Analisis Pendapatan dan Prospek Pemasaran pada Wirausahawan Fried Chicken di Kota Kendari

Analysis of Income And Marketing Prospects of Fried Chicken Entrepreneurs in Kendari City

La Ode Arsad Sani*, Nuraini, La Ode Muh Munadi, Githaria Lumanto

Fakultas Peternakan, Jurusan Peternakan, Universitas Halu Oleo, Kota Kendari

Article history

Received: Jan 18, 2021;

Accepted: Dec 23, 2021

* Corresponding author:

E-mail:

lmunadi@gmail.com

DOI:

10.46549/jipvet.v11i3.176

Abstract

The best known broiler chicken meat product in urban communities is Kentucky Fried Chicken (KFC). Seeing the business opportunity, entrepreneurs in Kendari City tried to make fried chicken similar to KFC products by labeling Kendari Fried Chicken (Kendari-FC) at a relatively affordable price of Rp 8.000 per piece compared to the KFC price of Rp 15.000 per piece. This study aims to analyze the marketing prospects of Kendari-FC entrepreneurs in Kendari City. The location of the research was determined purposively with the respondents of the study being kendari-FC entrepreneurs in kendari city who were determined by census. The results showed that the income of Kendari-FC entrepreneurs in Kendari City averaged Rp 5.066.458 per month or Rp 168.882 per day with an average income of Rp 36.276 per head. Kendari-FC's marketing prospects have the potential to be developed especially in West Kendari District because the average revenue from sales of each tail is Rp 48.105.40 per head.

Keywords: Income; Kendari-FC; Marketing

Abstrak

Produk hasil olahan daging ayam broiler yang paling dikenal masyarakat perkotaan adalah *Kentucky Fried Chicken* (KFC). Melihat peluang bisnis tersebut wirausahawan di Kota Kendari berupaya membuat ayam goreng yang mirip produk KFC dengan memberi label Kendari *Fried Chicken* (Kendari-FC) dengan harga relatif terjangkau yaitu Rp 8.000 per potong dibandingkan harga KFC Rp 15.000 per potong. Penelitian ini bertujuan menganalisis prospek pemasaran wirausaha Kendari-FC di Kota Kendari. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposif* dengan responden penelitian adalah wirausahawan Kendari-FC di Kota Kendari yang ditentukan secara sensus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan wirausahawan Kendari-FC di Kota Kendari rata-rata Rp 5.066.458 per bulan atau Rp 168.882 per hari dengan pendapatan rata-rata Rp 36.276 per ekor. Prospek pemasaran Kendari-FC berpotensi dikembangkan terutama di Kecamatan Kendari Barat karena rata-rata pendapatan dari hasil penjualan setiap ekor sebesar Rp 48.105.40.

Kata kunci: Kendari-FC; Pemasaran; Pendapatan

PENDAHULUAN

Pembangunan peternakan berperan dalam penyediaan bahan pangan khususnya sumber protein asal hewani (Rahardjo, 2016). Sehingga, berperan dalam pemenuhan

kebutuhan gizi keluarga dan peningkatan kualitas sumberdaya manusia (Kusherawati et al., 2015). Bentuk produk hasil olahan daging ayam broiler yang paling dikenal masyarakat perkotaan adalah *Kentucky Fried Chicken*

(Subagja et al., 2018). Merupakan produk andalan restoran cepat saji yang banyak diminati masyarakat perkotaan (Said et al., 2017).

Animo masyarakat cukup besar terhadap ayam cepat saji KFC, hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang mengonsumsi produk KFC secara langsung dan tidak langsung di Kota Kendari. Melihat peluang bisnis tersebut wirausahawan lain di Kota Kendari berupaya membuat produk yang serupa dengan produk KFC yang diberi nama atau label Kendari *Fried Chicken* (Kendari-FC) dengan harga relatif terjangkau yaitu Rp 8.000 per potong dibandingkan dengan KFC Rp 15.000 per potong. Tren pengembangan usaha bisnis ayam cepat saji inilah yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan kajian serta menganalisis hasil olahan daging ayam broiler

yang paling dikenal masyarakat Kota Kendari Kajian dilakukan dengan menganalisis pendapatan dan prospek pemasaran pada wirausaha *Fried Chicken*.

MATERI DAN METODE

Penelitian pada bulan September-November 2020. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposif* yaitu Kecamatan Poasia, Kecamatan Baruga, Kecamatan Kadia, Kecamatan Mandonga dan Kecamatan Kendari Barat sedangkan responden penelitian adalah wirausahawan Kendari-FC di Kota Kendari yang ditentukan secara sensus. Selanjutnya hasil penelitian dianalisis menggunakan model yang dikembangkan oleh Soeharno (2009), yaitu harga satuan dikalikan dengan jumlah produk yang dijual.

$$TR = P \times Q \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

TR = Total penerimaan (*total revenue*)

Q = Jumlah (*quantity*)

P = Harga (*price*),

Data untuk mengetahui besarnya pendapatan wirausahawan Kendari-FC dianalisis menggunakan model :

$$\pi = TR - TC \dots \dots \dots (2)$$

Dimana:

π = Total pendapatan (Rp)

TR = Total penerimaan (Rp)

TC = Total biaya produksi (Rp).

HASIL DAN PEMBAHASAN

BIAYA PRODUKSI

Biaya produksi merupakan uang yang dikeluarkan pedagang untuk melakukan kegiatan usaha Kendari-FC. Menurut Soekartawi (2002), biaya dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variabel cost*). Rata-Rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang Kendari-FC dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan wirausahawan Kendari-FC pada 5 kecamatan di lokasi penelitian yaitu Rp 149.026.000 per bulan dengan rata-rata biaya setiap wirausahawan yakni Rp 7.667.840 per

bulan atau sebesar Rp 255.594.6 per hari. Pengeluaran terbesar dari usaha yang ddalah biaya pembelian ayam dibandingkan biaya produksi lainnya. Bila membandingkan wirausahawan dari 5 (lima) kecamatan maka rata-rata biaya produksi Kendari-FC yang paling tinggi adalah wirausahawan adalah Kecamatan Mandonga yaitu sebesar Rp 10.650.000 per bulan. Hal ini disebabkan jumlah wirausahawan hanya 2 orang sementara pembelian ayam potong setiap bulan sebanyak 540 ekor dengan rata-rata harga Rp 34.000 per ekor sehingga total harga yang dikeluarkan untuk pembelian ayam yaitu Rp 17.050.000 per bulan, biaya pembelian penyedap rasa yakni Rp 1.000.000 per bulan, upah tenaga kerja yaitu Rp 2.800.000 per bulan dan tagihan listrik sebesar Rp 210.000 per bulan.

Tabel 1. Rataan Biaya Produksi Wirausahawan Kendari-FC di Kota Kendari

Jenis biaya	Lokasi usaha (Rp per bulan)					
	KP	KB	KK	KM	KKB	Jumlah
Biaya variabel:						
Pembelian ayam	28.155.000	36.450.000	31.050.000	17.050.000	13.050.000	125.755.000
Pembelian penyedap rasa	3.500.000	3.700.000	2.500.000	1.000.000	1.500.000	12.200.000
Biaya tetap:						
Upah Tenaga kerja	400.000	1.500.000	1.650.000	2.800.000	1.000.000	7.350.000
Listrik	250.000	210.000	205.000	130.000	125.000	920.000
Retribusi	300.000	300.000	300.000	120.000	180.000	1.200.000
Penyusutan						
- Gerobak	226.000	275.000	250.000	150.000	150.000	1.051.000
- Peralatan	150.000	150.000	125.000	50.000	75.000	550.000
Jumlah	32.981.000	42.585.000	36.080.000	21.300.000	16.080.000	149.026.000
Rata-rata biaya setiap pedagang	6.596.200	8.517.000	7.216.000	10.650.000	5.360.000	7.667.840

Keterangan: KP=Kecamatan Poasia, KB=Kecamatan Baruga, KK=Kecamatan Kadia, KM=Kecamatan Mandonga dan KKB =Kecamatan Kendari Barat

Biaya terendah ditunjukkan pada Kecamatan Kendari Barat yakni sebesar Rp 16.080.000 per bulan dengan rata-rata Rp 5.360.000 per bulan. Hal ini disebabkan rendahnya jumlah ayam yang dibeli yaitu 9 ekor perhari atau 270 potong per bulan dengan rata-rata harga Rp 50.000 per ekor sehingga total harga yang dikeluarkan hanya Rp 13.050.000 per bulan, biaya tenaga kerja dengan jumlah 2 orang yakni Rp 1.000.000 per bulan dan biaya penyedap rasa sebesar Rp 1.500.000 per bulan.

Hasil penelitian Patriyanti, (2012) bahwa rata-rata harga ayam broiler di Kota Kendari terutama di pasar basa mall mandonga, pasar panjang dan pasar korem bervariasi yaitu antara Rp 25.000 – Rp 45.000 per ekor. Pembelian ayam yang bervariasi disebabkan karena adanya persaingan harga antar penjual. Pembelian ayam broiler dengan harga rata-rata Rp 25.000 per ekor dibeli pada umur 25 hari

menghasilkan bobot badan ayam yang dibeli relatif kecil dibandingkan dengan ayam yang dibeli dengan harga Rp 45.000 per ekor. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Kusherawati et al., (2015) bahwa besarnya biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen ditentukan oleh kondisi fisik dari proses produksi dan pengaruh gaya hidup barat yang tampaknya lebih bergengsi restoran cepat saji meningkat di negara-negara ASEAN, termasuk Indonesia.

PENERIMAAN WIRAUSAHA KENDARI-FC

Menurut Soekartawi, (2002) penerimaan adalah nilai hasil dari output atau produksi karena perusahaan telah menjual atau menyerahkan sejumlah barang atau jasa kepada pihak pembeli. Hasil penerimaan usaha Kendari-FC dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-Rata Penerimaan Setiap Wirausahawan Kendari-FC di Kota Kendari

Lokasi Penelitian (Kecamatan)	Rata-rata penjualan (Ekor per hari)	Rata-rata penjualan (Potong per ekor)	Rata-rata potong	Harga satuan (Rp/potong)	Jumlah penerimaan (Rp/hari)	Jumlah penerimaan (Rp/bulan)	Jumlah penerimaan (Rp/ekor)
Poasia	4	14	56	6.800	380.800	11.424.000	95.200
Baruga	5	13	65	7.000	455.000	13.650.000	91.000
Kadia	4	14	56	6.600	369.600	11.088.000	92.000
Mandonga	9	12	108	5.500	594.000	17.820.000	66.000
Kendari Barat	3	17	51	6.333	322.983	9.689.490	107.661
Jumlah	25	70	336	32.233	2.122.383	63.671.490	452.361
Rata-rata	5	14	67,2	6.447	424.476.6	12.734.298	90.452.2

Sumber: Analisis data diolah, 2020.

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa total penerimaan wirausahawan Kendari *Fried Chicken* (Kendari-FC) di lokasi penelitian sebesar Rp 63.671.490 per bulan dengan rata-rata Rp 12.734.298 per bulan per orang atau sebesar Rp 424.476 per hari dengan rata-rata jumlah penerimaan wirausahawan dalam 1 ekor adalah sebesar Rp 90.425.2. Penerimaan wirausahawan Kendari-FC diperoleh dari pembelian 1 ekor ayam dipotong menjadi 15 potong dijual dengan harga Rp 7.000 perpotong jadi diketahui penerimaan dalam 1 ekor ayam Rp 105.000.

Hasil penerimaan paling tinggi terlihat pada Kecamatan Mandonga dengan rata-rata Rp 17.820.000 per bulan atau sebesar Rp 594.000 per hari dengan penerimaan 1 ekor yaitu sebesar Rp 66.000. Besarnya penerimaan diperoleh dari rata-rata jumlah potongan ayam yang dijual perharinya sebanyak 108 potong dan tingginya jumlah produksi Kendari-FC yang dijual di Kecamatan Mandoga. Sedangkan hasil penerimaan yang terendah terlihat pada Kecamatan Kendari Barat dengan rata-rata penerimaan yaitu sebesar Rp 9.689.490 per bulan atau sebesar Rp 322.983 per hari dengan penerimaan 1 ekor yaitu sebesar Rp 107. 661. Hal ini disebabkan karena jumlah wirausahawan hanya 3 orang dan jumlah bahan baku yang relatif sedikit yaitu 2-3 ekor, sehingga Kendari-FC yang dijual relatif sedikit pula yakni 1.530 potong setiap bulan dengan harga per potong rata-rata Rp 6.333. Hal ini berbeda dengan penelitian Said et al., (2017) bahwa Penerimaan hasil penjualan berdasarkan persamaan $TR = P \times Q$, dimana P =Price (harga) dan Q =Quantity (jumlah) sebesar (Rp 25.000 x 500 bungkus = Rp 12.500.000) untuk produk

ayam goreng dan (Rp 4.500 x 150 bungkus = Rp 675.000), sehingga total penerimaan adalah Rp 13.175.000.

PENDAPATAN

Pendapatan merupakan faktor daya beli konsumen terhadap produk maupun jasa. Pendapatan merupakan indikator tingkat kesejahteraan (Dien et al., 2016). Makin tinggi pendapatan seseorang menunjukkan tingkat kesejahteraan makin tinggi dan begitupun sebaliknya. Pendapatan juga mempengaruhi pola konsumsi seseorang (Yuzaria & Fitrini, 2011). Sesuai dengan pendapat (Widuri et al., 2014) bahwa faktor utama yang menentukan konsumsi seorang konsumen akan barang dan jasa adalah tingkat pendapatan konsumen tersebut.

Pendapatan merupakan hasil bersih yang diperoleh setelah penerimaan dikurangi dengan biaya produksi yang dinyatakan dalam rupiah (Timmerman & Mandey, 2017). Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sejumlah uang yang diterima pedagang responden setelah total penerimaan dikurangi dengan total pengeluaran (biaya) dalam satu siklus panen. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh dipengaruhi oleh jumlah produksi dan total biaya yang digunakan selama proses produksi (Yola & Budianto, 2016). Pendapatan tersebut digunakan oleh peternak untuk melanjutkan usahanya dan juga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Wijayanthi & Rianasari, 2020). Total pendapatan wirausahawan Kendari- FC dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Total Pendapatan Usaha Wirausahawan Kendari-FC

Lokasi penelitian (Kecamatan)	Total penerimaan (Rp/bulan)	Total biaya (Rp/ bulan)	Pendapatan (Rp/bulan)	Pendapatan (Rp/ekor)
Poasia	11.424.000	6.596.200	4.827.800	40.232
Baruga	13.650.000	8.517.000	5.133.000	34.220
Kadia	11.088.000	7.216.000	3.872.000	32.266.60
Mandonga	17.820.000	10.650.000	7.170.000	26.555.50
Kendari Barat	9.689.490	5.360.000	4.329.490	48.105.40
Jumlah	63.671.490	38.339.200	25.332.290	181.379
Rata-rata	12.734.298	7.667.840	5.066.458	36.276

Sumber: Analisis data diolah, 2020.

Data pada [Tabel 3](#), bahwa total pendapatan wirausahawan Kendari-FC di lokasi penelitian adalah sebesar Rp 25.332.290 per bulan atau rata-rata Rp 5.066.458 per orang dengan pendapatan per hari rata-rata Rp 168.882 atau sebesar Rp 36.276 per ekor. Wirausahawan dari 5 kecamatan jika dibandingkan di lokasi penelitian maka pendapatan wirausahawan Kendari-FC yang paling banyak adalah wirausahawan di Kecamatan Mandonga dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp 7.170.000 per bulan atau Rp 238.100 per hari. Hal ini disebabkan tingginya volume penjualan Kendari-FC yaitu 270 ekor per bulan. Oleh karena itu, jumlah produk Kendari-FC yang dijual relatif banyak yakni rata-rata sebanyak 3.240 potong. Pendapatan dari penjualan 1 ekor ayam yaitu Rp 26.555.50, hal ini cenderung lebih rendah dibandingkan pendapatan penjualan 1 ekor di kecamatan lainnya. Hal ini dipengaruhi rendahnya harga jual ayam yakni Rp 5.500 per potong.

Rata-rata pendapatan setiap wirausahawan di Kecamatan Kadia relatif rendah yaitu rata-rata Rp 3.872.000 per bulan dengan pendapatan Rp 129.066.4 per hari atau sebesar Rp 32.266.60 per ekor. Hal ini disebabkan rendahnya volume penjualan Kendari-FC, sementara biaya yang dikeluarkan cukup tinggi, yakni sebesar Rp 7.216.000 per orang dengan rata-rata penerimaan hanya sebesar Rp 11.088.000. Hal ini sesuai dengan pendapat Yuzaria & Fitriani, (2011) mengungkapkan bahwa rata-rata pendapatan pertahun ayam goreng gerobak adalah sebesar Rp 33.674.746,- atau sekitar Rp 2.806.228,- perbulan atau Rp 92.259,- atau sekitar Rp 100.000/hari.

PROSPEK PEMASARAN

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan berdasarkan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Tu & H siao., 2012).

Hasil Penelitian menunjukkan menunjukkan bahwa bahwa ayam broiler yang dijual di Kendari-FC dibeli langsung dari produsen yang berada di pasar lokal Kota Kendari. Pada saat penjualan Kendari-FC, umumnya

pedagang yang menjual hasil produknya selalu memilih tempat-tempat yang strategis agar produknya terjual dengan cepat seperti didepan mall, persimpangan, depan ruko yang ramai dikunjungi masyarakat Kota Kendari. Bentuk Kendari-FC yang dijual oleh pedagang bervariasi ukurannya ada yang besar dan ada yang kecil dan harganya pun berbeda. Rasa Kendari-FC berbeda-beda pula ada yang gurih, renyah, enak dan asin.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa prospek pemasaran yang baik adalah berada di wilayah Kecamatan Kendari Barat. Hal ini disebabkan banyaknya jumlah potong yaitu rata-rata 17 potong per ekor dengan rata-rata harga Rp 6.333 per potong. Disamping itu tingginya pendapatan dalam penjualan 1 ekor ayam yaitu rata-rata Rp 48.105.40, selain itu Kecamatan Kendari Barat merupakan tempat strategis seperti Kendari Beach sehingga peluang usaha Kendari-FC berkembang lebih baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka disimpulkan bahwa: Wirausahawan Kendari-FC di Kota Kendari memperoleh rata-rata pendapatan Rp 5.066.458 per bulan atau Rp 168.882 per hari dengan pendapatan rata-rata Rp 36.276 per ekor. Prospek pemasaran Kendari-FC sangat berpotensi dikembangkan di Kecamatan Kendari Barat dengan rata-rata pendapatan dari setiap ekor ayam adalah sebesar Rp 48.105.40

DAFTAR PUSTAKA

- Dien, H. H. M., Oroh, S. G., & Soepeno, D. (2016). Pengaruh kualitas produk, tampilan fisik, dan mutu layanan terhadap loyalitas pelanggan di rumah makan ayam kuning lalapan jogja. *Jurnal berkala ilmiah efisiensi*, 16(2), 483–494.
- Kusherawati, I., Widiyanesti, S., & Siregar, K. R. (2015). The Influence of Store Layout and Interior Displays against a Purchase Decision (In KFC Fast Food Bandung, Indonesia). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 4(4), 1625–1629.
- Patrianti. 2012. Analisis pendapatan pedagang pengecer karkas broiler segar dan karkas

- broiler beku di Kota Kendari. skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Haluoleo. Kendari.
- Rahardjo, C. R. (2016). Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 32–43.
- Said, M. I., Abustam, E., Pakiding, W., & Hastang, . (2017). Analisis Keuntungan Usaha Produksi Ayam Goreng Presto pada Produk Celebes Organik Chicken (COC) (Studi Kasus Program IbIKK di Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin). *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 143-149. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.3.2.143-149>
- Soeharno. 2009. Teori Mikro Ekonomi. Edisi Ketiga. Jakarta
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Subagja, H., Pristiwaningsih, E. R., Sanyoto, J. I., & Prayitno, A. H. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Ayam Goreng (Studi Kasus Perusahaan X di Kabupaten Jember). *Jurnal Ilmu Peternakan Terapan*, 2(1), 19–26. <https://doi.org/10.25047/jipt.v2i1.1165>.
- Timmerman, V. A., & Mandey, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Texas Chicken Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1113–1122.
- Tu, Y.T., & . Hsiao., C. C. (2012). Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan. *Journal of Social and Development Sciences*, 3(1), 24–32. <https://doi.org/10.22610/jsds.v3i1.682>
- Widuri, B., Saleh, A., & Palupi, N. S. (2014). Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha pada Outlet Ayam Goreng Waralaba dan Mandiri. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 9(2), 179–194. <https://doi.org/10.29244/mikm.9.2.179-194>.
- Wijayanthi, I. A. T., & Rianasari, N. P. (2020). Keputusan Konsumen Memilih Ayam Goreng Tepung Siap Saji: Studi Kasus Pada Waralaba Produk Lokal Bali Jaya Fried Chicken. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (Rekomen)*, 3(2), 134–147. <https://doi.org/10.31002/rn.v3i2.2054>.
- Yola, M., & Budianto, D. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(1), 301–309. <https://doi.org/10.25077/josi.v12.n1.p301-309.2013>.
- Yuzaria, D., & Fitrini, F. (2011). Kontribusi Ekonomi Perempuan Penjual Ayam Goreng Gerobak di Beberapa Pasar Satelit di Kota Padang. *Jurnal Agripet*, 11(2), 16–21. <https://doi.org/10.17969/agripet.v11i2.369>.