

## **ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA BUDIDAYA IKAN DI DESA POKA KOTA AMBON**

**Netsia W Dahoklory<sup>1</sup>, Christina Sososutiksno<sup>2</sup>, Pranatalindo Simanjuntak<sup>3</sup>, Ericha Tueka<sup>4</sup>,  
Dean Marchia Unawekla<sup>5</sup>, Christi Salamba<sup>6</sup>, Alekxa Imanuela Tuhuleruw<sup>7</sup>**

Universitas Pattimura

Email: [netsiadahoklory35@gmail.com](mailto:netsiadahoklory35@gmail.com)<sup>1</sup>, [csososutiksno@gmail.com](mailto:csososutiksno@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[franssimanjuntak71@gmail.com](mailto:franssimanjuntak71@gmail.com)<sup>3</sup>, [erichatueka7@gmail.com](mailto:erichatueka7@gmail.com)<sup>4</sup>, [unaweklamarchia19@gmail.com](mailto:unaweklamarchia19@gmail.com)<sup>5</sup>,  
[christisalamba3112@gmail.com](mailto:christisalamba3112@gmail.com)<sup>6</sup>, [alexatuhuleruw@gmail.com](mailto:alexatuhuleruw@gmail.com)<sup>7</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis Budidaya Ikan dengan sistem keramba di Desa Poka Kota Ambon dengan menganalisis Aspek Pasar dan Pemasaran, serta Aspek Teknis dan Produksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung, kemudian dilakukan analisis menggunakan aspek kelayakan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Budidaya Ikan tersebut dinilai layak dari aspek pasar dan pemasaran serta aspek teknis dan produksi. Namun, beberapa hal seperti ketersediaan area parkir dan pengaturan jam operasional masih perlu ditingkatkan untuk mendukung efektifitas usaha. Secara keseluruhan, usaha budidaya ikan ini layak untuk dikembangkan dengan mempertimbangkan perbaikan pada beberapa aspek pendukung lainnya.

**Kata Kunci** : Budidaya Ikan, Kelayakan Bisnis, Keramba, Desa Poka.

**Abstract** – This study aims to determine the feasibility of a fish farming business using a cage system in Poka Village, Ambon City, by analyzing market and marketing aspects, as well as technical and production aspects. This study uses a qualitative descriptive approach with data collection methods through interviews and direct observation, followed by analysis using business feasibility aspects. The results indicate that the fish farming is considered feasible from a market and marketing perspective, as well as technical and production aspects. However, several aspects such as the availability of parking areas and operational hours still need to be improved to support business effectiveness. Overall, this fish farming business is feasible to develop by considering improvements in several other supporting aspects.

**Keywords**: Aquaculture, Feasibility Study, Floating Net Cage.

## **PENDAHULUAN**

Kota Ambon memiliki potensi yang sangat tinggi terkait perikanan, hal ini dipengaruhi oleh perbatasan langsung antara Kota Ambon dengan wilayah Banda yang merupakan Wilayah Pengelolaan Perikanan. Luas area budidaya ikan sebesar 1.870 Ha untuk luas budidaya laut sendiri sebesar 1.868,6, (Dinas perikanan Kota Ambon, 2025) Pallinusa., dkk (2025) melalui penelitiannya di Teluk Ambon menemukan bahwa kualitas air di wilayah tersebut berada pada kondisi optimal sehingga layak untuk kegiatan budidaya. Ini memungkinkan masyarakat untuk membangun usaha guna membantu kebutuhan pokok mereka, salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah Budidaya Ikan dengan metode keramba.

Metode Keramba sendiri merupakan metode dimana jaring diapungkan di perairan dengan rakit dan di setiap sudutnya diberikan alat pemberat. Keunggulan metode ini adalah efektif, ramah lingkungan jika dikelola dengan baik, dan bisa dipakai secara fleksibel. Penelitian Rulianto., dkk (2024) yang berlokasi di Desa Pondok Nongko, Banyuwangi, menunjukkan bahwa metode keramba dalam budidaya ikan memberikan dampak positif terhadap kondisi ekonomi nelayan. Dampak tersebut didorong oleh meningkatnya produktifitas dan efisiensi usaha.

Budidaya Ikan merupakan salah satu usaha yang menguntungkan, walaupun usaha ini menguntungkan perlu adanya analisis yang cermat guna mengetahui apakah usaha budidaya ikan ini layak menjadi sebuah usaha yang lebih luas dan minim risiko.

Usaha yang dianalisis adalah budidaya ikan milik Pak Raen. Budidaya ini merupakan unit produksi perikanan yang berlokasi di Desa Poka, Kota Ambon, Provinsi Maluku. Kegiatan budidaya ikan dilakukan dengan menggunakan sistem keramba dan menghasilkan jenis ikan konsumsi seperti Ikan mubara, Ikan kerapu dan Ikan kakap.

Penelitian dilakukan di lokasi tersebut karena tempatnya mudah diakses, merupakan salah satu unit budidaya yang konsisten berproduksi, serta pengelola usaha yang bersedia menyediakan data yang dibutuhkan. Kondisi tersebut memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih lengkap dan valid.

Analisis yang akan dilakukan dalam usaha ini mencakup Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis dan Produksi. Tujuan dari menganalisis kedua aspek ini adalah untuk menilai apakah pelaku usaha memiliki dan sudah mampu mengelola aspek-aspek tersebut dengan efektif untuk memastikan keberlanjutan usaha mereka.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengevaluasi dan menjelaskan tingkat kelayakan bisnis yang diteliti. kegiatan penelitian dilaksanakan pada 15 November 2025 di usaha budidaya ikan milik Pak Raen yang berlokasi di Desa Poka, Kota Ambon. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha yang membahas aspek Pasar dan Pemasaran, serta Teknis dan Operasional Budidaya. Adapun data sekunder bersumber dari buku, jurnal ilmiah, dan berbagai dokumen lain yang relevan dengan kegiatan budidaya ikan. Teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup observasi dan wawancara.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap Budidaya Ikan Pak Raen, didapatkan hasil sebagai berikut ;

## **1. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Target utama dalam usaha ini mencakup semua masyarakat, namun dapat dilihat bahwa penjualan hanya dilakukan melalui restoran, artinya Budidaya Ikan Pak Raen hanya menjadi pemasok bagi restoran sendiri. Hal ini dapat membatasi potensi pasar karena hanya bergantung pada suatu saluran distribusi. Menurut Ompusunggu dkk. (2020) pemasaran terkonsentrasi yang mengutamakan sedikit pelanggan, menyimpan potensi kerugian yang besar. Namun, dengan memiliki restoran sendiri merupakan suatu keunggulan karena menambah nilai jual, terbukti dengan harga ikan yang sudah termasuk menu lain. Pak Raen menyampaikan bahwa “ harga ikan yang kami tentukan sudah sepaket dengan nasi dan menu lainnya.” Memasarkan dua atau lebih dalam satu paket dengan harga yang sama, menawarkan manfaat yang signifikan bagi pembeli dan penjual. Pembeli menganggapnya lebih ekonomis, sementara penjual menghemat biaya pemasaran (Ompusunggu dkk., 2020)

Pesaing utama dalam usaha ini adalah budidaya ikan lain yang berlokasi di sekitar lokasi yang sama. Keberadaan banyak pesaing ini terkait erat dengan potensi besar sektor budidaya di daerah tersebut, melalui pengembangan budidaya ikan keramba jaring apung di Teluk Ambon Dalam, muncul dampak positif yaitu penciptaan lapangan kerja baru dan peningkatan pendapatan warga lokal (Irawati & Syamsudin (2020). Dengan adanya beberapa pesaing membuat usaha budidaya ikan Marthafons harus lebih cermat untuk mengembangkan usaha mereka.

Dalam upaya mempertahankan pelanggannya, budidaya ikan pak raen berfokus pada tiga poin kunci yaitu penjagaan kesegaran dan kualitas ikan, pemberian layanan yang luar biasa, serta penjaminan kepuasan pelanggan. Ini membuat pelanggan merasa puas sehingga cenderung akan kembali melakukan pembelian (Indrasari, 2019). Sari (2017) berpendapat bahwa kinerja yang baik, pelayanan yang memuaskan, dan pemenuhan ekspektasi konsumen akan secara otomatis menghasilkan citra baik bagi usaha tersebut. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Rahayu (2023) bahwa terjadinya kepuasan pelanggan juga memberikan manfaat yang berharga, yaitu terbangunnya hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dan pelanggan.

Dengan demikian, jika usaha Budidaya Ikan Marthafons mampu menjaga Kualitas, memberikan pelayanan yang baik, dan memenuhi harapan pelanggan, citra positif akan terbentuk dengan sendirinya, yang pada gilirannya akan memperkuat loyalitas pelanggan dan reputasi usaha.

Penggunaan media internet seperti tiktok dan instagram guna memfasilitasi pemasaran dan promosi, walaupun tidak dilakukan secara rutin atau dijelaskan secara lengkap juga mampu memberikan kontribusi pada pengembangan bisnis ini. dengan pemanfaatan sosial media juga dapat mengurangi biaya promosi dalam penggunaan biaya pemasaran dan juga sebagai alat komunikasi antara penjual dan pembeli (Elida & Raharjo, 2020)

## **2. Aspek Teknis dan Operasi**

Hasil observasi menunjukkan bahwa lokasi budidaya ikan tersebut sangat strategis karena kedekatannya dengan restoran. Keunggulan geografis ini mempermudah pemilik usaha dalam proses distribusi produknya. Lebih lanjut, keberadaan lokasi budidaya di perairan Teluk Ambon berkontribusi pada tingkat produksi yang cukup optimal (Hardian, dkk., 2016).

Meskipun demikian, terdapat keterbatasan pada fasilitas pendukung, khususnya area parkir untuk lokasi budidaya dan restoran. Berdasarkan pengamatan, area parkir yang tersedia cenderung sempit, sementara banyak pelanggan menggunakan kendaraan roda empat. Kondisi ini berpotensi mengurangi kenyamanan pelanggan sehingga diperlukan adanya tata kelola yang efektif untuk mengatasi masalah tersebut.

Metode budidaya yang digunakan adalah Keramba Jaring Apung (KJA). Kordi (2010) menjelaskan bahwa KJA memiliki berbagai keunggulan, antara lain kapasitas dalam

mengendalikan predator, serta kemampuan menghasilkan produk budidaya yang lebih mudah diterima oleh pasar, termasuk restoran dan jenis konsumen lainnya. Struktur KJA umumnya terdiri atas rakit, pelampung, pemberat pada setiap sudut keramba, jangkar, dan rumah jaga. Selain itu penelitian yang menggunakan pendekatan non -time Value of money oleh Leatemia (2019) Menyimpulkan bahwa usaha KJA di lokasi Teluk Ambon Dalam dinilai layak untuk dikembangkan.

Ikan yang dibudidayakan terdiri atas Mubara, Kerapu, dan Kakap. Pemilihan ketiga jenis ikan tersebut didasarkan pada kemampuan adaptasinya yang cukup tinggi terhadap lingkungan budaya. Proses pemberian pakan dilakukan dua kali sehari, yakni pada pagi dan sore. Ikan Mubara dan Kerapu memiliki pola makan yang aktif pada pagi serta saat menjelang terbenamnya matahari. Dengan demikian, pemberian pakan secara tepat waktu dapat mendukung peningkatan hasil budidaya (Tamsil, dkk., 2019)

Dalam kegiatan budidaya, salah satu hambatan yang muncul adalah kondisi cuaca yang mempengaruhi kualitas air. Menurut Pak Raen, hujan yang turun secara berkelanjutan membuat air di area budidaya menjadi keruh, sehingga mengakibatkan terjadinya penyakit pada ikan. Untuk itu pemeliharaan kualitas air yang optimal sangat diperlukan untuk mendukung peningkatan biomasa ikan yang dibudidayakan, (Apriani & Noordin, 2025)

## **Pembahasan**

### **1. Profil usaha**

Usaha Budidaya Ikan merupakan entitas usaha perikanan yang dikelola langsung oleh Pak Raen selaku pemilik dan pengelola utama, berlokasi di wilayah Desa Poka, Kota Ambon, unit usaha ini berfokus pada budidaya serta penjualan berbagai jenis ikan konsumsi yang memiliki nilai pasar tinggi. Produk yang menjadi andalan dalam bisnis ini meliputi Ikan Kuwe yang juga dikenal dengan sebutan Ikan Mubara, Ikan Kerapu, dan Ikan Kakap.

### **2. Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran**

Target pasar yang mencakup seluruh masyarakat menunjukkan potensi pasar yang luas. Karena mempunyai restoran sendiri budidaya Ikan memiliki strategi penjualan yang hanya melalui restoran. Volume penjualan sangat dipengaruhi oleh permintaan pasar dan preferensi konsumen terhadap ikan mubara, yang menunjukkan bahwa usaha ini sangat responsif terhadap tren pasar.

Mengacu pada hasil wawancara dan pengamatan lapangan diidentifikasi bahwa pesaing utama dari usaha budidaya ini merupakan pembudidaya sekitar yang ada di lokasi yang sama. Strategi memertahankan pelanggan yang dilakukan oleh usaha budidaya ikan Marthafons berfokus pada 3 aspek utama yaitu, Kualitas dan Kesegaran Ikan, Pelayanan yang Baik, Fokus kepada kenyamanan pelanggan, Strategi pemasaran yang digunakan meliputi pemanfaatan media sosial seperti Tiktok dan Instagram menjadi saluran utama dalam media promosi guna mengembangkan usaha. Penentuan Harga yang berdasarkan ukuran dan jenis ikan, kisaran Rp.100.000 - Rp.130.000 (nasi dan menu lainnya). Penentuan harga yang fleksibel memungkinkan usaha untuk menyesuaikan harga dengan nilai produk.

### **3. Aspek Teknis dan Operasi**

Lokasi Budidaya yang dekat dengan restoran dan rumah pemilik merupakan kemudahan bagi penjual untuk distribusi hasil budidaya dan memudahkan pemilik dalam pengawasan dan pengelolaan.

Metode yang digunakan dalam budidaya ikan menggunakan Keramba Jaring Apung. Keramba Jaring Apung merupakan salah satu inovasi yang efektif dalam perikanan. Kapasitas Ikan dan jumlah ikan juga tidak diukur secara Kuantitatif, tetapi disesuaikan dengan ukuran keramba yang tersedia.

Jenis ikan yang dibudidayakan meliputi beberapa spesies unggulan, yaitu Mubara, Kakap, dan Kerapu. Pemberian pakan kepada ikan dilakukan dua kali sehari (2x sehari) yaitu pada pagi dan sore hari. Adapun kendala dalam aktivitas budidaya ini menurut pemilik,

faktor cuaca yang tidak stabil berakibat pada kualitas air dan munculnya penyakit pada ikan.

## KESIMPULAN

Secara keseluruhan, usaha budidaya ikan milik Pak Raen dinilai layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran serta aspek teknis dan produksi. Meskipun demikian, beberapa hal seperti area parkir dan pengaturan jam operasional masih perlu diperbaiki agar usaha dapat berjalan lebih optimal. Analisis pada aspek-aspek lainnya juga diperlukan untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha ke depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, I., Noordin, H. (2025) Hama, dan Penyakit Ikan. Deepublish Digital. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jftJEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=penyakit+ikan+di+budidaya&ots=tPAibHhQQA&sig=7-bhd-ITw5RKRyKHzQIUwsyxnl&redir\\_esc=y#v=onepage&q=penyakit%20ikan%20di%20budidaya&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jftJEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=penyakit+ikan+di+budidaya&ots=tPAibHhQQA&sig=7-bhd-ITw5RKRyKHzQIUwsyxnl&redir_esc=y#v=onepage&q=penyakit%20ikan%20di%20budidaya&f=false)
- Aquatec. (2015). Gelora budidaya ikan bubara di Ambon. [https://aquatec.co.id/index.php?page=single\\_post&postId=93](https://aquatec.co.id/index.php?page=single_post&postId=93)
- Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Ambon. (2025). Potensi daerah <https://ambon.go.id/perikanan/>
- Elida, T. & Raharjo, A. (2019). Pemasaran digital. IPB Press. Ipusnas
- Hardian Murtiono, L., Norbaeti, E., & Pattah, M. (2016). Analisis daya dukung perairan untuk budidaya laut sistem keramba jaring apung di Teluk Ambon Dalam. Jurnal Teknologi Budidaya Laut. <https://adoc.pub/analisis-daya-dukung-lingkungan-perairan-untuk-budidaya-laut.html>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Unitomo Press. Ipusnas
- Irawati, & Syamsuddin, M. (2020). Strategi pengembangan usaha budidaya ikan kerapu sistem keramba jaring apung di Teluk Ambon Dalam. Jurnal Akuakultur Sungai dan Danau, 5(2), 30–43. <http://dx.doi.org/10.33087/akuakultur.v5i2.66>
- Kasmir & Jakfar. (2013). Studi kelayakan bisnis. Prenadamedia. Ipusnas
- Kordi., K. G. H. (2010). Buku pintar pemeliharaan 14 ikan tawar ekonomis di keramba jaring apung. Lili Publisher. Ipusnas
- Leatemia, E. T. (2019). Kelayakan usaha keramba jaring apung dengan sistem monokultur dan polikultur di Tanjung Marthafons, Kota Ambon. <https://doi.org/10.30598/papalele.2019.3.1.11>
- Meiria, E., & Prasetyowati, A. (2020). Studi Kelayakan Bisnis. Liteasi Nusantara. Ipusnas
- Ompusunggu, M. V., Munthe, G. R., & Anggraini, J. (2020). Strategi pemasaran. Literasi Nusantara Abadi. Ipusnas
- Palinussa, E. M., Tuahatu, J. W., Pattinasarany, M. M., Waas, H. J., & Rahman, R. (2025). Sosialisasi kondisi perairan teluk ambon dalam mendukung kegiatan budidaya bagi pembudidaya di desa poka. Jurnal Abdi Insani, 12(9), 4488–4495. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i9.2917>
- Rahayu, S. (2023). Strategi pemasaran produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya (JPPISB), 2(1), 109–113. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v2i1.70>
- Rulianto, J., Catra, W., Sari, E. N., Kurniawan, A. S., Fiverianti, A., Sevriton., & Hermansyah, S. (2024) Keramba Jaring Apung Sebagai Alternatif Budidaya Ikan Nelayan di Desa. Madaniya, 5(1), 66-76. <https://doi.org/10.53696/27214834.693>
- Sari, A. A. (2017). Dasar-dasar public relations: Teori dan praktik. Deepublish. Ipusnas
- Sunyoto, D. (2014) Studi kelayakan bisnis. Caps. Ipusnas
- Suyatno, A., & Anjarsari, D. P. (2022) Sudi kelayakan bisnis. Pustaka baru press. Ipusnas
- Tamsil., A., Kordi., K. G. H., Yasin., H., & Ibrahim., T. A. (2019). Biologi perikanan. Lily Publisher. Ipusnas.