perpindahan dari aquarium penerimaan ke aquarium pemeliharaan.
- f. Ikan hias *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)* diberi pakan pelet kecil atau artemia.

Untuk perawatan ikan hias *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)* yang terkena penyakit atau terdapat luka di bagian badan, bisa di rendam di air tawar menggunakan obat F1 (formalin) 2 ml, dan T2 (*methylene blue*) 1 ml selama 1 sampai 2 menit agar terhindar dari gejala waitspot dan parasit. Untuk perendaman dilakukan 1 minggu 2 kali sebelum ikan makan.

Sebelum *Shipment* (Pengiriman)

Sebelum dilakukan pengiriman ikan hias *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)* di isolasi karantina atau penyiapan barang selama 2 sampai 3 hari. Ikan yang di isolasi karantinakan tidak diberi makan (dipuasakan). Hal ini dilakukan agar sewaktu dalam bungkusan ikan tidak buang air sehingga tidak menyebabkan air di dalam bungkusan tidak terkontaminasi penyakit.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pemasaran yang di lakukan oleh PT Agung Aquatic Marine dinilai sudah efektif karena penjualan ikan hias *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)* setiap bulannya terus meningkat dan dapat mencapai target perusahaan.

Berdasarkan hasil dan kesimpulan, PT Agung Aquatic Marine dalam mengelolah usaha yang dijalankan disarankan tetap mempertahankan efektivitas pemasaran yang dilakukan

khususnya ikan hias *Clownfish (Amphiprion Ocellaris)* agar dapat meningkatkan penjualan serta mencapai target perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-sebesarannya penulis ucapkan kepada berbagai pihak yang telah membantu memberikan dukungan, kritik serta saran dalam penyusunan jurnal ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., & Chotimah, O. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka*.
- Anugrah, A. N., & Alfarizi, A. (2021). Literature Review Potensi Dan Pengelolaan Sumber Daya Perikanan Laut Di Indonesia. *Jurnal Sains Edukatika Indonesia (Jsei)*.
- Aslikhatun Nisa Nim. (2023). Rancang Bangun Kualitas Air Akuarium Dan Pemberi Pakan Ikan Hias Clown Fish Otomatis Berbasis Iot.
- Dzulhidayat. (2022). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran Makalah*. 8.5.2017, 2003–2005.
- Febi Efiani. (2021). *Prosedur Dan Dokumen Ekspor Ikan Hias Di Pt . Agung Aquatic Marine Badung , Denpasar - Bali*.
- Hadi, A. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*.
- Hapsawati Taan. (2021). *Konsep Dasar Perencanaan Pemasaran Dan Proses Penyusunannya*.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*.
- Hasibuan, J. (2020). Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Hias Kelompok Pembudidaya Mekar Jaya Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdan. *Universitas Medan Area*.
- Jannatul Firda. (2019). Manajemen Penanganan Ikan Hias Laut Clownfish (Amphiprionae) Siap Ekspor Di Cv. Rezky Bahari Makassar. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*.
- Kusumastuti, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Latuconsina, M. R. (2021). *Manajemen Pembesaran Ikan Clownfish (Amphiprion Ocellaris) Sistem Resirkulasi Di Balai Perikanan Budidaya Laut Ambon ,Provinsi Maluku*.
- Lubis, R. Syafitri, Sari, R. F., & Cipta, H. (2017). Efektivitas Pembelajaran Model Grasha-Riechmann. *Seminar Nasional Matematika Dan Aplikasi, January*.
- Nurul Najidah Dan Hesti Lestari. (2019). Efektivitas Program Keluarga Harapan (Pkh) Di

Kelurahan Rowosari Kecamatan Tembalang Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*.

- Oktavania, W. P. (N.D.). *Pengaruh Pemasaran Langsung Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream*.
- Pembangunan, P. (2017). *Efektivitas Penggunaan Dana Desa Dalam Peningkatan Pembangunan (Suatu Studi Di Desa Watutumou Dua Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara)*.
- Septianti, L., Kasmi, M., & Ridwan, M. (2022). Efektivitas Pemasaran Karang Hias Akropora (Acropora Sp) Di Pt Agung Aquatic Marine, Badung Bali. *Journal Of Applied Agribusiness*.
- Syaifulloh, M. Y. (2021). *Pengaruh Pakan Alami Dan Pakan Buatan Terhadap Pertumbuhan Benih Clownfish (Amphiprion Percula) Di Balai Besar Perikanan Budidaya Laut, Lampung*.
- Syamsuryadin, S., & Wahyuniati, C. F. S. (2020). Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*.
- Umikulsum Pinkan Qayyumi. (2021). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial (Instagram, Tiktok Dan Youtube) Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Bittersweet By Najla (Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Instagram, Tiktok Dan Youtube Di Kota Yogyakarta) Skripsi*.
- Yazidkurnia, M. (2021). "Inovasi Dan Kreativitas Dalam Kewirausahaan." *Kompasiana*, 6(4). Kompasiana.Com. "Inovasi Dan Kreativitas Dalam Kewirausahaan." *Kompasiana*, 11 July 2021.