

**ANALISIS PEMASARAN BUDIDAYA IKAN KOI
(*Cyprinus carpio*) DI BUANA KOI FARM KECAMATAN KEDU
KABUPATEN TEMANGGUNG**

S K R I P S I

**LILIS SISCAWATI
26020118120010**



**PROGRAM STUDI AKUAKULTUR
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

**ANALISIS PEMASARAN BUDIDAYA IKAN KOI
(*Cyprinus carpio*) DI BUANA KOI FARM KECAMATAN KEDU
KABUPATEN TEMANGGUNG**

**LILIS SISCAWATI
26020118120010**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Derajat Sarjana S1 pada Departemen Akuakultur
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Diponegoro

**PROGRAM STUDI AKUAKULTUR
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pemasaran Budidaya Ikan Koi
(*Cyprinus carpio*) di Buana Koi Farm
Kecamatan Kedu Kabupaten Temanggung

Nama Mahasiswa : Lilis Siscawati

Nomor Induk Mahasiswa : 26020118120010

Departemen/Program Studi : Akuakultur/Akuakultur

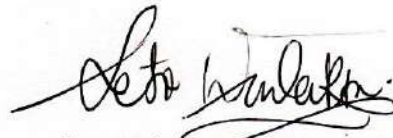
Mengesahkan,

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota



Dr. Tita Elfitasari, S.Pi., M.Sc.
NIP. 19720710 199703 2 002




Seto Windarto, S.Pi., M.Sc., M.P.
NIP. H.7.19920518 201807 1 001

Dekan
Fakultas Perikanan dan Ilmu kelautan
Universitas Diponegoro

Ketua
Departemen Akuakultur



Prof. Tri Winarni Agustini, M.Sc., Ph.D.
NIP. 19650821 199001 2 001



Dr. Ir. Desrina, M.Sc.
NIP. 19651215 199003 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pemasaran Budidaya Ikan Koi
(*Cyprinus carpio*) di Buana Koi Farm
Kecamatan Kedu Kabupaten Temanggung

Nama Mahasiswa : Lilis Siscawati

Nomor Induk Mahasiswa : 26020118120010

Departemen/Program Studi : Akuakultur/Akuakultur

Skripsi ini telah disidangkan di hadapan Tim Penguji pada
Hari/Tanggal : Senin, 10 April 2023
Tempat : Ruang Meeting Gedung C Lantai 2 (214)

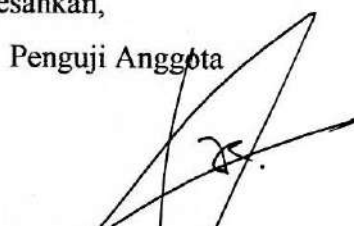
Mengesahkan,

Penguji Utama




Dr. J. Sarjito S.Pi., M.App.Sc.
NIP. 19620714 198703 1 003

Penguji Anggota



Dr. Vivi Endar Herawati S.Pi., M.Si.
NIP. 19810623 200312 2 010

Pembimbing Utama



Dr. Tita Elfitasari, S.Pi., M.Sc.
NIP. 19720710 199703 2 002

Pembimbing Anggota



Seto Windarto, S.Pi., M.Sc., M.P.
NIP. H.7.19920518 201807 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini, saya Lilis Siscawati, menyatakan bahwa karya ilmiah / skripsi ini adalah asli karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan strata 1 (S1) dari Universitas Diponegoro maupun perguruan tinggi lainnya.

Semua informasi yang dimuat dalam karya ilmiah / skripsi ini berasal dari karya orang lain baik yang telah dipublikasikan atau tidak, telah diberikan penghargaan dengan mengutip nama sumber penulis secara benar dan semua isi dari karya ilmiah / skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Semarang, Juni 2023

Penulis



Lilis Siscawati

NIM. 26020118120010

ABSTRAK

(Lilis Siscawati, 26020118120010. Analisis Pemasaran Budidaya Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) di Buana Koi Farm Kecamatan Kedu Kabupaten Temanggung. Tita Elfitasari dan Seto Windarto)

Ikan koi (*C. carpio*) merupakan salah satu ikan hias yang cukup potensial dan banyak disukai orang karena warna yang cantik dan bentuk tubuh yang ideal. Buana Koi Farm melakukan kegiatan pembenihan dan pembesaran ikan koi. Hasil dari pembenihan dijual mulai dari ukuran larva atau baru menetas hingga yang dewasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis alur pemasaran dan metode pemasaran usaha budidaya ikan koi (*C. carpio*) di Buana Koi Farm. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 25 Desember 2022 – 30 Januari 2023.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi terhadap pemasaran hasil budidaya ikan koi. Responden yang digunakan dalam studi ini menunjukkan bahwa hasil wawancara analisis pemasaran dapat menerima pesanan benih dari hasil pemijahan persilangan jenis induk yang diinginkan oleh pembeli. Akan tetapi belum tentu hasil persilangan tersebut dibeli semua oleh pemesan, sehingga perlu dilakukan pemasaran dari sisa penjualan. Pemasaran hasil pemijahan dapat dilakukan secara langsung dan semi tidak langsung. Lembaga yang terlibat dalam pemasaran budidaya ikan koi di Buana Koi Farm ke konsumen akhir yaitu pedagang pengepul, petani atau konsumen. Terdapat tiga saluran yaitu (1) produsen – pembudidaya - konsumen, (2) produsen – pedagang pengepul – konsumen akhir, dan (3) produsen – konsumen akhir. Metode pemasaran hasil budidaya dilakukan secara *offline* dan *online*. Promosi *offline* yang dilakukan oleh Buana Koi Farm yaitu dengan cara mengikuti ajang kontes ikan koi yang di adakan di berbagai daerah, mengikuti *expo* ikan hias dan *expo* yang diadakan di daerah Temanggung dan sekitarnya, menggunakan kolam *display* yang ada di lokasi, dan promosi melalui mulut ke mulut. Sedangkan promosi secara *online* dilakukan dengan menggunakan sosial media seperti *Whatsapp* dan *Facebook*.

Kata kunci: Koi, Alur Pemasaran, Metode Pemasaran, 4P, Pemesanan Induk Khusus.

ABSTRACT

(Lilis Siscawati. 26020118120010. Marketing Analysis of Koi Fish (*Cyprinus carpio*) Farming in Buana Koi Farm Kedu Subdistrict Temanggung Regency. Tita Elfitasari and Seto Windarto)

*Koi fish (*C. carpio*) is one of the ornamental fish that is potential and liked by people because of the beautiful color and beauty body shape. Buana Koi Farm is carries out koi fish hatchery and grow-out activities. Hatchery products are sold starting from size larvae or newly to adults. The purpose of this research is to analyze how the marketing flow, marketing methods, and financial feasibility of koi fish (*C. carpio*) cultivation business in Buana Koi Farm. This research was done from 25th December 2022 until 30th January 2023.*

Research was done using qualitative research methods. Data collection use interview techniques and observations of the marketing and finance of fish farming. Respondents who used that marketing analysis interview can receive orders from seed spawning cross breeding wanted by the buyer. However, it is not certain that all of these crosses will be bought by the customer, so it is necessary to do marketing from the remaining sales. Marketing of the spawning results is carried out directly and semi-indirectly. Marketing agency of koi fish farming in Buana Koi Farm to the final consumer are wholesalers , farmers or consumer. There are three channels, (1) producer – farmer - consumer, (2) producer – wholesalers – final consumer , and (3) producer – final consumers, and. Marketing methods for cultivation results are carried out offline and online. Offline promotion carried out by Buana Koi Farm like by participating in koi fish contests held in various regions, participating in ornamental fish expos and expos held in Temanggung and its surroundings, using the display pond at location, and promotions through mouth to mouth. While online promotions are carried out using social media such as Whatsapp dan Facebook.

Keywords: *Koi, marketing flow, marketing methods, 4P, special main fish orders.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “**Analisis Pemasaran Budidaya Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) Di Buana Koi Farm Kecamatan Kedu Kabupaten Temanggung**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh derajat sarjana S1 program studi Akuakultur, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Tita Elfitasari, S.Pi., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing I dan Seto Windarto, S.Pi., M.Sc., M.P. selaku Dosen Pembimbing II atas segala arahan, bimbingan dan saran yang telah diberikan.
2. Ibnu Khomsin selaku pemilik usaha Buana Koi Farm,
3. Ibu Triyani dan Bapak Ristiyono selaku orang tua serta keluarga yang telah memberikan dukungan baik doa dan materi,
4. Leonita Laila Faiha yang senantiasa memberikan semangat untuk terus berjuang,
5. Pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyusun proposal usulan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dari diri penulis. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati, diharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Semarang, Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian... ..	3
1.5 Skema Kerangka Penelitian.....	3
2. TINJAUAN PUSTAKA... ..	5
2.1 Usaha Budidaya Ikan Koi.....	5
2.2 Pemasaran.....	5
2.2.1 Alur Pemasaran.....	6
2.2.2 Metode Pemasaran.....	7
3. MATERI DAN METODE.....	9
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
3.2 Metode Penelitian.....	9
3.2.1 Metode Kualitatif.....	9
3.2.2 Metode Pemilihan Responden... ..	9
3.2.3 Latar Belakang Responden... ..	9
3.2.4 Metode Pengumpulan Data.....	10
3.2.5 Analisis Data.....	11
3.2.6 Kriteria Keabsahan Data... ..	13
3.2.7 Kerangka Pertanyaan... ..	13
4. HASIL DAN PEMBAHASAN... ..	14
4.1 Lokasi Penelitian... ..	14
4.2 Hasil dan Pembahasan... ..	14
4.2.1 Pemasaran... ..	14
4.2.3.1 Alur Pemasaran... ..	20
4.2.3.2 Metode Pemasaran... ..	24
5. KESIMPULAN DAN SARAN... ..	33
5.1 Kesimpulan.....	33
5.2 Saran.....	33

DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	37
RIWAYAT HIDUP ...	56

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perbedaan <i>Grade</i> Ikan Koi.....	16
Tabel 4.2 Harga Berdasarkan <i>Grade</i>	17
Tabel 6.1 Latar Belakang Responden.....	42
Tabel 6.2 Pelaksanaan Penelitian dengan Responden.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Kerangka Penelitian.....	4
Gambar 4.1 Satelit Lokasi Buana Koi Farm.....	14
Gambar 4.2 Alur Pemasaran Buana Koi Farm.....	21
Gambar 4.3 Dokumentasi Kontes Ikan Koi... ..	27
Gambar 4.4 Sertifikat Juara.....	28
Gambar 4.5 Kolam Display.....	29
Gambar 4.6 Dokumentasi Pemasaran Via <i>Whatsapp</i>	31
Gambar 4.7 Dokumentasi Pemasaran Via <i>Facebook</i>	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Informed consent</i>	38
Lampiran 2. Survey Lokasi ...	41
Lampiran 3. Wawancara.....	41
Lampiran 4. Latar Belakang Respponden....	42
Lampiran 5. Pelaksanaan Penelitian.....	43
Lampiran 6. <i>Verbatime</i> Hasil Wawancara dengan Responden 1 ...	44
Lampiran 7. <i>Verbatime</i> Hasil Wawancara dengan Responden 1 ...	49
Lampiran 8. <i>Verbatime</i> Hasil Wawancara dengan Responden 2 ...	52
Lampiran 9. <i>Verbatime</i> Hasil Wawancara dengan Responden 3 ...	54
Lampiran 10. <i>Verbatime</i> Hasil Wawancara dengan Responden 1 ...	55