

**ANALISIS USAHA IKAN MAS KOKI (*Carassius auratus*)  
DI GOLD FISH GALERY IBS TAMBUN SELATAN,  
KABUPATEN BEKASI**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perikanan pada  
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan



**DISUSUN OLEH :**

**AHMAD AMMAR SIRAJ**

**240370011**

**PROGRAM STUDI PEMANFAATAN SUMBER DAYA PERIKANAN  
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA JAKARTA**

**2025**

**ANALYSIS OF GOLDFISH (*Carassius auratus*) BUSINESS AT  
GOLD FISH GALERY IBS SOUTH TAMBUN,  
BEKASI REGENCY**

**SKRIPSI**

As One of the Requirements to Obtain a Bachelor's Degree in Fisheries at the Faculty of  
Fisheries and Marine Sciences



**COMPILED BY:**

**AHMAD AMMAR SIRAJ**

**240370011**

**FISHERY RESOURCE UTILIZATION STUDY PROGRAM  
FACULTY OF FISHERIES AND MARINE SCIENCES  
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY, JAKARTA**

**2025**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

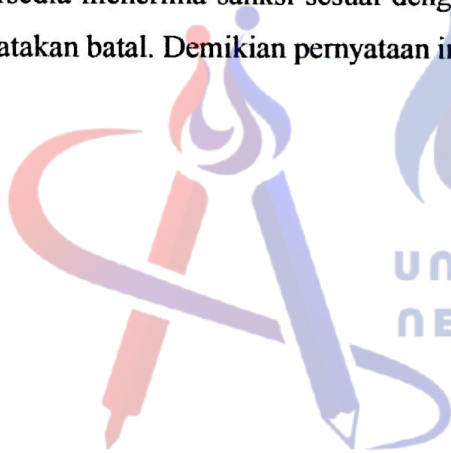
Nama : Ahmad Ammar Siraj

Nim : 24037001

Program Studi : Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan

Judul Skripsi : Analisis usaha Ikan Mas Koki (*Carassius auratus* di *Gold Fish Galery* IBS Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi ini menjadi tanggung jawab saya sendiri. Skripsi ini tidak memuat karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan daftar pustaka. Apabila terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiasi atau dibuat oleh orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan skripsi ini dinyatakan batal. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.



USNI  
UNIVERSITAS SATYA  
NEGARA INDONESIA

Jakarta, 28 Agustus 2025



Ahmad Ammar Siraj

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Ammar Siraj  
NIM : 240370011  
Fakultas : Perikanan Ilmu Kelautan  
Program Studi : Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan  
Judul Skripsi : Analisis Usaha Budidaya Ikan mas koki (*carassius auratus*)  
Tanggal Ujian : 22 Agustus 2025

Jakarta, 28 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Ir. Urip Rahmani., M. Si

Pembimbing II



Ir. Riena F. Telussa, M. Si

Mengetahui,

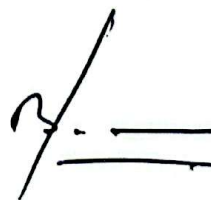
Dekan



Dr. rer. nat. Budi Sulisty, M.Sc

NIK 196611301987021001

Ketua Program Studi



Dr. rer. nat. Budi Sulisty, M.Sc.

NIK196611301987021001

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Ammar Siraj  
NIM : 240370011  
Program Studi : Analisis usaha ikan mas koki (*Carassius auratus*) di *Gold Fish*  
*Galery IBS Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi*  
Tanggal Ujian : 22 Agustus 2025

Skripsi ini telah diperbaiki sesuai kritik dan saran tim penguji sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Satya Negara Indonesia.

Jakarta, 28 Agustus 2025

Ketua Penguji

  
Ir. Riena F. Telussa., M..Si

Penguji I



Dr. Ir. Dwi Ernaningsih., M.Si

Penguji II



Firsty Rahmatia., S.Pi., M.Si

DOSEN PEMBIMBING I : Dr. Ir. Urip Rahmani., M.Si  
PEMBIMBING II : Ir.Riena F.Telussa.,M..Si

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Analisis Usaha Ikan Mas Koki (Carassius auratus) di Gold Fish Gallery IBS Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi*”. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap produk ikan mas koki, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha, merumuskan strategi pemasaran yang tepat, serta menilai kelayakan usaha secara finansial.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, kuisioner, serta studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT untuk strategi pemasaran, sedangkan kelayakan usaha dianalisis dengan menggunakan perhitungan *Revenue Cost Ratio (R/C)*, *Benefit Cost Ratio (BCR)*, *Break Even Point (BEP)*, dan *Payback Period*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap ikan mas koki dari Gold Fish Gallery IBS tergolong positif, terutama pada aspek kualitas dan harga yang sesuai. Analisis SWOT menunjukkan posisi usaha berada pada kuadran I, artinya strategi agresif dapat diterapkan melalui pengembangan produk dan peningkatan promosi. Hasil analisis kelayakan usaha diperoleh nilai BCR sebesar 1,51, R/C Ratio sebesar 2,05, BEP sebesar 446 ekor per tahun, serta *Payback Period* selama 1,7 tahun. Dengan demikian, usaha ikan mas koki di Gold Fish Gallery IBS dinyatakan layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci:** Ikan mas koki, analisis usaha, persepsi konsumen, strategi pemasaran, kelayakan usaha

DOSEN PEMBIMBING I : Dr. Ir. Urip Rahmani., M.Si  
PEMBIMBING II : Ir.Riena F.Telussa.,M..Si

### **ABSTRACT**

*This research entitled “Business Analysis of Goldfish (Carassius auratus) at Gold Fish Gallery IBS, Tambun Selatan, Bekasi Regency” aims to analyze consumer perceptions of goldfish products, identify internal and external factors influencing the business, formulate appropriate marketing strategies, and assess the financial feasibility of the business.*

*This study employed a case study method with both qualitative and quantitative descriptive approaches. Data were collected through interviews, observations, questionnaires, and documentation. The data were analyzed using SWOT analysis to determine marketing strategies, while business feasibility was assessed using Revenue Cost Ratio (R/C), Benefit Cost Ratio (BCR), Break Even Point (BEP), and Payback Period.*

*The results showed that consumer perception of goldfish from Gold Fish Gallery IBS was generally positive, especially in terms of quality and price suitability. SWOT analysis placed the business in quadrant I, indicating that an aggressive strategy could be applied through product development and promotion enhancement. The financial feasibility analysis revealed a BCR value of 1.51, an R/C Ratio of 2.05, a BEP of 446 fish per year, and a Payback Period of 1.7 years. Therefore, the goldfish business at Gold Fish Gallery IBS is considered feasible to operate.*

**Keywords:** *Goldfish, Business Analysis, Consumer Perception, Marketing Strategy, Business Feasibility*