

# KONTRIBUSI USAHA PENJUALAN AYAM PEDAGING TERHADAP EKONOMI KELUARGA PEDAGANG AYAM PEDAGING DI PASAR PANEMPAN KABUPATEN PAMEKASAN

Sari Nurahmatullaili<sup>1)</sup> dan Selvia Nurlaila<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Prodi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Madura

<sup>2)</sup> Dosen Prodi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Madura

e-mail: [selvia@unira.ac.id](mailto:selvia@unira.ac.id)

## ABSTRAK

Ayam pedaging adalah salah satu sumber protein hewani yang memiliki harga terjangkau bila dibandingkan dengan daging sapi atau kambing. Kebutuhan daging ayam setiap tahunnya mengalami peningkatan karena harganya yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. Penjualan ayam pedaging merupakan suatu tahap kegiatan usaha yang berfungsi untuk menyalurkan komoditi yang dihasilkan produsen ke tangan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa pendapatan dan berapa kontribusi pendapatan penjualan ayam pedaging. Metode yang digunakan yaitu metode survey penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode mengumpulkan informasi. Metode survey dilakukan dengan pengamatan langsung dilapangan dengan cara melakukan observasi dan wawancara langsung terhadap penjualan ayam pedaging. Disimpulkan bahwa jumlah pendapatan rumahtangga penjual ayam pedaging di Pasar Panempun Kabupaten Pamekasan sebesar Rp. 2.300.000/hari sedangkan pendapatan penjualan ayam Rp. 69.000.000/bulan. Kontribusi rata-rata dari pendapatan dari penjualan ayam pedaging terhadap pendapatan penjualan ayam pedaging sebesar Rp. 6.900.000 sedangkan rata-rata pendapatan lain terhadap keluarga sebesar Rp. 1.731.000. Rata-rata kontribusi yang diberikan pada pendapatan penjualan ayam pedaging adalah sebesar 79,9%. Berdasarkan pada kriteria pengambilan keputusan kontribusi dengan interval, apabila nilai kontribusi ( $P < 33\%$ ) berarti kontribusi pendapatan penjualan ayam pedaging terhadap pendapatan keluarga adalah kecil, dan apabila nilai  $P$  adalah  $P > 33\%$  berarti kontribusi penjualan ayam pedaging terhadap pendapatan keluarga adalah sedang.

**Kata Kunci:** Penjualan Ayam, Pendapatan, Ayam Pedaging.

## ABSTRACT

*Broiler is one source of animal protein that has an affordable price when compared to beef or goat. The need for chicken meat every year has increased because the price is affordable by all people. The sale of broiler is a stage of business activity that function to channel commodities produced by producers into the hands of costumers. This study aims to determine how much income and income contribution of broiler sales income. The method used is a research survey method which is carried out using the method of collecting information. The survey method is carried out by direct observation in the field by conducting direct observations and interviews on the sale of broiler. It can be concluded that the household income of broiler sellers in the Panempun market Pamekasan Regency is Rp. 2.300.000 / day, while the income of selling chickens is Rp. 69.000.000/month. The average contribution of broiler sales revenue to cultural servise sales revenue is Rp. 6.900.000 while the average other income for families is Rp. 1.731.000. The average contribution given to the sales income o broilers is 79.9%. based on the criteria for making a contribution decision at intervals, if the value of the contribution of ( $P < 33\%$ ), it means that the contribution of broiler sales income to family income is small, and if the  $P$  value is more than  $P > 33\%$ , it means that the contribution o broiler sales to family income is moderate.*

**Keywords:** Chicken Sales, Income, Broiler Chickens.

## PENDAHULUAN

Sektor peternakan merupakan salah satu sektor prioritas sebagai pondasi perekonomian dalam negeri. Indonesia merupakan negara berkembang. Seiring dengan naiknya

pendapatan perkapita penduduk, maka kebutuhan akan protein hewani bagi masyarakat juga meningkat. Ayam broiler merupakan salah satu komoditi unggas yang memberikan kontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan protein asal hewani

bagi masyarakat Indonesia. Kebutuhan daging ayam setiap tahunnya mengalami peningkatan, karena harganya yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat (Amalia, 2018).

Masyarakat Indonesia lebih banyak mengenal daging ayam broiler yang biasa dikonsumsi, karena memiliki kandungan atau nilai gizi yang tinggi sehingga mampu memenuhi kebutuhan nutrisi dalam tubuh. Kebutuhan daging ayam broiler setiap tahunnya mengalami peningkatan (Kasih, 2012). Hal tersebut disebabkan antara lain karena harga yang relatif terjangkau bagi semua kalangan masyarakat, peningkatan pendapatan perkapita penduduk dan mudah didapatkan baik di pasar tradisional maupun di pasar modern. Konsumsi daging ayam broiler dalam rumah tangga secara nasional perkapita perbulan mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai 2016 yaitu 4,797 kg/kapita/bulan menjadi 5,110 kg/kapita/bulan. Ayam pedaging atau broiler mempunyai pertumbuhan yang cepat dan bergantung ada pakan. Jenis ternak unggas sebagai sumber protein hewani yang dimanfaatkan dagingnya. Permintaan daging ayam broiler semakin meningkat, hal itu karena harga daging yang terjangkau dan mudah dalam memperolehnya. Peternakan ayam broiler mempunyai prospek yang sangat baik untuk dikembangkan, baik dalam skala peternakan besar maupun kecil (Utomo, 2020).

Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui pendapatan penjualan ayam pedaging di Pasar Panempun Kabupaten Pamekasan dan untuk mengetahui berapa besar kontribusi pendapatan penjualan ayam pedaging di pasar Panempun Kabupaten Pamekasan.

#### METODE

Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan dari bulan Maret sampai April 2022. Pengambilan data dilakukan di Pasar Panempun Kabupaten Pamekasan. Pasar Panempun yaitu salah satu tempat untuk mendapatkan informasi mengenai pendapatan pedagang ayam pedaging dan kontribusinya terhadap pendapatan keluarga.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Sampel yang dilakukan ke penjual ayam pedaging di pasar Panempun Kabupaten Pamekasan. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode mengumpulkan informasi. Metode survey dilakukan dengan pengamatan langsung di lapangan dengan cara melakukan observasi

dan wawancara langsung terhadap penjual ayam pedaging. Perlengkapan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Kuesioner digunakan sebagai alat untuk mempermudah pada saat wawancara. Kamera di gunakan untuk memotret semua kegiatan penelitian. Alat tulis di gunakan untuk mencatat setiap kegiatan penelitian. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif. Data yang diperoleh digunakan untuk menghitung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar Panempun Kabupaten Pamekasan Terletak Di Jalan Raya Panempun Kabupaten Pamekasan. Pasar Panempun salah satu pasar yang ada di Kabupaten Pamekasan, Pasar tradisional Ini menjual berbagai produk kebutuhan pokok dan sembako seperti mencari beras, terigu, gula, dan lain- lain. Kelebihan pasar jenis tradisional ini adalah produk-produk yang ada dijual dengan harga rakyat, sehingga harganya murah bagi masyarakat, sebagaimana fungsi pasar pada umumnya. Di pasar ini, penjual/pedagang dan pembeli bisa saling tawar menawar untuk mendapat kesepakatan harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Pedagang biasa juga memberikan diskon atau promo serta potongan harga pada pelanggannya. Pasar ini juga telah di renovasi oleh pemerintah setempat agar nyaman untuk berbelanja.

### A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden yang menggambarkan identitas responden yang membedakan antara satu responden yang lain.

#### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada bagian ini akan memberikan gambaran secara umum mengenai keadaan responden ditinjau dari jenis kelamin. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1. berikut ini: Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	4	40%
2.	Perempuan	6	60%
	<b>Jumlah</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Diolah (2022)

Dari penelitian ini terdapat sebanyak 10 responden yaitu terdapat 4 laki-laki dengan persentase 40 % sedangkan perempuan terdapat 6 orang dengan persentase 60 % dimana responden perempuan lebih unggul dari responden laki-laki. Responden yang dipilih pada penelitian ini yaitu responden berjenis kelamin perempuan karena responden perempuan lebih tinggi 60% dari laki-laki, hal ini kenapa responden perempuan lebih banyak dari laki-laki karena kebanyakan perempuan ingin membantu perekonomian rumah tangga. Pernyataan tersebut bukan tanpa alasan, karena faktanya di pasar tradisional manapun, khususnya di Indonesia sebanyak 85% perdagangan di pasar tradisional dikuasai oleh kaum perempuan.

## 2. Berdasarkan Umur

Umur responden penelitian dapat diketahui dari hasil pengelompokan responden berdasarkan umur berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1.	17 – 25	1	10 %
2.	36 – 45	2	90 %
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Diolah (2022)

Berdasarkan karakteristik umur responden pada tabel di tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berumur 17 - 25 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 10%, responden yang berumur 36 - 45 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 90%. Berdasarkan karakteristik umur responden sebagian besar berumur antara 36–45 tahun yaitu sebesar 90% sehingga sebagian besar umur responden masa dewasa akhir yaitu 36–45 tahun. Umur bisa menentukan tingkat kedewasaan seseorang sehingga hal ini bisa mempengaruhi dalam perilaku dan cara pemikirannya.

Dari sisi umur, 10% pedagang ayam pedaging di pasar Panempan Kabupaten Pamekasan adalah golongan masa remaja akhir (17 - 25) tahun, 90% pedagang yaitu dari golongan masa dewasa akhir (36 - 45) tahun. Menurut Swastha (1995), usia produktif tenaga kerja berada pada usia 15–55 tahun. Kondisi ini akan menunjang dalam pengembangan usaha mereka, karena pada usia produktif kemampuan fisik lebih besar dan kemampuan berpikir lebih baik dalam menghadapi tekanan dan menerima inovasi teknologi, sehingga akan lebih efektif dalam mengelola usahanya.

## 3. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang menunjukkan pengetahuan yang dimilikinya. Tingkat responden yang memadai akan mempengaruhi cara berpikir dan pengambilan keputusan dalam melaksanakan aktivitas saat penjualan. Pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 3. Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1.	SD	2	20%
2.	SMA	8	80%
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 3, responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak dengan tingkat pendidikan yaitu SMA sebanyak 8 orang dengan persentase 80% kemudian responden sebanyak 2 orang dengan persentase 20%. Hal yang dapat di analisa mengenai tingkat pendidikan responden menunjukkan bahwa rata-rata pendidikan responden cukup tinggi pada umumnya. Sementara dari tingkat pendidikan, 80% pedagang penjual ayam pedaging ini adalah tamatan SMA, dan 20% tamatan SD. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang ayam pedaging mempunyai pendidikan formal yang cukup tinggi, dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang memadai. Menurut Siagian (2003), masyarakat dengan tingkat pendidikan SMA dikategorikan sebagai masyarakat maju. Sebagian besar responden mempunyai tanggungan keluarga termasuk semua responden.

## 4. Berdasarkan Pengalaman Berdagang

Pengalaman berdagang merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan seorang pedagang yang dianggap cakap atau mempunyai keterampilan dalam melayani konsumen dan manage usahanya. Biasanya semakin lama pedagang melakukan aktifitasnya sebagai pedagang maka akan semakin banyak pengalaman berdagang yang akan diperoleh. Pengalaman berdagang responden dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1.	1 - 5	8	80%
2.	6 - 10	2	20%
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Diolah (2022)

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman berdagang bagi setiap responden berbeda-beda bahwa lama usaha responden selama 1-5 tahun 8 orang atau sebesar 80%,

dan responden yang memiliki lama usaha selama 6–10 tahun terdiri dari 2 orang atau sebesar 20 %. Tabel di atas menunjukkan bahwa yang memiliki waktu usaha paling lama berada antara 1–5 tahun sebesar 80 %, sehingga dengan lamanya usaha maka pengalaman dalam usaha akan semakin bertambah sehingga dapat meningkatkan pendapatannya.

**B. Biaya Produksi**

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan selama pemeliharaan sampai ayam dipanen atau dijual. Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab apabila tingkat harga jual yang tidak dapat menutupi biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya maka akan menghasilkan keuntungan (pendapatan). Swastha (1997) menyebutkan bahwa komponen biaya-biaya produksi yang dikeluarkan meliputi biaya tetap dan biaya variabel.

Dewanti dan Sihombing (2012) mengemukakan bahwa pendapatan rata-rata peternak dapat memberikan suatu gambaran yang jelas tentang pentingnya seorang peternak mengembangkan usahanya walaupun dalam usaha tersebut memerlukan biaya produksi yang semakin besar. Biaya produksi yang besar dan seimbang dengan skala usaha, dan system pengelolaan optimal maka pendapatan peternak akan meningkat. (Triana, 2007).

Tabel 5. Komponen Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan

No	Biaya	Penerimaan	Pendapatan
1.	434.000	850.000	416.000
2.	831.000	1.700.000	869.000
3.	484.000	850.000	366.000
4.	1.246.000	2.550.000	1.304.000
5.	489.000	850.000	361.000
6.	429.000	850.000	421.000
7.	491.000	850.000	359.000
8.	491.000	850.000	359.000
9.	484.000	850.000	366.000
10	479.000	850.000	371.000
<b>Jumlah</b>	<b>5.858.000</b>	<b>11.050.000</b>	<b>5.192.000</b>

Sumber : Data Diolah (2022)

**C. Kontribusi Penjualan Ayam Terhadap Pendapatan Rumah Tangga**

Kontribusi dari suatu usaha akan mempengaruhi tambahan pendapatan yang diterima oleh keluarga dari berbagai usaha yang dilakukan. Kontribusi usaha penjualan ayam pedaging terhadap pendapatan keluarga dapat diketahui dengan cara membandingkan antara pendapatan yang diterima setiap pedagang ayam pedaging per periode (bulan) dengan pendapatan dari usaha selain penjualan ayam pedaging selama kurun waktu yang sama yaitu 1 bulan. Hasil perhitungan kontribusi pendapatan penjualan ayam pedaging di Pasar

Panempan Kabupaten Pamekasan terhadap pendapatan total keluarga pedagang ayam pedaging dapat terlihat pada tabel 6.

Tabel 6 menunjukkan bahwa rata-rata kontribusi yang diberikan pada pendapatan penjualan ayam pedaging adalah sebesar 79,9%. Berdasarkan pada kriteria pengambilan keputusan kontribusi dengan interval, apabila nilai kontribusi (P) < 33% berarti kontribusi pendapatan penjualan ayam pedaging terhadap pendapatan keluarga adalah kecil, dan apabila nilai P adalah P > 33 % berarti kontribusi penjualan ayam pedaging terhadap pendapatan keluarga adalah sedang. Hal ini senada dengan Penelitian Sukmawati Chaisar Putri dengan judul Analisis Pendapatan dan kontribusi usaha ternak ayam buras terhadap pendapatan keluarga serta prospek pengembangannya. Penelitian mengenai usaha ternak ayam buras ini menggunakan teknik *purposiv sampling*.

Tabel 6. Komponen Kontribusi Pendapatan Penjualan Ayam dan Pendapatan Lain

Pendapatan Ayam	Kontribusi	Pendapatan Lain	Kontribusi	Total Pendapatan
6.000.000	66%	3.000.000	33%	9.000.000
12.000.000	83%	2.310.000	16%	14.310.000
4.500.000	50%	4.500.000	50%	9.000.000
18.000.000	100%	0	0	18.000.000
4.500.000	100%	0	0	4.500.000
6.000.000	80%	1.500.000	20%	7.500.000
4.500.000	100%	0	0	4.500.000
4.500.000	100%	0	0	4.500.000
4.500.000	60%	3.000.000	40%	7.500.000
4.500.000	60%	3.000.000	40	7.500.000
<b>69.000.000</b>		<b>17.310.000</b>		<b>86.310.000</b>
<b>6.900.000</b>		<b>1.731.000</b>		<b>8.631.000</b>

Sumber : Data Diolah (2022)

Jumlah sampel sebanyak 43 diketahui dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) rata-rata yang diterima oleh peternak ayam buras adalah sebesar Rp. 71.734/periode dan rata-rata nilai R/C rasio lebih besar dari 1. Nilai BEP usaha terletak pada 44 ekor/periode, (2) Kontribusi yang diberikan dari usaha ternak ayam buras adalah sebesar

1,88%, kurang dari 33%. Nilai kontribusi ini termasuk dalam kategori kecil karena jenis dari usaha ternak ayam buras hanya dijadikan sebagai usaha sampingan dengan teknik budidaya yang masih tradisional, (3) usaha ternak ayam buras berada pada *grey area*, yaitu bidang kuat terancam. Posisi ini menjelaskan bahwa usaha ternak ayam buras cukup kuat dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya, namun memiliki peluang pasar yang sangat mengancam.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Disimpulkan bahwa jumlah pendapatan rumahtangga penjual ayam pedaging di Pasar Panempan Kabupaten Pamekasan sebesar Rp. 2.300.000/hari sedangkan pendapatan penjualan ayam Rp. 69.000.000/bulan. Kontribusi rata-rata dari pendapatan dari penjualan ayam pedaging terhadap pendapatan penjualan ayam pedaging sebesar Rp. 6.900.000 sedangkan rata-rata pendapatan lain terhadap keluarga sebesar Rp. 1.731.000. Rata-rata kontribusi yang diberikan pada pendapatan penjualan ayam pedaging adalah sebesar 79,9%. Berdasarkan pada kriteria pengambilan keputusan kontribusi dengan interval, apabila nilai kontribusi (P) < 33% berarti kontribusi pendapatan penjualan ayam pedaging terhadap pendapatan keluarga adalah kecil, dan apabila nilai P adalah  $P > 33\%$  berarti kontribusi penjualan ayam pedaging terhadap pendapatan keluarga adalah sedang. Semakin meningkatnya jumlah ayam, penerimaan dari penjualan ayam pedaging dan penerimaan usaha lain maka pendapatan rumahtangga penjualan ayam pedaging di Pasar Panempan Kabupaten Pamekasan akan semakin tinggi.

### Saran

Untuk meningkatkan jumlah penjualan ayam pedaging yang akan di jual sehingga kontribusi terhadap pendapatan rumahtangga akan meningkat dan perlu dikembangkan serta butuh perhatian dari berbagai pihak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewanti dan Sihombing (2012). Analisis Pendapatan Usaha Peternakan Ayam buras. Kabupaten Pacitan: 2012.
- Farida Kusuma, A. (2015). Pengaruh Pengaruh Penambahan Probiotik Cair Terhadap Penampilan Produksi dan Profi Darah Ayam Pedaging. Malang: 2015.
- Gitosudarmo, I. (2008). Manajemen Pemasaran. Surabaya: BPFE.
- Handayani. (2009). Analisis Pengelolaan Anggaran Pendapatan. Malang: Tugas Akhir (Diploma). Muti Guna Pada PT. Bank Negara Indonesia/Persero. Jakarta Timur: Institut Bisnis Nusantar.
- Meli, (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Cirebon.
- Penggu, T. (2014). Hubungan Biaya Produksi Dengan Pendapatan Usaha Ternak Ayam Kampung Studi Kasus di Desa Pungkol Kecamatan Tatapaan. Zootek.
- Pracoyo, T. (2006). Aspek Dasar Ekonomi Mikro. Samarinda: Grasindo.
- Sukmawati Chaisar Putri. (2014). Analisis Pendapatan dan Kontribusi Usaha Ternak Ayam Buras Terhadap Pendapatan Keluarga Serta Prospek Pengembangannya. : Fakultas Pertanian.
- Trisna, (2015). Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Penjualan Ayam Ras Pedaging di Pasar Masoma di Kota Palu. Palu: Agrotekbis.
- Utomo, R. (2020). Analisis Optimalisasi Usaha Ternak Ayam Pedaging Broiler. Tarakan: Universitas Borneo.
- Wiedosari, (2015). Studi Kasus Penyakit Ayam Pedaging di Kabupaten Sukabumi dan Bogor. Banda Aceh: Syiah Kuala University.