

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA JUAL  
IKAN CUPANG (*Betta*) DI KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh :

**MUHAMMAD ARIF**

**NPM :1604300127**

**Program Studi : AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022**

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA JUAL  
IKAN CUPANG (*Betta*) DI KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

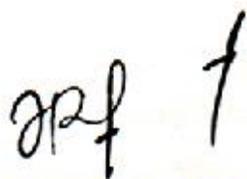
Oleh:

**MUHAMMAD ARIF  
1604300127  
AGRIBISNIS**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) Pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

**Komisi Pembimbing**

  
Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S.  
Ketua

  
Ira Aprivanti S.P., M.Sc.  
Anggota

Disahkan Oleh:

  
Dr. Dafni Mawa Tarigan, S.P., M.Si  
Dekan



Tanggal Lulus : 21 Mei 2022

## PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Muhammad Arif

Npm : 1604300127

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi dengan judul “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual Ikan Cupang (*Betta*) Di Kota Medan” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (*plagiarism*), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Dengan pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, April 2022

Yang Menyatakan



Muhammad Arif

## RINGKASAN

MUHAMMAD ARIF 1604300127 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA JUAL IKAN CUPANG (*Betta*) DI KOTA MEDAN, penyusunan skripsi ini dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S. selaku ketua pembimbing dan Ira Apriyanti, S.P., M.Sc selaku Anggota Komisi Pembimbing.

Tujuan dari penelitian ini adalah pertama untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi harga jual ikan cupang di Kota Medan. Dan yang kedua untuk mengetahui bagai mana faktor yang mempengaruhi terhadap harga jual Ikan Cupang.

Penelitian ini berlokasi di Kota medan. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) pengumpulan data dilakukan dengan cara mengadakan wawancara, memberikan daftar kuisisioner dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adala metode analisi deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa faktor yang mempengaruhi harga jual ikan cupang di kota medan yaitu warna, lokasi dan sosial media. Hal ini dinyatakan dengan data yang menunjukkan variabel warna, lokasi dan sosial media menunjukan hasil signifikan di bawah angka 0,05 atau  $< 0,05$ .

## SUMMARY

MUHAMMAD ARIF 1604300127 FACTORS AFFECTING THE SELLING PRICE OF BETTA FISH (Betta) IN MEDAN CITY, the preparation of this thesis was supervised by Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S. as the head of the supervisor and Ira Apriyanti, S.P., M.Sc as a member of the Advisory Commission.

The purpose of this study is first to find out what factors affect the selling price of betta fish in the city of Medan. And the second is to find out how the factors that influence the selling price of Betta Fish.

This research is located in Medan City. The selection of this location was done purposively. Data collection was carried out by conducting interviews, providing a list of questionnaires and documentation. The data source used in this research is descriptive analysis method.

The results of this study indicate that the factors that influence the selling price of betta fish in the city of Medan are color, location and social media. This is stated by data showing the color, location and social media variables showing significant results below the number 0.05 or  $<0.05$ .

## RIWAYAT HIDUP

Muhammad Arif, lahir di Kota Medan 17 Mei 1998 anak dari pasangan Bapak As Rizal dan Ibu Normawati Gultom, Penulis merupakan anak ke dua dari dua bersaudara.

1. Tahun 2009, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 068085 Kota Medan, Kecamatan Medan Johor, Sumatera Utara
2. Tahun 2012, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama Di SMP Negeri 36 Medan. Kecamatan Medan Johor, Sumatera Utara
3. Tahun 2015, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas Di SMA Negeri 2 Medan, Kecamatan Medan Polonia, Sumatera Utara
4. Tahun 2016, di terima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.
5. Tahun 2019, mengikuti Kuliah Kerja Nyata(KKN) di Desa Kotasan, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara.
6. Tahun 2019, mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Bakri Serbangan Estate (BSP) Kota Kisaran, Sumatera Utara.
7. Tahun 2021, melakukan penelitian skripsi tentang Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual Ikan Cupang (*Betta*) Di Kota Medan. Sumatera Utara.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. skripsi ini merupakan langkah awal dalam penyusunan Skripsi yang merupakan suatu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Program Studi Strata (S1) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera utara.

Adapun judul penulis pada penelitian ini adalah Analisis Faktor-Faktor Yang Harga Jual Ikan Cupang Di Kota Medan atas tersusunnya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S. Selaku Ketua Komisi Pembimbing.
3. Ibu Ira Apriyanti S.P., M.Sc. Selaku Anggota Komisi Pembimbing.
4. Terima kasih kepada seluruh Staff Biro Administrasi yang telah bersedia membantu penulis dalam penyelesaian Administrasi.
5. Teristimewa untuk orang tua yaitu: Ibunda Normawati Gultom yang mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta, kasih sayang, dan ketulusan serta selalu memberikan motivasi baik moril maupun material.
6. Terima kasih kepada abang saya Zulfadli yang selalu mendukung saya dalam segala hal.
7. Terima kasih kepada para sahabat Ade Khairunusia Siregar, Reza Setia Darma, Rizky Azhari, yang selalu mendukung dan membantu penulis serta sahabat-sahabat lainnya yang tidak bisa disebut satu persatu.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini dimasa mendatang. Akhir kata penulis mengucapkan terika kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik selama Penyusunan skripsi ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi bidang ilmu pengetahuan.

Medan, September 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	4
Tujuan Penelitian .....	4
Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
Klasifikasi Ikan Cupang .....	6
Faktor – faktor yang mempengaruhi harga jual ikan cupang.....	6
Pengaruh Harga.....	6
Persepsi Harga.....	6
Penentuan Harga .....	7
Warna .....	7
Lokasi.....	8
Media sosial .....	8
Trend .....	9
Biaya .....	9
Jumlah penjual atau produsen .....	10
Biaya produksi .....	10
Tataniaga Pertanian Ikan Hias .....	11

Lembaga Pemasaran.....	11
Produsen.....	11
Pedagang pengumpul .....	11
Pedagang besar.....	12
Pedagang eceran.....	12
Lembaga pemberi jasa.....	12
Saluran pemasaran .....	12
Penelitian terdahulu.....	12
Ikan cupang .....	14
Kerangka pemikiran .....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	17
Metode Pengambilan Sempel.....	17
Metode Pengumpulan Data .....	17
Metode Analisis Data .....	18
Defenisi Dan Batasan Operasional.....	20
<b>BAB IV DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
Letak Geografis.....	23
Jenis Ikan Yang Di Teliti .....	24
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
Karakteristik Responden .....	26
Data Hasil Penelitian.....	27
Koefisien Regresi .....	27
Koefisien Determinasi.....	28
Uji Statistik .....	29
Uji F .....	29

Pembahasan.....	31
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>32</b>
Kesimpulan .....	32
Saran.....	32
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>33</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>36</b>

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	16
2.	Gambar 2.....	50
3.	Gambar 3.....	51
4.	Gambar 4.....	52
5.	Gambar 5.....	53
6.	Gambar 6.....	54

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Produksi Ikan Cupang .....	2
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	26
3.	Karakteristik Responden (Pembeli) Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	26
4.	Data Hasil Responden Berdasarkan Tempat.....	27
5.	Analisis Regresi Linier Berganda Terhadap Harga Jual .....	28
6.	Hasil Uji Koefisien Determinasi Terhadap Harga Jual.....	29
7.	Hasil Uji t Terhadap Harga Jual.....	29
8.	Hasil Uji F Terhadap Harga Jual.....	30

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian .....	36
2.	Nilai Kuisisioner Variabel Warna.....	41
3.	Nilai Kuisisioner Variabel Lokasi .....	42
4.	Nilai Kuisisioner Variabel Social Media .....	43
5.	Nilai Kuisisioner Variabel Trend.....	44
7.	Nilai Kuisisioner Variabel Harga Jual .....	45
8.	Rekapitulasi Jawaban Responden Pembeli Ikan Lokasi Medan Johor.....	46
9.	Rekapitulasi Jawaban Responden Pembeli Ikan Lokasi Talaud	47
10.	Rekapitulasi Jawaban Responden Pembeli Ikan Lokasi Marelan	48
11.	Rekapitulasi Jawaban Responden Pembeli Ikan Lokasi Helvetia	49

# BAB I

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Ikan hias merupakan satu komoditas ekonomi non migas yang potensial. Peminat ikan hias terus meningkat baik dari dalam maupun dari luar negeri, hal ini mendorong perkembangan budidaya ikan hias. Salah satu jenis ikan hias yang memiliki nilai ekonomis tinggi adalah ikan *Betta splendens* atau yang lebih di kenal dengan nama ikan cupang. Ikan cupang yang berkelamin jantan mempunyai warna yang lebih menarik dengan sirip nya yang indah, dan memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi ke timbang betina. Ikan cupang jantan sangat agresif dan memiliki kebiasaan saling menyerang apabila ditempatkan dalam satu wadah sehingga digunakan sebagai ikan laga (*fighting fish*) (Melati,2017).

Berbeda dengan ikan lainnya seperti ikan konsumsi, ikan hias memiliki pesona tersendiri untuk menarik para minat dan penghobi. Warna yang indah dan cerah menjadi pesona ikan hias untuk menentukan nilai jualnya. Ikan cupang halfmoon merupakan sala satu jenis ikan cupang yang memiliki pesona tersendiri dikarenakan warna yang indah dan pada ekor maupun tubuhnya (Sains & Fish, 2020).

Produksi ikan hias tahun 2019 mecapai 33,89 juta ekor atau sekitar 66,78% dari jumlah target. Hal ini harus terus ditingkatkan jumlah produksi ikan hias (Awaluddin,2019). Salah satu ikan hias yang diproduksi adalah ikan cupang (*Betta sp*).

Ikan cupang adalah ikan hias yang amat populer. Perdagangan ikan ini tidak terbatas hanya di pasar local saja tetapi juga diekspor ke mancanegara dalam jumlah yang cukup besar. Ikan ini terkenal dengan nama *fighting fish* karena jantan nya amat senang berkelahi sehingga sering digunakan sebagai ikan aduan (Satyani, 2003). Salah satu keistimewaan ikan cupang yaitu daya tahan nya, ikan cupang sanggup hidup dalam tempat atau lingkungan yang minim air dan minim oksigen, bisa di pelihara dalam toples kecil tanpa aerator, kemampuan ini didapat karena ikan cupang memiliki rongga labirin seperti pada paru paru manusia, labirin tersebut bisa membuatnya bertahan hidup di lingkungan yang miskin oksigen.(Destrana, 2019)

Data BPS (2019) menunjukkan bahwa dalam priode 2014-2018 terlihat ada tiga komoditas yang pengiriman nya lebih dari 10 %, yaitu komoditas ikan hias air tawar, Arwana dan ikan hias. Tahun 2018 nilai ekspor komoditas ikan hias air tawar mencapai USD 12,51 Juta atau sekitar 38,83 % dari total nilai ekspor komoditas Arwana pada tahun yang sama mencapai USD 7,42 Juta atau sekitar 23,02 % dari total nilai eskpor ikan hias. Sementara itu nilai ekspor komoditas ikan hias lainnya, selain air tawar mencapai USD 7,27 Juta atau sekitar 22,57 % dari total nilai ekspor ikan hias (Suhana, 2019)

Tabel 1. Produksi Ikan Cupang Di Sumatera Utara

Tahun	Produksi
2017	1.520.000
2018	7.166.000
2019	2.119.000

Sumber : Badan Pusat Statistik

Dalam perekonomian saat ini produsen dan konsumen jarang berinteraksi secara langsung dalam melakukan proses tataniaga, melainkan dilaksanakan bersama atau dengan mengikutsertakan beberapa lembaga pemasaran lain yang membantu terjalinnya pertemuan antara penjual dan pembeli. Secara umum pemasaran hasil perikanan merupakan suatu proses yang kompleks karena lokasinya sehingga salurannya lebih panjang dan lebih banyak pedagang perantara.(Septiara, 2012)

Tataniaga mencakup segala pekerjaan dan badan-badan yang terlibat dalam pemindahan hasil-hasil perikanan dari pembudidaya/nelayan termasuk dari hasil-hasil yang berasal dari hasil perikanan sampai ke tangan konsumen akhir. Tataniaga adalah suatu keragaan (*performance*) semua usaha mencakup kegiatan arus barang/jasa mulai dari titik usahatani sampai ditangan konsumen akhir.(Supena, 2015)

Pada lokasi yang saya teliti yaitu di Kota Medan menurut data pra survey yang saya lakukan banyak pedagang/penjual ikan cupang banyak dari mereka yang memiliki pembiakan sendiri. Hal ini karena ikan hias cupang memiliki prospek yang cukup cerah bagi pembudidayanya, apalagi di masa pandemi covid - 19 ikan hias cupang kembali banyak di minati oleh orang. Dan karena sekarang banyak nya yang menjual ikan cupang membuat harga ikan cupang tidak merata di setiap penjual hal ini di karenakan banyak faktor yang mempengaruhinya. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Harga jual Ikan Cupang (*Betta*) (Studi Kasus Kota Medan)**”

### **Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah maka peneliti merumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual ikan cupang di daerah penelitian?
2. Bagaimana pengaruh warna, lokasi, media sosial, dan trend terhadap harga jual ikan cupang di daerah penelitian?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat harga jual ikan cupang di kota medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh warna, lokasi, media sosial, dan trend terhadap harga jual ikan cupang di daerah penelitian.

### **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Untuk menambah pengetahuan dan memberikan informasi bagi peternak dan penjual ikan cupang di kota Medan, dalam faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi harga jual ikan cupang.
2. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai langkah awal dalam penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Sebagai referensi bagi mahasiswa atau pihakmanapun yang ingin meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual ikan cupang di kota medan, sebagai acuan bagi penelitian berikutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Klasifikasi Ikan Cupang**

Taksonomi atau klasifikasi ikan cupang, yaitu :

Kingdom	: Animalia
Phylum	: Chordata
Classis	: Actinoptergii
Ordo	: Perciformes
Familia	: Osphronemidae
Genus	: <i>Betta</i>
Species	: <i>Betta splendens R</i>

#### **Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Harga jual Ikan Cupang**

##### **Pengaruh Harga**

Menurut (Gain, 2017) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, jadi mereka bisa membandingkan harga dengan sangat cepat, luas dan tidak terbatas.

##### **Persepsi Harga**

Persepsi harga merupakan kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kualitas produk. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang

memiliki arti. Salah satu sector-sector yang berpengaruh terhadap persepsi pelanggan adalah harga (Fatmawati, 2019)

Menurut (Dinawan,2010) bahwa persepsi harga terlihat dari :

- a. Perbandingan harga dengan produk lain, yaitu perbandingan harga produk dengan produksi pesaing
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh.
- c. Keterjangkauan harga, yaitu keterjangkauan harga yang ditawarkan produsen kepada konsumen

Dari penjelasan diatas persepsi yang dipikirkan oleh seseorang dapat menjadi nilai tentang apa yang dipikirkannya. Untuk itu didalam pemasaran persepsi sangat bernilai untuk ditanamkan kepada masyarakat bahwa produk atau pelayanan tersebut bernilai dan dibutuhkan.

### **Penentuan Harga**

Penentuan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah menentukan harga jual produk dan penentuan harga pokok persediaan produksi jadi dan produk dalam proses yang akan disajikan dalam neraca. Harga pokok produksi sangat berpengaruh dalam perhitungan labar rugi perusahaan, apabila perusahaan kurang teliti atau salah dalam menentukan harga produksi, mengakibatkan kesalahan dalam penentuan laba dan ketetapan (Batubara, 2013).

### **Warna**

Warna adalah estetika yang penting, karena melalui warna itulah kita dapat membedakan secara jelas keindahan pada suatu objek. Warna dapat diartikan

secara subjektif / psikologis yang merupakan pemahaman langsung oleh pengalaman indera penglihatan kita dan secara objektif/fisiki sebagai sifat cahaya yang dipancarkan.(Meilani, 2013)

Ikan cupang (*Betta sp*) adalah salah satu jenis hewan peliharaan yang mempunyai daya tarik pada warna yang dimunculkan dari tubuhnya. Hewan peliharaan ini mempunyai daya tarik pada warna yang dimunculkan dari tubuhnya seperti bentuk, tampilan dan warnanya. Keindahan warna dan bentuk sirip sangat menentukan nilai jual (Indrawati, 2020)

### **Lokasi**

Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut di masa yang akan datang. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Dengan demikian, maka ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

### **Media Sosial**

Internet merupakan perkembangan teknologi computer dan telekomunikasi yang menciptakan infrastruktur informasi baru. Yaitu meliputi serangkaian jaringan elektronik yang bermanfaat dalam memfasilitasi transfer informasi dan komunikasi interaktif, diantaranya jaringan telepon, jaringan kabel, jaringan saluler, satelit, jaringan intra-komputer dan bisnis.(Cahyono, 2016)

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagai, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial bisa juga di gunakan untuk

mendapatkan keuntungan ekonomi dengan memposting barang dagang dengan media sosial sebagai perantaranya (Cahyono, 2016).

### **Trend**

Trend merupakan suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang didapatkan dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata perubahan tersebut bisa bertambah dan berkurang. Jika rata-rata perubahan bertambah disebut trend positif atau trend mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, apabila rata-rata perubahan berkurang maka disebut trend negative atau trend yang menunjukkan kecenderungan menurun (Indrawati, 2017).

### **Biaya**

Menurut (Thontowi, 2012) Biaya merupakan kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan dapat memberikan manfaat untuk saat ini dan di masa yang akan datang bagi organisasi. Dan biaya merupakan penurunan manfaat ekonomis selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang menyangkut pembagian kepada penanam modal. Adapun macam macam biaya produksi sebagai berikut :

- a) Total *Fixed Cost* (biaya tetap total) adalah jumlah biaya yang tetap yang tidak dipengaruhi oleh tingkat produksi. Contohnya adalah biaya penyusutan, sewa, dan lain-lain
- b) Total *Variable Cost* (biaya variable total) merupakan jumlah biaya yang dibayarkan yang besarnya berubah menurut tingkat yang dihasilkan. Contohnya adalah biaya bahan baku, tenaga kerja, dan lain-lain

- c) Total *Cost* (biaya total) adalah biaya penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variable. Yang dirumuskan  $TC = TFC + TVC$ .

Harga barang menjadi faktor utama besar kecil nya . Semakin tinggi harga barang, maka semakin tinggi pula yang dilakukan konsumen.

Menurut (Diani, 2005) Ikan cupang adalah salah satu ikan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan banyak terdapat di pasaran. Harga ikan cupang jantan berkisar di Rp. 5000 – Rp. 1.000.000 per ekornya. Ikan cupang terutama yang jantan lebih dicari dan memiliki harga yang mahal karena memiliki warna yang lebih menarik, lebih ramping dan lebih panjang sirip anal dan sirip punggungnya dibandingkan betina.

### **Jumlah Penjual Atau Produsen**

Jika jumlah produsen suatu barang tertentu tinggi, maka jumlah barang tersebut juga akan tetap tinggi. Misalnya, jika suatu daerah menjadi sentra penghasil sepatu. Maka sepatu di daerah tersebut akan tinggi.

Pada masa pandemi covid – 19 ini ikan hias cupang makin banyak digemari masyarakat mulai dari harga yang murah sampai yang mahal. Dan banyak pula yang mendadak menjadi seorang breeder atau peternak saja yang bisa menghasilkan omzet hingga Rp 300 Juta Per bulan.

### **Biaya Produksi**

Biaya produksi merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Kerugian akan mengakibatkan suatu usaha tidak dapat tumbuh dan dapat mengakibatkan perusahaan harus menghentikan kegiatan bisnisnya. Untuk menghindari kerugian, salah satunya

dengan cara berusaha memperoleh pendapatan yang paling tidak dapat menutupi biaya produksi (Lukman, 2013).

### **Tataniaga Perikanan Ikan Hias**

Nilai jual ikan hias di berbagai pasar juga berbeda satu dengan lainnya, hal ini disebabkan banyak faktor yang mempengaruhi salah satunya adalah panjangnya rantai tata niaga yang menyebabkan perbedaan harga jual ikan hias dari satu pasar ke pasar lainnya.(Sobariah, 2013)

### **Lembaga Pemasaran**

Tataniaga mencakup segala pekerjaan dan badan yang menyelenggarakannya terlibat dalam pemindahan hasil-hasil perikanan dari pembudidaya/nelayan termasuk dari hasil-hasil yang berasal dari hasil perikanan sampai ke tangan konsumen Tataniaga adalah suatu keragaan (performance) semua usaha mencakup kegiatan arus barang/jasa mulai dari titik usahatani sampai di tangan konsumen akhir

### **Produsen**

Golongan produsen adalah mereka yang tugas utamanya menghasilkan barang-barang. Disamping memproduksi, golongan ini seringkali aktif melaksanakan beberapa fungsi tataniaga tertentu untuk menyalurkan hasil produksinya kepada konsumen.

### **Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul atau penampung merupakan pedagang yang menerima secara langsung atau tidak langsung ikan hias dari petani atau pencari ikan di alam.

**Pedagang Besar**

Pedagang besar (wholesaler) memperdagangkan barang dalam jumlah lebih besar. Pedagang ini aktif di pasar-pasar pusat dan memperoleh barang terutama dari pengumpul lokal.

**Pedagang Eceran**

Pedagang pengecer adalah perantara yang menjual barang-barang dalam jumlah kecil secara langsung kepada konsumen akhir (household consumer). Biasanya pedagang ini menerima barang dari pedagang besar, pedagang pengumpul atau dari produsen.

**Lembaga Pemberi Jasa**

Lembaga pemberi jasa adalah mereka yang memberi jasa atau fasilitas untuk memperlancar fungsi tataniaga yang dilakukan oleh produsen atau pedagang perantara. Contoh dari lembaga ini antara lain: bank, usaha pengangkutan (perusahaan kereta api, truk, kapal laut dan penerbangan), biro iklan dan sebagainya.

**Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam menyediakan satu produk atau jasa yang digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Saluran tataniaga adalah saluran pemindahan kepemilikan barang dari produsen sampai kepada konsumen.

**Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurdiansyah, 2019) dengan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual Ikan

Cupang Hias Di Daerah Sidoarjo, Jawa Timur”. Penelitian ini menganalisis faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi harga jual ikan cupang hias di Sidoarjo, Jawa Timur dan seberapa besar pengaruh *trend*, warna, dan media sosial terhadap mempengaruhi keputusan penentuan harga jual ikan cupang hias. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunitas pembudidayaan dan penjual ikan cupang hias yang berada di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor dengan variable *trend* ( $X_1$ ), warna ( $X_2$ ) dan media sosial ( $X_3$ ) dapat mempengaruhi keputusan penentuan harga jual ikan cupang hias sebesar 16,1 % dimana 83,9 % sisa nya dijelaskan oleh variable diluar model.

Penelitian yang dilakukan oleh (Destriana, 2019) Dengan penelitian yang berjudul “Analisis dan Perancangan *e-bisnis* dalam Budidaya dan Penjualan Ikan Cupang Menggunakan Metodologi Overview”. Penelitian ini menganalisis banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui betapa mudahnya budidaya ikan cupang dan bagaimana cara merancang system informasi dan penjualan ikan cupang secara online, agar masyarakat dapat lebih mudah membeli dan mengetahui cara budidaya ikan cupang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT. Hasil penelitian diharapkan dalam melakukan budidaya dan penjualan ikan cupang dapat dilakukan dengan menerapkan konsep *e-bisnis* dalam kegiatan operasional maupun budidaya ikan cupang sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam pengembangan ikan cupang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Saputra, 2018) Dengan penelitian yang berjudul “Pelatihan Manajemen Pemeliharaan Ikan Cupang Sebagai Ikan Hias

yang Berpotensi Meningkatkan Pendapatan Masyarakat”. Penelitian ini untuk mengenalkan ikan cupang hias kepada masyarakat Desa Paya Peunaga dan cara manajemen budi daya ikan cupang (*Betta sp*) yang baik dan benar sesuai dengan SNI budidaya ikan cupang hias (*Betta sp*). Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 26 Maret 2018 di Desa Paya Peunaga Kecamatan Meureubo, Aceh Barat. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara diskusi dan praktek langsung. Hasil penelitian ini yaitu untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai budidaya ikan cupang yang mudah, murah, efektif, efisien dan berkelanjutan. Hal ini dilakukan agar peserta menjadi wirausaha yang kompeten dan mampu menjalankan usaha budidaya ikan cupang secara berkelanjutan.

### **Ikan Cupang (*Betta*)**

Ikan cupang (*Betta sp.*) adalah ikan hias air tawar asli Asia Tenggara yang kini menjadi salah satu komoditas ekspor Indonesia. Salah satu jenis ikan hias ini seringkali dijadikan ikan kontes diberbagai pameran ataupun kontes ikan hias. Ikan yang memiliki nama dagang *faighting fish* ini memiliki bentuk sirip yang indah dan intensitas warna lebih tinggi untuk ikan berjenis kelamin jantan, sehingga ikan cupang jantan memiliki harga jual yang relative tinggi jika dibandingkan dengan cupang betina. Oleh karena itu, harga jual terhadap jenis ikan cupang jantan semakin meningkat, hal ini di tunjang dengan semakin terbukanya akses pasar global.(Pebriansyah, 2015)

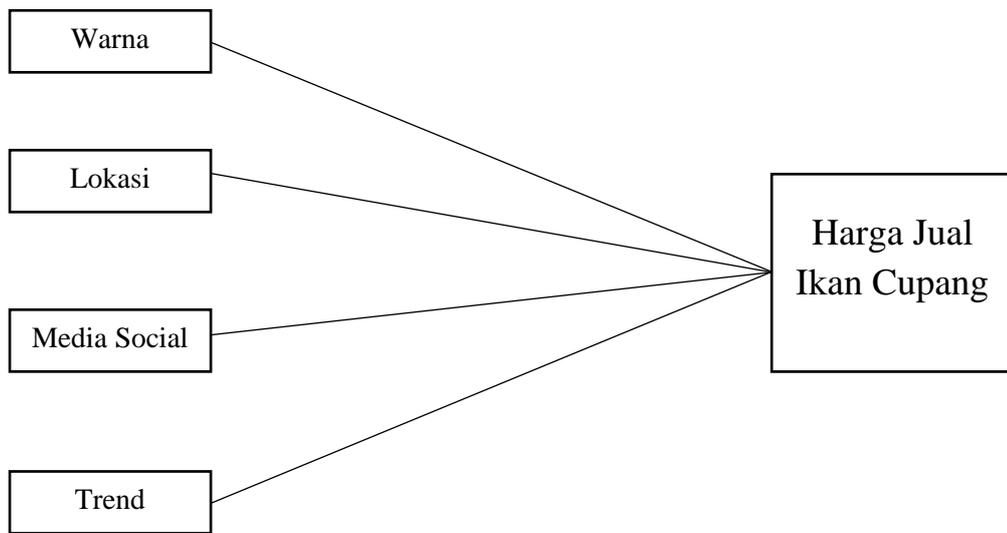
Ikan cupang adalah ikan airtawar yang biasa hidup disekitaran rawa – rawa dan ikan yang memiliki sifat agresif untuk mempertahankan wilayah tempat tinggalnya. Ikan cupang umumnya dibagi menjadi dua jenis yaitu ikan cupang adu dan ikan cupang hias. Penyakit yang menyerang pada ikan cupang hias dan

cupang laga disebabkan oleh tiga faktor yaitu parasit, jamur, dan bakteri.(Fadhil, 2019)

(Satyani, 2003) Ikan cupang (*Betta sp*) adalah ikan hias yang amat populer. Perdagangan ikan ini tidak terbatas hanya di pasar local saja tetapi juga diekspor kemancanegara dalam jumlah cukup besar. Ikan ini terkenal dengan namanya *fighting fish* karena jantannya amat senang berkelahi sehingga sering digunakan sebagai ikan aduan. Ukuran ikan cupang relative kecil (maksimal 6,5 cm) sehingga untuk memijahkannya tidak diperlukan tempat yang luas. Ukuran panjang ikan untuk mulai menjadi induk sekitar 3,5 cm untuk betina 4 cm untuk jantan dengan umur sekitar 3-4 bulan dan jumlah telur antara 500-700 butir. Umumnya petani melakukan pemijahan pada umur 4,5-6 bulan.

### **Kerangka Pemikiran**

Di kota Medan sudah banyak peternak dan produsen ikan cupang. Hampir disetiap kecamatan di kota Medan sudah banyak yang menjual ikan cupang karna menjadi peternak ikan cupang adalah bisnis yang menguntungkan untuk saat ini. Oleh karena itu harga jual terhadap ikan cupang meningkat terutama pada ikan cupang jantan yang memiliki daya tarik pada keindahan warnanya. Ikan cupang jantan memiliki intensitas warna yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan ikan cupang betina. Sehingga permintaan konsumen terhadap ikan cupang jantan semakin meningkat. Namun kendala yang dihadapi pada era ini yaitu terdapat pada harga dari produsen yang tidak menentu atau tidak stabil yang akan mengakibatkan harga jual tidak stabil dan tidak memiliki patokan dalam menentukan harga dari kualitas yang dimiliki oleh ikan cupang itu sendiri.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian dilakukan pada bulan Maret 2021 di Kota Medan. Lokasi ini ditentukan secara *purposive* (sengaja). Alasan memilih lokasi penelitian tersebut karena lokasi penelitian memiliki populasi pedagang ikan cupang yang banyak berdasarkan prasarvei di Kota Medan.

#### **Metode Pengambilan Sampel**

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang relatif sama dan dianggap mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah pedagang yang menjual ikan cupang yang dijumpai di lokasi penelitian. Berdasarkan survey yang dilakukan pada bulan Januari pedagang ikan cupang diketahui berjumlah 30 lebih. Dimana pengambilan sampel tersebut diambil dengan menggunakan sensus. Metode sensus adalah metode yang mengambil dari 15 penjual dan 15 pembeli menjadi sampel penelitian.

Metode pengambilan sampel untuk konsumen ikan cupang dilakukan dengan metode *purposive sampling* (secara sengaja). Dimana pelanggan dari 30 pedagang ikan cupang yang membeli pada saat penelitian dijadikan sampel yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil 1 atau 2 orang konsumen yang sedang membeli ikan cupang.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Observasi lapangan, yaitu melakukan pengamatan atau peninjauan langsung kelokasi penelitian Wawancara, yaitu mengadakan Tanya jawab langsung kepada responden (produsen) dengan menggunakan kuisisioner yang telah disiapkan.
- b. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mencari dokumen-dokumen atau segala sumber yang berkaitan dengan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi harga jual ikan cupang di Kota Medan dengan analisis linier berganda. Analisis linier berganda adalah pengembangan dari analisis linier sederhana. Kegunaan nya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih. Analisis linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen dan variabel dependen apakah pengaruh atau tidak untuk memperediksi nilai variabel dependen apabila mengalami kenaikan dan penurunan.

Pada penelitian ini terdapat dua hipotesis yang diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS.

Data yang dibutuhkan menguji hipotesis untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi harga jual ikan cupang yang akan dianalisis dengan rumus :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana :

Y = Penentuan harga jual ikan cupang

B<sub>0</sub> = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> = Koefisien regresi, yaitu nilai yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel Y yang akan didasarkan pada variabel bebas (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>)

X<sub>1</sub> = Warna

X<sub>2</sub> = Lokasi

X<sub>3</sub> = Sosial Media

X<sub>4</sub> = Trend

E = Standar Error

### Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji nyata atau tidaknya pengaruh variabel bebas (*independent variable*) secara individu terhadap harga jual sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>0</sub> : Variabel bebas secara individu tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

H<sub>1</sub> : variabel bebas secara individu berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai T hitung dengan ttabel, yaitu dengan kriteria:

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak ; H<sub>1</sub> diterima

Jika,  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima ; H<sub>1</sub> ditolak

### **Uji F (Uji Simultan)**

Uji F digunakan untuk menguji apakah sekelompok variabel bebas (*independent variable*) secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap harga jual sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>0</sub> : Variabel bebas secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat.

H<sub>1</sub> : Variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, yaitu dengan kriteria:

- Jika  $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak ; H<sub>1</sub> diterima
- Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima ; H<sub>1</sub> di tolak

### **Defenisi dan Batasan Operasional**

Definisi Operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan kontraks, sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk melakukan replika pengukuran degan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran kontrak yang lebih baik.

1. Peternak adalah seseorang yang bergerak dibidang perikanan.
2. Banyak nya kolam digunakan dalam proses produksi.
3. Produksi ikan adalah kegiatan menambah jumlah produksi ikan yang dihasilkan oleh peternak
4. Jentik dan kutu air adalah material yang ditambahkan pada media tanaman untuk mencukupi kebutuhan ikan yang diperlukan sehingga mampu berkembang dengan baik.

5. Ikan cupang yang menjadi objek penelitian hanya Halfmoon, Plakat, Koi, Multi Colors.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis dengan yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyususn kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Adapun tahapan analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan, perhatian terhadap penyederhanaan, pengabstakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan – catatan tertulis dilapangan.
2. Penyajian data, setelah reduksi data maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data ini dapat berupa tabel, grafik, chard, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka dapat terorganisikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga dapat lebih mudah dipahami.
3. Penarikan kesimpulan, yaitu kegiatan menetapkan kesimpulan terhadap penafsiran dan evaluasi, kegiatan ini meliputi pencarian makna data terutama memberi penjelasan mengenai mengapa tradisi tersebut dapat

bertahan sampai sekarang, serta nilai-nilai sosial apa saja yang terkandung didalamnya. Pada penelitian ini penarikan kesimpulan dilakukan dengan menyimpulkan data yang disajikan dan disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah ditentukan.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

#### **Gambaran Umum Daerah Penelitian**

##### **Letak Geografis**

Kota Medan terletak antara 2°.27'-2°.47' Lintang Utara dan 98°.35'-98°.44' Bujur Timur. Kota Medan 2,5-3,75 meter di atas permukaan laut. Kota Medan mempunyai iklim tropis dengan suhu minimum berkisar antara 23,0°C-24,1 °C dan suhu maksimum berkisar antara 30,6 °C-33,1 oC serta pada malam hari berkisar 26°C-30,8 °C. Selanjutnya mengenai kelembaban udara di wilayah Kota Medan rata-rata 78%-82%. Sebagian wilayah di Medan sangat dekat dengan wilayah laut yaitu pantai Barat Belawan dan daerah pedalaman yang tergolong dataran tinggi, seperti Kabupaten Karo. Akibatnya suhu di Kota Medan menjadi tergolong panas. Kecepatan angin rata-rata sebesar 0,42 m/sec sedangkan rata-rata total laju penguapan tiap bulannya 100,6 mm.

Kota Medan mempunyai luas 26.510 hektar (265,10 km<sup>2</sup> ) atau 3,6% dari seluruh wilayah/daerah Sumatera Utara. Dengan demikian, dibandingkan dengan Kota/Kabupaten lainnya, Medan sendiri memiliki luas wilayah yang relatif kecil dengan jumlah penduduknya yang relatif lebih besar. Secara geografis Kota Medan terletak 3° 30'-3° 43' Lintang Utara dan 98° 35'-98° 44' Bujur Timur. Untuk itu, topografi Kota Medan relatif miring ke Utara, dan berada pada ketinggian 2,5-37,5 meter di atas permukaan laut. Sesuai pada pergerakan pembangunan kota, luas wilayah administrasi sudah beberapa kali mengalami perkembangan. Pada tahun 1951, Walikota Kota Medan mengeluarkan surat ketetapan (Maklumat) Nomor 21 pada tanggal 29 september 1951. Luas Kota

Medan ditetapkan menjadi 5.130 Ha, yaitu diantaranya adalah 4 Kecamatan dengan 59 Kelurahan. Kemudian Maklumat Walikota Kota Medan dikeluarkan menyusul dengan keluarnya keputusan Gubernur Sumatera Utara Nomor 66/III/PSU pada tanggal 21 September 1951, agar daerah Kota Medan diperluas/diperbesar menjadi tiga kali lipat. Sesuai dengan dinamika pembangunan Kota Medan, luas wilayah administrasi Kota Medan sendiri telah melalui proses beberapa kali perkembangan. Melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1973 Kota Medan kemudian mengalami pemekaran wilayah menjadi 26.510 Ha yang terdiri dari 11 Kecamatan dengan 116 Kelurahan.

Berdasarkan luas administrasi yang sama maka melalui Surat Persetujuan Menteri Dalam Negeri Nomor 140/2271/PUOD, tanggal 5 Mei 1986, Kota Medan melakukan pemekaran Kelurahan menjadi 144 Kelurahan. Perkembangan terakhir berdasarkan Surat Keputusan Gubernur KDH Tingkat I Sumatera Utara Nomor 140.22/2772.K/1996 tanggal 30 September 1996 tentang pendefitipan 7 Kelurahan di Kotamadya Daerah Tingkat II Medan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 tahun 1992 tentang Pembentukan Beberapa Kecamatan di Kotamadya Daerah Tingkat II Medan, secara administrasi Kota Medan dimekarkan kembali, dibagi atas 21 Kecamatan yang mencakup 151 Kelurahan, yakni :

### **Jenis Ikan Cupang Yang Di Teliti**

#### Halfmoon

Halfmoon merupakan ikan yang memiliki sirip dan ekor yang lebar dan simetris menyerupai bentuk bulan setengah, sehingga nama halfmoon diberikan

pada ikan satu ini. Ikan cupang halfmoon pertama kali dibudidayakan di Amerika Serikat oleh seorang pebiak bernama Peter Goettner pada tahun 1982.

#### Plakat

Plakat merupakan jenis ikan cupang petarung, sesuai dengan namanya yang berasal Thailand. Plakat memiliki arti tarung. Ciri ikan cupang plakat adalah sirip dan ekornya yang pendek, namun dengan ukuran tubuh yang cukup besar dan terlihat kekar.

#### Koi

Ikan cupang koi merupakan variasi dari ikan cupang marmer. Sesuai dengan namanya, ikan cupang koi memiliki warna dan corak yang sangat menyerupai dengan ikan koi.

#### Multi Colors

Sesuai dengan namanya ikan cupang ini mempunyai banyak warna atau multicolor yang tidak terorganisir atau tidak mempunyai pola seperti jenis ikan cupang yang lainnya.

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Responden

Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2 . Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Pembeli	Penjual
Laki – Laki	66 %	80 %
Perempuan	34 %	20 %
Total	100 %	100 %

*Sumber : Data Diolah, 2021*

Data tersebut menunjukkan sebanyak 30 responden yang terdiri dari 15 responden sebagai pembeli dan 15 responden sebagai penjual. Adapun mayoritas pembeli adalah laki-laki sebanyak 10 orang atau sebesar 66% dan perempuan 5 orang atau sebesar 34%, dan mayoritas penjual laki – laki sebanyak 12 orang atau sebesar 80% dan penjual perempuan sebanyak 3 orang atau sebesar 20 %.

Tabel 3 . Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Persentase
Wirausaha	90 %
Pekerjaan Lain	10 %
Total	100 %

*Sumber : Data Diolah. 2021*

Data tersebut menunjukkan sebanyak 27 responden atau sebesar 90% adalah pembeli dikategorikan sebagai wirausaha dan 3 orang responden memiliki pekerjaan lain.

### Data Hasil Penelitian

Tabel 4. Data Hasil Responden Berdasarkan Tempat

Tempat	Populasi	Jenis
Medan Johor	8	Halfmoon
Talau	8	Plakat
Marelan	7	Multi Colors
Helvetia	7	Halfmoon
<b>Total</b>	<b>30</b>	

Data tersebut menunjukkan sebanyak 8 populasi di daerah Medan Johor ikan cupang yang banyak diminati yaitu ikan cupang jenis Halfmoon, dan di daerah Talau menunjukkan sebanyak 8 populasi ikan cupang yang banyak diminati yaitu ikan cupang jenis Plakat, daerah Marelan dengan populasi sebanyak 7 populasi ikan cupang yang banyak diminati adalah ikan cupang jenis Multi Colors, dan di daerah Helvetia menunjukkan 7 populasi ikan cupang yang banyak diminati yaitu ikan cupang jenis halfmoon.

### Koefisien Regresi

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Perhitungan model regresi linier berganda dilakukan menggunakan program SPSS for Windows Release 23.0. Hasil analisis yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda terhadap harga jual

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.274	3.475		2.381	.025
Warna	.464	.169	.497	2.750	.011
Lokasi	.597	.317	.457	1.880	.021
SosialMedia	.384	.208	.363	1.885	.035
Trend	-.109	.149	-.095	-.732	.471

a. Dependent Variable: HargaJual

$$Y = 8,274 + 0,464\text{Warna} + 0,597\text{Lokasi} - 0,384\text{SosialMedia} - 0,109\text{Trend}$$

Berdasarkan hasil regresi diatas memberi arti sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,464. Artinya apabila warna ikan cupang meningkat maka terjadi peningkatan terhadap harga jual ikan cupang.
2. Nilai konstanta sebesar 0,597. Artinya apabila lokasi ikan cupang bertambah maka terjadi peningkatan terhadap harga jual ikan cupang.
3. Nilai konstanta sebesar 0,384. Artinya apabila ikan cupang berkembang di media sosial maka terjadi peningkatan terhadap harga jual ikan cupang secara langsung
4. Nilai konstanta sebesar -0,109. Artinya apabila trend ikan cupang meningkat maka terjadi penurunan terhadap harga jual ikan cupang

### Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk menguji kemampuan model regresi variabel penelitian. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Terhadap Harga Jual

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.785 <sup>a</sup>	.617	.556	1.554	1.769

a. Predictors: (Constant), Trend, Warna, SosialMedia, Lokasi

b. Dependent Variable: HargaJual

Berdasarkan tabel 6 di atas, nilai *R Square* adalah 0,617. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel dalam menerangkan variasi warna, lokasi, sosial media dan trend sebesar 61,7%, sedangkan sisanya sebesar 38,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

### Uji Statistik

#### a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan signifikansi level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Tabel 7. Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.274	3.475		2.381	.025
Warna	.464	.169	.497	2.750	.011
Lokasi	.597	.317	.457	1.880	.021
SosialMedia	.384	.208	.363	1.885	.035
Trend	-.109	.149	-.095	-.732	.471

a. Dependent Variable: HargaJual

Berdasarkan hasil uji tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi warna terhadap harga jual ikan cupang sebesar  $0,011 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa warna mempengaruhi harga jual ikan cupang.
2. Nilai signifikansi lokasi terhadap harga jual sebesar  $0,021 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa lokasi mempengaruhi harga jual ikan cupang.
3. Nilai signifikansi sosial media terhadap harga jual sebesar  $0,035 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa sosial media mempengaruhi harga jual ikan cupang.
4. Nilai signifikansi trend terhadap harga jual sebesar  $0,471 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa trend tidak mempengaruhi harga jual ikan cupang.

#### b. Uji F

Uji signifikansi F pada dasarnya menunjukkan apakah warna, lokasi, sosial media dan trend yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap harga jual ikan cupang. Uji F digunakan untuk menguji apakah keempat variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap harga jual.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	97.150	4	24.288	10.061	.000 <sup>b</sup>
Residual	60.350	26	2.414		
Total	157.500	30			

a. Dependent Variable: HargaJual

b. Predictors: (Constant), Trend, Warna, SosialMedia, Lokasi

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa warna, lokasi, sosialmedia dan trend secara simultan berpengaruh terhadap ikan cupang.

## **Pembahasan**

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual Ikan Cupang**

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang telah dilakukan, sehingga menemukan hasil bahwa adapun yang mempengaruhi ikan cupang diantara nya :

1. Dari hasil penelitian, warna mempengaruhi terhadap harga jual ikan cupang dengan nilai signifikansi sebesar 0,09.
2. Dari hasil penelitian, lokasi mempengaruhi terhadap harga jual ikan cupang dengan nilai signifikansi sebesar 0,21.
3. Dari hasil penelitian, media sosial tidak mempengaruhi terhadap harga jual ikan cupang dengan nilai signifikansi sebesar 0,670.
4. Dari hasil penelitian, trend tidak mempengaruhi terhadap harga jual ikan cupang dengan nilai signifikansi sebesar 0,441.

Kesimpulannya yaitu faktor yang mempengaruhi ikan cupang yaitu warna dan lokasi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan secara simultan ada variabel yang berpengaruh terhadap harga jual ikan cupang  $p < 0,05$
2. Secara parsial variabel warna nilai signifikansi nya yaitu  $0,011 < 0,05$  dan variabel lokasi nilai simultan nya yaitu  $0,021 < 0,05$  dan variabel sosial media nilai signifikasni nya yaitu  $0,035 < 0,05$  yang dapat diartikan adanya pengaruh nyata terhadap harga jual ikan cupang, sedangkan variable lain tidak berpengaruh nyata ( $p > 0,05$ )
3. Variabel faktor warna, lokasi dan sosial media yang menentukan banyaknya harga jual ikan cupang

### Saran

Adapun saran yang dikemukakan oleh peneliti yaitu:

1. Disarankan dalam pemasaran ikan cupang pilihlah jenis-jenis ikan cupang yang memiliki lokasi dan bewarna yang banyak di minta dipasar di masa sekarang dan yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Awaludin., D. Maulianawati dan M. Ardiyansyah. 2019. Potensi Ekstrak Etanol Seledri (*Apium graveolens*) untuk Maskulinisasi Ikan Cupang (*Betta sp.*). *Jurnal Sumber Daya Akuatik Indopasifik*, Vol. 3 No. 2 November 2019.
- Batubara, H. 2013. Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca Dan Aluminium Di UD. Istana Aluminium Manado. *Jurnal EMBA*, Vol 1, No. 3 September 2013, Hal 217-224
- Cahyono, A. S. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. 140–157.
- Destrana, R dan R. M. Daulay. 2019. Analisis Dan Perancangan E-Bisnis Dalam Budidaya Dan Penjualan Ikan Cupang Menggunakan Metodologi Overview. *Jurnal Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Tangerang*.
- Diani, S., Mustahal dan S. Pratama. 2005. Usaha Pembenihan Ikan Hias Cupang (*Betta splendens*) Di Kabupaten Serang. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian. Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Petanian* Vol. 8, No. 2, Juli 2005 : 292-299.
- Dinawan, R. M. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang).
- Fadhil, I. M., F. D. Dinda dan D. Kurniadi. 2019. Perancangan Aplikasi Sistem Pakar untuk Diagnosis Penyakit pada Ikan Cupang dengan Metode Naive Bayes. *Jurnal Algoritma*, Vol, 16, No, 2, 2019, Hal 255-263.
- Fatmawati, N. 2017. Kualitas Produk Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “HONDA.”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 10. No. 1, April 2017.
- Gain, R., C. Herdinata dan S. K. Budi. 2017. Pengaruhi Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Pembelian Konsumen vodka shirt. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol. 2, No. 2, Juni 2017.
- Gemilang, B. R., B. Fredy dan Yuniarti. 2016. Pengaruh Lama Waktu Pemberian Tepung Testis Sapi Terhadap Keberhasilan Menghasilkan Jantan Ikan Cupang (*Betta sp.*).
- Indrawati, A. 2017. Analisis Trend Kinerja Keuangan Bank Kaltim. *Research Journal of Accounting and Business Management*.

- Indrawati., Ishak., Khaeruddin dan M. A. Ardi. 2020. Pengaruh warna media kultur terhadap performa reproduksi dan pewarnaan ikan cupang (*Betta Sp*). *Sinergitas Multidisiplin Ilmu Pengetahuan dan Tekonologi*, Vol. 3, No, 1, 2020.
- Lukman, H dan S. Salim. 2013. Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 1, No. 2, 2013, ISSN 2337-7860
- Melaini. 2013. Teori Warna : Penerapan Lingkaran Warna dan Berbusana. *Humaniora* Vol 4. No. 1 April 2013 : 326-338.
- Melati, B., Efrizal dan R. Rahayu. 2017. peningkatan Kualitas Warna Ikan Cupang (*Betta splendens*) Regan, 1910 Melalui Pakan Yang Diperkaya Dengan Tepung Udang Rebon Sebagai Sumber Karotenoid. *Jurnal Metamorfosa*, Vol IV No. 2, 2013 : 231-236.
- Nurdiansyah, F. V. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual Ikan Cupang Hias Di Daerah Sidoarjo, Jawa Timur.
- Pebriansyah. 2015. Pengaruh Sex Reversal Menggunakan Hormon 17 $\alpha$ -Metiltestosteron Terhadap Intensitas Warna Ikan Cupang (*Betta sp*) Jantan xx Dengan Jantan xy, Universitas Lampung. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Prasetyo, D., H. Handajani., D. Hermawan dan I. Fuhaira. 2020. Pengaruh pengkayaan *Daphnia sp* . menggunakan astaxanthin terhadap kualitas warna merah ikan Cupang Halfmoon (*Betta splendens* , Regan 1910). *Jurnal Sains dan Inovasi Perikanan* Vol 4, No. 1, 32-37, Januari 2020.
- Saputra, F dan T. R. Efianda. 2018. Pelatihan Manajemen Pemeliharaan Ikan Cupang Sebagai Ikan Hias Yang Berpotensi Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Marine Kreatif* Vol. 2, No. 1 April 2018 ISSN : 2581-2238.
- Sari, M., Hasanuddin dan A. Rizky. 2018. Pengenalan Ikan Cupang (*Betta Fish*) Menggunakan Augmented Reality. *Jurnal Teknologi Informasi Universitas Lambung Mangkurat*, Vol 1, No. 1, April 2018 : 26-36.
- Satyani, D. 2003. Pengaruh Umur Induk Ikan Cupang (*Betta splanden* Regan) Dan Jenis Pakan Terhadap Fekunditas Dan Produksi Larvanya. *Jurnal Penelitian Perikanan Indonesia* Vol. 9, No. 4, 2003.
- Septiara, I., M. Intan dan B. I. Dermawan. 2012. Analisis Pemasaran Ikan Mas Koki (*Carassius auratus*) Di Kelompok Pembudidaya Ikan Kelapa Ciung Kecamatan Cimalaka Kabupaten Sumedang. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, Vol 3, No. 3 September 2012 : 69-73.
- Sobariah dan G. Wiryati. 2013. Analisis Margin Pemasaran Dari Saluran Pemasaran Ikan Hias Di Enam Pasar Bogor.

- Suhana. 2019. Ekonomi Ikan Hias 2018 : Kontribusi Ikan Hias Terus Meningkatkan  
www. Suhana. Web. Id. [https : // suhana.web.id/2019/09/16/ekonomi-ikan-hias-2018-kontribusi-ikan-hias-terus-meningkat/#:~:text= Data BPS \(2019\) menunjukkan bahwa, 56% 25 dibandingkan semesters 1 2018](https://suhana.web.id/2019/09/16/ekonomi-ikan-hias-2018-kontribusi-ikan-hias-terus-meningkat/#:~:text=Data+BPS+(2019)+menunjukkan+bahwa,+56%+25+dibandingkan+semesters+1+2018)
- Supena, H. M. 2015. Analisis Marjin Tata Niaga Ikan Lemadang Dan Ikan Terisi Di Tpi Mina Fajar Sidik, Kec. Blanakan, Kab. Subang, Jawa Barat. Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan Vol 9, No. 2: 47-60.
- Thontowi., Yeni dan R. Setiawan. 2012 Analisis Efektivitas Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Daur Ulang Sejahtera (DSA) Di Bandar Lampung. Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol.3, No. 2, September 2012 Hal 219-232.

**LAMPIRAN**  
**KUISIONER PENELITIAN**

Bapak/Ibu/Sdr/I Yang Terhormat, Saya Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Melaksanakan Penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual Ikan Cupang. Saya Mohon Kesiediaan Bapak/Ibu/Sdr/I, Untuk Mengisi Kuisisioner Penelitian. Partisipasi Dari Bapak/Ibu/Sdr/I Sangat Berharga Sebagai Bahan Masukan Untuk Proses Pengambilan Keputusan Dari Penelitian. Saya Mengucapkan Trimakasih Atas Bantuan Dan Perhatiannya

Medan

Peneliti

**DAFTAR PERTANYAAN KONSUMEN**

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Pekerjaan : .....

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	<b>Warna (X1)</b>					
1.	Apakah Warna mempengaruhi pembeli dalam membeli ikan cupang..					
2.	Apakah ikan cupang masuk kedalam kategori ikan yang memiliki warna yang bagus					
	<b>Lokasi (X2)</b>					
3.	Apakah harga jual ikan cupang di setiap toko berbeda ?					
4.	Apakah lokasi tempat penjualan ikan cupang yang ramai menentukan harga jual ikan cupang ?					
	<b>Social Media (X3)</b>					
5.	Apakah Social Media mempengaruhi pembeli dalam membeli ikan cupang.					

6.	Apakah membeli ikan cupang melalui social media lebih efektif dibandingkan membeli ikan cupang secara langsung.					
	<b>Trend (X4)</b>					
7.	Apakah Trend mempengaruhi pembeli dalam membeli ikan cupang					
8.	Apakah trend yang mendorong anda untuk membeli ikan cupang.					

## KUISIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu/Sdr/I Yang Terhormat, Saya Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Melaksanakan Penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual Ikan Cupang. Saya Mohon Kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I, Untuk Mengisi Kuisisioner Penelitian. Partisipasi Dari Bapak/Ibu/Sdr/I Sangat Berharga Sebagai Bahan Masukan Untuk Proses Pengambilan Keputusan Dari Penelitian. Saya Mengucapkan Trimakasih Atas Bantuan Dan Perhatiannya

Medan

Peneliti

### DAFTAR PERTANYAAN PEDAGANG

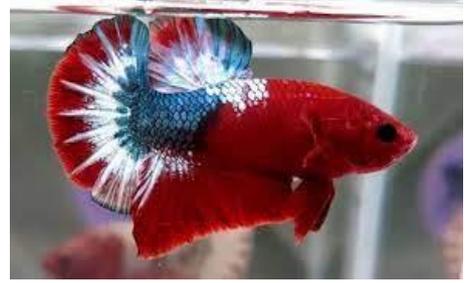
1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Pekerjaan : .....

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	<b>Warna (X1)</b>					
1.	Apakah Warna yang beragam dapat mempengaruhi harga jual ikan cupang ?					
2.	Apakah keunikan warna dapat meningkatkan harga jual ?					
	<b>Lokasi (X2)</b>					
3.	Apakah lokasi yang ramai dengan penjual ikan cupang dapat mempengaruhi harga jual ikan cupang ?					
4.	Apakah toko anda dengan toko yang di daerah lain harga jual ikan cupang nya berbeda ?					
	<b>Social Media (X3)</b>					
5.	Apakah anda mendapatkan info ikan cupang dari social media.					

6.	Apakah membeli ikan cupang melalui social media memiliki resiko yang tinggi.					
<b>Trend (X4)</b>						
7.	Apakah Trend ikan cupang dapat bertahan lama.					
8.	Apakah ikan cupang termasuk ikan musiman.					

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Harga Jual (Y1)</b>						
9.	Harga jual ikan cupang berubah - ubah					
10.	Harga jual ikan cupang bertahan lama					
11.	Harga jual ikan cupang dapat di tentukan sebelum layak jual ( <i>baby size</i> )					
12.	Apakah harga jual ikan cupang sesuai dengan kualitas ikan yang ada					
13.	Apakah harga ikan cupang dapat di jangkau oleh semua konsumen					

Dari 4 Gambar di bawah ikan mana yang paling banyak terjual ?



## Lampiran 1. Nilai Kuisisioner Variabel warna

No	Nilai Kuesioner Variabel Warna				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	16
3	5	5	4	5	19
4	5	4	5	5	19
5	4	4	4	4	16
6	4	4	5	5	18
7	5	4	4	3	16
8	5	5	5	4	19
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	4	5	4	5	18
12	4	3	3	1	11
13	4	3	3	2	12
14	5	4	4	3	16
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	5	5	2	3	15
18	5	5	3	4	17
19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	5	4	4	4	17
23	5	4	5	5	19
24	3	3	2	3	11
25	5	5	4	4	18
26	3	3	3	4	13
27	4	5	4	5	18
28	4	5	5	5	19
29	5	5	5	5	20
30	4	4	5	4	17

## Lampiran 2. Nilai Kuisisioner Variabel lokasi

No	Nilai Kuesioner Variabel Lokasi				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	4	4	5	4	17
2	4	4	4	4	16
3	4	5	4	4	17
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	5	4	4	5	18
8	5	4	5	5	19
9	5	5	5	4	19
10	5	5	5	4	19
11	5	4	5	5	19
12	4	2	4	2	12
13	3	4	3	4	14
14	5	4	4	5	18
15	5	5	5	5	20
16	4	5	4	4	17
17	2	5	4	5	16
18	5	5	5	3	18
19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	4	5	5	4	18
23	4	5	4	4	17
24	4	5	4	4	17
25	5	4	5	3	17
26	4	3	4	4	15
27	5	4	5	4	18
28	5	4	5	4	18
29	5	4	5	4	18
30	5	4	5	4	18

## Lampiran 3. Nilai Kuisisioner Variabel Social Media

No	Nilai Kuisisioner Variabel Sosial Media				Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1	4	4	4	5	17
2	4	4	4	4	16
3	3	4	4	4	15
4	4	5	5	5	19
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	5	5	5	5	20
8	4	4	4	5	17
9	5	4	4	4	17
10	5	4	4	4	17
11	4	4	4	5	17
12	3	3	2	3	11
13	5	5	4	4	18
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	4	4	4	4	16
17	2	3	4	5	14
18	3	4	4	5	16
19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	4	5	5	4	18
23	5	5	4	5	19
24	5	5	5	4	19
25	5	4	4	5	18
26	4	3	4	4	15
27	5	4	5	4	18
28	4	5	4	4	17
29	5	4	5	5	19
30	5	5	5	5	20

## Lampiran 4. Nilai Kuisisioner Variabel trend

No	Nilai Kuesioner Variabel Trend				Total
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
1	4	3	3	4	14
2	5	4	4	5	18
3	5	4	4	5	18
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	16
6	4	5	4	5	18
7	3	5	5	5	18
8	5	4	5	4	18
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	3	3	3	4	13
12	5	4	4	4	17
13	4	5	4	4	17
14	5	5	5	5	20
15	4	5	5	5	19
16	3	4	4	3	14
17	5	5	5	5	20
18	5	5	5	5	20
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	5	4	4	3	16
22	4	5	4	5	18
23	5	5	5	4	19
24	4	4	4	4	16
25	5	4	4	5	18
26	4	4	5	4	17
27	5	5	5	5	20
28	4	5	4	5	18
29	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	16

## Lampiran 6. Nilai Kuisisioner Harga jual

No	Nilai Kuesioner Variabel					Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
1	5	5	5	5	4	24
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	5	4	21
4	4	5	5	5	5	24
5	4	4	4	4	4	20
6	4	3	4	5	4	20
7	4	3	4	3	5	19
8	5	5	5	4	5	24
9	4	4	4	5	5	22
10	4	4	4	5	5	22
11	5	4	4	5	5	23
12	4	2	3	1	4	14
13	3	2	5	2	3	15
14	4	3	4	3	5	19
15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	5	4	21
17	4	5	4	3	2	18
18	4	5	5	4	5	23
19	5	3	4	4	4	20
20	5	5	5	5	5	25
21	5	3	4	4	4	20
22	5	5	4	4	4	22
23	5	4	5	5	4	23
24	4	4	3	3	4	18
25	5	4	5	4	5	23
26	4	5	5	4	4	22
27	5	4	4	5	5	23
28	5	4	5	5	5	24
29	4	4	4	5	5	22
30	5	5	4	4	5	23

## Lampiran 7. Rekapitulasi Jawaban Responden Pembeli Ikan lokasi Medan Johor

No	Jenis Ikan			
	Halfmoon	Plakat	Koi	MultiColors
1.	1			
2.	1			
3.			1	
4.			1	
5.	1			
6.				1
7.	1			
8.	1			
<b>Total</b>	5	0	2	1

## Lampiran 8. Rekapitulasi Jawaban Responden Pembeli Ikan lokasi Talaud

No	Jenis Ikan			
	Halfmoon	Plakat	Koi	MultiColors
1.		1		
2.		1		
3.		1		
4.			1	
5.				1
6.	1			
7.				1
8.		1		
<b>Total</b>	1	4	1	2

## Lampiran 9. Rekapitulasi Jawaban Responden Pembeli Ikan lokasi Marelan

No	Jenis Ikan			
	Halfmoon	Plakat	Koi	MultiColors
1.	1			
2.	1			
3.				1
4.				1
5.				1
6.			1	
7.			1	
<b>Total</b>	2	0	2	3

## Lampiran 10. Rekapitulasi Jawaban Responden Pembeli Ikan lokasi Helvetia

No	Jenis Ikan			
	Halfmoon	Plakat	Koi	MultiColors
1.	1			
2.	1			
3.	1			
4.		1		
5.			1	
6.				1
7.	1			
<b>Total</b>	4	1	1	1

**Dokumentasi****Gambar 2**



**Gambar 3**



**Gambar 4**



Gambar 5



**Gambar 6**