

**JURNAL**

**ANALISIS PEMASARAN DAN PENDAPATAN BUDIDAYA AYAM JOPER  
DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR**



**WAHIDAH RIZKA PATMI  
B1D019281**

Program Sarjana (S-1)  
Program Studi Peternakan

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MATARAM  
MATARAM  
2023**

**ANALISIS PEMASARAN DAN PENDAPATAN BUDIDAYA AYAM JOPER  
DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh

**WAHIDAH RIZKA PATMI  
B1D019281**

**Menyetujui :  
Pembimbing Utama,**



**(Muh. Prasetyo Nugroho, S.Pt., M.Si )  
NIP. 19751214 200501 1001**

Diserahkan Guna Memenuhi Sebagai Syarat yang Diperlukan untuk  
Mendapatkan Derajat Sarjana Peternakan pada  
**Program Studi Peternakan**

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MATARAM  
MATARAM  
2023**

# ANALISIS PEMASARAN DAN PENDAPATAN BUDIDAYA AYAM JOPER DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR

WAHIDAH RIZKA PATMI

Fakultas Peternakan

Universitas Mataram

Email : [wahidahrizka06@gmail.com](mailto:wahidahrizka06@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Saluran Pemasaran dan Pendapatan Budidaya Ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur bertempat di empat Kecamatan di Kabupaten Lombok Timur yaitu, di Kecamatan Pringgabaya, Suralaga, Sakra, dan Masbagik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan penentuan sampel dilakukan dengan cara (*purposive sampling*) dengan memilih dan menentukan beberapa peternak dan lokasi dengan metode survey terlebih dahulu di Kecamatan Pringgabaya, Suralaga, Sakra, dan Masbagik. Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu variabel pokok dan variabel penunjang. Jumlah peternak yang diwawancarai dalam penelitian ini sebanyak 35 peternak. Pemasaran Ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur terdapat tiga pola pemasaran yaitu peternak langsung ke konsumen, peternak ke pengepul kemudian pengepul ke pengecer atau restoran/rumah makan yang kemudian ke konsumen. Rata-rata harga beli pengepul ke pengecer dari peternak sebesar Rp. 31. 000, sedangkan pengecer menjual ke konsumen sebesar Rp. 40.000, dan restoran/rumah makan membeli dari pengepul sebesar Rp. 36.000, dan menjual ke konsumen dengan harga yang cukup lebih tinggi dengan farmer's share >50% sehingga dapat dikatakan pemasaran ayam joper di Kabupaten Lombok Timur efisien. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Analisis Pemasaran dan Pendapatan Budidaya Ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur menghasilkan pendapatan bersih rata-rata sebesar Rp. 4.326.824 peternak/periode produksi, pendapatan kotor rata-rata sebesar Rp. 21.054.686 peternak/priode produksi , dan R/C Rasio sebesar 1,26 sehingga usaha ini bisa dikatakan layak untuk di usahakan.

Kata Kunci : Pemasaran, Pendapatan, Ayam Joper

# ANALYSIS OF MARKETING AND INCOME OF JOPER CHIKEN FARMING IN EAST LOMBOK DISTRICT

WAHIDAH RIZKA PATMI  
Faculty Of Animal Husbandry  
University of Mataram

E-mail : [wahidahrizka06@gmail.com](mailto:wahidahrizka06@gmail.com)

## ABSTRACT

This study aims to analyze the Marketing Chanel and Income of Joper Chicken Cultivation in East Lombok Regency, which is located in four sub-districts in East Lombok Regency, namely, in Pringgabaya, Suralaga, Sakra, and Masbagik. This study used aquantitative descriptive method with a purposive sampling method. (by selecting and determining several breeders and locations using a survey method in advance in the districts of pringgabaya, suralaga, sakra, and masbagik. This study has two variabeles, namely the main variabel and the supporting variabel. There are three marketing patterns for Joper Chiken in east Lombok Regency, namely direct breeders to consumers, breeders to collectors, then collestors to retailers or restaurants/eateries and then to consumers. The average purchase price for collectors to retailers from breeders is Rp. 31.000, while retailers sell to consumers Rp. 40.000, and restaurants/eateries buy from collectors for Rp. 36.000, and sell to consumers at quite higher prices with a farmer,s share of >50% so that it can be said that the masketing of joper chicken in East Lombok Regency is efficient. Marketing and income analysis of joper chicken cultivation in east Lombok Regency resulted in on everage gross net income of Rp. 4.326.824 breeders/production period, an average gross income of Rp. 21.054.686 breeders/production priod, and an R/C ratio of 1,26 so that this business can be said to be viable.

Keywords : Marketing, Income, Joper Chicken

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan sektor peternakan dalam mewujudkan program pembangunan peternakan secara operasional diawali dengan penataan kawasan melalui pendekatan sistem dan usaha agribisnis. Usaha agribisnis yang membangun wawasan salah satunya agribisnis berbasis peternakan yang merupakan salah satu alternatif program terobosan yang diharapkan untuk meningkatkan pendapatan, memperluas lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat (Perdana dkk., 2017). Perkembangan peternakan juga dapat dijadikan sebagai sumber penghasil protein hewani seperti daging, telur dan susu untuk memenuhi kebutuhan gizi. Kebutuhan masyarakat tidak hanya berperan dari hasil ternak tetapi berperan juga dalam bidang ekonomi (Wiranata dkk., 2017).

Peluang usaha yang dapat berperan dalam bidang ekonomi salah satunya di bidang usaha peternakan yang mempunyai prospek kerja yang cukup bagus dan stabil adalah beternak ayam buras jenis ayam joper. Ayam joper merupakan plasma nutfah yang sangat potensial untuk dikembangkan karena secara geografis sangat mendukung dengan penyebaran populasi hampir diseluruh pedesaan di Indonesia. Usaha ayam joper telah menjadi bagian dari sistem budidaya petani peternak dalam menjadikan sumber pendapatan rumah tangga dan juga memiliki nilai sosial ekonomi yang tinggi (Siswanto dkk., 2015).

Salah satu Kabupaten yang ada di NTB dikenal sebagai salah satu sentra produksi usaha ternak ayam buras yaitu Kabupaten

Lombok Timur. Berdasarkan catatan dari BPS Kabupaten Lombok Timur pada tahun 2018 populasi ayam buras sebanyak 1.574.330 ekor (BPS, 2018).

Ayam buras ini juga mempunyai produksi daging yang sangat tinggi. Menurut BPS (2020), produksi daging unggas dari ayam buras meningkat dari 1.104.904 ton (2018), 1.119.384 ton (2019) dan 1.164.034 ton (2020) sehingga produksi daging mengalami kenaikan sebesar 1,31 % dan 3,9% dari tahun sebelumnya. Hal ini mengidentifikasi bahwa peran daging unggas non ras mempunyai prospek bagus untuk dikembangkan dan sudah diakui selera konsumen terhadap ayam pedaging sangat tinggi, hal ini terlihat dari produksi daging dari tahun ketahun meningkat sehingga konsumsi dagingnya dapat menjadi peluang yang cukup bagus untuk dijadikan usaha dan dapat menjadi peluang untuk dipasarkan.

Saluran pemasaran harus dikaji lebih tuntas sebelum menentukan kemana produk akan di pasarkan, saluran pemasaran dengan rantai pemasaran yang panjang akan menyebabkan tingginya biaya pemasaran sehingga tidak menjadi efisien. Saluran pemasaran yang tidak efisien akan menyebabkan kerugian, baik bagi peternak maupun konsumen, karena konsumen merasa mempunyai beban yang berat untuk membayar produk yang harga tinggi. Sedangkan bagi peternak, perolehan pendapatan menjadi lebih rendah karena harga penjualan yang diterima jauh lebih rendah. Oleh karena itu, dalam menciptakan pemasaran yang efisien serta menguntungkan baik peternak maupun konsumen, maka peternak

harus memilih saluran pemasaran yang pendek (Alhuda dkk., 2021).

Keberhasilan usaha ternak tidak hanya ditentukan oleh banyaknya jumlah ternak yang dipelihara atau dipasarkan, tetapi juga harus didukung dengan sistem manajemen yang baik, sehingga hasil produksi dan penerimaan sesuai yang diharapkan. Penerimaan tersebut sebagian digunakan untuk menutup biaya produksi dan sisanya sebagai pendapatan. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh dapat digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan pengelolaan suatu usaha (Mustaqim, 2021)

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini akan dilakukan kajian terhadap “Analisis Pemasaran dan Pendapatan Budidaya Ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur” sehingga dapat diketahui bagaimana saluran pemasaran dan berapa pendapatan usaha budidaya ayam joper tersebut sehingga bisa menghasilkan nilai yang tinggi dan usaha ini apakah layak untuk dikembangkan.

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pemasaran usaha budidaya ayam joper di Kabupaten Lombok Timur?

2. Berapa pendapatan budidaya ayam joper di Kabupaten Lombok Timur?

#### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemasaran usaha budidaya ayam joper di Kabupaten Lombok Timur.
2. Untuk mengetahui pendapatan peternak budidaya ayam joper di Kabupaten Lombok Timur.

#### **Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, adapun kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai masukan untuk peternak agar mengetahui persebaran lokasi-lokasi pemasaran ayam joper di Kabupaten Lombok Timur.
2. Sebagai masukan untuk peternak, dalam produksi selanjutnya untuk melakukan peningkatan produksi sehingga mendapatkan pendapatan yang menguntungkan sesuai yang diharapkan.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan satu bulan pada bulan Mei 2023, bertempat di Kabupaten Lombok Timur.

*Tabel.1. Populasi Ayam Buras di Kabupaten Lombok Timur*

<b>No</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Jumlah</b>
1	Keruak	51.296
2	Jerowaru	32.024
3	Sakra	134.808
4	Sakra Barat	83.534
5	Sakra Timur	102.503
6	Terara	113.532
7	Montong Gading	84.292
8	Sikur	49.176
9	Masbagik	64.382
10	Pringgasele	177.277

11	Sukamulia	14.258
12	Suralaga	68.581
13	Selong	55.179
14	Labuhan Haji	36.357
15	Pringgabaya	92.893
16	Suela	63.768
17	Aikmel	100.750
18	Wanasaba	166.297
19	Semalun	33.948
20	Lenek	-
21	Sambelia	49.375
<b>Total</b>		<b>1.574.330</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik Lombok Timur (2023)

### Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan data pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2018) *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan

kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Adapun kriteria sampel yang sudah ditentukan di antaranya jumlah peternak dengan populasi ternak 100 sampai 1.000 ekor, dan sudah beternak selama kurang lebih 1 tahun.

Tabel.2. Populasi Ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur

No	Kecamatan	Jumlah
1	Keruak	17.097
2	Jerowaru	10.674
3	Sakra	44.936
4	Sakra Barat	27.844
5	Sakra Timur	34.167
6	Terara	37.844
7	Montong Gading	1.430
8	Sikur	16.392
9	Masbagik	21.460
10	Pringgasela	59.092
11	Sukamulia	4.752
12	Suralaga	22.860
13	Selong	18.393
14	Labuhan Haji	12.119
15	Pringgabaya	30.964
16	Suela	21.256
17	Aikmel	33.583
18	Wanasaba	38.765
19	Semalun	11.316
20	Lenek	-
21	Sambelia	16.458
<b>Total</b>		<b>481.402</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik Lombok Timur (2023)

Berdasarkan Tabel 2. sampel yang di ambil dari 21 Kecamatan sebanyak 4 kecamatan dengan jumlah sampel sebanyak 35 responden. Jumlah peternak yang menjadi sampel di setiap 4 kecamatan yang terdiri dari kecamatan Pringgabaya (22 Peternak), Suralaga (5 peternak), Sakra (3 Peternak) dan Masbagik (5 Peternak), hal ini dilakukan dengan cara metode survey dengan alasan empat kecamatan yang menjadi sampel memiliki populasi ayam joper terbanyak dan peternak terbanyak memelihara ayam joper.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### 1. Survey

Survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generalisasikan (Sugiyono, 2018).

#### 2. Observasi

Observasi (pengamatan) merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati secara langsung sasaran (subyek) penelitian dan merekam peristiwa serta perilaku secara wajar, asli, tidak dibuat-buat, dan spontan dalam ukuran waktu tertentu, sehingga diperoleh data yang cermat, mendalam, dan rincin (Sirajuddin, 2017).

#### 3. Wawancara

Wawancara ini dilakukan dengan proses komunikasi atau intraksi untuk pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab dengan bantuan quesioner sehingga peneliti memperoleh informasi yang dibutuhkan peneliti dengan objek yang diteliti (informan) (Sirajuddin, 2017).

#### 4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang dapat memberikan informasi terhadap objek penelitian terutama dokumen yang berkaitan dengan fokus masalah yang diteliti, baik dokumen berupa catatan penting, peraturan perundang-undangan, naskah, foto-foto, dan dokumen lain yang menunjang (Sirajuddin, 2017).

### **Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian meliputi variabel pokok dan variabel penunjang sebagai berikut :

Variabel pokok terdiri dari :

1. Profil peternak (umur, pendidikan, jumlah anggota keluarga, sumber pengetahuan, dan pengalaman beternak)
2. Jumlah populasi ternak ayam
3. Jumlah tenaga kerja
4. Status kepemilikan kandang
5. Besaran pendapatan bersih (*Net Farm Income*) dan pendapatan kotor (*Gross Farm Income*)
6. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap (biaya kandang, dan peralatan kandang) sedangkan Biaya tidak tetap (biaya bibit, pakan, obat-obatan, penghangat (lampu), listrik, tenaga kerja

Variabel penunjang penelitian ini yaitu keadaan umum di Kabupaten Lombok Timur.

### **Analisi Data**

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



### 1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan tingkat konsumen menggunakan rumus sebagai berikut: Perhitungan margin pemasaran menurut sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

(Sudiyono 2002)

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga ditingkat Pengencer

Pf = Harga ditingkat Petani

### 2. Farmer's Share (bagian yang diterima produsen)

Farmer's share merupakan bagian yang diterima peternak sama dengan harga yang betul-betul diterima dibagi dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dikalikan 100%.

$$F = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

(Sudiyono 2002)

Keterangan :

F = Bagian yang diterima peternak (farmer's share)

Pf = Harga ditingkat peternak

Pr = Harga ditingkat konsumen

Efisiensi pemasaran dianggap secara ekonomis apabila pada saluran pemasarannya bagian yang diterima produsen mempunyai nilai tinggi. Menurut Abadi (2007) , bila bagian yang diterima produsen > 50% maka pemasaran dikatakan efisien, dan bila bagian yang diterima produsen < 50% berarti pemasaran belum efisien.

### 3. Penerimaan adalah untuk mengetahui jumlah penerimaan yang diperoleh oleh peternak maka rumus yang digunakan yaitu.

$$TR = P \cdot Q$$

(Rasyaf, 2003)

Keterangan:

TR = total penerimaan

Q = jumlah produksi

P = harga jual

Sedangkan untuk mengetahui besarnya jumlah biaya total yang dikeluarkan oleh peternak maka dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = total biaya.

FC = biaya tetap dari usaha.

VC = biaya variabel dari kegiatan usaha.

### 4. Pendapatan

Pendapatan usaha peternak dapat dilakukan dengan menghitung selisih antara total penerimaan dan total biaya. Rumus pendapatan dapat diketahui dengan menggunakan formulasi sebagai berikut :

$$Pd = TR - TC$$

(Pracoyo, 2006)

Keterangan:

Pd = pendapatan usaha

TR = total penerimaan

TC = total biaya (total cost)

### 5. R/C Rasio

Analisis R/C ratio merupakan analisis yang digunakan untuk menghitung pendapatan dan kelayakan usahanya, rumus untuk menghitung R/C ratio adalah :

$$R/C \text{ ratio} = TR : TC$$

(Hastuti, 2007)

Keterangan:

R/C ratio = analisis untuk menghitung kelayakan

TR = total penerimaan

TC = total biaya (total cost)

Kriteria yang sering dipakai dalam menilai suatu usaha ditentukan:

a.  $R/C > 1$  = Usaha tersebut boleh dilaksanakan

b.  $R/C < 1$  = Usaha tersebut ditolak karena tidak menguntungkan

c.  $R/C = 1$  = Usaha tersebut hanya mengembalikan modal produksi



Gambar 1. Peta Kabupaten Lombok Timur

Kabupaten Lombok Timur merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang menjadi persilangan lalu lintas ekonomi dan wisata antara Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa ketimur lagi terdapat Provinsi Nusa Tenggara Timur, lalu bagian barat jalur menuju Kabupaten Lombok Tengah, Lombok Barat kemudian Pulau Bali, Kabupaten Lombok Timur berada di antara 116<sup>0</sup> - 117<sup>0</sup> Bujur Timur dan 8<sup>0</sup>-9<sup>0</sup> lintang Selatan. Kabupaten Lombok Timur memiliki batas wilayah berdasarkan posisi geografisnya.

Kabupaten Lombok Timur memiliki luas, yaitu sekitar 2.679,88 km<sup>2</sup> terdiri dari daratan seluas 1.605,55 km<sup>2</sup> atau sekitar 59,91% dan lautan seluas 1.074,33 km<sup>2</sup> atau

sekitar 40,09%, dengan jumlah penduduk sekitar 1 juta jiwa yang meyenbar di 21 kecamatan, dan 254 Desa/Kelurahan.

**Krakteristik Responden**

**Umur Peternak**

Umur merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kinerja peternak dalam berusaha ternak ayam joper. Umur yang masih lebih muda cenderung memiliki kondisi fisik yang lebih kuat dibandingkan dengan umur peternak yang sudah tua. Umur peternak sangat mendasari dan berpengaruh terhadap kemampuan peternak dalam mengelola usaha ternaknya (Putri, 2018). Berikut karakteristik peternak (responden) berdasarkan umur dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Umur Peternak

No	Umur Responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	22-29	4	11,43
2	31-38	10	28,57
3	40-48	14	40,00
4	50-55	7	20,00
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan data pada Tabel 3, umur peternak yang paling tinggi yaitu berumur 40- 48 tahun dengan persentase 40%. Sehingga data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peternak dapat dikatakan tergolong pada umur yang produktif dalam melakukan usaha beternak ayam joper.

Berdasarkan hasil penelitian rata-rata peternak merupakan masyarakat yang sudah berkeluarga tetapi terdapat beberapa peternak yang belum berkeluarga. Sehingga peternak mendapatkan inovasi membangun usaha beternak ayam joper, dan menjadikan salah satu usaha beternak ayam joper sebagai pekerjaan tetapnya selain pekerjaan sampingannya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Assegaf (2017) bahwa umur dapat mempengaruhi

seseorang dalam mengadopsi suatu inovasi untuk meningkatkan usaha ternak yang di milikinya.

### **Tingkat Pendidikan**

Pendidikan merupakan salah satu faktor penentu dalam pengembangan usaha ternak untuk memperoleh hasil yang optimal dan pendapatan yang menguntungkan. Pendidikan juga mempengaruhi kemampuan pola pikir peternak dalam mengembangkan usaha ternaknya, terutama dalam menyerap dan mengadopsi teknologi usaha ternak baru yang optimal sehingga diterapkan dalam usaha yang lebih baik (Fitriza dalam Yarbo dkk., 2020). Adapun tingkat pendidikan yang dicapai oleh peternak ayam joper di Kabupaten Lombok Timur dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Peternak

No	Pendidikan Responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	5	14,29
2	SMP	6	17,14
3	SMA	17	48,57
4	Sarjana	7	20,00
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan data pada Tabel 4, tingkat pendidikan peternak tertinggi adalah SMA dengan jumlah 17 peternak dengan persentase sebesar 48,57%. Peternak ayam joper di Kabupaten Lombok Timur tingkat pendidikannya tinggi akan tetapi tingkat pendidikan yang tinggi belum menjamin keberhasilan seorang peternak dalam melakukan usahanya, tanpa adanya kerja keras dan bersungguh-sungguh dalam menjalankan usahanya, serta keuletan dalam mengelola ternaknya.

Menurut (Maryam dkk., 2016), mengatakan bahwa pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha, pendidikan juga berpengaruh pada pola pikir, sikap dan kemampuan pada produktivitas usaha peternak itu sendiri.

### **Pengalaman Usaha**

Pengalaman usaha peternak mempengaruhi keterampilan dalam menangani usahanya, yang termasuk dalam menangani usaha pemeliharaan dan penanganan

produksi terknaknya. Pengalaman usaha yang dicapai oleh peternak

ayam joper di Kabupaten Lombok Timur dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Pengalaman Usaha Peternak

No	Pengalaman Responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1-2	16	45,71
2	3-4	11	31,43
3	5-7	8	22,86
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan data pada Tabel 5, pengalaman usaha peternak dari hasil perhitungan yang tertinggi yaitu 1-2 tahun yang berjumlah 16 orang dengan persentase sebesar 45,71%. Hasil penelitian menyebabkan bahwa banyaknya peternak pemula yang melakukan percobaan usaha budidaya ayam joper di Kabupaten Lombok Timur.

#### Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga menjadi gambaran potensi tenaga kerja yang dimiliki keluarga

peternak, jumlah tanggungan keluarga juga akan mempengaruhi pendapatan dan pengeluaran keluarga peternak. Semakin banyak jumlah tanggungan akan menjadi beban bagi peternak bila ditinjau dari segi konsumsi, namun banyaknya tanggungan keluarga menjadi aset yang penting dalam membantu kegiatan peternak karena akan menumbuhkan tenaga kerja dalam melakukan suatu usahanya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Jumlah Tanggungan Responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	2-3	25	71,43
2	4-5	10	28,57
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan data pada Tabel 6, jumlah tanggungan keluarga peternak dalam usaha ayam joper di Kabupaten Lombok Timur tertinggi sebanyak 2-3 orang dengan jumlah 25 peternak dengan tingkat persentase sebesar 71,43%. Berdasarkan hasil penelitian hal ini mendasari bahwa banyaknya tanggungan keluarga peternak yang didapatkan rata-rata tidak hanya menanggung keluarganya atau nak-

anaknya yang duduk di bangku sekolah saja akan tetapi peternak juga menanggung ibu dan bapaknya yang sudah tua yang tidak mempunyai pekerjaan.

#### Sumber Pengetahuan

Sumber pengetahuan merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam usaha budidaya ayam joper. Sumber pengetahuan sangat penting dalam menerapkan manajemen pemeliharaan ayam

joper yang baik. Sumber pengetahuan juga faktor yang sangat penting dalam memperoleh inovasi baru untuk dikembangkan dan diterapkan dalam usaha budidaya

ayam joper. Sumber pengetahuan yang diperoleh oleh peternak di Kabupaten Lombok Timur dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Sumber Pengetahuan Peternak

No	Sumber Pengetahuan Reponden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Penyuluhan	28	80,00
2	Otodidak	7	20,00
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan data pada Tabel 7, sumber pengetahuan yang didapat dalam usaha ayam joper dari sumber pengetahuan yang banyak yaitu 80% dari penyuluhan yang berjumlah sebanyak 28 peternak, sedangkan jumlah peternak yang memperoleh pengetahuan otodidak sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 20%. Berdasarkan hasil penelitian rata-rata peternak di Kabupaten Lombok Timur memulai usahanya setelah dilakukannya penyuluhan terkait usaha ayam joper, hal ini menyebabkan karena adanya hasil penyuluhan dilihat dari hasil pendapatan yang didapatkan, mengetahui kemudahan dalam pemeliharannya, kecepatan produksinya, tenaga kerja tidak terlalu banyak dibutuhkan dalam proses pemeliharannya dan manajemen kesehatannya yang lebih mudah diterapkan.

#### **Status Kepemilikan Kandang**

Status kepemilikan kandang merupakan status hak kepemilikan kandang atau media produksi. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan terkait status kepemilikan kandang usaha ayam joper di Kabupaten Lombok Timur rata-rata

peternak status kepemilikan kandangnya bersetatus pribadi, karena peternak dalam membangun kandang dari biaya pribadinya sendiri.

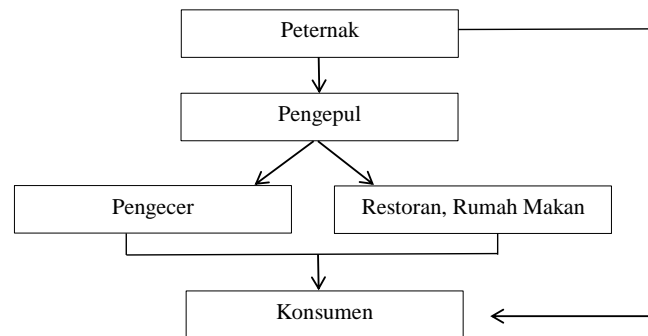
#### **Pemasaran**

##### **Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran ayam joper yang dijual hingga ke tangan konsumen melibatkan berbagai lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran tersebut melibatkan peternak sebagai produsen, pedagang pengumpul dan konsumen lembaga (rumah makan). Saluran pemasaran yang dilakukan oleh peternak dalam penelitian ini umumnya peternak sudah mempunyai pengepul langganan. Saluran pemasaran ayam joper yang sudah dipanen sudah ada pengepulnya sehingga pengepul datang langsung ke kandang peternak, dan pengepul langsung melakukan pengelompokan terhadap ayam joper yang dipanen, sehingga ayam yang memiliki ukuran lebih besar akan di harga lebih tinggi dan begitu juga sebaliknya. Pengelompokan merupakan kegiatan pengelompokan ayam yang disesuaikan dengan tingkat ukuran dan pertumbuhannya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran ayam joper yang dilalui mulai dari peternak hingga sampai ke tangan konsumen. Peternak juga melakukan pemanenan pada umur dominan 45-60 hari tergantung pada kebutuhan ayam dipasarkan, sehingga pengepul

datang mengambil ayamnya untuk dipasarkan ke pengecer, restoran, rumah makan hingga kemudian akan dijual kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran yang terjadi pada proses pemasaran ayam joper di Kabupaten Lombok Timur dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur

Berdasarkan data pada Gambar 2, menunjukkan bahwa pola pemasaran ayam joper di Kabupaten Lombok Timur, terdapat tiga pola saluran pemasaran yaitu sebagai berikut:

- a. Peternak - konsumen
- b. Peternak - Pengepul - Pengecer - Konsumen
- c. Peternak- Pengepul - Restoran/Rumah Makan- Konsumen

Pola pemasaran yang dilakukan oleh peternak di Kabupaten Lombok Timur dapat dijelaskan bahwa peternak menyalurkan produknya ke pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen rumah tangga. Pedagang pengumpul maupun pedagang eceran datang ke tempat peternak untuk mengambil produk dalam bentuk ayam hidup. Pedagang pengecer langsung menjual produk ke konsumen rumah tangga di pasar-pasar tradisional maupun pasar induk dan bahkan ada dari peternak

melakukan pemasaran lewat sosial media.

#### **Fungsi Lembaga Pemasaran**

Pemasaran mempunyai peran penting dalam melakukan jual beli. Fungsi pemasaran pada dasarnya adalah untuk melancarkan arus produk dari peternak sehingga bisa sampai ke tangan konsumen yang bertujuan agar lebih efektif dan efisien sehingga akhirnya dapat memberi kepuasan yang maksimal kepada konsumen dan keuntungan yang besar kepada konsumen (Nurfitri dkk., 2019).

Berdasarkan hasil penelitian terdapat adanya fungsi dari peternak terkait pemasaran yaitu menjual hasil produknya melalui pengepul. Peternak dalam melakukan pemasaran tidak ada biaya yang dikeluarkan, sedangkan untuk pengepul fungsinya sebagai pembeli hasil produk dari peternak, dan melakukan penyediaan sarana dan melakukan pertukaran terkait penjualan, pembelian pemrosesan,

penyimpanan dan penanggulangan resiko terkait hasil produksi.

### Margin Pemasaran

Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan, sehingga semakin besar biaya pemasran atau semakin besar keuntungan pemasaran maka semakin besar margin pemasaran dan

sistem pemasaran tidak efisien. Produsen meningkatkan usahanya dengan efisien jika margin pemasaran besar, namun berbeda dengan konsumen, dikatakan efisien jika margin pemasaran kecil (Muspawati, 2021). Margin pemasaran dari usaha ayam joper dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Margin Pemasaran Ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur

Saluran Pemasaran	Rata rata Harga di Tingkat Peternak (Rp/Ekor)	Rata rata Harga di Tingkat Pengecer Rp/Ekor	Margin Pemasaran (Rp/Ekor)
I	31.000	40.000	9.000
II	31.000	36.000	6.000
III	31.000	36.000	6.000

Sumber . Data Primer diolah 2023

Berdasarkan data pada Tabel 8, besarnya margin pemasaran pada saluran I memiliki margin yang cukup tinggi yaitu Rp.9.000, dibandingkan dengan saluran II dan III memiliki margin yang cuku kecil Rp. 6.000 per ekor. Hal tersebut dikarenakan bobot per ekor ayam joper dijual rendah serta fungsi pemrosesan tidak memerlukan biaya pemasaran dalam jumlah yang besar serta pendeknya rantai pemasaran dengan hanya melibatkan satu perantara yaitu pedagang pengepul.

### Farmer's Share

*Farmer's share* adalah perbandingan harga yang diterima

peternak dengan harga di tingkat konsumen. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui suatu pemasaran dapat dikatakan efisien secara ekonomi adalah dengan melihat persentase margin pemasaran dan persentase *farmer's share*-nya. Margin pemasaran rendah dan *farmer's share* tinggi maka pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien secara ekonomi. Sebaliknya, bila margin pemasaran tinggi *farmer's share* rendah maka pemasaran tersebut tidak efisien secara ekonomi (Yulianti dkk., 2018). *Farmer's Share* usaha ayam joper dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. *Farmer's Share* Ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur

Saluran Pemasaran	Rata rata Harga di Tingkat Peternak (Rp/Ekor)	Rata rata Harga di Tingkat Konsumen Rp/Ekor	<i>Farmer's share</i> %
I	31.000	40.000	77,5
II	31.000	42.000	73,8
III	31.000	55.000	56, 3

Sumber . Data Primer diolah 2023

Berdasarkan data pada Tabel 9, *farmer's share* pada saluran I 77,5%, saluran II 73,8 % artinya peternak menerima 75,5-73,8 % dari harga yang dibayarkan konsumen. Selain itu, saluran pemasaran III memperoleh nilai *farmer's share* sebesar 56, 3%. Berdasarkan teori ekonomi *farmer's share* bahwa apabila *farmer's share* lebih besar dari 50% maka pemasaran sudah dianggap efisien Natalia (2015). Berdasarkan hasil analisis bahwa nilai *farmer's share* dari setiap saluran pemasaran ayam joper di Kabupaten Lombok Timur adalah lebih besar dari 50% yang artinya pemasarannya dikatakan efisien. Saluran pemasaraan ini tidak melibatkan intansi-intansi dari lembaga lain, semuanya dilakukan oleh peternak dan pengepul.

#### **Analisis Biaya Usaha Budidaya Ayam Joper**

Biaya usaha ayam joper diklasifikasikan menjadi dua biaya

tetap (*Fixed cost*) dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya-biaya yang dalam keadaan terbatas tidak berubah mengikuti tingkat perubahan aktivitasnya. Jadi besarnya biaya tetap ini bergantung pada besar kecilnya produksi. Sedangkan biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh.

#### **Biaya Variabel**

Biaya variabel adalah biaya yang digunakan dalam kegiatan usaha dan biasanya habis dalam satu proses produksi. Biaya variabel yang digunakan dalam usaha ayam joper di Kabupaten Lombok Timur terdiri atas biaya pembelian sarana produksi dan biaya tenaga kerja. Besarnya rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan oleh peternak terdiri dari biaya saprodi dan biaya tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Rata-rata Biaya Variabel yang Dikeluarkan Peternak

No	Jenis Biaya	Rata-rata
1	Biaya Bibit/DOC	5.664.286
2	Biaya Pakan	7.046.285
3	Biaya Sekam	238.914
4	Biaya Gas	305.571
5	Biaya Listrik	94.714
6	Biaya Obat-obatan	133.857
7	Biaya Vaksin	108.571
8	Biaya Tenaga Kerja	887.143

Sumber. Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan data pada Tabel 10, besarnya rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan oleh peternak di Kabupaten Lombok Timur saat mengelola usaha ayam joper terdiri dari beberapa bagian yaitu:

#### a. Biaya Bibit

Biaya bibit merupakan biaya yang dikeluarkan peternak untuk

membeli bibit ayam joper untuk dipelihara. Berdasarkan hasil penelitian besarnya biaya bibit yang dikeluarkan peternak dalam penelitian dengan jumlah bibit rata-rata 686 ekor yaitu rata-rata sebesar Rp 5.664.286 periode produksi.

#### b. Biaya Pakan



Pakan adalah pakan yang berkualitas dan mengandung unsur protein, mineral, karbohidrat, lemak, dan vitamin. Berdasarkan hasil penelitian waktu pemberian pakan ayam joper yang dilakukan oleh peternak rata-rata diberikan 2 kali sehari pada waktu pagi dan sore hari.

Biaya yang dikeluarkan setiap kali pembelian oleh peternak untuk pengadaan jumlah pakan dengan rata-rata 16 sak dalam satu periode pemeliharaan dengan jumlah bibit rata-rata 686 ekor sehingga didapatkan rata-rata biaya pakan sebesar Rp. 7.046.285. Biaya pakan juga sangat berpengaruh terhadap sebagian besar total produksi sebanyak 60-80% dari biaya produksi (Fitriza dkk., 2012).

c. Biaya sekam

Biaya sekam merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pembelian sekam yang bertujuan sebagai penghangat anak ayam, sekam juga digunakan di dalam pemeliharaan anak ayam ketika didalam kandang. Berdasarkan hasil penelitian biaya sekam yang dikeluarkan peternak dengan jumlah sekam rata-rata 25 karung sehingga didapatkan biaya sekam rata-rata sebesar Rp. 238.914 periode produksi.

d. Biaya Gas

Biaya gas merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pembelian gas sebagai bahan penghangat selain listrik. Berdasarkan hasil penelitian besarnya biaya gas yang dikeluarkan peternak dengan nilai sebesar Rp. 305.571 periode produksi.

e. Biaya Listrik

Pemeliharaan ayam joper memerlukan listrik sebagai sumber energi atau penerangan sekaligus penghangat sehingga ternak dapat terhindar dari serangan binatang buas dan dapat memudahkan bagi

peternak mengawasi ternaknya. Berdasarkan hasil penelitian besarnya biaya listrik yang dikeluarkan peternak rata-rata biaya sebesar Rp. 94.714 periode produksi.

f. Biaya Obat-obatan

Biaya obat-obatan yang dikeluarkan untuk pembelian obat yang bertujuan untuk menjaga kesehatan ternak dalam proses pemeliharaan. Berdasarkan hasil penelitian besarnya biaya obat-obatan yang dikeluarkan peternak dalam penelitian rata-rata sebesar Rp 138.429 periode produksi.

g. Biaya Vaksin

Biaya vaksin yang dikeluarkan oleh peternak dalam pembelian. Berdasarkan hasil penelitian besarnya biaya vaksin yang dikeluarkan peternak dalam penelitian ini rata-rata sebesar Rp. 103.200 periode produksi.

h. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan biaya yang dikeluarkan setiap periode usaha. Berdasarkan hasil penelitian biaya tenaga kerja yang dikeluarkan peternak rata-rata sebesar Rp. 887.143 periode produksi.

**Biaya Tetap**

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan secara periodik dan besarnya selalu konstan atau tetap, dan tidak berpengaruh oleh besar kecilnya volume usaha atau proses bisnis yang terjadi pada periode tersebut (Assegaf, 2019). Berdasarkan hasil penelitian pada usaha ayam joper di Kabupaten Lombok Timur peternak mengeluarkan biaya tetap rata-rata sebesar Rp.2.248.518 periode/produksi.

**Biaya Total**

Biaya total merupakan hasil penjumlahan biaya variabel dengan biaya tetap atau bisa disebut sebagai

biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh peternak untuk proses produksi. Jumlah biaya total yang dikeluarkan

oleh peternak di Kabupaten Lombok Timur dapat dilihat pada Tabel 11

Tabel 11. Rata-rata Total Biaya Dikeluarkan Peternak

No	Uraian	Rata-rata Biaya (Rp)
1	Biaya Tetap	2.248.518
2	Biaya Variabel	14.479.343
3	Total Biaya	16.727.861

Sumber. Data Primer diolah 2023

Berdasarkan data pada Tabel 11, total biaya yang dikeluarkan oleh peternak di Kabupaten Lombok Timur rata-rata sebesar Rp. 16.727.861, yang terdiri dari biaya tetap rata-rata sebesar Rp.2.248.518, dan biaya variabel rata-rata sebesar Rp.14.479.343 priode produksi. Besarnya biaya total yang didapatkan pada penelitian ini lebih besar dibandingkan dengan penelitian (Rasyid, 2014), yang biaya variabel dan biaya tetapnya rendah. Biaya variabel pada penelitian ini merupakan komponen biaya yang lebih besar dibandingkan dengan biaya tetap.

#### **Analisis Pendapatan dan Penerimaan Budidaya Ayam Joper**

**Analisis Pendapatan**  
Pendapatan bersih adalah hasil yang diperoleh dari pengurangan total pendapatan dengan total biaya. Pendapatan yang dihitung dalam penelitian ini adalah pendapatan bersih yang akan diterima oleh peternak.

Berdasarkan hasil penelitian hasil pendapatan peternak ayam joper di Kabupaten Lombok Timur dalam satu priode pemeliharaannya rata-rata sebesar Rp.4.326.824, sehingga dapat dibandingkan dengan penelitian (Yarbo dkk., 2020), pendapatan peternak sebesar Rp. 2.780.471. Hasil pendapatan pada penelitian ini lebih besar

dibandingkan hasil pendapatan penelitian (Yarbo dkk., 2020).

#### **Analisis Penerimaan**

Penerimaan adalah jumlah uang yang di peroleh dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh suatu usaha. Menurut pendapat (Sajari dkk., 2017), menyatakan bahwa penerimaan penghasilan dari penjualan barang atau produk yang dipasarkan oleh suatu usaha atau produsen.

Berdasarkan perhitungan hasil penerimaan yang diperoleh peternak hanya didapatkan dari penjualan produksi ayam joper saja sebesar Rp. 21.054.686. Hasil penelitian (Widiyanto dkk., 2019), hasil penerimaan diperoleh per produksi yaitu sebesar Rp. 9.749.038, oleh karna itu penerimaan yang diperoleh dalam penelitian ini lebih besar dibandingkan penelitian (Widiyanto dkk., 2019). Penerimaan ini tidak dihitung dari pupuk kandang atau telur ayam diperjual belikan oleh peternak.

#### **Analisi R/C Rasio Budidaya Ayam Joper**

Tingkat keuntungan suatu analisis usaha dapat dinyatakan melalui R/C rasio (*Return Cost Ratio*) atau dikenal sebagai perbandingan antara penerimaan dengan total biaya produksi. Nilai R/C rasio digunakan untuk

mengetahui perbandingan keuntungan terhadap biaya produksi.

Tabel 12. R/C Rasio Usaha Ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Penerimaan/ periode (Rp)	21.054.686
2	Total Biaya Produksi /periode (Rp)	16.727.861
3	R/C Rasio	1,26

Sumber. Data Primer diolah 2023

Berdasarkan data pada Tabel 12, nilai R/C rasio usaha ternak ayam joper diperoleh dari penerimaan dibagi dengan biaya produksi. Berdasarkan hasil penelitian Nilai R/C rasio didapatkan sebesar 1,26 artinya bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan usaha ayam joper menghasilkan penerimaan sebesar 25%. Sehingga dapat dibandingkan dengan hasil penelitian (Mustaqim, 2021) nilai R/C Rasio 1,14. Hasil penelitian ini R/C rasionya lebih tinggi dibandingkan hasil penelitian (Mustaqim, 2021), nilai rata-rata total biaya produksi dan rata-rata total penerimaan penelitian ini lebih besar dibandingkan hasil penelitian (Mustaqim, 2021). Sehingga hasil dari perhitungan R/C rasio pada usaha ternak ayam joper di Kabupaten Lombok Timur bisa dikatakan menguntungkan dan layak dilanjutkan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola pemasaran ayam joper di Kabupaten Lombok Timur yang paling efisien berturut-turut adalah saluran pertama peternak ke konsumen langsung.

2. Pendapatan kotor yang diterima oleh peternak dalam usaha ayam Joper di Kabupaten Lombok Timur rata-rata sebesar Rp. 21.054.686., dan pendapatan bersih yang per peternak rata-rata sebesar Rp. 4.326.824. Nilai R/C rasio usaha ayam joper di Kabupaten Lombok Timur sebesar 1,26 sehingga usaha ini layak dilanjutkan dan menguntungkan.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian disarankan yaitu, Saluran pemasaran ayam joper lebih di perluas lagi agar pendapatan meningkat sesuai yang diharapkan oleh peternak dengan cara melakukan penyuluhan terkait manajemen pemeliharaan dalam berwirausaha agar lebih efisien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, A. 2019. Pengaruh Biaya Tetap dan Biaya Variabel Terhadap Probabilitas Pecel Lele. *Jurnal Ekonomidan Industri*. 20 (1):1-5
- Alhuda, S. 2021. Strategi Pemasaran Ayam Kampung di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*. 2 (2). 177-200.
- Anas, S. Rohmadi, D. Fadwiwati, Y. A. 2020. Potensi Usaha dan

- Analisis Nilai Tambah Pemasaran Ayam Kampung di Gorontalo. *Jurnal Ilmu Pertanian*. 5 (1). 47.
- Badan Pusat Statistik. Kabupaten Lombok Timur Dalam Angka. 2018. Populasi Ayam Buras di Kabupaten Lombok Timur
- Daryono, S.B. Puspita, U.L. 2017. Pola Pewarisan Crest Ayam (Gallus gallus domesticus, Linnaeus 1758) Backcross Hasil Persilangan Ayam Mahkota dengan Ayam Kampung. *Jurnal Sain Veteriner*. 33 (2). 134-142.
- Fahreza, A. Edjeng S. dan Dwi S. 2019. Pengaruh Pemberian Kulit Singkong Dan Bakteri Asam Laktat Sebagai Aditif Pakan Terhadap Dopusisi Protein Daging Ayam Jawa Super. *Seminar Nasional Dalam Rangka Dies Natalis UNS ke 43 tahun 2019*. 3 (1) : 69-76
- Fitriza, T.Y. Haryad, T.F. dan Syahlani, P.S. 2012. Analisis Pendapatan dan Persepsi Peternak Plasma Terhadap Kontrak Perjanjian Pola Kemitraan Ayam Pedaging di Provinsi Lampung. 36 (1) : 57-6
- Kaleka, N. 2015. *Beternak Ayam JoperTanpa Bau*. Arcitra. Solo.
- Manggadai,M., Zaenuddin, R.A., Rustiawati,Y., 2021. Analisis Pendapatan Pemasaran Usaha Ternak Ayam Petelur UD. Unggas Karya Mandiri di Kecamatan Banggai. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Pertanian*. 1 (1):27-33.
- Mustaqim, B. 2021. Analisis Pendapatan Usaha Ternak Indukan Ayam Joper di Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul. *Skripsi*. Fakultas Agroindustri. Universitas Mercu Buana.
- Nurfitriani, Yusriadi, Arman. 2019. Analisis Pemasaran Lada (Piper Nigrum L) di Desa Sanglepongan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang. *Jurnal Ecosystem*. 19 (1) :39-44
- Perdana, Kurnia Chandra Agung. 2017. Inovasi Alat Pembuat Telur Asin Semi Otomatis untuk Meningkatkan Produksi Telur Asin di *UMKM*. *Karya Ilmiah*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Pracoyo, A. 2006. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. Jakarta : PT. Gramedia
- Primaditya, F. M. Hidanah, S. dan Soeharsono. 2015. Analisis Pendapatan dan Produktivitas Ayam Petelur Sitem “Closed House” dengan Penggunaan Mesin Pakan Otomatis dan Manual di Kuwik Farm, Kecamatan Badas Pare. *Jurnal Agroveteriner*. 3 (2) : 99-106
- Putri, R.A.C. 2018. Analisis Resiko Usaha Ternak Ayam Buras di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Jember
- Rasyaf, M. 2003. *Beternak Ayam Pedaging*. Penebar Swadya. Jakarta
- Sajari, I., Elfiana dan Martina. 2017. Analisis Kelayakan Usaha

- Kripik Pada Ud. Mawar di Gampong Batee Le Like Kecamatan Samalanga Kabupaten Biraeuen J. S. *Jurnal Pertanian*. 1 (2): 116-124
- Sirajuddin, S. 2017. *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan: Bandung
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sulaiman, I. 2018. Analisis Keuntungan dan Titik Impas Ternak Ayam Joperdan Ayam Broiler Di Desa Bangun Harjo Buay Madang Timur Oku Timur. Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Belitang. *Skripsi*
- Wiranata, Muhammad A. Sanyoto, J. I. Subagja, H. 2017. Analisis Profitabilitas Usaha Peternakan Ayam Joperdi Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmu Peternakan Terapan*. 1 (1) : 31-38.
- Widiyanto, A.E. Hadi, S. dan Pwitasari, S. 2019. Analisis Keuntungan dan Analisis Keuntungan Dan Strategi Pengembangan Usaha Ayam Buras Unggul Varietes Jowo Super (JOPER) di Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi*. 2 (15) : 355-364.
- Yulianti, D., Uchyani, R., Qonita, A. 2018. Analisis Margin Pemasaran Ayam Pedaging Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Agrista*. 6 (4): 11-19.