

ANALISIS PENDAPATAN DAN KELAYAKAN USAHA PENJUALAN AYAM RAS PEDAGING DI PASAR MASOMBA KOTA PALU

Analysis of Income and Feasibility of Broiler Trade in Masomba Market at Palu City

Trisna D. Kamarudin¹⁾, Afandi²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

e-mail : trisnadkamarudin@yahoo.co.id

e-mail : fandi_daus@yahoo.com

ABSTRACT

Broiler is one of livestock producing meat which is most in demand by people, because it is one of the animal source of protein and is relatively cheaper. Broiler meat consumption is always greater than that of other poultry, specially in Palu City. Broiler marketing in Palu City certainly involves traders to distribute the broiler from the farmer directly to the end consumer. The traders in Palu City use the market to market the broiler. The greatest number of broiler traders in Palu City exist at Masomba Market, yet they are faced by some problems, namely marketing cost and price. The research was aimed for determining how much income earned and knowing feasibility of Broiler Trade in Masomba Market. The research had been conducted in Masomba Market at Palu City from April to May 2014. The respondents were all broiler traders selling in Masomba Market. Sampling method was done through census. The number of respondents was 16 broiler traders. The analysis used in this study were Income Analysis and Feasibility Analysis. The findings revealed that the amount of income earned by the trader was Rp3.156.581 per month. Based on the feasibility analysis, *Revenue of Cost* of Broiler Trade obtained was 1.23. It means that Broiler Trade in Masomba Market is reasonable to do because $R/C > 1$.

Key Words : Broiler, trader's income, masomba market.

ABSTRAK

Ayam ras pedaging sebagai salah satu ternak penghasil daging yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan daging ayam ras pedaging merupakan salah satu sumber protein hewani dan harganya relatif lebih murah. Konsumsi daging ayam ras pedaging selalu lebih besar dibanding ternak unggas yang lain, khususnya di Kota Palu. Pemasaran ayam ras pedaging di Kota Palu tentunya melibatkan pedagang untuk mendistribusikan ayam ras pedaging dari peternak langsung kepada konsumen akhir. Pedagang di Kota Palu menggunakan pasar untuk memasarkan ayam ras pedaging. Salah satu pasar yang jumlah pedagang ayam ras pedaging paling banyak di Kota Palu adalah Pasar Masomba, akan tetapi pedagang ayam ras pedaging di Pasar Masomba dihadapkan pada beberapa permasalahan yaitu biaya pemasaran dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pendapatan yang diperoleh dan untuk mengetahui kelayakan usaha penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba. Penelitian ini telah dilaksanakan di Pasar Masomba Kota Palu dari bulan April sampai dengan bulan Mei 2014. Responden adalah seluruh pedagang ayam ras pedaging yang berjualan di Pasar Masomba. Metode penentuan sampel dilakukan secara sensus, jumlah responden 16 pedagang ayam ras pedaging. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis Pendapatan dan Analisis Kelayakan Usaha. Hasil analisis menunjukkan jumlah pendapatan yang diperoleh pedagang sebesar Rp.3.156.581/bulan. Analisis kelayakan usaha diperoleh *Revenue of Cost* usaha penjualan ayam ras pedaging adalah 1,23. Artinya usaha penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba layak untuk diusahakan karena $R/C > 1$.

Kata Kunci : Ayam ras pedaging, pendapatan pedagang, pasar masomba.

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha peternakan mempunyai arti yang sangat penting, dalam memenuhi kebutuhan manusia akan protein hewani. Rata - rata konsumsi protein hewani pada negara maju dan berkembang lebih dari 20 kg perkapita pertahun. Singapura dan Malaysia sendiri konsumsi daging masyarakatnya rata - rata 28 kg dan 36 kg perkapita pertahun, jauh dari Indonesia yang konsumsi daging masyarakatnya rata - rata 4,11 kg perkapita pertahun.

Salah satu jenis ternak yang menjadi sumber utama penghasil daging adalah ayam ras pedaging, dimana pemeliharaan dan konsumsi sudah menyebar diseluruh Indonesia. Beberapa kelebihan yang dimiliki ayam ras pedaging sebagai bahan konsumsi telah menyebabkan terdapatnya preferensi yang tinggi dari masyarakat terhadap daging ayam ras pedaging (Wardhani, 2012).

Ayam ras pedaging merupakan salah satu komoditi peternakan unggas yang mempunyai jumlah permintaan yang terus meningkat. Kontribusi ayam ras pedaging terhadap produksi total daging di Indonesia sejak tahun 2006 - 2008 selalu lebih besar. Produksi ayam ras pedaging pada Tahun 2006 sebesar 44,54 % dan Tahun 2007 sebesar 43,53 % (Rajasa, 2013).

Kota Palu merupakan daerah otonom yang memiliki sumberdaya yang dapat dikembangkan. Salah satu usaha yang berpotensi untuk pembangunan ekonomi yaitu dengan mengembangkan usaha ayam ras pedaging. Upaya meningkatkan peluang usaha peternakan ayam ras memerlukan dukungan kebijakan daerah dan nasional yang komprehensif serta dapat mendorong peningkatan produktivitas, kualitas produk dan daya saing pasar (Yunus, 2009).

Pemasaran daging ayam ras pedaging di Kota Palu merupakan suatu kegiatan yang melibatkan pihak-pihak yang berperan penting untuk mendistribusikan

komoditi ayam ras pedaging mulai dari produsen sampai kepada konsumen akhir. Salah satu lembaga yang berperan langsung kepada konsumen akhir adalah para pedagang ayam ras pedaging, pedagang menggunakan pasar sebagai media untuk memasarkan daging ayam ras.

Jenis pasar yang ada di wilayah Kota Palu terdiri dari pasar modern dan pasar tradisional. Salah satu pasar tradisional terbesar dan tepat berada di pusat kota yaitu Pasar Masomba. Komoditi yang dipasarkan di Pasar Masomba terdiri dari produk - produk hasil pertanian dan produk-produk hasil industri. Salah satu produk hasil pertanian yang dipasarkan yaitu komoditi peternakan berupa daging ayam ras pedaging.

Usaha penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba dihadapkan pada beberapa permasalahan antara lain harga dan biaya pemasaran. Umumnya harga dari setiap produk berfluktuasi karena adanya persaingan harga diantara produk-produk yang dipasarkan pada suatu harga yang terbentuk. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pendapatan yang diperoleh pedagang serta mengetahui kelayakan usaha penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba.

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja (*purposive*), yakni di Pasar Masomba Kota Palu, dengan pertimbangan bahwa jumlah pedagang ayam ras pedaging di Pasar Masomba lebih banyak di banding beberapa pasar yang berada di Kota Palu, selain itu lokasi pasar masomba terbilang strategis karena berada di tengah Kota. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai Mei Tahun 2014.

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang ayam ras pedaging di Pasar Masomba. Penentuan responden dilakukan secara *sensus*, karena jumlah pedagang ayam ras pedaging di Pasar

Masomba sebanyak 16 orang. Menurut Herman (2013), penentuan sampel dengan metode sensus dilakukan apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diambil dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan pedagang ayam ras pedaging di Pasar Masomba. Wawancara dilakukan dengan menggunakan *quesioner*, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku - buku literatur yang relevan dengan penelitian ini dan jurnal - jurnal serta instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Model analisis yang digunakan untuk mengetahui pendapatan pedagang ayam ras pedaging adalah dengan menggunakan rumus Boediono (1998) sebagai berikut :

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd= Pendapatan

TR = Penerimaan total (*Total revenue*)

TC = Biaya total (*Total cost*)

Untuk mengetahui layak atau tidak usaha penjualan ayam ras pedaging dijalankan, digunakan metode analisis kelayakan usaha (Soekartawi, 1995) dengan rumus sebagai berikut :

$$a = R/C$$

Keterangan :

a = Kelayakan Usaha

R = Total Penerimaan (*Total revenue*)

C = Total Biaya (*Total cost*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya Penjualan Ayam Ras Pedaging di Pasar Masomba Kota Palu Pada Bulan Mei, Tahun 2014. Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutupi biaya akan

mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya penjualan, biaya operasi maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan (Rasyaf,2009).

Biaya yang dikeluarkan dalam usaha penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba, terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*).

Biaya Tetap. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang dikeluarkan selama proses penjualan ayam ras pedaging, besarnya biaya yang dikeluarkan tidak dipengaruhi oleh jumlah penjualan ayam ras pedaging. Biaya tetap dalam usaha penjualan Ayam Ras Pedaging ini meliputi sewa tempat, pajak, retribusi, gaji karyawan, listrik dan biaya penyusutan. Lebih jelasnya tentang biaya tetap penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-Rata Total Biaya Tetap yang dikeluarkan Oleh Pedagang Ayam Ras Pedaging di Pasar Masomba Periode Bulan Mei, Tahun 2014.

No.	Jenis Biaya	Nilai (Rp/Bulan)
1.	Sewa Tempat	31.250
2.	Pajak Tempat	217
3.	Retribusi	90.000
4.	Gaji Karyawan :	
	a. Pemotong	965.625
	b. Pengangkut	1.025.000
5.	Listrik	15.438
6.	Penyusutan alat	214.263
Total		2.341.793

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2014.

Tabel 1. menunjukkan bahwa rata - rata jumlah biaya tetap pada Bulan Mei yang dikeluarkan oleh pedagang ayam ras pedaging di Pasar Masomba Kota Palu adalah sebesar Rp. 2.341.793, yang terdiri dari sewa tempat Rp. 31.250, pajak Rp. 217, retribusi Rp 90.000, gaji karyawan atau tenaga kerja pemotong Rp. 965.625, tenaga kerja pengangkut Rp. 1.025.000, listrik Rp. 15.438 dan biaya penyusutan Rp. 214.263.

Biaya Variabel. Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang dikeluarkan dalam usaha penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba yang besarnya berubah - ubah sesuai dengan banyaknya penjualan ayam ras pedaging. Biaya variabel yang digunakan pada usaha penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata - Rata Total Biaya Variabel yang dikeluarkan Oleh Pedagang Ayam Ras Pedaging di Pasar Masomba Periode Bulan Mei, Tahun 2014.

No.	Jenis Biaya	Nilai (Rp/Bulan)
1.	Ayam Ras Pedaging	9.419.313
2.	Pakan Ayam	1.257.813
3.	Plastik	36.563
4.	Minyak Tanah	230.625
5.	Transportasi	157.625
Total		11.101.939

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2014.

Tabel 2. menunjukkan bahwa biaya variabel yang dikeluarkan pedagang dalam usaha penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba pada Bulan Mei adalah sebesar Rp. 11.208.689. Total biaya variabel terdiri dari biaya pembelian ayam ras pedaging Rp. 9.419.313, biaya pembelian pakan ayam Rp. 1.257.813, plastik Rp. 36.563, minyak tanah Rp. 230.625, dan biaya transportasi Rp. 157.625.

Pendapatan yang diperoleh Pedagang Pada Usaha Penjualan Ayam Ras Pedaging di Pasar Masomba Kota Palu Bulan Mei, Tahun 2014. Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dan total biaya penjualan. Harga jual ayam ras pedaging sangat mempengaruhi pendapatan, bila penjualan banyak maka penerimaan akan tinggi dan pendapatan yang diperoleh pedagang ayam ras pedaging di Pasar Masomba akan tinggi pula.

Total pendapatan diperoleh dari total penerimaan dikurangi dengan total penjualan, sedangkan total penerimaan diperoleh dari penjualan fisik dikalikan dengan harga

produksi. Adapun besarnya jumlah pendapatan yang diperoleh pedagang ayam ras pedaging dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Total Pendapatan Pedagang Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Masomba Palu Periode Bulan Mei, Tahun 2014.

No	Uraian	Nilai (Rp)
A	Penerimaan	
1.	Penjualan Ayam Ras Pedaging	
a.	Ayam Ras Pedaging 1,8 Kg	148 Ekor
b.	Ayam Ras Pedaging 2,1 Kg	270 Ekor
2.	Harga	
a.	Ayam Ras Pedaging 1,8 Kg	30.000
b.	Ayam Ras Pedaging 2,1 Kg	45.000
Jumlah (Penjualan x Harga)		16.600.313
B	Biaya Tetap	
1.	Sewa Tempat	31.250
2.	Pajak Tempat	217
3.	Retribusi	90.000
4.	Gaji Karyawan	
a.	Pemotong	965.625
b.	Pengangkut	1.025.000
5.	Listrik	15.438
6.	Penyusutan Alat	214.263
Jumlah		2.341.793
C	Biaya Variabel	
1.	Ayam Ras Pedaging	9.419.313
2.	Pakan	1.257.813
3.	Plastik	36.563
4.	Minyak Tanah	230.625
5.	Transportasi	157.625
Jumlah		11.101.939
D	Pendapatan (A - (B + C))	3.156.581

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2014.

Tabel 3. menunjukkan bahwa total pendapatan yang diperoleh pedagang ayam ras pedaging di Pasar tradisional Masomba periode bulan Mei 2014 sebesar Rp. 3.156.581. Pendapatan diperoleh dari total penerimaan Rp. 16.600.313 dikurangi total biaya Rp. 13.443.732.

Besar kecil pendapatan yang diperoleh pedagang sangat dipengaruhi oleh hasil penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Semakin besar hasil penjualan

dan biaya yang dikeluarkan semakin kecil maka pendapatan yang diperoleh akan semakin besar.

Analisis Kelayakan Usaha Penjualan Ayam Ras Pedaging di Pasar Masomba Kota Palu Bulan Mei Tahun 2014. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh tingkat kelayakan usaha ayam ras pedaging di pasar Tradisional Masomba Palu adalah sebagai berikut:

$$a = R/C \\ = 16.600.313/13.443.732 \\ = 1,23$$

Penerimaan yang diterima oleh pedagang responden adalah Rp. 16.600.313 dengan total biaya sebesar Rp. 13.443.732. Sehingga diperoleh *Revenue of Cost Ratio* sebesar 1,23 artinya setiap biaya yang dikeluarkan pedagang sebanyak Rp. 1.000 akan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.230 sehingga diketahui bahwa usaha penjualan Ayam ras pedaging di Pasar Masomba layak untuk diusahakan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata pendapatan usaha penjualan ayam ras pedaging di Pasar Masomba Kota Palu sebesar Rp. 3.049.833/bulan. Pendapatan tersebut menjelaskan bahwa semakin banyak jumlah ayam ras yang dijual dan semakin sedikit biaya yang dikeluarkan, maka akan keuntungan yang dihasilkan semakin besar.
2. Melalui analisis kelayakan usaha diperoleh *Revenue of Cost* usaha pemasaran ayam ras pedaging adalah 1,23, artinya usaha ayam ras pedaging di Pasar Masomba layak untuk diusahakan karena $R/C > 1$.

Saran

Sebaiknya pedagang ayam ras pedaging lebih memperhatikan biaya-biaya yang dikeluarkan agar jumlah pendapatan

yang diperoleh semakin meningkat, serta mengkoordinir setiap kegiatan yang dilakukan selama proses pengangkutan ayam untuk mengurangi resiko kematian ayam sehingga pedagang ayam ras pedaging dapat meminimalisir terjadinya resiko kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Boediono. 1998. *Ekonomi Mikro*. Edisi Kedua. BPFE. Yogyakarta.
- Herman, 2013. *Analisis Pendapatan dan Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Susu Sapi Perah Di Tingkat Peternak (Kasus Anggota Koperasi Serba Usaha "Karya Nugraha" Kecamatan Cigugur Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat)*. Skripsi Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Rasyaf, M. 2009. *Agribisnis Peternakan*. Cetakan Ke-9. Edisi Revisi. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rajasa. 2013. *Analisis Produktivitas Kerja Peternak pada Usaha Ayam Ras Pedaging Pola Kemitraan dan Mandiri di Kabupaten Maros*. Jurnal Agribisnis. Vol. VI (2).
- Soekartawi. 1995. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Sirajuddin. 2007. *Faktor - Faktor yang Memotivasi Peternak dalam Melakukan Kemitraan Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros*. Jurnal Agribisnis. Vol VI (2).
- Wardhani. P.K. 2012. *Analisis Efisiensi Produksi dan Pendapatan pada Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging (Studi Kasus; Kecamatan Limbangan. Kabupaten Kendal)*[Skripsi]. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Yunus, R. 2009. *Analisis Efisiensi Produksi Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging Pola Kemitraan dan Mandiri di Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah*. Program Pascasarjana. Universitas Diponegoro. Semarang