

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Usaha Budiaya Koi Bapak Mudori

Pada mulanya bapak Mudori memiliki hoby memancing, kemudian seiring berjalannya waktu ingin memiliki kolam ikan sendiri yang disisi dengan ikan nila dan dicampur dengan beberapa ekor koi saja, dari situlah kemudian tertarik dengan ikan koi dengan alasan lebih enak dipandang dan juga nilai jualnya lebih tinggi disbanding ikan nilaa, kemudian semua isi kolam yang awal mula didominasi ikan nila diganti dengan ikan koi. Bapak mudori kemudian tertarik untuk mempelajari bagaimana cara membudidayakannya. Cara yang ditempuh dalam mencari tau ilmu dan wawasan mengenai budidaya koi adalah dari saudara-saudara yang bisa dikatakan lebih senior yang sebelumnya menjadi penghobi sekarang menjadi pebisnis ikan koi. Sambil berguru, Bapak Mudori memberanikan diri untuk menjadikan sawahnya sebagai kolam. Dari kolam tersebut Pak Mudori belajar cara pembesaran benih dan ternyata berhasil. Pak Mudori bisa panen dari benih koi yang sudah dibesarkan dan bisa dipasarkan. Dengan penuh kesabaran dan keuletan dalam usaha, bapak Mudori mampu menambah kolam dan memperluas penjualanya meskipun belum melalui media sosial. Alasan utama yang mendasari untuk membudidayakan koi yakni karena

hobi, coraknya yang indah dan beragam memiliki berbagai macam warna. Selain itu memelihara koi dapat menghilangkan stress. Ada kesenangan tersendiri melihat bermacam-macam warna dan corak ikan koi sehingga membuat suasana hati dan pikiran tenang. Tentu dari segi pendapatan. Ikan koi sendiri merupakan ikan hias dengan harga yang tinggi. Bahkan untuk corak yang indah bisa harganya bisa sampai jutaan rupiah. Dari segi pemasaran, pasar ikan koi di Indonesia terbilang sangat bagus. Banyak pecinta koi di Indonesia yang bisa menjadi target pemasaran. Terlebih permintaan pasar ikan koi bisa dikatakan tidak pernah surut. Selain itu juga faktor lingkungan yang sangat mendukung berupa ketersediaan air yang melimpah dan lahan yang sangat strategis untuk dijadikan kolam.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi operasional Budidaya Ikan Koi berada di Dusun Judel RT 02/ RW01 Desa Klemunan Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar Jawa Timur, 66184.⁷⁵

3. Struktur Organisasi

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Usaha Budiaya Ikan Koi

No	Nama	Jabatan
1	Mudori Sidiq	Pemilik
2	Iyub Mitakhul Awalun	Karyawan
3	Sujatmiko	Karyawan

⁷⁵ Observasi Penelitian pada Usaha Budidaya Ikan Koi milik Bapak Mudori pada tanggal 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

4	Khoirul Anam	Karyawan
5	Sunarto	Mitra Usaha
6	Ahmad Arifin	Mitra Usaha

4. Produk

- a. Kohaku
- b. Sanke
- c. Showa
- d. Kikokuryu
- e. Kujaku
- f. Platinum ogon
- g. Kujaku slayer
- h. Kabuto
- i. Ghosiki
- j. Hikari
- k. Thancco

B. Temuan Penelitian

1. Segmentasi Penjualan pada Usaha Budidaya Ikan Koi Bapak Mudori

Usaha yang dijalankan oleh Bapak Mudori saat ini sudah dapat dikatakan maju. Terlihat pada saat peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan Bapak Mudori terlihat aktivitas karyawan yang sedang melayani pembeli.

Karyawan dan pelayan yang ramah menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Konsumen yang silih datang berganti untuk mencari ikan sesuai dengan keinginan, ada yang dapat dan ada pula yang tidak.⁷⁶

Para pembeli pada umumnya berbeda antara satu dengan yang lainnya baik dalam perilaku maupun motif pembelian. Jumlah konsumen yang banyak dan memiliki berbagai jenis kebutuhan, keinginan dan kemampuan membeli. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Mudori selaku pemilik Usaha Budidaya Ikan Koi sebagai berikut

“Segmentasi penjualan dari usaha budidaya ini dibagi menjadi 2 yakni yang pertama kami menargetkan untuk kelompok menengah keatas atau para penghobi dan yang kedua untuk kelompok menengah atau para petani dan pengepul ikan koi. Karena mengingat kebutuhan konsumen yang berbeda-beda maka saya kelompokkan seperti itu, sesuai dengan kualitas dan harga.”⁷⁷

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Pak Sunarto selaku mitra usaha budidaya ikan koi sebagai berikut :

“Untuk sasaran konsumen kami mengelompokkan berdasarkan kebutuhan yakni untuk kelas penghobi dan kelas petani/penjual. Dikarenakan harga dan kualitasnya berbeda”.⁷⁸

Mas Sujatmiko selaku karyawan Bapak Mudori menambahkan pernyataan sebagai berikut :

⁷⁶Observasi Penelitian pada Usaha Budidaya Ikan Koi milik Bapak Mudori pada tanggal 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁷⁸Hasil wawancara dengan Pak Sunarto (selaku mitra usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

*“Karena penghobi mencari ikan koi untuk dinikmati keindahannya jadi kualitas harus baik berapapun harganya jika memang cocok akan dibeli”.*⁷⁹

Dari pernyataan pemilik, mitra dan karyawan Bapak Mudori kemudian timbul pertanyaan yang membedakan kelas penghobi dengan kelas petani atau penjual.

Bapak Mudori Menyatakan :

*“Tentunya ada ya mas perbedaannya, untuk target penjualan ikan koi kelas menengah atau kelas penghobi tentu perbedaan yang paling jelas dari segi harga. Harga yang ditawarkan mulai dari ratus ribuan sampai hingga jutaan tergantung kualitasnya ya mas”.*⁸⁰

Pak Arifin selaku mitra usaha budidaya ikan koi menambahkan pernyataan sebagai berikut :

*“Untuk kelas penghobi biasanya membeli ikan koi hanya beberapa ekor saja mas. Hanya yang mereka sukai saja”*⁸¹

Kemudian timbul pertanyaan dari peneliti kepada pemilik usaha budidaya ikan koi, untuk mengetahui ikan koi dengan kualitas baik. Bapak Mudori menyatakan :

“Mudahnya begini mas untuk mengetahui kualitas yang bagus dapat dilihat dari warnanya yang cerah dan tajam sesuai dengan jenisnya, misalkan kohaku dikatakan kohaku itu bagus apabila memiliki warna putih terang tidak

⁷⁹Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 17 september 2021 Pukul 15.00 WIB

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁸¹Hasil wawancara dengan Bapak Arifin (selaku mitra usaha Budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00

*kekuningan dan warna merahnya merona seperti darah. Selain itu komposisi polanya merata dari kepala sampai ekor dan seimbang kanan kiri”.*⁸²

Kemudian Pak Sunarto selaku mitra usaha budidaya ikan koi menambahkan pernyataan sebagai berikut :

*“Selain warnanya yang kontras, ikan koi yang memiliki kualitas baik juga dilihat dari bentuk tubuhnya seperti kapal selam lurus dan tidak bengkok”.*⁸³

Kemudian Mas Sujatmiko selaku karyawan pada usaha budidaya ikan koi juga menambahkan pernyataan sebagai berikut :

*“Bentuk tubuh ikan koi yang baik idealnya perbandingan panjang dan tinggi tubuh ikan koi adalah 1:2 atau 1:3. Jadi, jika dilihat dari atas tubuh ikan koi akan terlihat bulat memanjang dan tidak terlalu gemuk”.*⁸⁴

Dari pernyataan pemilik, mitra dan karyawan Bapak Mudori kemudian timbul pertanyaan tentang alasan memilih segmen ini. Bapak Mudori selaku pemilik menyatakan :

*“Karena yang mereka cari adalah kualitas, membeli koi dengan kualitas bagus bagi mereka adalah kebanggaan tersendiri. Memiliki kepuasan batin”.*⁸⁵

⁸² Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁸³ Hasil wawancara dengan Pak Sunarto (selaku mitra usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

Kemudian Mas Sujatmiko selaku karyawan menambahkan :

“Sebenarnya harga yang diberikan disini tidak terlalu tinggi mas, mengingat harga ikan yang diberikan sesuai dengan kualitas”.⁸⁶

Kemudian Pak Arifin selaku mitra usaha menambahkan :

*“berapapun harga yang diberikan asal mereka suka langsung dibeli mas tanpa tawar menawar”*⁸⁷

Setelah mendapat penjelasan tentang pemilihan segmen ini kemudian timbul pertanyaan dari peneliti tentang bagaimana daya beli pada segmen kelas menengah keatas atau penghobi. Bapak Mudori menyatakan :

“Untuk daya beli pada segmen penghobi alhamdulillah lumayan baik mas, mengingat mereka membeli ikan tidak untuk dijual kembali”.⁸⁸

Kemudian Bapak Sunarto selaku mitra usaha budidaya ikan koi menambahkan :

”Bisa dibilang baik sih mas, mereka membeli ikan tanpa ada perhitungan untung rugi karena mereka membeli berdasarkan apa yang disukai”.⁸⁹

⁸⁶Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 17 september 2021 Pukul 15.00 WIB

⁸⁷Hasil wawancara dengan Pak Arifin (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁸⁸Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁸⁹Hasil wawancara dengan Pak Sunarto (selaku Mitra usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

Dari pernyataan yang disampaikan pemilik dan mitra usaha budi daya ikan koi. Kemudian muncul pertanyaan dari peneliti kepada Mas Sujatmiko selaku karyawan tentang kekurangan pada pemilihan segmen ini. Mas Sujatmiko menyatakan :

*” tentunya ada ya mas kekurangannya tetapi tidak berpengaruh begitu besar, yakni dalam perawatan, ikan yang memiliki kualitas bagus memerlukan perawatan khusus agar kualitasnya terjaga ”.*⁹⁰

Hal ini diperkuat dengan dokumentasi pembelian ikan koi oleh kelas menengah keatas atau penghobi pada1 usaha budidaya ikan koi milik Bapak Mudori.

Gambar 4.1
Pembelian Ikan Koi



Setelah menjelaskan terperinci tentang konsumen ikan koi untuk kelas menengah keatas atau penghobi. Kemudian Bapak Mudori menjelaskan

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 17 september 2021 Pukul 15.00 WIB

segmentasi penjualan ikan koi kelas menengah atau petani dan pedagang.

Pernyataan sebagai berikut :

*“Segmentasi penjualan yang kedua untuk kelas menengah atau para petani dan pengepul dapat dilihat perbedaan dari kelas penghobi yakni terletak pada harga. Harganya relatif terjangkau karena mereka membeli untuk dijual kembali. Sistem yang dipakai adalah sistem borongan semakin banyak ikan yang dibeli maka semakin murah harganya”.*⁹¹

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Sujatmiko selaku karyawan pada usaha budidaya ikan koi sebagai berikut :

*“Memang benar mas, disini menawarkan harga grosir yang bisa dijual kembali, semakin banyak ikan yang dibeli maka semakin mendapat harga murah”.*⁹²

Hal ini diperkuat dengan dokumentasi pembelian ikan koi oleh pengepul dengan sistim borongan pada usaha budidaya ikan koi milik Bapak Mudori.

⁹¹ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁹² Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 17 september 2021 Pukul 15.00 WIB

Gambar 4.2
Pembelian Ikan Koi oleh Pengepul



Dari pernyataan yang disampaikan oleh pemilik usaha dan karyawan budidaya ikan koi kemudian timbul pertanyaan dari peneliti. Tentang penurunan keuntungan apabila diberi harga murah. Bapak Mudori menyatakan :

*“Ya Alhamdulillah tetap untung mas. Kalo hanya mengandalkan penjualan kepada penghobi saja, ikan tidak cepat laku mas karena setiap penghobi memiliki kriteria ikan yang disukai berbeda”.*⁹³

Kemudian Mas Sujatmiko selaku karyawan menambahkan sebagai berikut :

*“kalo pakai sistem borongan perputaran uang menjadi cepat mas jadi uangnya bisa segera dialokasikan ke yang lain”.*⁹⁴

⁹³Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 17 September 2021 Pukul 15.00 WIB

⁹⁴Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 17 september 2021 Pukul 15.00 WIB

Jadi dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Segmenttasi penjualan dari usaha budidaya ikan koi milik Bapak Mudori dibagi menjadi dua yakni untuk kelompok menengah keatas atau para penghobi dan yang keduaa unuk kelompok menengah atau para petani dan pengepul ikan koi. Segmentasi penjualan kelas menengah keatas atau penghobi adalah konsumen ikan koi yang membeli dengan tujuan tidak untuk dijual kembali tetapi hanya untuk pemuas batin. Segmentasi penjualan kelas menengah atau petani dan pengepul adalah konsumen ikan koi yang membeli untuk dijual kembali.

2. Jenis Ikan yang Banyak Peminatnya pada Usaha Budidaya Ikan Koi Bapak Mudori

Ikan Koi terkenal sebagai ikan peliharaan karena berwarna-warni cerah terlihat pada saat peneliti mendatangi langsung lokasi penelitian budidaya ikan koi Nampak beragam jenis ikan koi mulai dari kohaku, sanke, showa dan lain lain. Mulai dari ukuran burayak hingga ukuran besar. Ikan koi dipercaya oleh sebagian orang sebagai pembawa keberuntungan. Ikan Koi juga bisa dijadikan sebagai sumber penghasilan karena tingginya pangsa pasarnya dengan harga jual sampai jutaan rupiah.⁹⁵

⁹⁵ Observasi Penelitian pada Usaha Budidaya Ikan Koi milik Bapak Mudori pada tanggal 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

Bagi penghobi ikan, tentu sudah tidak asing lagi dengan jenis ikan koi. Hal ini sama dengan pernyataan Bapak Mudori selaku pemilik usaha budidaya ikan koi sebagai berikut :

*“Salah satu ikan hias yang banyak peminatnya adalah ikan koi karena memiliki kelebihan seperti bentuknya yang bagus, polanya yang indah berwarna cerah, ikannya jinak dan yang tidak kalah penting adalah bisa dijadikan sebagai peluang bisnis yang potensial”.*⁹⁶

Hal tersebut serupa dengan pernyataan Mas Sujatmiko selaku karyawan :

*“Ikan koi sangat potensial untuk dijadikan sebagai sumber ekonomi, mengingat harganya bisa sampai jutaan rupiah, selain itu juga ikan koi memiliki bentuk yang bagus, warna yang cerah serta pola yang indah menjadikan ikan ini banyak diminati”.*⁹⁷

Dari pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Mudori dan Mas Sujatmiko kemudian timbul pertanyaan tenan jenis ikan yang dibudidayakan dan dijual pada usaha budidaya ikan koi ini. Bapak Mudori menyatakan :

*“Mengingat jenis ikan koi yang banyak, tentunya kami masih belum bisa membudidayakan semuanya untuk saat ini yang kami budidayakan masih terbatas hanya beberapa saja yang ada yakni, kohaku, sanke, showa. Kikokuryu, kujaku, platinum ogon, kujaku slayer, kabuto, ghosiki, hikari, thancco”.*⁹⁸

Kemudian Bapak Sunarto selaku mitra usaha budidaya ikan koi menambahkan sebagai berikut :

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

*“ Karena keterbatasan tempat dan jenis indukan yang ada disini kami hanya membudidayakan dan menjual ikan koi seperti yang disebutkan olah Bapak Mudori saja ”.*⁹⁹

Dari pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Mudori dan Pak Sunarto kemudian timbul pertanyaan oleh peneliti tentang jenis ikan yang banyak diminati. Bapak Mudori menyatakan :

*“Dari sekian banyak jeniss ikan koi tentunya ada ya mas yang banyak diminati, kebanyakan konsumen memilih jenis ikan pakem. Ikan pakem itu bahasa simple daerah sini untuk menyebut jenis ikan showa, kohaku dan sanke. Ya tapi kembali ke selera masing-masing sih mas ”.*¹⁰⁰

Kemudian Mas Sujatmiko selaku karyawan pada usaha budidaya ikan koi menambahkan sebagai berikut :

*“Ya karena kebanyakan orang tau yang namanya koi itu familiar atau identik dengan warnanya merah dan putih. Selain itu juga warna merah dan putih itu kontras dan enak dilihat jenis koi yang memiliki warna tadi adalah jenis kohaku, sanke dan showa ”.*¹⁰¹

Hal ini diperkuat dengan dokumentasi dari beberapa ikan yang banyak diminati konsumen :

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Pak Sunarto (selaku mitra usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

Gambar 4.3
Ikan Koi yang Banyak diminati Konsumen



Dari pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Mudori dan Mas Sujatmiko. Kemudian timbul pertanyaan tentang tahapan-tahapan budidaya ikan koi. Bapak Mudori Menyatakan :

“Untuk tahapan dalam membudiddayakan koi itu yang pertama pemilihan indukan yang berkualitas. Perlu diketahui pemilihan indukan sangatlah penting karena indukan yang bagus menghasilkan keturunan yang bagus pula”.¹⁰²

Kemudian Mas Sujatmiko selaku karyawan menambahkan pernyataan sebagai berikut :

“Mencetak ikan koi hasil dari indukaan yang bagus juga dapat menambah kepercayaan konsumen tersendiri, karena ada jaminan masa depan baik untuk kualitas ikan koi yang dihasilkan dari indukan yang bagus”.¹⁰³

¹⁰² Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 20 september 2021 Pukul 14.00 WIB

Kemudian Bapak Mudori melanjutkan tahap selanjutnya mengenai budidaya ikan koi sebagai berikut :

“Untuk tahapan yang kedua adalah pembuatan kolam. Untuk hasil maksimal dalam pertumbuhan kolam yang baik adalah kolam lumpur atau kolam tanah karena disitu terdapat makanan-makanan alami yang dapat membantu mempercepat pertumbuhan dan juga dibantu oleh sinar matahari langsung”.¹⁰⁴

Kemudian Mas Sujatmiko menambahkan pernyataan sebagai berikut :

“ Selain itu juga faktor yang berpengaruh dalam pertumbuhan cepat atau tidaknya adalah kapasitas kepadatan ikan koi, semakin banyak ikan yang ada didalam setiap kolam akan memperlambat pertumbuhan”.¹⁰⁵

Hal ini diperkuat dengan dokumentasi pembuatan kolam tanah yang berpengaruh dalam pertumbuhan ikan koi

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 20 september 2021 Pukul 14.00 WIB

Gambar 4.4
Pembuatan Kolam Ikan Koi



Kemudian Bapak Mudori melanjutkan tahapan mengenai budidaya ikan koi sebagai berikut :

“Tahap ketiga adalah pemijahan, proses ini merupakan proses perkawinan yang terjadi antara indukan betina dan indukan jantan. Indukan betina mengeluarkan sel telur sedangkan indukan jantan mengeluarkan sel sperma”¹⁰⁶

Kemudian Mas Sujatmiko selaku karyawan menambahkan sebagai berikut :

“Pemijahan biasanya dilakukan malam hari, sehingga indukan betina dimasukkan sore harinya dan dibiarkan dahulu agar indukan betina beradaptasi dengan kondisi kolam agar tidak stress selama kira-kira kurang lebih 2-3 jam. Kemudian indukan jantan bisa dimasukkan ditempat pemijahan jumlah indukan jantan bisa 3-5 ekor. Apabila sudah memijah induk diaambil dan dimasukkan dalam kolam

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

*pemeliharaan induk sesuai dengan jenis kelamin. Sementara telur-telurnya dibiarkan dalam kolam pemijahan hingga menetas”.*¹⁰⁷

Hal ini diperkuat dengan dokumentasi proses pemijahan pada usaha budidaya ikan koi sebagai berikut :

Gambar 4.5
Proses Pemijahan Ikan Koi



Kemudian Bapak Mudori melanjutkan tahapan selanjutnya mengenai budidaya ikan koi sebagai berikut :

*“Tahap selanjutnya adalah panen, Kalau untuk ikan koi menurut saya tidak ada patokan waktu panen karena di usia mulai satu minggu sudah bisa dijual. Tergantung sesuai kebutuhan sih menurut saya. Maksudnya tergantung konsumen membutuhkan ukuran berapa mas”*¹⁰⁸.

¹⁰⁷Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 20 september 2021 Pukul 14.00 WIB

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 20 September 2021 Pukul 14.00 WIB

Hal ini dibuktikan melalui dokumentasi memanen ikan pada usaha budidaya ikan koi milik Bapak Mudori :

Gambar 4.6
Panen Ikan Koi



Jadi dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa jenis ikan koi yang banyak diminati konsumen adalah jenis Koi Showa, Sanke, dan Kohaku karena kebanyakan orang tau yang namanya koi itu familiar atau identik dengan warnanya merah dan putih. Selain itu juga warna merah dan putih itu kontras dan enak dilihat dimata konsumen. Tahapan membudidayakan ikan koi ada empat yaitu pemilihan induk yang bagus, ketersediaan lahan, pemijahan dan panen.

3. Penentuan Market Ikan Koi pada Usaha Bapak Mudori

Lokasi kolam budidaya ikan koi milik Bapak Mudori yang terletak tidak begitu jauh dari rumahnya merupakan salah satu tempat yang dikunjungi peneliti, disana peneliti melihat berbagai aktivitas mulai dari pemberian pakan ikan,

penyeleksian ikan koi, hingga pembeli atau konsumen datang langsung ke kolam milik Bapak Mudori untuk melihat koleksi ikan yang dipelihara.¹⁰⁹

Setelah menentukan segmentasi penjualan ikan koi, langkah berikutnya adalah penentuan market atau penentuan target pasar, Bapak Mudori menyatakan :

*“Dalam menentukan target market, kami perlu menilai dengan hati-hati berbagai macam segmen untuk nantinya ditentukan berapa ukuran segmen serta segmen mana yang akan diambil. Pemilihan segmen yang terlalu sempit bisa mengakibatkan kegagalan dalam pencapaian target volume penjualan dan apabila segmen terlalu luas akan berdampak pada biaya yang akan melebihi kenaikan penjualan serta laba”.*¹¹⁰

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Sunarto selaku mitra usaha budidaya ikan koi. Sebagai berikut :

*“Dalam menentukan target market kami harus terlebih dahulu melakukan pengelompokan konsumen atau pembeli berdasarkan kebutuhannya, hal ini sangat penting karena dapat mempermudah dan lebih efisien dalam melayani konsumen”.*¹¹¹

Dari pernyataan yang disampaikan oleh pemilik dan mitra usaha budidaya ikan koi kemudian timbul pertanyaan dari peneliti tentang bagaimana cara menentukan market. Bapak Mudori menyatakan :

“Dengan cara komunikasi langsung dengan konsumen, Untuk memikat daya beli konsumen, saya menerapkan atau mempengaruhi kepercayaan dan harapan pelanggan. Misalnya ketika ada pengunjung yang melihat dagangan ikan saya, saya akan menanyakan jenis ikan koi apa yang akan dicari. Setelah mendapatkan penjelasan dari pelanggan kemudian saya memberikan

¹⁰⁹ Observasi Penelitian pada Usaha Budidaya Ikan Koi milik Bapak Mudori pada tanggal 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

¹¹¹ Hasil wawancara dengan Pak Sunarto (selaku mitra usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

*informasi tentang keunggulan masing-masing jenis ikan yang saya jual yakni informasi soal potensi keuntungan memelihara, cara perawaaan, dan prospek harga salah satu jenis ikan”.*¹¹²

Kemudian Mas Sujatmiko selaku karyawan usaha budidaya ikan koi menambahkan sebagai berikut :

*“Dengan ini kita bisa lebih dekat kepada pelanggan sehingga menciptakan daya tarik tersendiri agar pelanggan kesini lagi”.*¹¹³

Dari pernyataan yang disampaikan oleh pemilik dan karyawan budidaya ikan koi. Kemudian timbul pertanyaan dari peneliti tentang apakah memiliki segmen yang sama dengan usaha budidaya ikan koi yang lain, beserta solusinya. Bapak Mudori menyatakan :

*“Dalam sebuah usaha tentunya ada ya mas terkait segmen yang sama khususnya dalam usaha jual beli ikan koi malah bisa dikatakan semua segmennya sama, solusinya ya kita bersaing dalam hal kualitas, mempertahankan gen dari indukan yang bagus sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk konsumen”*¹¹⁴.

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Sunarto selaku mitra usaha budidaya ikan koi sebagai berikut :

*“Bersaing dalam hal kualitas melalui mempertahankan kualitas gen indukan yang bagus dan pelayanan yang ramah menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen”.*¹¹⁵

¹¹² Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

¹¹³ Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 23 september 2021 Pukul 15.00 WIB

¹¹⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

¹¹⁵ Hasil wawancara dengan Pak Sunarto (selaku mitra usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

Dari pernyataan yang disampaikan oleh pemilik dan mitra usaha budidaya ikan koi. Kemudian timbul pertanyaan peneliti tentang bagaimana tahap-tahap penjualan ikan koi. Bapak Mudori menyatakan :

*“Koi yang akan dikirim menuju suatu tempat, dimana harus menempuh jarak yang jauh atau memakan waktu berjam-jam tentu saja perlu tahap-tahap agar koi selamat sampai tujuan Pertama Tahap persiapan yakni koi yang baru diangkat dari kolam lumpur dikumpulkan terlebih dahulu dalam satu wadah atau bak khusus dengan kondisi air yang terjaga kualitasnya. Dikarenakan koi yang baru datang dari kolam lumpur masih tertempel bakteri-bakteri dan kutu. Apabila dipakasakan maka koi kemungkinan besar tidak akan mampu bertahan lama”.*¹¹⁶

Hal ini dibuktikan dengan dokumentasi penampungan ikan koi setelah diangkat dari kolam lumpur

Gambar 4.7
Penampungan Ikan Koi



¹¹⁶Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

Kemudian Bapak Mudori melanjutkan penjelasan tahap penjualan ikan koi selanjutnya. Sebagai berikut :

*“Tahap kedua karantina koi didalam aquarium, koi saama sekali tidak diberi makan selama kurang lebih 3 sampai 6 hari. Proses ini dilakukan agar koi tidak membuang kotoran pada saat pengiriman karena perut koi dalam keadaan kosong. Kotoran koi mengandung ammonia yang dapat membahayakan kesehatan koi”.*¹¹⁷

Hal ini diperkuat dengan bukti dokumentasi tahap karantina ikan koi sebelum dikirim

Gambar 4.8
Karatina Aquarium



Kemudian Bapak Mudori melanjutkan penjelasan tahap penjualan ikan koi selanjutnya. Sebagai berikut :

“Tahap ketiga pengemasan (packing) sebelum diberangkatkan , ikan koi ditempatkan didalam kantong-kantong plastik yang berisikan air dan oksigen juga sekaligus ddiberi larutan obat-obatan vitamin dan

¹¹Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

antibiotik secukupnya untuk menjaga kesehatan koi selama perjalanannya".¹¹⁸

Hal ini diperkuat dengan bukti dokumentasi packing ikan koi sebelum diberangkatkan menuju konsumen

Gambar 4.9
Packing Ikan Koi



Kemudian Bapak Mudori melanjutkan penjelasan tahap penjualan ikan koi selanjutnya. Sebagai berikut :

“Tahap keempat tahap pengiriman, untuk menghindari suhu panas yang berlebihan berasal dari kendaraan maka sbagian alas diletakkan daun atau terpal dan juga bisa dengan lapisan sterofom dengan maksud untuk menghalangi panas yang berlebihan yang disebabkan oleh suhu kendaraan”.¹¹⁹

Dari pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Mudori tentang tahap-tahap penjualan koi kemudiaan timbul pertanyaan peneliti tentaang kendala yang dialami pada usaha budidaya ikan koi. Bapak Mudori menyatakan sebagai berikut:

¹¹⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

¹¹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

*“Kendala dalam membudidayakan koi yang paling utama adalah kendala kematian. Ada banyak faktor yang menyebabkan kematian seperti penyakit yang disebabkan oleh bakteri, kutu, kadar oksigen dalam kolam yang kurang dan terserang oleh predator”.*¹²⁰

Dari pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Mudori kemudian timbul pertanyaan dari peneliti tentang cara mengatasi kendala tersebut. Bapak Mudori menyatakan :

*”Setiap penyakit tentunya ada cara tersendiri untuk mengatasinya yang terpenting dalam mengatasi koi yang terjangkit penyakit adalah dengan pemberian garam pada air kolam.”*¹²¹

Dari pernyataan tersebut kemudian Mas Sujatmiko selaku karyawan menambahkan sebagai berikut :

*“Untuk mempersulit atau meminimalisir predator liar memangsa maka dalam pembuatan kolam sebaiknya agak dalam paling tidak 1,5 meter”.*¹²²

Jadi dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Dalam menentukan market ikan koi maka harus terlebih dahulu melakukan pengelompokan konsumen atau pembeli berdasarkan kebutuhannya, hal ini sangat penting karena dapat mempermudah dan lebih efisien dalam melayani

¹²⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

¹²¹ Hasil wawancara dengan Bapak Mudori (selaku pemilik usaha budidaya ikan koi) pada 23 September 2021 Pukul 15.00 WIB

¹²² Hasil wawancara dengan Mas Sujatmiko (selaku karyawan usaha budidaya ikan koi) pada 23 september 2021 Pukul 15.00 WIB

konsumen. Untuk mendapatkan target pasar hal yang dilakukan oleh Bapak Mudori selaku pemilik usaha budidaya ikan koi adalah dengan komunikasi langsung dengan konsumen kemudian menawarkan jenis ikan koi yang akan dicari. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk datang kembali.