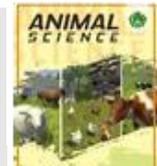




Available online

Journal Page is available to <http://animalsciencejournal.unisla.ac.id/index.php/asj/index>.

Profit Analysis of Broiler Chicken Traders in Karanggeneng District, Lamongan Regency

Analisis Keuntungan Pedagang Ayam Broiler di Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan

Ilham Khoirun Nafik¹, Mufid Dahlan^{2*}, Arif Aria Hertanto³

^{1,2,3} Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Islam Lamongan

Jl. Veteran No. 53 Lamongan

e-mail: arifhertanto354@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel:

Diterima 03 Januari 2020

Direvisi 20 Februari 2020

Diterima 28 Februari 2020

Online 01 Maret 2020

Kata kunci:

Pedagang Pengecer,

Ayam broiler,

Biaya,

Pendapatan,

Keuntungan

Keyword:

Retailers,

Broilers, Cost,

Revenue, Profits

APA style in citing this article:

I. K. Nafik, M. Dahlan and A. A. Hertanto, "Analisis Keuntungan Pedagang Ayam Broiler di Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan", *Animal Science*: Vol. 03 (02) 2020 Halaman 55 – 62.

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisis keuntungan pedagang pengecer ayam broiler, berapa tingkat keuntungan pedagang pengecer ayam broiler di pasar kecamatan karanggeneng kabupaten lamongan. Metode penelitian ini menggunakan metode sampling (total sampling). Data diperoleh dengan melakukan observasi dan interview langsung dengan para pedagang yang berperan dalam pemasarannya. Data kemudian dianalisis secara deskriptif, yaitu untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel maupun lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Data juga dianalisis secara kuantitatif yaitu penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan bertujuan untuk mengetahui keadaan kinerja jalur pemasaran beserta unsur yang terlibat, keuntungan setiap pedagang pengecer ayam broiler. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alur distribusi yang terbentuk terdapat yaitu I pola. secara umum pola tersebut terletak pada saluran pemasaran, untuk I pola didominasi pedagang pasar (pengecer). Unsur-unsur pemasaran yang terlibat diantaranya adalah pedagang Besar (pengepul)-Pedagang pasar (pengecer)-Konsumen. Pedagang membeli ayam broiler dengan jumlah rata-rata 76,13 Kg, kemudian ayam di jual kepada konsumen langsung/pasar dalam bentuk karkas dengan rata-rata sebesar Rp. 38.000-/Kg (menyesuaikan harga pasar). Pedagang pengecer ayam broiler di pasar se-Kecamatan Karanggeneng ada 31 pedagang yang terdapat di 5 pasar yaitu: Pasar Sonoadi, Pasar Karanggeneng, Pasar Sungelebak, Pasar Legi, dan Pasar Pon. Rincian rata-rata biaya, pendapatan, dan keuntungan semua pedagang pengecer se-Kecamatan Karanggeneng yaitu pasar Sonoadi biaya Rp 26.658 pendapatan Rp 1.357.500 keuntungan 428.500, pasar Karanggeneng biaya Rp 25.838 pendapatan Rp 2.857.000 keuntungan 884.602, pasar Sungelebak biaya Rp 28.376 pendapatan Rp 4.886.000 keuntungan 1.388.017, pasar Legi biaya Rp 25.587 pendapatan Rp 1.437.500 keuntungan 454.502, pasar Pon biaya Rp 25.838 pendapatan Rp 2.857.000 keuntungan 884.602. total pendapatan semua pasar adalah Rp 13.395.000 dan keuntungan adalah Rp 4.040.223 sebagai nilai margin total adalah Rp 4.040.223. Nilai Margin tersebut presentase terbesar adalah dari sisi pembelian ayam yaitu rata-rata Rp 22.891 (85,83%) dari total biaya tenaga kerja, bahan bakar kendaraan, penyusutan kendaraan, penyusutan peralatan, dan biaya lainnya. Nilai margin akan sangat di pengaruhi harga ayam hidup di tingkat bloker, jika harga ayam di tingkat bloker naik otomatis harga jual di pasar ikut naik, karena biaya terbesar adalah pembelian ayam itu sendiri, dan belum termasuk biaya lainnya.

ABSTRACT

This study was to determine how broiler chicken retailers' profit analysis is, what is the profit level of broiler chicken retailers in the Karanggeneng district market, Lamongan district. This research method using a sampling method (total sampling). Data obtained by conducting observations and direct interviews with traders who play a role in marketing. Data obtained by conducting observations and direct interviews with traders who play a role in marketing. The data then analyzed descriptively, namely, to determine the independent variable's value, either one or more variables, without making comparisons or linking them with other variables. Data is also analyzed quantitatively, namely research by obtaining numerical data or qualitative data, which is thought to aim to determine the state of the marketing channel's performance and the elements involved, the profit of each broiler chicken retailer. The results of this study indicate that the distribution channel formed is one pattern. In general, the pattern lies in the marketing channel. For I, the pattern is dominated by market traders (retailers). The marketing elements involved include wholesalers (collectors), -market traders (retailers) -consumers. Traders buy broiler chickens with an average amount of 76.13 kg, and then the chickens are sold to direct consumers/market in the form of carcasses with an average of Rp. 38,000- / Kg (according to market prices). There are 31 broiler chicken retailers in the markets in Karanggeneng District, which are located in 5 markets, namely: Sonoadi Market, Karanggeneng Market, Sungelebak Market, Legi Market, and Pon Market. Details of the average cost, income, and profit of all retailers in Karanggeneng District, namely the Sonoadi market, costs IDR 26,658, income IDR 1,357,500, 428,500 profits, Karanggeneng market costs IDR 25,838, IDR 2,857,000 profit 884,602, Sungelebak market costs IDR 28,376 income IDR 4,886,000 profit 1,388,017, Legi market costs IDR 25,587 income IDR 1,437,500 profit 454,502, Pon expense market IDR 25,838 income IDR 2,857,000 profit 884,602. The total revenue of all markets is IDR 13,395,000, and the profit is IDR 4,040,223, as the total margin value is IDR 4,040,223. The largest percentage of this Margin value is purchasing chicken, which is an average of Rp. 22,891 (85.83%) of the total cost of labor, vehicle fuel, vehicle depreciation, equipment depreciation, and other costs. The margin value will be greatly influenced by the price of live chickens at the blocker level. If chickens' price at the blocker level increases, the selling price in the market will automatically increase, because the highest cost is the purchase of chicken itself, and does not include other costs.

Animal Science with CC BY SA license.

1. Pendahuluan

Usaha peternakan unggas di Indonesia semakin berkembang, hal ini tercermin dari posisinya usaha yang handal, karena memberikan sumbangan terhadap peningkatan pendapatan, lapangan pekerjaan, pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat dan penopang sektor industri. Laju perkembangan usaha ayam broiler sejalan dengan pertumbuhan populasi penduduk, pergeseran gaya hidup, tingkat pendapatan, perkembangan situasi ekonomi politik, serta kondisi keamanan (Fadilah 2006). Usaha komersial ayam broiler tersebar di beberapa wilayah Indonesia. Daerah dengan populasi ayam broiler tersebar di Indonesia bagian barat yaitu Pulau Jawa dan Sumatra. Berdasarkan data Ditjen Peternakan (2011), populasi ayam broiler terbanyak terdapat di Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, Banten, dan Jawa Tengah. Menurut Fadilah (2006), Indonesia bagian barat menjadi daerah penyebaran ayam broiler komersial karena hampir semua perusahaan pembibitan ayam broiler komersial serta pasar terbesar masih didominasi oleh Indonesia bagian barat, khususnya Pulau Jawa.

Salah satu faktor pendukung berhasilnya suatu usaha peternakan ayam broiler tersebut adalah pemasaran yang dilaksanakan dengan baik. Menurut Gitosudarmo (2008) pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkan itu dapat diterima dan disenangi pasar. Pemasaran yang efisien adalah sampainya produk ke konsumen akhir menurut tempat, waktu, dan bentuk yang diinginkan konsumen dengan biaya serendah-rendahnya serta adanya pembagian yang adil dari harga yang dibayar ke konsumen akhir kepada semua pihak

yang terkait dalam kegiatan produksi dan pemasaran tersebut (Mubyarto,1992). Rendahnya harga yang diterima produsen dan tingginya harga di tingkat konsumen menunjukkan adanya *margin* pemasaran yang cukup tinggi. *Margin* pemasaran dapat digunakan untuk mengukur perbedaan harga yang diterima oleh produsen dan harga yang diterima di tingkat konsumen.

Pedagang pasar merupakan salah pola kemitraan yang berada di Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan. Dengan mayoritas terdapat banyak pedagang ayam *broiler* skala kecil, menengah. Berdasarkan hasil Pra-Penelitian yang telah dilakukan mulai tanggal 4 Januari–19 Januari 2019 di ketahui bahwa jumlah pedagang ayam *broiler* di Kecamatan Karanggeneng berjumlah 31 orang. Sehingga perlu dikaji lebih jauh tentang tata niaga pemasarannya.

2. Metode

Pada penelitian ini, alat-alat yang digunakan adalah seperangkat kuesioner dengan digambarkan pada pedagang pengecer ayam *broiler* di Kecamatan Karanggeneng dan materi dalam jenis pedagang pengecer ayam *broiler* di pasar Kecamatan Karanggeneng.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey. Metode sampling yang digunakan adalah *total sampling*. Alasan mengambil *total sampling* karena menurut Sugiyono (2011) jumlah populasi yang kurang dari 100, seluruh populasi dijadikan sampel. Jumlah sampel yang diambil adalah berdasarkan jumlah penjual ayam *broiler* yang ada di Kecamatan Karanggeneng, yaitu pasar Sonoadi sebanyak 2 pedagang, pasar Karanggeneng sebanyak 10 pedagang, pasar Sungelebak sebanyak 5 pedagang, pasar Legi sebanyak 4 pedagang, dan pasar Pon sebanyak 10 pedagang, sehingga total pedagang sebanyak 31 pedagang (Data primer diolah januari, 2019).

Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan langsung serta pengajuan kuisisioner kepada penjual ayam *broiler* yang telah ditentukan beserta unsur yang terlibat dalam pemasarannya. Variabel pengamatan dalam penelitian ini adalah jalur distribusi, dan berapa tingkat keuntungan pedagang pengecer ayam *broiler*.

Analisis data yang dilakukan mencakup analisa deskriptif untuk mengetahui keadaan kinerja jalur pemasaran beserta unsur yang terlibat, analisa kuantitatif untuk mengetahui *share* keuntungan setiap pedagang pengecer yang terlibat dalam pemasaran di setiap pasar Kecamatan Karanggeneng.

Analisis Keuntungan

Margin Tataniaga

$$M = Pr - Pf \dots\dots\dots 1)$$

Analisis margin tataniaga Prassojo (2012):

Keterangan :

M : Margin tataniaga

Pr : Harga di tingkat pengecer

3. Hasil dan Pembahasan

Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Karanggeneng merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Lamongan yang berada dibelahan tengah-tengah \pm 21 Km dari Ibu Kota Kabupaten Lamongan dengan ketinggian rata-rata +6.44 meter diatas permukaan laut dengan suhu Minimum 24 °C Maximum 27 °C, jumlah hujan terbanyak 308 mm, bentuk wilayah mendatar dengan batas dan luas wilayah sebagai berikut:

Batas Wilayah:

Sebelah Utara : Kecamatan Laren

Sebelah Timur : Kecamatan Kalitengah

Sebelah Selatan : Kecamatan Sukodadi

Sebelah Barat : Kecamatan Sekaran dan Kecamatan Maduran

Kecamatan Karanggeneng dengan luas wilayah 36,58 Km² terdiri dari 18 Desa, 35 Dusun, 62 RW dan 189 RT dengan jumlah total penduduk 50.641 jiwa. Kecamatan Karanggeneng merupakan sentra penjualan ayam *broiler*/ pedaging yang memiliki jumlah populasi total keseluruhan 31

pedagang pengecer ayam *broiler*. Berikut adalah tabel jumlah populasi pedagang yang ada di kecamatan Karanggeneng yang di dapat dari hasil Pra penelitian:

Tabel 1. Jumlah Populasi Pedagang Pengecer Yang Ada di Kecamatan Karanggeneng

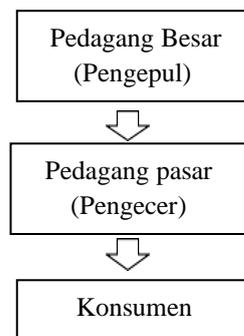
| No | Pasar | Jumlah Pedagang |
|--------------|--------------------|-----------------|
| 1 | Pasar Sonoadi | 2 |
| 2 | Pasar Karanggeneng | 10 |
| 3 | Pasar Sungelebak | 5 |
| 4 | Pasar Legi | 4 |
| 5 | Pasar Pon | 10 |
| Total | | 31 |

Sumber : Data Primer Diolah (Januari 2019)

Data pedagang pengecer secara detail dicantumkan pada lampiran 2.

Jalur Distribusi

Jalur distribusi adalah sebuah jalur proses pemasaran. Pemasaran ayam *broiler* tingkat pasar di Kecamatan Karanggeneng merupakan tanggung jawab dari pedagang itu sendiri, alur distribusi ayam *broiler* di Kecamatan Karanggeneng berdasarkan kriteria menghasilkan rantai saluran pemasaran yaitu terdiri dari pola 1 (Pedagang besar-Pedagang pasar- Konsumen). Untuk menelusuri biaya ditingkat konsumen sampai dengan konsumen.



Gambar 2. Alur Distribusi Pola 1

Unsur-Unsur Pemasaran

Di Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan setelah dilakukan penelitian diketahui ada 2 unsur pemasaran yang terlibat, diantaranya adalah : Pedagang besar (Pengepul), Pedagang Pasar (Pengecer), dan Konsumen/pembeli.

1. Pedagang Besar (Pengepul)

Pedagang besar (pengepul) adalah pedagang yang menjual ayam dalam bentuk berat hidup, pedagang ini memiliki tempat untuk menampung ayam *broiler* sementara sebelum dijual kepada pedagang kecil (Pemotong = karkas) maupun RPA. Sistem pembelian dan penjualannya dilakukan secara tunai. dan dijual kembali kepada RPA dan pedagang kecil atau pasar (Pemotong = karkas). Menurut Rahardi (2000) pedagang besar pengepul adalah pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari petani produsen, dan kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada pedagang lain.

2. Pedagang Pasar (Pengecer)

Pedagang pasar adalah pedagang yang membeli ayam dalam bentuk ayam hidup dari pedagang besar atau bakul. ayam dikelola sendiri atau dibantu oleh pekerja mulai dari penyembelihan sampai siap jual. kemudian dijual di pasar sudah dalam bentuk karkas yang berjumlah 31 pedagang. Pedagang membeli ayam dengan jumlah yang beragam yakni rata-rata 76,13 kg. ayam kemudian dijual kepada konsumen langsung/pasar dalam bentuk karkas dengan harga rata-rata sebesar Rp 38.000-/kg, Menurut Rahardi (2000) Pedagang pengecer yaitu pedagang yang menjual barang hasil pertanian ke konsumen dalam tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil. Selanjutnya penjelasan karakteristik lokasi pasar antara lain:

Pasar Sonoadi

Pasar Sonoadi terletak di Desa Sonoadi pasar tersebut merupakan pasar yang berada di dalam perkampungan bersebelahan dengan desa Guci dan dekat dengan jalan Raya, pasar ini memiliki pedagang ayam *broiler* sejumlah 2 orang yang juga berjualan di Pasar Legi, pasar sonoadi buka setiap hari kecuali hari Legi karena pedagang ayam *broiler* di pasar Sonoadi juga berjualan di Pasar Legi, untuk biaya, pendapatan, dan penjualan sama. Rincian biaya terbesar di pasar Sonoadi Rp 27.467, untuk pendapatan Rp 1.155.000 dan keuntungan Rp 526.000. Sedangkan total pendapatan semua pasar adalah Rp 2.712.500. Sehingga nilai margin total adalah Rp 857.001, nilai margin tersebut kesetaraan terbesar adalah dari sisi pembelian ayam yaitu antara Rp 45.000 (84,40%) dari total biaya Rp 53.317. Sehingga nilai margin akan sangat di pengaruhi harga ayam hidup di tingkat broiler.

Pasar Karanggeneng

Pasar Karanggeneng terletak di Desa Karanggeneng Pasar tersebut merupakan Pasar yang bersebelahan dengan Pasar Pon yang berada Desa Mertani, apa bila Pasar Pon buka, Pasar Karanggeneng tutup karena semua Pedagang ayam *broiler* berjualan di Pasar Pon, untuk biaya, pendapatan, dan penjualan sama. Rincian biaya terbesar di pasar Karanggeneng Rp 27.740, untuk pendapatan Rp 3.900.000 dan keuntungan Rp 1.216.000. Sedangkan total pendapatan semua pasar adalah Rp 28.570.000. Sehingga nilai margin total adalah Rp 8.846.016, nilai margin tersebut kesetaraan terbesar adalah dari sisi pembelian ayam yaitu antara Rp 222.400 (86,08%) dari total biaya Rp 258.376. Sehingga nilai margin akan sangat di pengaruhi harga ayam hidup di tingkat broiler.

Pasar Sungelebak

Pasar Sungelebak terletak di Desa Sungelebak Pasar tersebut merupakan Pasar yang berdekatan dengan Desa Kalanganyar dan Pucangkro. Pasar Sungelebak memiliki jumlah pedagang ayam *broiler* berjumlah 5 orang, Pasar Sungelebak buka setiap hari kecuali hari Wage. Rincian biaya terbesar di pasar Sungelebak Rp 30.480, untuk pendapatan Rp 12.000.000 dan keuntungan Rp 3.646.014. Sedangkan total pendapatan semua pasar adalah Rp 24.430.000. Sehingga nilai margin total adalah Rp 6.940.083, nilai margin tersebut kesetaraan terbesar adalah dari sisi pembelian ayam yaitu antara Rp 126.000 (88,81%) dari total biaya Rp 141.881. Sehingga nilai margin akan sangat di pengaruhi harga ayam hidup di tingkat broiler.

Pasar Legi

Pasar Legi terletak di Desa Kaligerman pasar tersebut merupakan pasar yang berdekatan dengan desa sonoadi, Pasar Legi memiliki jumlah pedagang ayam *broiler* 4 orang, dari 2 pedagang ayam *broiler* juga berjualan di Pasar Sonoadi, untuk biaya, pendapatan, dan penjualan sama. Pasar Legi buka hari Legi saja, apa bila Pasar Legi buka otomatis Pasar Sonoadi tutup. Rincian biaya terbesar di pasar Legi Rp 27.700, untuk pendapatan Rp 2.280.000 dan keuntungan Rp 760.008. Sedangkan total pendapatan semua pasar adalah Rp 5.750.000. Sehingga nilai margin total adalah Rp. 1.818.009, nilai margin tersebut kesetaraan terbesar adalah dari sisi pembelian ayam yaitu antara Rp 89.100 (83,78%) dari total biaya Rp 106.350. Sehingga nilai margin akan sangat di pengaruhi harga ayam hidup di tingkat broiler. tingkat broiler.

Pasar Pon

Pasar Pon terletak di Desa Mertani pasar tersebut merupakan pasar yang bersebelahan dengan Pasar Karanggeneng yang berada di Desa Karanggeneng, apa bila Pasar Karanggeneng buka, Pasar Pon tutup karena semua Pedagang ayam *broiler* berjualan di Pasar Karanggeneng, untuk biaya, pendapatan, dan penjualan sama. Rincian biaya terbesar di pasar Pon Rp 27.740, untuk pendapatan Rp 3.900.000 dan keuntungan Rp 1.216.000. Sedangkan total pendapatan semua pasar adalah Rp 28.570.000. Sehingga nilai margin total adalah Rp. 8.846.016, nilai margin tersebut kesetaraan terbesar adalah dari sisi pembelian ayam yaitu antara : Rp 222.400 (86,08%) dari total biaya Rp 258.376. Sehingga nilai margin akan sangat di pengaruhi harga ayam hidup di tingkat broiler.

Para pedagang pasar mengambil ayam langsung dari pedagang besar (pengepul). Peneliti mengambil data dari setiap pedagang ayam di pasar yang ada di Kecamatan Karanggeneng yaitu Pasar Sonoadi, Pasar Karanggeneng, Pasar Sungelebak, Pasar legi, dan Pasar Pon. Jumlah penjual ayam di setiap pasar berbeda-beda tergantung besar kecilnya pasar, dapat di lihat pada tabel:

Tabel. 3 Rata-rata Biaya, Pendapatan, dan Keuntungan pasar Se-kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan (Kg).

| No | Lokasi Pasar | Biaya (Rp/Kg) | Pendapatan (Rp/Kg) | Keuntungan (Rp/Kg) | Presentase (%) |
|------------------|--------------------|---------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1 | Pasar Sonoadi | 26.658 | 1.357.500 | 428.500 | 10,60 |
| 2 | Pasar Karanggeneng | 25.838 | 2.857.000 | 884.602 | 21,89 |
| 3 | Pasar Sungelebak | 28.376 | 4.886.000 | 1.388.017 | 34,35 |
| 4 | Pasar Legi | 25.587 | 1.437.500 | 454.502 | 11,25 |
| 5 | Pasar Pon | 25.838 | 2.857.000 | 884.602 | 21,89 |
| Total | | 132.297 | 13.395.000 | 4.040.223 | 100 |
| Rata-rata | | 26.459 | 2.679.000 | 808.045 | 20 |

Sumber : Data Primer Diolah (2019)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa biaya terbesar dan keuntungan terbesar ada di pasar Sungelebak yaitu sebesar Rp 28.376 untuk biaya sedangkan keuntungan Rp 1.388.017. Sedangkan total pendapatan semua pasar adalah Rp 13.395.000 dan keuntungan adalah Rp 4.040.223. Nilai Margin tersebut presentase terbesar adalah dari sisi pembelian ayam yaitu rata-rata Rp 22.891 (85,83%) dari total biaya tenaga kerja, bahan bakar kendaraan, penyusutan kendaraan, penyusutan peralatan, dan biaya lainnya.

Sebagai nilai margin akan sangat di pengaruhi harga ayam hidup di tingkat bloker, Kalau harga ayam di tingkat bloker naik otomatis harga jual di pasar ikut naik karena biaya terbesar adalah dari sisi pembelian ayam itu sendiri, belum termasuk biaya lainnya.

Keuntungan

Keuntungan yang diperoleh masing-masing Pasar adalah Rp 428.500 (31,57%) untuk Pasar Sonoadi, Rp 884.602 (30,96%) untuk Pasar Karanggeneng, Rp 1.388.017 (28,41%) untuk Pasar Sungelebak, Rp 454.502 (32%) untuk Pasar Legi, Rp 884.602 (30,96%) untuk Pasar Pon. dikarenakan pedagang pasar membeli *broiler* dari pedagang besar dengan harga Rp 21.100-27.000/Kg. Kemudian dijual kembali kepada konsumen pasar dengan harga Rp 36.000-40.000/Kg (menyesuaikan harga pasar) maka margin yang diterima pedagang berbeda-beda. Margin yang diterima pedagang pasar rata-rata sebesar Rp 5.461.425 (30,33%). Margin terbesar di Pasar Legi sebesar Rp 454.502 (32%) jadi semakin besar penjualan maka semakin besar keuntungannya.

Data Karakteristik Responden

Karakteristik digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan pendapatan, penjualan, pendidikan, dan umur. Hal tersebut diharapkan memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut. Berikut penjelasannya:

a. Tingkat Pendapatan dan Penjualan terkecil-terbesar

Berdasarkan pendapatan dan penjualan terbesar di semua pasar di Kecamatan Karanggeneng adalah 300Kg dan penjualan terkecil 20Kg. Sedangkan total pendapatan terbesar semua pasar adalah Rp. 12.000.000 dan pendapatan terkecil adalah Rp 740.000. Hal tersebut dikarenakan besar kecilnya pasar dan jumlah pelanggan karena tidak semua konsumen memandang dari harga tapi ada yang sudah menjadi pelanggan tetap atau pelanggan lama, dan sebagian ada yang lebih memilih pelayanan yang lebih baik dari pada harga lebih murah tapi pelayanan kurang.

b. Berdasarkan Pendidikan

Pedagang di kecamatan karanggeneng paling banyak adalah lulusan SD, di total SMP dan SMA/SMK. Rata-rata penduduk ini tidak relevan, karena kebanyakan usaha ayam adalah turun-temurun dari keluarga dan ada juga yang sudah punya konsumen tetap atau langganan.

c. Berdasarkan Usia

Untuk usia pedagang rata-rata di Kecamatan Karanggeneng paling banyak adalah umur 38-45 yaitu mencapai 11 pedagang (35,48%) dari seluruh pedagang yang ada di Kecamatan Karanggeneng. Hal ini dikarenakan rata-rata pedagang kebanyakan adalah usaha turun- menurun dari keluarga.

4. Kesimpulan

Terdapat 1 pola alur distribusi tata niaga ayam broiler di Kecamatan Karanggeneng, diantaranya yaitu pola structural 1 yaitu Pedagang Besar- Pedagang Pasar- Konsumen. Unsur pemasaran yang terlibat dalam tata niaga ayam broiler di Kecamatan Karanggeneng adalah Pedagang Besar- Pedagang Pasar- Konsumen. Pedagang pengecer ayam *broiler* di pasar se-Kecamatan Karanggeneng ada 31 pedagang yang terdapat di 5 pasar yaitu Pasar Sonoadi, Pasar Karanggeneng, Pasar Sungelebak, Pasar Legi, dan Pasar Pon. Pembagian keuntungan semua pedagang pengecer se-Kecamatan Karanggeneng yaitu Pasar Sonoadi Rp 428,500, Pasar Karanggeneng Rp 884,602, Pasar Sungelebak Rp 1,388,017, Pasar Legi Rp 454,502, Pasar Pon Rp 884,602. Rata-rata keuntungan semua pedagang pengecer se-Kecamatan Karanggeneng yaitu Pasar Sonoadi Rp 12,092, Pasar Karanggeneng Rp 11,662, Pasar Sungelebak Rp 10,824, Pasar Legi Rp 11,663, Pasar Pon Rp 11,662.

5. References

- Anonim. 2009. Pasar Tradisional. www.wikipedia.com/pasar-tradisional didownload pada tanggal 10 Desember 2009.
- Cahyono, B.T., 1994. *Manajemen Pemasaran, Analisis Agribisnis dan Industri*. STIE IPWI. Program Magister Manajemen.
- Ditjen PKH. 2011. *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2011*. Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Kementan RI.
- Dewanto, A.A .2005. *Perjanjian Kemitraan Dengan Pola Inti Plasma Pada Peternak Ayam Potong/Broiler*. Tesis. Pascasarjana Kenotariatan.Undip.Semarang.
- Fadilah, R. 2006. *Ayam Broiler Komersial*. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Gitosudarmo,indriyono. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Keempat. BPFE : Yogyakarta.
- Hanafiah,Saefudin .1986. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. Penerbit UI – Press.Jakarta.
- Kamaluddin .2008. Lembaga dan Saluran Pemasaran www.jurnalistik.co.id. diakses pada tanggal 20 Desember 2017.
- Kotler, P . 1995. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Penerbit Erlangga. Jakarta.Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT. Prenhalindo: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kesebelas , PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Indeks : Jakarta.
- Masri Singarimbun, (2006) "Metode dan Proses Penelitian" dalam Masri Singarimbun & Sofian Efendi, Metode Penelitian Survei, hlm 3. Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Mubyarto, 1992. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3S.
- Nova, K, Kurtini, T dan Riyanti, 2007. *Manajemen Usaha Ternak Unggas FakultasPertanian*. Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Prasjojo. 2012. *Tataniaga Pertanian, Saluran Tata niaga, Margin tata niaga, dan Pemasaran*.<http://shaylife.blogspot.com/2012/04/tataniaga-pertaniansaluran-tataniaga.html> diakses tanggal 25 januari 2019
- Rangkuti, Freddy. (2008) *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Rasyaf, M. 2001. *Beternak Ayam Pedaging*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rasyaf, M. 2002. *Manajemen Peternakan Ayam Broiler*. Penebar Swadaya.Jakarta.
- Sihombing, Luhut. 2011. *Tata Niaga Hasil Pertanian*. USU Press: Medan
- Sudiono, A.2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.

- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Suharno, B. 2002. *Kiat Sukses Berbisnis Ayam*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Stanton, W.J. dan Y. Lamarto. 1995. *Prinsip Pemasaran* Jilid I. Erlangga, Jakarta.