

## Kelayakan Finansial Pemasaran Ikan Hias Guppy (*Poecillia reticulatus* Peters ) Pedagang Ikan Hias Di Kota Semarang

### *Financial Viability of Guppy Ornamental Fish Marketing (Poecillia reticulatus Peters) Ornamental Fish Traders in Semarang City*

N.M. Zuhri, A. Indrawan, Wiharso

Program Studi S1 Agribisnis Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Farming Semarang

E-mail : nurmuttaqienzuhri@gmail.com

#### ABSTRAK

Ikan Guppy (*Poecillia reticulatus* Peters ) ikan hias mudah dipelihara, ditenakan, indah mempunyai nilai ekonomi dan sudah dikenal masyarakat. Penelitian ini dilaksanakan pada pedagang penjual ikan hias khusus ikan Guppy (*Poecillia reticulatus* Peters) pada pasar ikan hias pasar Johar dan Tlogosari Kota Semarang, pada bulan Oktober-Nopember 2021. Tujuan penelitian untuk mengetahui kelayakan finansial pemasaran Ikan Hias Guppy oleh pedagang Ikan Hias dan perilaku konsumen pembeli ikan Guppy (*Poecillia reticulatus* Peters) Metode dasar penelitian deskriptif analisis , penentuan sampel secara purposiv, responden nya secara sensus (20 responden ), responden konsumen pembeli ikan secara insidental (30 responden). Untuk mengetahui pendapatan dengan perhitungan biaya operasional dan penerimaan hasil , untuk mengetahui kelayakan menggunakan R/C ratio , BEP , untuk mengetahui perilaku konsumen diperoleh informasi konsumen pembeli ikan Guppy ( *Poecillia reticulatus* Peters ). Hasil pemasaran penjualan ikan Guppy (*Poecillia reticulatus* Peters ) Rp.1.735.000,- per tahun , R/C ratio = 1,2 lebih besar dari satu berarti layak, BEP penjualan 1.445 ekor per tahun berarti titik balik modal pada 1.445 ekor prer tahun , real terjual 1,735 .ekor per tahun., BEP Harga Rp.5000,- per ekor, real dijual sebesar Rp.6.000,- Perilaku konsumen membeli untuk menikmati keindahan ikan hias Guppy (*Poecillia reticulatus* Peters ), memternakan untuk dapat menjualnya, membeli untuk dijual secara eceran sebagai penghasilan. Kesimpulan pemasaran penjualan ikan hias guppy ( *Poecillia reticulatus* Peters ) layak , mempunyai keindahan ,mudah ditenakan untuk penghasilan.

**Kata kunci** : Kelayakan, Pemasaran , Ikan Guppy

#### ABSTRACT

*Guppy fish (Poecillia reticulatus Peters) is an ornamental fish that is easy to maintain, has economic value and is well known to the public. This research was carried out on ornamental fish sellers specifically for Guppy fish (Poecillia reticulatus Peters) at the Johar and Tlogosari market ornamental fish markets, Semarang City, in October-November 2021. Guppy fish (Poecillia reticulatus Peters) consumers. The basic method of research is descriptive analysis, determining purposive sample, census respondents (20 respondents), consumer respondents who buy fish incidentally (30 respondents). To determine the income with operating costs and revenues, to determine the use of the R/C ratio, BEP, to determine consumer behavior obtained consumer information on Guppy fish (Poecillia reticulatus Peters) buyers. Marketing results from sales of Guppy fish (Poecillia reticulatus Peters) IDR 1.735.000,- per year, R/C ratio = 1.2 greater than one means it is feasible, BEP sales of 1.445 fish per year means a turning point at 1,445 fish per year, real sold 1,735 fish per year., BEP Price Rp.5000,- per head, real sold for Rp.6,000,- Consumer behavior buys to enjoy the beauty of Guppy ornamental fish (Poecillia reticulatus Peters), raises livestock to be able to sell it, buys for sale individually retail as income. The conclusion of marketing sales of ornamental guppy fish (Poecillia reticulatus Peters) is feasible, has beauty, is easy to raise for income.*

**Keywords** : Eligibility, Marketing , Guppies

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mempunyai potensi sebagai salah satu negara penghasil ikan hias, saat ini permintaan ikan hias tidak hanya berasal dalam negeri, tetapi juga dari luar negeri (Erwin .2018 ). Potensi kekayaan ikan hias yang berlimpah dan kondisi yang mendukung, menjadikan ikan hias sebagai sumber devisa negara dalam komoditi ekspor non migas, ekspor ikan hias yang tidak pernah lesu dan selalu mengalami perkembangan dari permintaan pasar (Rendra, 2019)

Rona peminat dan penggemar ikan hias Guppy (*Poecillia reticulata* Peters ) terus meningkat sejak masa pandemi Covid 19, mendorong pedagang ikan hias meningkatkan jumlah ikan hias untuk memenuhi permintaan konsumen, hal ini juga berdampak pada pembudidaya, banyak pemula yang mulai beternak ikan hias mungil berekor indah ini. Maraknya adanya kontes ikan hias juga menjadi pemicu meningkatnya permintaan akan ikan hias Guppy (*Poecillia reticulata* Peters). Varian baru dari ikan hias ini muncul membuat penggemar baru tertarik untuk memelihara dan memelihara, bila menemukan ikan yang bagus akan mengikuti kontes ikan hias.

Sekilas sosok ikan Guppy (*Poecillia reticulata* Peters ) yang berukuran kecil mirip maskoki oranda, terdapat benjolan seperti mahkota, mutasi genetik ini ternyata diminati oleh penggemar untuk koleksi maupun untuk ikut kontes, sehingga berdampak banyak permintaan serta dapat meningkatkan harga jual. Pinus Ligga dan Heru Susanto ( 1989 ), sulit menyebutkan ciri ciri ikan hias gupi secara tepat. Bukan karena ikan ini kurang terkenal, namun karena banyak varian yang satu sama lainnya sama sama mempersona. Namun demikian pada dasarnya, bahwa warna dasar badan ikan hias guppy

yang asli berwarna kecoklatan, dengan variasi warna sisik disamping badannya serupa pelangi.

Prospek dan segmen pasar ikan hias Guppy (*Poecillia reticulata* Peters ), permintaannya cukup banyak dari penggemar ikan hias ini dari pemula (anak kecil) sampai orang dewasa baik di gunakan sebagai ikan hias pengisi Aquarium, maupun untuk di ternak dengan mudah ditempat yang relatif sempit (akuarium, bak bak kecil ) yang dapat menghasilkan anakan yang dapat jual. Penangkaran ikan Guppy (*Poecillia reticulata* Peters ) selalu mencoba mengusahakan varian jenis baru yang akan memberikan peluang menghasilkan ikan yang disenangi karena indahnya yang juga untuk bahan ikut kontes ikan hias yang berdampak pada nilai jual. Istilah King Koi muncul karena mutasi genetik yang membuat Guppy varian Koi seolah memiliki “ Mahkota “, varian King ki albino ini ternyata diminati para penghobi kelas kolektor sehingga harga jual tahun 2021 ini berkisar Rp.3 juta sampai Rp.6 juta per pasang ( Setya dalam Ramadhan, 2021 ), harga pasaran Internasional berkisar US \$ 500 setara 7 juta ). Guppy jenis Koi memang menghasilkan banyak varian,. Salah satu varian yang tidak kalah fantasisnya adalah varian albino balon koi. Peluang untuk beternak dan penangkaran ikan guppy jenis koi menghasilkan mutu beragam pada tiap anakannya, ada nya berbagai varian ini akan meningkatkan permintaan dari penghobi ikan hias. Peternak penangkar ini merupakan produksi ikan hias guppy yang biasanya bermitra dan atau sebagai pemasok ikan ke pedagang ikan hias.

Pedagang ikan hias ini dalam kegiatan pemasaran yang paling mudah dikenali adalah yang berkaitan dengan pembawaan produk (ikan hias) ke dalam kontak dengan pasar, penjualan

adalah salah satu kegiatan jenis ini.

Penjualan, dalam pengertian secara luasnya, bertujuan bukan saja untuk melakukan penjualan, tetapi juga menandai calon langganan, merangsang permintaan, menyediakan informasi kepada pembeli, serta berupaya untuk kearah tujuan-tujuan tersebut. Penjualan perseorangan merupakan cara utama melalui mana program pemasaran di terapkan. Kekuatan unik penjualan perseorangan terletak pada kesanggupannya menjelmakan pesan penjualan bagi langganan individu. (Kotler, 1989), Pemasaran ikan hias di Kota Semarang ini merupakan pedagang eceran. Penjualan eceran terjadi dalam semua pemasaran bagi barang konsumen, karena terdiri atas kegiatan-kegiatan yang terlibat dalam penjualan kepada konsumen terakhir.

Pedagang ikan hias dalam kegiatan pemasaran dan penjualan ini, komoditas tidak satu jenis ikan hias saja, tetapi berbagai jenis ikan hias di antara adalah ikan hias jenis Guppy, berkaitan dengan ini apakah penjualan ikan hias Guppy ini masih layak untuk diusahakan. Tujuan Penelitian yaitu menganalisis kelayakan finansial pada pemasaran ikan hias Guppy oleh Pedagang ikan hias dan perilaku konsumen penghobi ikan hias Guppy di kota Semarang. Manfaat Penelitian ini diharapkan dapat informasi bagi masyarakat, penghobi dan pertrnak serta pelaku usaha ikan ternak.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian.**

Lokasi penelitian pada pasar ikan hias di Komplek Pasar Johar dan pasar ikan hias Tlogosari di komplek Perumahan Tlogosari Kota Semarang, pemilihan dua pasar ini, karena merupakan pasar persaingan sempurna artinya dijumpai banyak pembeli dan pedagang ikan di bandingkan pasar ikan hias Jalan Surtikanti dan paasar ikan hias didaerah Sampangan Kota

Semarang. Di Pasar Ikan Hias di Komplek Pasar Johar, penjualan ikan hias terbagi 3 (tiga) yaitu (a) ikan hias jenis non predator, (2) jenis ikan predator dan (3) Jenis ikan hias dan ikan hias yang ukuran relatif besar (misal Karper, lele, Tawes, Patin dan lainnya) walaupun batas pemisahan jenis tidak nyata, sedang di pasar ikan hias di Tlogosari tidak ada pemisahan. Waktu penelitian ini dilaksanakan 2 bulan, yaitu bulan Oktober dan Nopember 2021.

### **Metode Dasar Penelitian**

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis yaitu metode yang memusatkan diri pada masalah-masalah aktual yang ada pada masa sekarang (Surakhmad, 1994). Analisis deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data menjadi lebih mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas (Aziz Firdaus. M. 2012) Teknik penelitian yang digunakan dengan survey dan observasi langsung di pasar. Data yang dikumpulkan di antaranya, jumlah pembelian ikan Guppy, ikan Guppy yang terjual, harga ikan Guppy pembelian dan penjual, modal, hasil penjualan dan lainnya yang mengarah hal-hal yang sesuai dengan tujuan penelitian.

### **Metode Penentuan Sampel**

Metode penentuan responden dilakukan secara purposive. Pertimbangan pengambilan secara purposive atas dasar kriteria pada pedagang ikan hias di antaranya sudah berdagang cukup lama yang berarti sudah mengenal jenis ikan hias, terutama ikan guppy, pedagang mempunyai tempat akuarium khusus untuk ikan hias guppy, termasuk dalam pedagang usaha

kecil. Menurut Widiyanto (2008) Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil (UU No .9.Tahun

1995). Berbagai versi dan definisi dan kriteria usaha kecil , sebagai tabel 1 berikut :

Tabel 1. Versi Definisi dan Kriteria Usaha Kecil

Institusi	Jenis Usaha	Keterangan Kriteria
UU No 9/1995 Tentang usaha kecil	Usaha Kecil	Aset kurang atau sam dengan Rp 200 juta diluar bangunan dan tanah. Omzet tahunan kurang atau sama dengan satu milyar . Dimiliki orang Indonesia. Independen , tidak terafiliasi dengan usaha menengah – besar. Boleh berbadan hukum , boleh tdak berbadan hukum.
BPS (Badan Pusat Statistik)	Usaha Mikro	Pekerja 5 orang , termasuk tenaga keluarga tidak dibayar
	Usaha kecil Usaha menengah	Pekerja kurang atau sama 5- 19 Orang Pekerja 10 – 99 Orang
Meneg Koperasi & PKM	Usaha Kecil (UU No 9/1995 )	Aset Kurang atau sama dengan Rp 200 juta diluar tanah dan bangunan. Omzet kurang atau sama dengan Rp 1 milyar
Bank Indonesia	Usaha mikro (SK Dir BI No 31/24/ KEP/DIR . tgl 5 Mei 1998 )	Usaha kecil yang di jalankan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin . Dimiliki keluarga. Sumberdaya lokal dan teknologi sederhana . Lapangan usaha mudah untuk exit dan entry.
	Usaha kecil (UU No,9 /1995 )	Aset kurang atau sama dengan Rp 200 juta di luar tanah dan bangunan. Omzet kurang atau sama dengan Rp1 milyar.

Sumber Widiyanto. (2008)

Mempertimbangkan dari kreteria tersebut di atas, pengambilan sampel dilakukan secara sensus hal ini berkaitan dengan jumlah yang sedikit, sumber data sangat terbatas ( Aziz Firdaus.M. 2012 ) sebanyak 20 orang pedang ikan hias dari dua lokasi ( pasar ikan hias Johar dan Tlogosari ). Sedangkan untuk konsumen pembeli ikan hias guppy di ambil secara sampling aksidental , artinya penentuan sampel berdasarkan pada konsumen secara kebetulan di waktu kejadian bertemu bersamaan pembelian ikan guppy di tempat pedagang ikan guppy sebanyak 30 Orang .

### Jenis dan sumber Data

#### a. Data primer

Data primer adalah data yang langsung di peroleh dari sumber data pedagang penjual ikan hias dan konsumen pembeli ikan hias guppy) sebagai responden, melalui wawancara terstruktur dengan menggunakan daftar pertanyaan yang dibutuhkan yang telah di persiapkan

#### b. Data Sekundair

Data sekundair adalah data pendukung yang diperoleh dari pustaka, laporan hasil penelitian dan lain lainnya.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data primer melalui wawancara. Terstruktur pada responden pedagang dan konsumen, disamping itu juga melakukan observasi secara langsung terhadap obyek yang diteliti.

### Metode Kajian dan Analisis Data

#### a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang tidak habis pakai satu kali masa penjualan. Biaya tetap antara lain, biaya untuk sewa tempat, aquarium, rak besi, filter, aerator, selang aerator, sambung T, lampu tabung, tabung oksigen, retribusi, biaya keamanan, biaya penyusutan.

#### b. Biaya Tidak Tetap

Biaya tidak tetap adalah biaya dimana besar kecilnya tergantung dari besarnya usaha. Biaya tidak tetap digunakan untuk pembelian barang dagangan dalam hal ini ikan Guppy, air, listrik, srok, oksigen, kantong plastik, kemasan kardus, pakan ikan, obat-obatan, promosi pemasaran dan lain-lainnya.

Jumlah biaya tetap dan biaya tidak tetap merupakan total biaya produksi (Sudarsono, 1998). Secara matematis, ditulis sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

TC (Total Cost) = total biaya produksi,

TFC (Total Fixed Cost) = total biaya tetap dan

TVC (Total Variabel Cost) = total biaya tidak tetap.

### Pendapatan

Pendapatan adalah semua penghasilan yang diterima setiap orang dalam kegiatan ekonomi usaha tani pada periode tertentu (Soekartawi, 2002).

Pendapatan kotor merupakan total produksi diperolehi di kalikan dengan harga satuan yang berlaku, dalam hal ini total produksi diartikan sama dengan penjualan total ikan guppy. Sedangkan pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi (Soekartawi, 1990)

### Kajian Kelayakan

Kajian melalui analisis ini merupakan tolak ukur menilai usaha tersebut layak diusahakan atau tidak. Analisis kelayakan dalam penelitian dengan menggunakan perhitungan R/C (*Revenue Ratio*), BEP (*Break Even Point*), B/C (*Benefit Cost Ratio*), Widiyanto (2008), Soehardi Sigit (1997).

Secara matematika sebagai berikut:

1). R/C merupakan perbandingan antara pendapat usaha dengan total biaya produksi. dengan kriteria bila  $R/C < 1$  usahanya tidak layak.,  $R/C = 1$  usaha tidak untung tidak rugi / impas dan  $R/C > 1$  usahanya berarti menguntungkan, layak di lanjutkan

2). BEP adalah suatu kondisi dimana usahanya tidak mendapatkan keuntungan dan tidak pula mengalami kerugian. Ini dapat dilihat dari perhitungan:

#### 1. Analisis Break even volume (BEV)

$$BEV = \frac{\text{Fixed cost}}{\text{selling price} - \text{variabel cost / unit}}$$

#### 2. Analisis break even selling price (BESP)

$$BESP = \frac{\text{Variabel cost} + \text{Fixed cost}}{\text{Unit volume}}$$

$$BESP = \frac{\text{Total Cost}}{\text{Sales}} \times \text{selling price}$$

### 3. Analisis Break even sales (BES )

$$BES = \text{BESP} \times \text{unit Volume}$$

$$\text{Penjualan BE} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \text{biaya variabel / penjualan}}$$

#### Kajian Perilaku Konsumen

Widiyanto (2008), menjelaskan sikap konsumen adalah aktivitas yang dilakukan oleh konsumen dalam rangka memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan yang ada (kognitif), kemudian dari sikap ini akan membentuk perilaku konsumen (aktivitas psikomotorik. Perilaku konsumen ada dua yaitu perilaku yang tampak (jumlah pembelian, waktu, cara pembelian dan

lain lainnya ) dan perilaku yang tidak nampak (persepsi, gengsi, perasaan kepemilikan dan lain lainnya). Sedang yang mempengaruhi perilaku ada dua yaitu faktor sosial budaya (kelas sosial, struktur sosial, kelompok dan referensi) dan faktor psikologis ( motivasi , proses belajar , sikap dn lain lainnya.)(Suryani.2008)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pendapatan Usaha Penjualan Ikan Hias Guppy di Pasar Ikan Hias

1. Biaya Tetap (Fixed Cost ) pada pedagang penjual ikan hias di pasar ikan hias Kota Semarang sebagai dalam Tabel 2. berikut :

Tabel 2. Rerata Jenis Kebutuhan Biaya Tetap Tahun 2021.

Jenis kebutuhan	Jumlah	Harga satuan Rp	Nilai penyusutan. Rp	Biaya tetap/tahun.Rp
Aquarium	3 buah	200.000	120.000	120.000
Rak besi	1 buah	300.000	60.000	60.000
Tabung oksigen	1 buah	1.250.000	250.000	250.000
Kontribusi Sewa Tempat (10 % )	1 ruang	10.000.000	2.000.000	200.000
Jumlah				630.000

Kebutuhan sarana seperti di Tabel 2. sebagai biaya tetap di asumsikan bertahan sampai lima tahun, alat dan sarana ini mengalami nilai penyusutan. Penghitungan nilai penyusutan diasumsikan sama dan setelah 5 tahun dianggap tidak mempunyai nilai. Jadi biaya per tahunnya jumlah biaya per masing jenis dibagi 5 .Kecuali sewa ruang hanya memberikan kontribusi sewa sebesar 10% dari nilai besarnya penyusutan, hal ini dikarenakan ruangan itu juga digunakan jenis ikan hias lainnya.Aquarium disini

belum ada perlengkapannya misal filter, waterpump,slang, hal ini berkaitan dengan nilai penyusutan, alat kelengkapan aquarium umur pakainya tidak melebihi satu tahun, maka biaya alat kelengkapan aquarium termasuk dalam biaya variabel. Jumlah total biaya tetap per Tahun sebesar Rp.630.000,-

1. Biaya Tidak Tetap ( Variabel Cost ) pada pedagang penjual ikan hias di pasar ikan hias Kota Semarang sebagai dalam Tabel 3. Berikut :

Tabel 3. Rerata Jenis Kebutuhan Biaya Tidak Tetap Pedagang Ikan hias Th. 2021

Jenis Kebutuhan	Jumlah barang	Harga /unit/Rp	Jumlah biaya tidak tetap / Tahun
Beli Ikan Guppy	2000 ekor	3000/ekor	6.000.000
Pakan pelet	12 kg	15.000/Kg	180.000
Cacing sutra	15 liter	8000/ liter	120.000
Cacing darah	6 Kg	25.000/Kg	150.000
Filter	15 buah	3.000	45.000
Airrator /waterpump		60.000	360.000
Serok	6 buah	5.000	30.000
Kontribusi listrik	6 buah	200.000	200.000
Isi ulang oksigen	4 kali	90.000	360.000
Kontribusi ke amanan		550.000	550.000
Kantong plastik kecil	1 pak	15.000	15.000-
Kantong plastik besar	1 pak	35.000	35.000
Jumlah			8.045.000

Ikan Guppy barang yang dijual, ini mendapatkan pemasok dari peternak ikan hias, jumlah ikan guppy yang diterima oleh pedagang per bulan 2 kali atau sesuai kebutuhan berdasarkan permintaan rata rata 200 ekor sampai 250 ekor dengan ukuran panjang badan 2 cm sampai 2,5 cm. Harga dari pemasok/ peternak Rp3.000, -per ekor. Ikan Guppy yang diterima pedagang kemudian diseleksi dipisahkan pada beda aqurium yang dijual dengan tunggal/ satu dan berpasangan..

Pakan ikan berupa pelet, cacing sutera, cacing darah sellu tersedia , karena pedagang ikan hias juga menjual pakan tersebut, namun pemberian pakan dan ikan sudah di atur secara tehnis dan melihat kondisi ikan.

Kelengkapan aquarium filter, air rator, waterpum, serok biasanya dalam satu tahun dibutuhkan sekitar 2 sampai 3 buah, 2 atau 3 kali ganti .

Pembiayaan biaya listrik hanya memberikan dalam bentuk kontribusi, karena lintrik ini juga digunakan untuk keperluan aquarium ikan hias lainnya.

Isi ulang oksigen pada tabung oksigen ini ada tersendiri, karena penggunaannya lebih banyak, karena kantong plastik ukuran kecil tapi jumlahnya banyak pada pembeli ikan guppy jumlah ikan sedikit.

Kantong plastik ukuran isi satu liter untuk keperluan pembelian ikan kecil, dan kantong plastik ukuran 5 liter utuk pembelian ikan yang cukup dan atau ikan kecil tetapi jumlah nya banyak.

Uang keamanan dan retribusi diurusi oleh organisasi tersendiri, pedagang memberikan kontribusi sebesar (10 %) Rp 550,000.- .

2. Pendapatan pedagang penjual ikan hias Guppy di pasar ikan hias kota Semarang.

Pendapatan pedagang penjual ikan hias Guppy dibedakan menjadi pendapatan kotor yaitu hasil penjualan ikan hias guppy dan pendapatan bersih . Pendapatan bersih yaitu selisih pendapatan kotor dengan biaya total yang dikeluarkan, sebaga Tabel 4 berikut :

Tabel 4. Rerata Pendapatan Pedagang Penjual Ikan Hias Guppy Kota Semarang Th. 2021

Uraian	Keterangan	Nilai dalam Rp/Th
a. Pedapatan kotor	Hasil penjual ikan hias Guppy sebanyak 1.735 ekor , harga Rp. 6000 per ekor	10.410.000
b. Total biaya operasionl	Biaya tidak tetap ditambah biaya tidak tetap Pendapatan kotor dikurangi total biaya operasional	8.675.000
c. Pendapat bersih		1.735.000

Pedagang ikan hias dalam menjual ikan hias nya dibagi 3 aquarim, satu aquarium sebagai tempat ikan hias yang di jual satuan , aquarium ke dua untuk tempat ikan guppy berpasangan dan aqurium ke tiga untuk tempat ikan guppy kelas kontes, pada umumnya hanya dua aquarium yaitu untuk ikan guppy yang jual eceran satu satuan yang dihargai berkisar Rp 5.500 sampai Rp 6.000,- , aquarium kedua untuk ikan guppy berpasangan di hargai sepasang ikan guppy berkisar Rp11.000 sampai Rp 15.000. Pedagang menjual ikan guppy ini biasanya berbeda. pada hari Senin sampai Jum' at lebih rendah sedikit, karena pengunjung konsumen/pembeli sepi dibandingkan pada hari sabtu dan minggu dengan harga lebih tinggi berkisar untuk satuan Rp.7.000/ per ekor, dan Rp 15.000,-/pasang.

Jumlah pembelian ikan hias guppy sebagai bahan barang dagangan yang akan dijual sebanyak 2000 ekor, sedangkan ikan hias guppy yang terjual sebanyak 1.735 ekor, berarti ada kekurang 275 ekor karena mati (berkurang 13 %), bila pedagang meningkatkan keuntungan dengan meningkatkan harga jual akan membawa resiko konsumen akan beralih pada ikan hias lain, sebainya pedagang meningkatkan kualitas pemeliharaan dan perawatan ikan agar kematian ikan dapat berkurang.

Kelayakan Usaha Pedagang Penjualan Ikan Hias di Pasar Ikan Hias Kota Semarang.

a. *Revenue Cost Ratio (R/C ratio)*

$$R/C \text{ ratio} = \frac{\text{Pendapatan kotor}}{\text{Total biaya}}$$

$$R/C \text{ ratio} = \frac{10.410.000}{8.675.000} = 1,2$$

R/C ratio lebih besar dari satu berarti usahanya layak .Setiap biaya sebesar Rp.1.00 diperoleh penambahan pendapatan Rp.1,2.

b. BEP Volume Penjual Ikan Hias Guppy

$$BEP \text{ Penjualan} = \frac{\text{total biaya}}{\text{harga jual}}$$

$$BEP \text{ Penjualan} = \frac{8675000}{6000} = 1.445.$$

Titik balik modal tercapai bila total penjualan mencapai 1.445 ekor per tahun

c. BEP untuk harga Ikan Hias Guppy

$$BEP \text{ harga} = \frac{\text{total biaya produksi}}{\text{volume produksi}}$$

$$BEP \text{ harga} = \frac{8675000}{1735} = \text{Rp.5000,-}$$

Titik balik modal tercapai bila harga jual rata rata minmal Rp.5000, per ekor

### 1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dalam membeli ikan Guppy dalam rangka



memenuhi kebutuhan dan keinginan , di tinjau dari umur, umur remaja membeli ikan guppy karena ikan guppy mudah dipelihara, harga murah , mempunyai keindahan , pembeli dalam jumlah sedikit, Umur dewasa membeli ikan guppy mempunyai persepsi mudah dipelihara, mempunyai keindahan, mudah diternakan, mudah ditangkarkan sehingga dapat menghasilkan, membeli sesuai dengan kebutuhan, dan pedagang eceran kelilingan motivnya untuk mendapat keuntungan sebagai penghasilan pembelian ikan guppy biasa nya disesuaikan jumlah ikan guppy yang laku pada waktu di jual eceran.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pedagang Ikan hias penjualan ikan guppy layak diusahakan dan memberi kontribusi pendapatan. Ikan guppy mempunyai nilai ekonomi dan keindahan ,faktor ini mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli, memelihara, menangkarkan untuk dapat memperoleh penghasilan

### Saran

Pedagang ikan hias, khusus nya ikan guppy untuk menghimbau masyarakat atau organisasi dan mendukung untuk diadakan kegiatan kontes ikan, serta peningatan kualitas pemeliharaan ikan dan perawatan aquarium.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz Firdaus.M..2012.Metode Penelitian. Edisi Pertama, Jelajah Nusa.Tangerang.
- Erwin. 2018 .*Studi Fenotifik Ikan Guppy ( Poecillia reticulata Peters ) Dengan Pengaruh Aromatase Inhibitor Alami Untuk Sex Reversal Gametik Ikan.* Jurnal Ilmiah "Biosfir " e ISSN 2549-0486.
- Kotler. Philip . 1992. Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian .Jili 2 .Ed,Kelima .Penerbit Erlangga .Jakarta.
- Lingga, Pinus dan Heru Susanto.1989. Ikan Hias Air Tawar. Penerbit PT Penebar Swadaya.Jakarta Pusat.
- Nitisemito,Alex S dan Umar Burhan. 2004. Wawasan Studi Kelayakan Dan Evaluasi Proyek . Edisi Revisi. PT Bumi Aksara.Jakarta.
- Ramadhan, M.F. 2021 .*Bisnis Ikan Mini Laba Tinggi.* Trubus. 618. Mei 2021.
- Setiawan,Rendra .2019.*Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Ikan Guppy (studi kasus Jalan Mentawai Kecamatan Medan Kota)* Skripsi..UMSU.
- SigitSoehardi ,1997,Analisa Break Even Ancanga Linier Secara Ringkas dan Praktis Edisi ketiga. BOFE Yogyakarta, Yogyakarta.
- Surakhmad,W. 1994. Pengantar Penelitian Dasar, Metode dan Teknik. CV Tarsito. Bandung.
- Suryani. 2008. Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Widiyanto, 2008. Studi Kelakan Binis, UNNES PRESS. Semarang