

**ANALISIS PEMASARAN POKDAKAN UDANG VANAME (*Litopenaeus vannamei*)  
DI DESA BOGAK KECAMATAN TELUK MENGGUDU  
KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

Oleh:  
Riama Evarida Panjaitan  
Universitas Darma Agung  
E-Mail:  
[riamaevaridapanjaitan@gmail.com](mailto:riamaevaridapanjaitan@gmail.com)

**ABSTRACK**

*The use of strategy in running a business is very important, especially in marketing carried out by business people to expand marketing reach. Apart from developing marketing, the use of strategy can also reduce the possibility of losses caused by risks that will be faced and maintain the continuity of a business. The aim of this research is to describe the marketing development strategy for vaname shrimp and to describe the supporting and inhibiting factors in the marketing development of vaname shrimp in Bogak Village, Teluk Mengkudu District, Serdang Bedagai Regency, North Sumatra Province. This research uses qualitative research methods, the research subjects are the Innovative Pond Fish Cultivator Group (Pokdakan) in Bogak Village, Teluk Mengkudu District, Serdang Bedagai Regency, North Sumatra Province, totaling 14 people. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. Then the data is analyzed through reduction steps, data presentation and drawing conclusions. The results of this research are: the profit of the Innovative Fishpond Pokdakan business in Bogak Village, Teluk Mengkudu District, Serdang Bedagai Regency is IDR 30,186,220.36, the Innovative Fishpond Pokdakan Business in Bogak Village is feasible to continue with a B/C value equal to 1,132 with BEP at the time average production is 2,985,376, 63 kg per member, and the Marketing Strategy for vaname shrimp (*Litopenaeus vannamei*) is in quadrant II or Diversification Strategy, namely using Strengths (registered formal legal aspects, Potential Natural Resources and Human Resources) to minimize Threats, namely: The emergence of disease , Polluted water and fluctuations in production costs*

**Keywords: Vaname Shrimp, Pokdakan Business, Marketing Strategy**

**ABSTRAK**

Strategi sangat penting dalam suatu bisnis, demikian juga pemasaran yang diterapkan dalam menjalankan suatu bisnis guna memperluas wilayah pemasarannya. Bukan hanya sebagai memperkecil rasio kerugian ketika mempertahankan keberadaan suatu usaha tapi juga upaya mengembangkan usaha lewat pemasaran. Riset ini dilakukan dengan tujuan mendeskripsikan apa yang menjadi factor pendukung serta penghambat ketika mengembangkan pemasaran udang vaname di Desa Bogak Kecamatan Teluk Mengkudu Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara. Riset ini menerapkan kualitatif sebagai metode yang digunakan, sedangkan subjek dalam riset ini adalah kelompok pembudidaya ikan (pokdakan) tambak inovatif di desa bogak kecamatan teluk mengkudu kabupaten Serdang bedagai provinsi sumatera utara, yang berjumlah 14 orang. Observasi, wawancara serta dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam riset ini. Selanjutnya data yang telah terkumpul dianalisis dan kemudian ditarik suatu kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah : keuntungan usaha Pokdakan

Tambak Inovatif di Desa Bogak, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai sebesar Rp 30.186.220,36, Usaha Pokdakan Tambak Inovatif Desa Bogak Layak untuk dilanjutkan dengan nilai B/C sama dengan 1.132 dengan BEP pada saat produksi rata-rata 2.985.376, 63 kg per anggota, dan Strategi Pemasaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) berada pada kuadran II atau Strategi Diversifikasi yaitu menggunakan Kekuatan (Aspek legal formal teregister, Potensi Sumberdaya Alam dan Sumberdaya Manusia) meminimalisasi Ancaman yaitu : Timbulnya penyakit, Air tercemar dan fluktuasi biaya produksi.

**Kata Kunci** : Udang Vaname, Usaha Pokdakan, Strategi Pemasaran.

## 1. PENDAHULUAN

Sub sektor perikanan sangat berperan penting dalam pembangunan perekonomian baik dalam pemenuhan kebutuhan pangan, pembukaan kesempatan kerja serta pembukaan lapangan kerja baru maupun untuk peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta pemasukan bagi negara. Salah satu komoditas perikanan yang berhabitat air payau adalah komoditas udang yang salah satu mulai berkembang di tengah masyarakat termasuk Kabupaten Serdang Bedagai adalah udang vaname (*Litopenaeus vannamei*).

Udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) merupakan bahan makanan sumber protein hewani yang bermutu tinggi dan tidak mengandung kolesterol. Protein hewani sangat dibutuhkan untuk pertumbuhan.

Di Indonesia termasuk di Sumatera Utara budidaya udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) sudah lama dilakukan oleh para pembudidaya tambak. Udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) merupakan komoditas primadona dalam bidang perikanan yang dapat meningkatkan devisa negara melalui ekspor komoditas perikanan. Tingginya permintaan udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di dalam dan di luar negeri menjadikan Indonesia sebagai pengirim udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) terbesar di dunia.

Sistem budidaya yang dipakai pada Budidaya tambak udang vaname adalah sistem intensif dan ini memerlukan biaya yang tinggi dibanding sistem ekstensif.

Sistem budidaya intensif adalah padat tebar yang tinggi (Diatin, *dkk.*, 2008).

Persaingan pasar terhadap komoditi ini sangat ketat selain tingginya harga dan permintaan luar negeri yang sangat banyak dan harus memenuhi *eco/green label* status, memiliki kriteria *safety food* yaitu produk harus bebas antibiotik, bakteri dan logam. Kualitas berkaitan dengan lingkungan dimana tempat udang tersebut dibudidayakan, untuk itu perlu dikaji budidaya udang vaname.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tesis dengan judul “Analisis Pemasaran Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) Produksi Pokdakan Tambak Inovatif Di Desa Bogak, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai”.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Agribisnis Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*)

Agribisnis udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) yang sering disebut dengan Sosial Ekonomi Perikanan merupakan aspek ekonomi, sosial, lingkungan, dan industri. Serangkaian proses penerapan agribisnis pada manajemen bisnis perikanan yang dimulai dari hulu sampai hilir untuk menghasilkan profit yang berkelanjutan.

Dalam agribisnis udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) juga terdapat berbagai tambahan usaha jasa dan kelembagaan pendukung keseluruhan usaha udang vaname (*Litopenaeus vannamei*), rantai

agribisnis udang vaname (*Litopenaeus vanamei*), misalnya lembaga keuangan penyedia kredit / permodalan untuk usaha agribisnis udang vaname (*Litopenaeus vanamei*) seperti bank, koperasi, bakul (pedagang) udang vaname (*Litopenaeus vanamei*) yang sekaligus meminjam modal ke nelayan, dan sejenisnya.

#### **Udang Vaname (*Litopenaeus vanamei*)**

Sebagai komoditas budidaya air payau udang vaname (*Litopenaeus vanamei*) menjadi salah satu penghasil devisa negara non migas yang banyak dibudidayakan ditambak, padahal selain ditambak udang vaname (*Litopenaeus vanamei*) juga dapat dibudidayakan menggunakan media air tawar dengan metode tradisional atau semi intensif (Fardiansyah, 2012).

Benih udang vaname (*Litopenaeus vanamei*) merupakan udang introduksi, sepenuhnya berasal dari pembenihan di balai benih atau *hatchery*. Bahkan untuk memproduksi benih udang vaname (*Litopenaeus vanamei*), induk pun sebagian besar masih diimpor dari Amerika (Kordi, 2010).

#### **Potensi Udang Vaname (*Litopenaeus vanamei*)**

Potensi Udang vaname (*Litopenaeus vanamei*) merupakan komoditas yang sangat mudah untuk dikembangkan. Demikian juga di lihat dari aspek pemasaran potensi pasar usaha **budidaya** udang vaname (*Litopenaeus vanamei*) tergolong besar. Pembudidaya wajib terkoneksi agar kualitas, kuantitas, dan kontinuitas produk lebih terjamin. Udang vaname (*Litopenaeus vanamei*) sebenarnya adalah komoditas alternatif untuk memenuhi kebutuhan udang vaname (*Litopenaeus vanamei*), meskipun begitu harga jualnya tetap menggiurkan.

Seperti diungkapkan oleh Hermawati (2018), udang vaname (*Litopenaeus vanamei*) umumnya tinggal di sela-sela batu pada dasar perairan yang berfungsi sebagai tempat perlindungan dari cahaya matahari

yang berlebihan. Selain itu dasar perairan yang demikian dapat juga sebagai penyangga untuk menghindari predator. Selain berbatu, perairan di Desa Bogak, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai juga terdapat dasar yang berpasir dan berlumpur sehingga sangat membantu penyediaan pakan alami bagi benih udang vaname (*Litopenaeus vanamei*).

#### **Pendapatan**

Hasil penjualan merupakan bagian dari produksi yang telah dipasarkan itulah yang disebut dengan pendapatan.

Adapun yang dimaksud dengan pendapatan usaha tani adalah sesuatu yang didapat dalam hal ini hasil yang diterima ketika panen setelah dikurangi biaya pengeluaran, dalam hal ini pendapatan petani adalah penjualan produk

Analisis yang adalah suatu gambaran kondisi saat ini dalam kegiatan dalam usaha dan mendeskripsikan suatu usaha dimasa yang akan datang dari sebuah rencana dan keputusan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Kuantitatif adalah jenis riset yang diterapkan, sampel ditentukan dengan menerapkan metode secara pemilihan langsung. Pengumpulan data primer diperoleh melalui pengamatan langsung (observasi) di lapangan. Analisis data yang dipergunakan untuk penelitian ini adalah analisis produktivitas, analisis biaya produksi, analisis pola saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, analisis *farmer's share*, analisis efisiensi pemasaran dan analisis SWOT.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Kelayakan Usaha**

besarnya pendapatan petani digunakan rumus sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

$\pi$  = Laba (Rp) ; TR =Total Revenue) (Rp) ;  
TC = Total Cost (Rp)

$$TR = P \times Q \quad TC = \text{Biaya tetap} + \text{Biaya variabel}$$

Pendapatan yang diperoleh dari pokdakan udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya total. Untuk mengetahui pendapatan udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) dalam setahun dapat digunakan persamaan berikut .

$$P = TR - TC$$

$$P = \text{Rp } 258.078.776,30 - \text{Rp } 227.892.555,94,-$$

$$P = \text{Rp } 30.186.220,36,-$$

Dari persamaan diatas, diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh pembudidaya udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) adalah sebesar Rp. 30.186.220,36 setiap tahun dengan total penerimaan sebesar Rp. 258.078.776,30,- dan total biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp. 227.892.555,94,

Dalam analisis break even point memerlukan informasi mengenai penjualan dan biaya yang dikeluarkan.

Dengan demikian BEP dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

*dimana* : FC = Fixed Cost

VC = Variabel Cost

S = Nilai Penjualan.

Dari data dan Informasi di mana FC = , VC = , dengan Nilai Penjualan sebesar maka Break Even Point akan tercapai pada saat nilai penjualan (Rp)

$$\text{BEP} = \frac{6.891.508,30}{1 - \frac{215.524.852,1}{258.078/776.30}}$$

$$= \frac{6.891.508,30}{0.164.887.267}$$

$$= 41.798.272,8,- \text{ kg atau produksi rata}$$

rata per anggota kelompok adalah 41.798.272,8/14 (jumlah anggota Pokdakan)

$$= 2.985.376, 63 \text{ kg.}$$

## Pemasaran

Bauran pemasaran adalah yang sering disebut 4 P yaitu: *Product* (Produksi), *Price* (Harga), *Place* (tempat / pasar) dan *Promosi*. Bauran pemasaran meliputi kekuatan produksi Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*), keunggulan harga dan peluang pasar, kemampuan saluran distribusi, dan memiliki suatu Rumusan Strategi untuk bersaing dalam pemasaran.

Hasil pengamatan yang peneliti lakukan setidaknya terdapat tiga bentuk saluran pemasaran yaitu :

### a. Pokdakan Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) ke Konsumen

Pada saluran pertama ini para konsumen datang langsung ke Pokdakan Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) yang terdapat di Desa Bogak, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai. konsumen yang langsung datang ke desanya adalah para pemilik hotel, restoran dan rumah makan yang ada di sekitar Desa Bogak, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai.

Mereka membeli udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) untuk kebutuhan usaha sendiri untuk para tamu yang berkunjung ke hotel. Restaurant, maupun rumah makan atau usaha kuliner miliknya. Jumlah yang dibeli bervariasi antara 30 sampai 150 kg. Alat angkut yang digunakan adalah milik usaha mereka sendiri berupa mini truck. Pesanan tersebut umumnya telah di order kurang lebih seminggu sebelum pengangkutan.

### b. Pokdakan Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) ke Pedagang Perantara ke Konsumen

Pada saluran pemasaran yang kedua ini, pokdakan udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) tidak langsung kepada konsumen, akan tetapi ada Pedagang Perantara yang langsung menjual hasil udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) ke konsumen.

Banyak juga pedagang perantara yang berfungsi sebagai pedagang pengumpul

datang ke desa mereka untuk mengumpulkan udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) bahkan juga udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) dari desa tetangga mereka baik dari hasil tangkapan maupun hasil budidaya.

**c. Pokdakan Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) ke Pedagang Pengumpul ke Pengecer ke Konsumen**

Permintaan akan udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) datang dari hotel-hotel berbintang yang ada di Kota Tebing Tinggi dan Medan. Rata rata harga penjualan ke konsumen tersebut adalah Rp. 70.000,- per kg. Dengan demikian terdapat margin (selisih) harga pemasaran dari Pedagang Perantara (pengumpul) ke Pengecer Rp. 25.000,- sedangkan dari pengecer ke Konsumen sebesar Rp. 80.000, dengan margin Rp. 10.000,- sehingga total margin dari pokdakan udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) ke konsumen adalah Rp. 35.000,- Rata rata harga penjualan ke konsumen tersebut adalah Rp. 85.000,- per kg. Dengan demikian terdapat margin (selisih) harga pemasaran dari Pedagang Perantara (pengumpul) ke Pengecer Rp. 20.000,- sedangkan dari pengecer ke Konsumen sebesar Rp. 10.000,- sehingga Total Margin adalah Rp. 30.000,-. Sementara itu total biaya pemasaran adalah sebesar Rp. 28.000,- yang terdiri dari biaya transportasi dan tenaga kerja adalah sebesar Rp. 95.000,- sehingga total keuntungan adalah Rp. 42.000,- per kg.

Faktor Internal (Kekuatan dan kelemahan) serta Eksternal (Peluang dan Hambatan) masing masing dikelompokkan ke dalam 3 (tiga) kelompok utama sebagaimana diuraikan berikut ini :

**a. Kekuatan :**

- 1) Terdapat aspek legal formal berupa registrasi Pokdakan Tambak Inovatif.
- 2) Adanya potensi Sumberdaya Alam dan teknologi budidaya Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) pembinaan baik teknis maupun

administrasi dari pemerintah / PPL setempat.

- 3) Sumberdaya Manusia baik pembudidaya maupun pemasaran yang tersedia.

**b. Peluang**

- 1) Peluang pasar yang terbuka luas baik lokal maupun luar daerah,
- 2) Tersedianya teknis dan administrasi pembinaan Pokdakan Tambak Inovatif
- 3) Tersedianya dana untuk biaya operasional dilapangan.

Faktor pendorong dan factor penghambat dalam hal ini yaitu kelemahan dan ancaman, dikategorikan dalam 3 faktor utama yaitu:

**a. Kelemahan**

- 1) Tingkat mortalitas yang masih tinggi baik di budidaya maupun di pemasaran,
- 2) Kelompok Pokdakan Tambak Inovatif belum memiliki alat transportasi sendiri,
- 3) Minimnya Promosi yang dilakukan oleh Pokdakan Tambak Inovatif.

**b. Hambatan.**

- 1) Timbulnya penyakit Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*),
- 2) Pakan yang tertentu datangnya
- 3) Adanya pluktuasi biaya disebabkan fluktuasi harga faktor produksi.

**5. SIMPULAN**

Hasil riset serta pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan antara lain:

1. Keuntungan usaha Pokdakan Tambak Inovatif di Desa Bogak, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai sebesar Rp 30.186.220,36,-.
2. Usaha Pokdakan Tambak Inovatif di Desa Bogak, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai Layak untuk dilanjutkan dengan nilai B/C sama dengan 1.132 dan BEP pada saat produksi rata-rata 2.985.376, 63 kg per anggota.

3. Strategi pemasaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) Pokdakan Tambak Inovatif di Desa Bogak, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai berada di kuadran II atau Strategi Diversifikasi yaitu menggunakan Kekuatan (Aspek legal formal teregister, Potensi Sumberdaya Alam dan Sumberdaya Manusia) meminimalisasi Ancaman yaitu : Timbulnya penyakit, Air tercemar dan Pluktuasi biaya produksi.

#### Saran

Saran pada riset ini adalah sebagai berikut:

- a. Agar potensi udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) dapat dioptimalkan agar diadakan pelatihan dan studi banding ke pokdakan yang sudah lebih berhasil.
- b. Demikian halnya agar pemerintah memberi solusi bila timbul penyakit udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) serta masyarakat sekitar dilarang membuang limbah industri dan limbah rumah tangga ke tambak.
- c. Diharapkan dalam pemasaran sebaiknya menggunakan aplikasi, sehingga konsumen bisa mendapatkan hasil yang lebih baik.

#### 6. DAFTAR PUSTAKA

Agung, I.G.N., N.H.A. Pasay, dan Sugiharso. 2008. *Teori Ekonomi Mikro: Suatu Analisis Produksi Terapan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Apriliya F.C., Katika P.S., M. Rahadian, Pingky S.R., Rahmadani E.R., Taufik F., Viko Basmalah W., Wachid D.S., 2013. *Analisis Kelayakan Teknologi Informasi menggunakan Metode Cost Benefit Analysis dengan Microsoft Excel*. Suratkarta: Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Sebelas Maret.

Beattie, B. R. dan C.R. Taylor. 2006. *Ekonomi Produksi*. Yogyakarta: UGM Press.

Boediono. 2014. *Ekonomi Makro*, Yogyakarta: Penerbit BPFE.

Budiardi, T., T. Batara, dan D. Wahjuningrum. 2005. *Tingkat Konsumsi Oksigen Udang Vanname (*Litopenaeus vannamei*) dan Model Pengelolaan Oksigen pada Tambak Intensif*. *Jurnal Akuakultur Indonesia*, 4(1): 89-96 (2005).

Dahru, 2010. *Rezim Pengelolaan Sumberdaya Perikanan*. Kerjasama P3R dan PT. Jakarta: Pustaka Cidesindo.

Fardiansyah, D., 2012. *Budidaya Udang Vanname di Air Tawar*. <http://hasillaut.Wordpress.com/2012/05/31/budidaya-udang-vaname-di-airtawar/> (Senin, 14 Maret 2022).

Ghufan, M dan Kordi K., 2004. *Penanggulangan Hama dan Penyakit Ikan*. Jakarta: Penerbit Bina Adiaksa dan Rineka Cipta.

Gustiyana, H., 2004. *Analisis Pendapatan Usaha Tani Untuk Produk Pertanian*. Jakarta: Salemba Empat.

Haliman, R. W dan D. Adijaya S., 2005. *Udang Vannamei*. Jakarta: Penebar Swadaya.

Hafshah, M. J. 2000. *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan.

Hariandja, Marihot Tua Efendi, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia

Jatmiko, RD., 2004. *Manajemen Strategik*. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang

Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). 2021. *Kelautan dan Perikanan dalam Angka Tahun 2021*. Jakarta: Pusat Data Statistik dan Informasi.

- Kordi, K.M.G.H. 2010. *Budidaya Udang Laut*. Lily Publisher. Yogyakarta.
- Kotler, P., 2006. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua Belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro, M. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta. Erlangga.
- Marani, Lotar Mateus. 2014. *Pengaruh Penambahan Vitamin C Sebagai Suplemen Pakan Terhadap Kelulushidupan Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*)*. Universitas Brawijaya.
- Mardiana. 2000. *Usaha Tambak Udang Rakyat dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dan Pengembangan Wilayah Kabupaten Langkat (Studi Kasus: Kecamatan Brandan Barat)*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Miller, R.L. dan R.E. Meiners. 2007. *Teori Ekonomimikro Intermediate. Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mubyarto. 2009. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Nuhman. 2009. *Pengaruh Prosentase Pemberian Pakan Terhadap Kelangsungan Hidup dan Laju Pertumbuhan Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*)*. Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan Vol. 1, No. 2.
- Pardede, 2011. *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Patoka, J Kalous, L Kopecký, O., 2018. *Imports of ornamental crayfish: the first decade from the Czech Republic's perspective Knowledge. Managt. Aquatic Ecosyst.* 416: 04.
- Purnamasari, I., Purnama, D., dan Utami, M.A.F., 2017. *Pertumbuhan Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) di Tambak Intensif*. Jurnal Enggano Vol. 2, No. 1, April 2017:58-67 58. EISSN: 2527-5186.
- Putong Iskandar, 2013. *Economics Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Radiosunu. 2001. *Manajemen Pemasaran edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Rangkuti, F. 2009. *Teknik Membuat Rencana Pemasaran dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia.
- Richard, L. Daft, 2010. *Era Baru Manajemen*, Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Rizki, Utami, 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Tambak Udang Sistem Alam Dan Sistem Intensif*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Siti Clarisa Delia, 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Usaha Pengolahan Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung*. Departemen Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen (IPB).
- Soekartawi. 2013. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Soeratno dan Arsyad. Lincolin. 2008. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Afabeta. Bandung.
- Suratiyah, K., 2009. *Ilmu Usahatani*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Swastha, B., dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Tim Penyusun. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. 3 cet. 3. Jakarta: Balai Pustaka.
- Uma Sekaran. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Selemba E