

**PERSEPSI PEDAGANG AYAM TERHADAP KEBERSIHAN
PASAR AYAM SEHAT
(STUDI KASUS PASAR TODDOPULI MAKASSAR)**

SKRIPSI

**NUR ADMARINA
I111 16 543**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**PERSEPSI PEDAGANG AYAM TERHADAP KEBERSIHAN
PASAR AYAM SEHAT
(STUDI KASUS PASAR TODDOPULI MAKASSAR)**

SKRIPSI

**NUR ADMARINA
I111 16 543**

**Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Peternakan pada Fakultas Peternakan
Universitas Hasanuddin**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

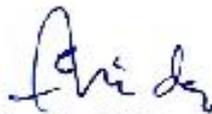
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Persepsi Pedagang Ayam Terhadap Kebersihan Pasar Ayam Sehat (Studi Kasus Pasar Toddopuli)

Nama : Nur Admarina

NIM : 1111 16 543

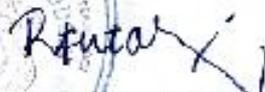
Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :



Dr. Ir. A. Amidah Amrawati, S. PT, M. SI, IPM Pembimbing Utama



Dr. Ir. Siti Nurlaelah, S. Pt, M. Si, IPM Pembimbing Pendamping



Dr. Agr. Ir. Renny Fatmyah Utamy, S. Pt, M. Agr., IPM
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 04 Agustus 2023

RINGKASAN

Nur Admarina. I111 16 543. Persepsi Pedagang Ayam Terhadap Kebersihan Pasar Ayam sehat (Studi kasus Pasar Toddopuli). Dibawah bimbingan **Amidah Amrawati** selaku pembimbing utama dan **Siti Nurlaelah** selaku pembimbing pendamping.

Pasar merupakan salah satu dari berbagai institusi, lembaga, prosedur, hubungan sosial, dan infrastruktur melalui bisnis menjual barang, jasa, dan tenaga kerja kepada orang-orang dengan imbalan uang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pedagang ayam dipasar tradisional terhadap adanya pasar ayam sehat. Penelitian ini dilakukan tanggal Juli 2023 hingga Agustus 2023 di Pasar Toddopuli, Jl. Toddopuli Raya, Kelurahan Toddopuli, Kecamatan Pannakukang, Kota Makassar. Pada penelitian ini, teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan menggambarkan dan menjabarkan bagaimana persepsi pedagang tradisional di Pasar Toddopuli dengan kejadian-kejadian dan fakta-fakta yang ada. Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi pedagang ayam broiler mengenai pasar ayam sehat adalah pedagang setuju bahwa adanya pasar ayam sehat telah memadai dan memenuhi syarat pasar sehat.

Kata Kunci : Persepsi, Pasar, Pedagang, Ayam Broiler

SUMMARY

Nur Admarina. I111 16 543. Perceptions of Chicken Traders on the Cleanliness of the Healthy Chicken Market (toddopuli market case study). Supervisor: **Amidah Amrawaty** dan Co-supervisor: **Siti Nurlaelah.**

The market is one of the various institutions, agencies, procedures, social relations and infrastructure through which business sells goods, services and labor to people in exchange for money. This study aims to determine the perceptions of chicken traders in traditional markets regarding the existence of a healthy chicken market. This research was conducted from July 2023 to August 2023 at Toddopuli Market, Jl. Toddopuli Raya, Toddopuli Village, Pannakukang District, Makassar City. In this study, the data analysis technique that the researcher used was a qualitative descriptive analysis technique, namely by describing and describing the perceptions of traditional traders in Toddopuli Market with events and facts. Based on the results of the above research, it can be concluded that the perception of broiler traders regarding the healthy chicken market is that traders agree that the existence of a healthy chicken market is adequate and fulfills the requirements for a healthy market.

Keywords: Perception, Market, Traders, Broiler Chickens

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa, yang telah melimpahkan seluruh rahmat sehingga penulis mampu menyelesaikan makalah usulan penelitian yang berjudul “**Persepsi Pedagang Ayam Pasar Toddopuli Terhadap Pasar Ayam Sehat**”. Penyusunan makalah usulan penelitian ini melibatkan banyak pihak yang turut membantu membimbing dan mensupport penulis, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih utamanya kepada:

1. Dr. Ir. A. Amidah Amrawati, S.Pt. M.Si, IPM selaku pembimbing utama dan Dr. Ir. Siti Nurlaelah, S.Pt. M.Si, IPM selaku pembimbing kedua pada proposal usulan penelitian yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan proposal ini.
2. Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si selaku Pembahas dan Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis sampai ke tahap ini.
3. Dr. Kasmiyati Kasim, S.Pt., M.Si selaku Pembahas yang memberikan masukan yang sangat membangun pada perbaikan proposal usulan penelitian ini.
4. Suami tercinta penulis yang selalu memberikan bantuan dan dukungan serta selalu mendoakan penulis sehingga makalah ini dapat terselesaikan.
5. Kedua orang tua yang memberikan bantuan dan dukungan bagi penulis sehingga makalah ini dapat terselesaikan.
6. Mertua yang juga selalu memberikan dukungan untuk penulis sehingga makalah ini dapat terselesaikan

7. Teman-teman angkatan 2016 yang juga selalu memberikan semangat, dukungan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah ini dengan baik.
8. Adik angkatan 2017 yang juga memberikan bantuan pada penulis sehingga makalah ini dapat terselesaikan.
9. Serta semua pihak yang turut membantu terselesaikannya makalah ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa gagasan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna kebaikan bersama. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi kami pada khususnya.

Makassar, 4 Agustus 2023

Nur Admarina

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1. Waktu dan tempat penelitian.....	16
3.2. Materi penelitian	16
3.3. Populasi dan Sampel penelitian	16
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	17
3.5. Jenis Dan Sumber Data.....	18
3.6. Variabel Penelitian.....	18
3.7. Analisis data.....	19
3.8. Konsep Operasional	20
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	21
4.1. Pasar Tradisional Toddopuli	21
BAB V KEADAAN UMUM RESPONDEN	23
5.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	23
5.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	24
5.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	25
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	27
6.1. Persepsi Pedagang Ayam <i>Broiler</i>	28
6.2. Kebersihan Pasar Ayam Sehat	30
6.3. Terbebas dari Vektor Penyakit.....	34
6.4. Tersedianya Tempat Pembuangan Sampah	35
6.5. Tersedianya Saluran Sanitasi Pembuangan Limbah	36
6.6. Tersedianya Air Bersih	38
6.7. Terdapat Pembagian Kios Berdasarkan Pedagang.....	39
6.8. Pencahayaan yang memadai	42
6.9. Tersedia Tempat Cuci Tangan	43

BAB VII.....	45
PENUTUP.....	45
7.1. Kesimpulan	45
7.2. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	50
DOKUMENTASI	51
BIODATA PENELITI	54

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1. Tabel 1. Variabel Penelitian	19
2. Tabel 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	23
3. Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
4. Tabel 4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	25
5. Tabel 5. Tanggapan Pedagang Ayam	27

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Gambar 1. Kerangka Pikir Pedagang Ayam Pasar Toddopuli	15
2. Gambar 2. Lokasi Pasar Toddopuli	21
3. Gambar 3. Kebersihan Lantai Pasar Toddopuli	31
4. Gambar 4. Kebersihan Meja Ayam Pasar Toddopuli	32
5. Gambar 5. Kebersihan Pemotongan Ayam Pasar Toddopuli	33
6. Gambar 6. Kondisi Bebas Dari Vektor Penyakit Pasar Toddopuli	34
7. Gambar 7. Tempat Pembuangan Sampah Pasar Toddopuli	35
8. Gambar 8. Saluran Drainase Limbah Pasar Toddopuli	37
9. Gambar 9. Sumber Air Bersih Pasar Toddopuli	38
10. Gambar 10. Pembagian Kategori Kios Pedagang Pasar Toddopuli	39
11. Gambar 11. Pembagian Kategori Kios Pedagang Pasar Toddopuli	40
12. Gambar 12. Pembagian Kategori Kios Pedagang Pasar Toddopuli	40
13. Gambar 13. Pembagian Kategori Kios Pedagang Pasar Toddopuli	41
14. Gambar 14. Pencahayaan Pasar Toddopuli	42
15. Gambar 15. Tersedianya Tempat Cuci Tangan Pasar Toddopuli	43

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
1. Daftar Hasil Kuisisioner Responden	50

BAB II

PENDAHULUAN

Pasar merupakan salah satu dari berbagai institusi, lembaga, prosedur, hubungan sosial, dan infrastruktur melalui bisnis menjual barang, jasa, dan tenaga kerja kepada orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah, seperti uang. Kegiatan ini merupakan bagian dari kegiatan ekonomi. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk bertukar barang. Persaingan sangat penting dalam pasar dan memisahkan pasar dari perdagangan. Pasar tradisional merupakan salah satu tempat penjualan yang sering kali menjadi pilihan untuk masyarakat dalam mencari kebutuhan sehari-hari. Ayam broiler juga dapat dengan mudah ditemukan di berbagai pasar. Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki menjadikan ayam broiler sebagai penghasil daging yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Penjualan ayam broiler di pasar pasar tradisional sama halnya dengan penjualan bahan-bahan pokok lainnya. Pasar tradisional merupakan tempat dimana para penjual dari berbagai daerah dan pedagang berbagai macam bahan pokok tersedia (Liur, 2020).

Pasar Tradisional adalah Pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta berupa tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar – menawar (Augria, 2014).

Pedagang merupakan orang yang menjual barang dengan sesuai harga dan kualitas tertentu, sebagai pekerjaannya sehari-hari. Dalam hal ini, perniagaan adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi. Pengertian pedagang secara etimologi ialah orang yang yang berdagang atau yang sering disebut saudagar. Pedagang merupakan seseorang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang atau produk yang tidak diproduksi sendiri untuk mendapatkan keuntungan (sujatmiko, 2014).

Persepsi secara umum adalah penglihatan atau seperti apa caraseseorang memandang suatu hal. Sedangkan persepsi secara khusus adalah pandangan seseorang, seperti apa ia memaknai dan menilai suatu hal. Sebagai proses seseorang mengolah dalam pemikirannya, menafsirkannya, menjalani, dan mengelola tanda-tanda atas setiap hal yang terjadi di lingkungan sekitarnya (Azhari, 2004)

Persepsi dapat dikatakan sebagai suatu pandangan seseorang terhadap suatu barang atau jasa didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut adalah pengaruh lingkungan, perbedaan individu dan proses psikologis. Faktor pengaruh lingkungan terdiri dari budaya, kelas social, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Lokasi dan sistem pasar dapat mempengaruhi persepsi masyarakat dalam penilaian suatu produk khususnya produk pangan segar seperti daging ayam. Penjualan daging ayam segar dipasar tradisional sudah sangat dikenal masyarakat. Berbagai tehknik marketing diupayakan untuk memenuhi minat konsumen. Salah satu program dalam penjualan daging ayam yang saat ini yaitu adanya program pasar ayam sehat yang dimana memberikan penawaran kepada konsumen bukan hanya daging ayam yang bersih

dan higienis juga kondisi, sarana dan prasarana yang nyaman saat proses pembelian dipasar. Saat ini belum diketahui bagaimana Persepsi pedagang di pasar tradisional mengenai adanya pasar ayam sehat ini. Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Pedagang Ayam Terhadap Kebersihan Pasar Ayam Sehat (Studi Kasus Pasar Toddopuli)”

I.1. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana persepsi pedagang ayam mengenai adanya pasar ayam sehat?

I.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pedagang ayam dipasar tradisional terhadap adanya pasar ayam sehat.

I.3. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang terkait dengan persepsi pedagang ayam broiler di pasar tradisional terhadap adanya pasar ayam sehat.
2. Sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai persepsi pedagang ayam broiler di pasar tradisional terhadap adanya pasar ayam sehat.
3. Sebagai bahan informasi mengenai persepsi pedagang ayam broiler di pasar tradisional terhadap adanya pasar ayam sehat.

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum Pasar

Pasar merupakan tempat bertransaksi antar penjual dan pembeli di mana tempat tersebut dapat terjadinya proses tawar menawar suatu barang. Pasar juga merupakan Salah satu tempat untuk berproses terjadinya transaksi dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan social dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja orang-orang dengan imbalan uang. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian yang merupakan pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Selain sistem pertukaran barang dan jasa, di pasar juga adanya terjadi penentuan harga sesuai dengan barang yang telah di tukarkan. Di pasar inilah antara para pembeli dan penjual saling tawar menawar untuk menentukan harga berbagai jenis barang (Nasution, 2012).

Pasar sendiri diklarifikasikan menjadi dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Sedangkan pasar modern adalah tidak banyak berbeda dengan pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanan yang di lakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang yang dijual, selain bahan makanan seperti buah, sayuran, daging dan sebagian besar

barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama serta bahan baku seperti bahan untuk kebutuhan sehari-hari (Mutmainnah, 2017).

Pasar tradisional diketahui bahwa pasar ini mengalami pertumbuhannya yang sangat minim diberbagai kota. Dikarenakan pasar tradisional pada umumnya perawatan pasar berkurang dan tidak maksimal membuat pasar semakin kotor akan banyaknya sampah para pedagang di pasar tersebut sehingga transaksi antar penjual dan pembeli pun ikut berkurang. Selain itu, Harga yang murah saja tidak menjadi jaminan bagi pasar tradisional untuk dapat kembali merebut pangsa pasarnya yang sudah hilang (Fure, 2013)

2.2. Tinjauan Umum Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi penjualan dan pembelian secara langsung. Seiring dengan perkembangan teknologi, tempat terjadinya transaksi jual beli tidak hanya dipasar tradisional melainkan juga terdapat jenis pasar lainnya seperti pasar modern dan pasar online. Pasar tradisional dan pasar modern rata-rata mempunyai spesifikasi barang dagangan yang hampir sama sehingga berpeluang mengakibatkan terjadi persaingan diantara dua pasar tersebut. Pasar tradisional mulai mengalami kemunduran sejak munculnya pasar-pasar modern akibat kurang nyamannya fasilitas pasar tradisional (Aprilia, 2017).

Pasar tradisional merupakan pasar yang sangat berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu seluruh pihak, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pemerintah pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena

didalam pasar tradisional terdapat banyak aktor yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya, baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul, dan sebagainya. Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia selain itu pasar tradisional merupakan sarana bagi produk lokal (Irawan dan Ketut, 2017).

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Klasifikasi pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar tradisional. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang dipasar tradisional seperti lama berdagang, modal bergadang, etika berdagang dan berbagai faktor lainnya. Pasar tradisional terdiri dari berbagai jenis pedagang dan barang yang didagangkan. Salah satu yang paling sering dijumpai dipasar tradisional yaitu pedagang daging ayam broiler (Isnaini, dkk., 2012).

2.3. Pasar Sehat

Pasar sehat adalah kondisi pasar yang bersih, aman, nyaman, dan sehat yang terwujud melalui kerjasama yang terkait dalam menyediakan bahan pangan yang aman dan bergizi bagi masyarakat, dan melalui persyaratan kesehatan, serta sarana dan prasarana penunjang dengan mengutamakan kemandirian komunitas pasar. Pasar sehat yang tidak terwujud dengan baik adalah masalah kesehatan lingkungan, dengan banyaknya masalah kesehatan pada pasar maka harus dilakukan sanitasi agar masalah kesehatan di pasar semakin berkurang (Menkes, 2020).

Kesehatan Lingkungan adalah upaya pencegahan penyakit dan atau

gangguan kesehatan dari faktor risiko lingkungan untuk mewujudkan kualitas lingkungan yang sehat baik dari aspek fisik, kimia, biologi, maupun sosial. Keadaan pasar yang sehat dipengaruhi oleh sanitasi pasar, perilaku hidup bersih serta keadaan sarana dan prasarana penunjang pasar, untuk lebih jelasnya sebagai berikut:

1. Sanitasi Pasar

Sanitasi adalah perilaku yang disengaja dalam pembudayaan hidup bersih dengan maksud mencegah manusia bersentuhan langsung dengan kotoran dan bahan buangan berbahaya lainnya dengan harapan usaha ini akan menjaga dan meningkatkan kesehatan manusia. Sanitasi pasar dapat mewujudkan pasar rakyat yang bersih, aman, nyaman, dan sehat untuk mendukung penyelenggaraan Kabupaten atau Kota sehat (Menkes, 2020).

Berikut ini adalah sarana sanitasi pada pasar tradisional :

- a. Tersedia air bersih dengan jumlah yang cukup setiap harinya.
- b. Kualitas air bersih yang tersedia harus memenuhi standar kesehatan.
- c. Udara disekitar pasar tradisional bersih atau tidak tercemar oleh bau sampah yang berserakan.
- d. Tanah tidak tercemari oleh sampah ataupun air limbah pasar.
- e. Sarana dan prasarana bangunan pasar bersih.
- f. Sarana dan prasarana penunjang pasar harus mencukupi dan bersih (fasilitas cuci tangan, toilet, air bersih, tempat pembuangan sampah sementara)
- g. Barang atau produk yang dijual memiliki kualitas yang baik.

Pelaksanaan sanitasi harus dilakukan dengan baik, baik itu dari pengelolaan sampah, limbah dan sebagainya harus sesuai dengan ketentuan peraturan

perundang-undangan kementerian kesehatan (Menkes, 2020).

2. Perilaku Hidup Bersih

Selain adanya sanitasi yang dilakukan harus ada kesadaran perilaku hidup bersih dan sehat pada setiap orang yang ada di pasar baik pengelola, pedagang maupun konsumen pasar, berikut ini adalah perilaku hidup bersih yang harus dilakukan :

- a. Bagi pedagang daging, ikan harus menggunakan alat pelindung diri (sepatu boot, sarung tangan, celemek, penutup rambut).
- b. Tidak membuang sampah disembarang tempat.
- c. Selalu mencuci tangan menggunakan sabun setelah melakukan aktivitas.
- d. Tidak membuang air liur di sembarang tempat.

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020), pembina Pasar Sehat paling sedikit terdiri dari unsur instansi di daerah yang tugas pokok dan fungsinya di bidang yaitu perdagangan, Kesehatan, Pertanian, Perikanan, Peternakan, Lingkungan hidup dan Kehutanan, Perumahan dan Pemukiman, Komunikasi dan Informatika, Perencanaan pembangunan daerah, Pengawasan obat dan Makanan.

2.4. Pedagang Ayam Broiler

Pedagang Ayam Broiler adalah salah satu andalan dalam sub sektor usaha yang bergerak dalam bidang peternakan di Indonesia. Pedagang Ayam Broiler mempunyai prospek yang sangat baik untuk dikembangkan, baik dalam skala peternakan besar maupun skala peternakan kecil (peternakan rakyat). Ayam Broiler merupakan salah satu jenis unggas yang memiliki peran penting karena daging yang dihasilkan menyediakan protein hewani, kotorannya digunakan sebagai pupuk

organik dan bulunya digunakan sebagai bahan industri (Arwita,2013). Selain dapat memenuhi sumber protein hewani, ayam Broiler juga digemari masyarakat karena harganya yang relatif terjangkau dan kualitas daging yang mudah untuk diolah menjadi berbagai olahan masakan.

Ayam Broiler adalah ayam yang diproduksi oleh peternakan teknis. Pada dasarnya ayam ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu broiler dan layer (Jamaluddin dkk, 2019). Ayam Broiler atau disebut juga dengan ayam pedaging merupakan ayam ras unggul yang dihasilkan dari hibridisasi ras ayam, dengan produktivitas yang tinggi terutama dalam produksi ayam kampung. Ayam broiler merupakan hasil perkawinan silang dan sistem berkelanjutan, sehingga kualitas genetiknya dapat dikatakan baik. Kualitas genetik yang baik paling baik ditunjukkan ketika ayam diberikan faktor lingkungan yang mendukung seperti pakan berkualitas tinggi, sistem pemeliharaan yang baik, dan perawatan medis serta pencegahan penyakit.

Peternakan ayam Broiler pada awalnya merupakan usaha sampingan dari peternakan ayam petelur. Seiring berjalannya waktu, industri peternakan Broiler kini sudah mapan. Peternakan ayam Broiler telah berperan nyata dalam pengembangan subsektor peternakan di Indonesia melalui kegiatan usahanya di bidang produksi ayam broiler, antara lain peternakan ayam pedaging (operasi peternakan) dan industri pengolahan ayam.

Saat ini usaha peternakan ayam Broiler berkembang pesat baik dari segi skala usaha maupun efisiensi. Banyak pelaku usaha yang terlibat dalam budidaya ayam pedaging baik dalam sistem stand alone maupun plasma. Pasalnya, selain permintaan ayam yang terus meningkat, perputaran modal yang sangat cepat juga

menjadi daya tarik tersendiri bagi para pedagang untuk menggeluti usaha peternakan ayam Broiler. Alasan lain adalah pasokan faktor produksi yang besar. Khusus untuk peternakan ayam Broiler dengan sistem plasma, tidak ada pembayaran langsung untuk faktor produksi seperti DOC, pakan, obat-obatan, vaksin dan vitamin. Faktor-faktor produksi ini tersedia selama produksi (yaitu 30-40 hari) dan hanya dapat dibayar setelah panen broiler (Aziz, 2009).

2.5. Pengertian Persepsi

Persepsi dapat diartikan sebagai proses perolehan, penafsiran, pemilihan, dan pengatur informasi indrawi tentang orang lain. Apa yang diperoleh, ditafsirkan, dipilih, dan diatur adalah informasi indrawi dari lingkungan sosial, serta yang menjadi fokusnya adalah orang lain (Sarwono dan Meinarno, 2009)

Persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Akan memberikan arti kepada stimulus, sehingga individu yang berbeda-beda akan memilih barang yang sama dengan cara yang berbeda. Individu dalam proses-proses persepsi akan memberikan penilaian terhadap suatu objek yang melibatkan aspek kognitif atau pengetahuan yang nantinya dapat mempengaruhi perilaku. Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor peniruan, pemilihan, konsep diri, situasi, kebutuhan dan emosi seseorang, sehingga dengan adanya perbedaan-perbedaan tersebut menyebabkan adanya tingkah laku dan penyesuaian diri yang berbeda antara individu yang satu dengan individu yang lain (Sangadji, 2013).

Persepsi sangat berperan penting di dalam suatu konsep penentuan posisi dikarenakan manusia mengintepretasikan suatu merk ataupun produk melalui presepsi mereka. Persepsi dapat dikatakan sebagai suatu aspek yang sangat penting

manusia terutama aspek psikologis yang dimana merespon suatu hal baru di sekitarnya. (Rhenald, 2007).

Persepsi konsumen merupakan salah satu proses yang perlu dilalui manusia dalam melakukan pemilihan, penyusunan, dan penafsiran suatu informasi yang berguna untuk mendapatkan suatu keputusan yang tepat. Dari penjelasan tersebut perlu diketahui bahwa manusia ketika ingin membeli sesuatu itu dipengaruhi oleh persepsi terhadap suatu produk atau merk yang mereka hadapi, sedangkan sesuatu yang dipersepsikan berbeda dari kenyataan yang ada. (Prastiwi, 2017)

Persepsi konsumen merupakan salah satu proses yang perlu dilalui manusia dalam melakukan pemilihan, penyusunan, dan penafsiran suatu informasi dan penilaian yang berguna untuk mendapatkan suatu keputusan yang tepat. Dari penjelasan tersebut perlu diketahui bahwa manusia ketika ingin membeli sesuatu itu dipengaruhi oleh persepsi terhadap suatu produk atau merk yang mereka hadapi, sedangkan sesuatu yang dipersepsikan berbeda dari kenyataan yang ada (Machfoedz dan Mahmud, 2005)

Persepsi pada intinya merupakan sesuatu interpretasi dari hasil panca indera dalam suatu objek walaupun hasilnya berbeda dan dalam keadaan sadar. Jadi persepsi pada dasarnya adalah pola respon seseorang tentang sesuatu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kesiapan, tujuan, kebutuhan, pengetahuan, pengalaman, dan faktor lingkungannya.

Terdapat beberapa hal indikator persepsi yang di perlukan agar persepsi dapat di sadari oleh individu menurut Walgito (2009) yaitu :

- a. Adanya objek yang di persiapkan.

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor stimulus dapat datang dari luar langsung mengenai alat indera (reseptor), dapat datang dari dalam yang langsung mengenai syaraf penerima (sensoris) yang bekerja sebagai reseptor.

- b. Alat indera atau reseptor

merupakan alat untuk menerima stimulus, disamping itu adapula syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Dan sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris.

- c. Adanya perhatian

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi terhadap sesuatu diperlukan adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu kesiapan dalam mengadakan persepsi. Tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi. Jadi indikator persepsi dapat di simpulkan dimana objek yang menimbulkan stimulus yaitu persepsi pedagang, kemudian mengenai alat indera berupa mata, telinga, hidung, kulit, mulut, akal, dan hati yang diterima oleh pedagang sehingga menimbulkan sebuah perhatian yang berpusat pada persepsi pedagang tersebut.

2.6. Proses Pembentukan Persepsi

Proses terjadinya persepsi dapat dimulai dari objek yang menimbulkan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau proses fisik. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini disebut dengan proses

fisiologis, kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar serta yang diraba. Proses yang terjadi dalam otak atau dalam pusat kesadaran inilah yang disebut dengan pusat psikologis. Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa taraf terakhir dari proses persepsi adalah individu menyadari tentang apa yang dilihat, didengar dan diraba. Yaitu stimulus yang diterima melalui alat indera. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi yang sebenarnya. Respon sebagai akibat persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk (Walgito, 2004).

Proses terbentuknya persepsi, terdapat tiga sikap yang menonjol dalam diri seseorang atau individu yang bersangkutan menurut Rahmat Hidayat (2014) yaitu:

1. Aspek kognisi, yaitu menyangkut pengharapan. Cara memperoleh atau cara berfikir dan pengalaman seseorang di masa lalu. Seseorang dalam mempersiapkan suatu objek akan dilatarbelakangi oleh adanya proses belajar seseorang untuk mendapatkan pandangan terhadap objek berdasarkan keinginan atau pengharapan.
2. Aspek afeksi, yaitu aspek yang menyangkut emosi dari individu. Seseorang dalam mempersiapkan suatu objek bisa melalui aspek afeksi yang berlandaskan pada individu tersebut, hal ini dapat muncul karena adanya pendidikan moral dan etika yang didapat sejak kecil maupun pendidikan formal. Pendidikan tentang etika dan moral ini yang akhirnya menjadi landasan individu dalam memandang atau melihat sesuatu yang terjadi di sekitarnya.

3. Aspek konasi, yaitu menyangkut sikap, perilaku, aktivitas atau tindakan seseorang terhadap objek. Individu dapat mempersiapkan sesuatu melalui aspek konasi yaitu pandangan individu terhadap sesuatu yang berhubungan dengan motif perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari.

Terdapat beberapa proses persepsi secara umum sehingga proses persepsi terbagi dalam 4 tahap menurut Schermerhorn (2004), yaitu :

1. Perhatian dan Seleksi

Pemilihan informasi secara selektif hanya memberikan kesempatan pada prosesi yang kecil dari seluruh informasi yang ada. Proses seleksi ini berasal dari proses terkontrol yaitu individu secara sadar memutuskan informasi mana yang akan di perhatikan mana yang akan di abaikan.

2. Organisasi

Pada tahap ini, seluruh informasi yang telah masuk seleksi pada tahap sebelumnya akan di organisasikan. Adapun cara untuk mengorganisasi informasi secara efisien adalah schema. Schema adalah kerangka kognitif yang menggambarkan pengetahuan yang diorganisasi dengan pemberian konsep atau stimulus yang dibangun melalui pengalaman.

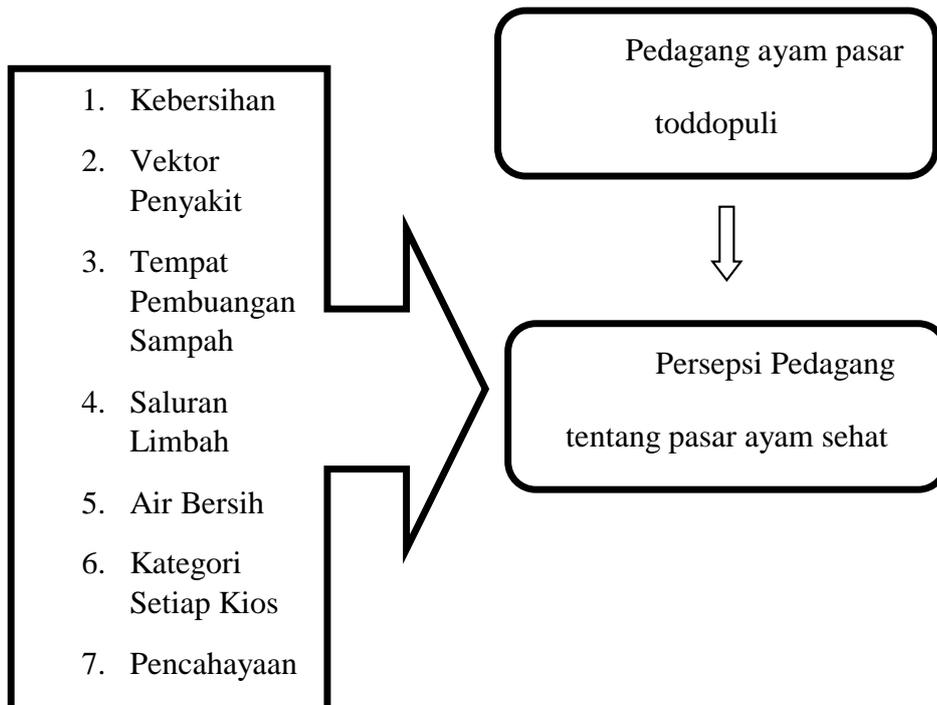
3. Interpretasi

Setelah perhatian digambarkan pada stimulus tertentu dan informasi telah di organisasi, maka individu akan mencoba memperoleh jawaban tentang makna dari informasi tersebut. Tahap ini sangat dipengaruhi oleh causal attribution, yaitu sebuah percobaan untuk menjelaskan mengapa sesuatu terjadi dengan seperti itu.

4. Pencarian Kembali

Informasi yang telah tersimpan dalam sebuah memori harus di cari kembali bila informasi tersebut digunakan. Individu akan lebih mudah mendapatkan kembali informasi yang telah tersimpan bila telah terskema dan terorganisir dengan baik.

2.7. Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 1. Kerangka Pikir Persepsi Pedagang Ayam Pasar Toddopuli Terhadap Pasar Ayam Sehat