

**ANALISIS PENJUALAN *CUTTING* AYAM BROILER
DI PASAR TERONG KOTA MAKASSAR (STUDI KASUS
AYAM POTONG HJ. SRI WATI)**

SKRIPSI

**PUTRIANA NURSYAM
I 011191126**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**ANALISIS PENJUALAN *CUTTING* AYAM BROILER
DI PASAR TERONG KOTA MAKASSAR (STUDI KASUS
AYAM POTONG HJ. SRI WATI)**

SKRIPSI

**PUTRIANA NURSYAM
I 011191126**

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

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putriana Nursyam

NIM : 1011191126

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: **Analisis Penjualan *Cutting* Ayam Broiler di Pasar Terong Kota Makassar (Studi Kasus Ayam Potong Hj. Sri Wati)** adalah asli.

Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini tidak asli atau plagiasi maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 09 Oktober 2023

Peneliti



Putriana Nursyam

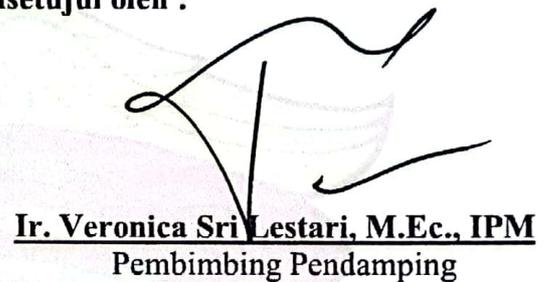
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Penjualan *Cutting* Ayam Broiler di Pasar Terong Kota Makassar
(Studi Kasus Ayam Potong Hj. Sri Wati)
Nama : Putriana Nursyam
NIM : 1011191126

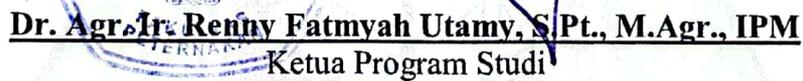
Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :



Dr. Ir. Aslina Asnawi, S.Pt., M.Si., IPM., ASEAN Eng
Pembimbing Utama



Ir. Veronica Sri Lestari, M.Ec., IPM
Pembimbing Pendamping



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

Tanggal Lulus : 11 Oktober 2023

RINGKASAN

Putriana Nursyam. I011191126. Analisis Penjualan *Cutting* Ayam Broiler di Pasar Terong Kota Makassar (Studi Kasus Ayam Potong Hj. Sri Wati). Pembimbing Utama: **Aslina Asnawi** dan Pembimbing Pendamping: **Veronica Sri Lestari**.

Ayam broiler merupakan jenis ayam ras yang khusus menghasilkan daging. Salah satu pedagang ayam broiler di Pasar Terong Kota Makassar bernama Hj. Sri Wati membagi ayamnya menjadi beberapa bagian yaitu sayap, paha bawah, hati, ampela, ceke, tulang punggung dan tulang kecil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan pedagang ayam broiler Hj. Sri Wati melakukan penjualan berdasarkan *cutting*, mengetahui volume penjualan pada masing-masing *cutting* ayam dan menganalisis trend penjualan pada masing-masing *cutting* ayam broiler selama 1 bulan. Lokasi penelitian di Ayam Potong Hj. Sri Wati yang dilaksanakan pada bulan Mei - Juni 2023. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan bantuan kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan penjualan *cutting* ayam karena banyaknya permintaan konsumen dan harga *cutting*, volume penjualan *cutting* ayam broiler selama 30 hari setelah dirata-ratakan yang tertinggi ada pada hari Sabtu dan Minggu sedangkan untuk hari kerja cenderung menurun. Rata-rata omzet tertinggi *cutting* ayam broiler ada pada hari Minggu yaitu Rp. 3.369.000 dan paling rendah pada hari Senin sebanyak Rp. 1.901.250. Trend penjualan *cutting* ayam broiler selama 30 hari meningkat pada hari Sabtu dan Minggu dan menurun apabila hari kerja. Jenis *cutting* ayam broiler yang paling banyak diperjualbelikan selama 30 hari yaitu bagian sayap.

Kata Kunci: Ayam Broiler, *Cutting*, Penjualan

SUMMARY

Putriana Nursyam. I011191126. Analysis of *Cutting* Broiler Chicken Sales at the Pasar Terong in Makassar City (Case Study of Hj. Sri Wati Sliced Chicken). Main Advisor: **Aslina Asnawi** and Accompanying Mentor: **Veronica Sri Lestari**.

Broiler chickens are a type of chicken breed that specifically produces meat. One of the broiler chicken traders at the Makassar City Pasar Terong is named Hj. Sri Wati divides her chicken into several parts, namely wings, lower thighs, liver, gizzard, feet, backbone and small bones. This research aims to determine the reasons why broiler chicken traders Hj. Sri Wati makes sales based on cutting, knowing the sales volume for each chicken cutting and analyzing the sales trend for each broiler chicken cutting for 1 month. The research location is Ayam Panggang Hj. Sri Wati which will be carried out in May - June 2023. This type of research is descriptive research. Data collection was carried out through interviews with the help of a questionnaire. The data analysis used is descriptive statistical analysis. The results of the research show that the reason for sales of cutting chickens is due to the large number of consumer requests and cutting prices, the volume of sales of broiler chicken cuttings for 30 days after being averaged is highest on Saturdays and Sundays, while on weekdays it tends to decrease. The highest average turnover for broiler chicken cutting is on Sunday, namely IDR. 3,369,000 and the lowest on Monday was IDR. 1,901,250. The sales trend for broiler cutting for 30 days increases on Saturdays and Sundays and decreases on weekdays. The type of broiler chicken cutting that is most widely traded during the 30 days is the wing.

Keywords: Broiler Chicken, *Cutting*, Sales

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah ta'ala yang masih memberikan limpahan rahmat sehingga penulis mampu menyelesaikan Makalah Hasil Penelitian yang berjudul “**Analisis Penjualan *Cutting* Ayam Broiler Di Pasar Terong Kota Makassar (Studi Kasus Ayam Potong Hj. Sri Wati)**”. Tak lupa pula kami haturkan salawat dan salam kepada junjungan baginda Nabi Muhammad sallallahu'alaihi wasallam, keluarga dan para sahabat, tabi'in dan tabiuttabi'in yang terdahulu, yang telah memimpin umat islam dari jalan kejahilian menuju jalan Addinnul islam yang penuh dengan cahaya kesempurnaan.

Limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terimakasih tiada tara kepada Ayahanda **Syamsuddin, S.H** dan Ibunda almarhumah **Nurdiah** yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang yang begitu tulus. Terima kasih juga buat Bunda **Sudarni** yang telah menjadi ibu sambung yang sangat baik, perhatian dan sifat penyayangnya kepada peneliti. Saudara kandung penulis yaitu kakak **Siti Hardiyanti Nursyam, Siti Hardiyana Nursyam** dan adik **Anugerah Nursyam** yang telah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis, serta senantiasa memanjatkan do'a dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis.

Makalah ini merupakan salah satu syarat untuk melakukan penelitian, dengan terselesaikannya makalah ini penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, penulis haturkan dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa., M. Sc**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin, Makassar.
2. Bapak **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si** selaku Dekan Fakultas Peternakan

Universitas Hasanuddin, **Wakil Dekan** dan seluruh **bapak/ibu Dosen pengajar** yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis, serta **bapak/ibu staf pegawai** Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin atas bantuannya yang diberikan.

3. Ibu **Dr. Ir. Aslina Asnawi, S. Pt, M. Si, IPM, ASEAN Eng** selaku pembimbing utama dan Ibu **Ir. Veronica Sri Lestari, M. Ec, IPM**, selalu pembimbing pendamping yang telah membagi ilmunya dan banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis, serta mengarahkan dan memberikan nasihat dan motivasi dalam penyusunan makalah ini.
4. Ibu **Dr. Ir. Nancy Lahay, MP** selaku Penasehat Akademik yang banyak meluangkan waktunya untuk memberikan motivasi, nasehat dan dukungan kepada penulis.
5. Ibu **Hj. Sri Karyawati** selaku pemilik bisnis *cutting* ayam broiler yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia untuk memberikan data yang sangat membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
6. Kepada sahabat-sahabat saya **Nur Halima, Nisda Toyang, Ismi Sukri, Ummul Khasanah, Anisa Raihan Fadhilah** dan **Nurul Annisa** terima kasih kebersamaannya selama 4 tahun terakhir ini serta selalu memberikan semangat dan memberikan saran-saran yang sangat membantu penulis selama penyelesaian studi.
7. Teman-teman seperjuangan **“Vastco 2019”** Fakultas Peternakan yang selalu mengingatkan dan mendukung penulis selama kuliah serta membantu dalam penyusunan makalah ini.

Dengan sangat rendah hati, penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga makalah ini dapat memberi manfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Robbal Aalamin. Akhir Qalam *Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*.

Makassar, Oktober 2023

Putriana Nursyam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Tinjauan Umum Ayam Broiler	6
2.2. Bagian-Bagian Ayam Broiler.....	8
2.3. Pengertian dan Jenis-Jenis Pasar.....	10
2.4. Penjualan.....	12
2.5. Penelitian Terdahulu	14
2.6. Kerangka Pikir Penelitian	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1. Waktu dan tempat penelitian.....	17
3.2. Jenis Penelitian.....	17
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	17
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	18
3.5. Analisis Data	18
3.6. Variabel Penelitian.....	18
3.7. Konsep Operasional	19
BAB IV KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	21
4.1. Letak dan Keadaan Geografis	21
4.2. Sejarah Singkat Ayam Potong Hj. Sri Wati.....	21

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
5.1. Alasan Penjualan <i>Cutting</i> Ayam Broiler.....	23
5.2. Volume Penjualan <i>Cutting</i> Ayam Broiler.....	25
5.3. Trend Penjualan <i>Cutting</i> Ayam Broiler	27
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	30
6.1. Kesimpulan	30
6.2. Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN.....	35
BIODATA PENELITI	45

DAFTAR TABEL

No.		Halaman
1.	Harga Karkas Ayam Broiler di Indonesia.....	1
2.	Populasi Ayam Broiler di Sulawesi Selatan	2
3.	Produksi Daging Ayam Broiler	6
4.	Penelitian Terdahulu	14
5.	Volume Penjualan <i>Cutting</i> Ayam Broiler.....	25
6.	Harga <i>Cutting</i> Ayam Broiler.....	27

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Bagan Kerangka Pikir	16
2. Lokasi Usaha Ayam Potong Hj. Sri Wati.....	20
3. Penjualan <i>Cutting</i> Ayam Broiler	28

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
1. Penjualan <i>Cutting</i> Ayam Broiler	35
2. Omzet <i>Cutting</i> Ayam Broiler	36
3. Hasil Perhitungan Analisis Statistik Deskriptif.....	37
4. Dokumentasi Responden.....	44
5. Kuesioner Penelitian.....	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu bagian dari sektor pertanian yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Peternakan menjadi sektor penyedia protein hewani yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan akibat kebutuhan masyarakat akan produk peternakan yang terus meningkat setiap tahunnya seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan gizi guna meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Salah satu produk hasil peternakan yang banyak dikonsumsi di Kota Makassar yaitu daging ayam broiler (Sangga, 2018).

Daging ayam broiler banyak dikonsumsi oleh masyarakat karena memiliki kandungan gizi protein hewani yang baik untuk pertumbuhan serta meningkatkan kecerdasan masyarakat. Selain itu, daging ayam broiler juga memiliki harga yang cukup terjangkau dan mudah untuk didapatkan, serta daging ayam broiler mudah diolah untuk berbagai olahan makanan. Adapun rata-rata harga karkas ayam ras/broiler per tahun di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Harga Karkas Ayam Broiler di Indonesia

Tahun	Harga Karkas Ayam Broiler (Rp/Kg)
2020	31.370
2021	32.000
2022	38.733

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022.

Tabel 1. diketahui bahwa rata-rata harga karkas ayam broiler pertahun di Indonesia terus mengalami peningkatan, yang tertinggi yaitu pada tahun 2022

dengan rata-rata harga Rp. 38.733 per kg. Wibowo, dkk (2020) menyatakan kebutuhan daging ayam setiap tahunnya mengalami peningkatan, karena harganya yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat dan pada musim hajatan atau hari besar keagamaan, kebutuhan daging ayam biasanya meningkat sekitar 10% - 20% dari kebutuhan normal serta apabila pasokan daging ayam kurang atau lebih rendah dari konsumsi maka akan terjadi kenaikan harga dan sebaliknya apabila pasokan daging ayam melebihi kebutuhan maka harga akan turun. Adapun populasi ayam broiler di Sulawesi Selatan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Populasi Ayam Broiler di Sulawesi Selatan

Tahun	Populasi Ayam Broiler (Ekor)
2020	78.951.056
2021	92.909.385
2022	111.360.814

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022.

Tabel 2. diketahui bahwa populasi ayam broiler di Sulawesi Selatan terus meningkat setiap tahun, yang terbanyak pada tahun 2022 dengan jumlah 111.360.814 ekor. Menurut Syafitri, dkk (2018) peningkatan populasi penduduk di mengakibatkan kebutuhan pangan meningkat, salah satunya kebutuhan konsumsi ayam. Oleh karena itu, industri peternakan ayam broiler di juga terus mengalami peningkatan.

Daging ayam broiler banyak diperjualbelikan di berbagai tempat di Kota Makassar seperti pada pasar tradisional ataupun pasar modern yang menjadi sebuah sarana untuk membantu masyarakat dalam melengkapi kebutuhannya. Kedua macam pasar tersebut tentunya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing dalam menawarkan daging ayam broiler, baik itu dalam hal harga ataupun pengemasannya. Achmad, dkk (2018) menyatakan karakteristik setiap

konsumen yang berbeda-beda yang membuat setiap pengambilan keputusan melakukan pembelian daging ayam broiler menjadi bervariasi pula. Ada yang membeli dipasar modern dan ada yang membeli di pasar tradisional, dimana konsumen menginginkan daging ayam broiler sesuai dengan yang disukai.

Keberadaan pasar modern tidak serta merta membuat semua masyarakat beralih memilih berbelanja di pasar modern. Di pasar tradisional umumnya memiliki harga yang lebih murah dibandingkan harga dipasar modern, serta di pasar tradisional sering terjadi tawar-menawar antar pembeli dan penjual. Bayu, dkk (2020) menyatakan pasar tradisional mempunyai banyak kekurangan dan kelemahan, seperti kumuh dan kotor, kemasan produk yang dijual kurang menarik. Namun masih banyak konsumen yang melakukan pembelian di pasar tradisional. Hal ini karena berbagai alasan seperti harga yang terjangkau, adanya proses tawar-menawar, keberagaman produk, area penjualan yang luas serta kondisi barang masih segar tanpa pendingin di lemari es.

Pasar Terong merupakan salah satu pasar tradisional yang besar ada di kota Makassar. Letak pasar Terong cukup strategis karena berlokasi di pusat perkotaan sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat baik kendaraan pribadi maupun kendaraan umum (Haryono, 2019). Pada Pasar Terong terdapat salah satu pedagang ayam bernama Hj. Sri Wati yang membagi ayamnya menjadi beberapa bagian yaitu sayap, paha bawah, hati, ampela, ceker, tulang punggung dan tulang kecil. Daging ayam yang diperjualbelikan berasal dari mitra dan konsumen yang dilayani adalah konsumen akhir yang datang langsung ke pasar untuk membeli. Untuk itu dilakukan penelitian ini dengan judul “Analisis Penjualan *Cutting* Ayam broiler di Pasar Terong Kota Makassar”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apa alasan pedagang ayam broiler Hj. Sri Wati di Pasar Terong Kota Makassar melakukan penjualan ayam broiler berdasarkan *cutting*?
2. Berapa volume penjualan pada masing-masing *cutting* ayam broiler pada pedagang Hj. Sri Wati di Pasar Terong Kota Makassar?
3. Bagaimana trend penjualan pada masing-masing *cutting* ayam broiler selama 1 bulan pada pedagang ayam broiler Hj. Sri Wati di Pasar Terong Kota Makassar?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui alasan pedagang ayam broiler Hj. Sri Wati di Pasar Terong Makassar melakukan penjualan berdasarkan *cutting* atau bagian-bagian ayam broiler.
2. Untuk mengetahui volume penjualan pada masing-masing *cutting* ayam broiler pada pedagang ayam broiler Hj. Sri Wati di Pasar Terong Kota Makassar.
3. Untuk menganalisis trend penjualan pada masing-masing *cutting* ayam broiler selama 1 bulan pada pedagang ayam broiler Hj. Sri Wati di Pasar Terong Kota Makassar.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk pengembangan, sebagai bahan referensi bagi pembaca yang ingin mengetahui penelitian mengenai penjualan *cutting* ayam broiler dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

-
2. Bagi penulis, sebagai tambahan wawasan mengenai penjualan *cutting* atau bagian-bagian ayam broiler.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum Ayam Broiler

Ayam broiler merupakan salah satu jenis ayam ras yang khusus menghasilkan daging. Jenis ayam ras ini mempunyai pertumbuhan yang cepat sehingga dalam waktu 4-5 minggu sudah dapat di panen. Daging yang dihasilkan empuk dan sangat disukai oleh masyarakat. Produk dari ayam ras ini mempunyai peranan penting sebagai sumber protein hewani yang harganya relatif murah. Ayam broiler membutuhkan pemeliharaan yang baik untuk dapat mencapai produksi yang optimal (Nuryati, 2019). Adapun produksi daging ayam broiler di Sulawesi Selatan dapat dilihat pada Tabel 3. berikut:

Tabel 3. Produksi Daging Ayam Broiler

Tahun	Produksi Daging Ayam Broiler (Ton)
2019	84.171,13
2020	87.053,01
2021	90.029,43

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021.

Tabel 3. diketahui bahwa produksi daging ayam broiler di Sulawesi Selatan terus meningkat setiap tahunnya, yang terbanyak yaitu pada tahun 2021 sebesar 90.029,43 Ton. Arman, dkk., (2022) menyatakan pada awal 1970-an produksi daging ayam ras hanya sebesar 15% dari kebutuhan nasional, sedangkan untuk tahun 2018 produksinya telah mencapai 3.565.495 ton atau 116,9% dari kebutuhan nasional sebesar 3.047.676 ton, dan pada tahun 2018 tingkat konsumsi

daging ayam ras sebesar 11,5 kg/kapita/tahun. Dari data tersebut dapat menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia pada umumnya lebih memilih daging ayam ras sebagai pemenuhan konsumsi protein harian dibandingkan dengan daging lainnya.

Ayam broiler paling ekonomis bila dibandingkan dengan ternak lain, produksi daging dalam waktu relative cepat dan singkat hingga siap dipasarkan. Hal ini tidak terlepas dari berbagai keunggulan yang dimiliki oleh ayam broiler, antara lain masa produksi yang relatif pendek yaitu kurang lebih 32-35 hari, harga yang relatif murah, permintaan semakin meningkat dan berbagai keunggulan lainnya dibandingkan unggas lainnya (Istiqamah, dkk., 2019).

Daging ayam menjadi salah satu bahan makanan yang bernilai gizi tinggi, karena mengandung protein dan asam amino esensial, lemak dari asam lemak esensial, vitamin dan mineral yang sangat baik untuk pertumbuhan manusia maupun perkembangbiakan mikroba. Ayam broiler mempunyai karakter ekonomis ditandai dengan pertumbuhan yang cepat menghasilkan daging yang mempunyai serat lunak, konversi pakan rendah dan siap dipotong pada umur yang relatif muda (Sangadji, dkk., 2019).

Daging ayam adalah salah satu sumber pangan protein hewani yang mudah ditemukan dimanapun dan memiliki harga yang relatif lebih murah. Daging ayam broiler mengandung gizi yang cukup tinggi berupa protein dan energi, serta mengandung lebih sedikit lemak dan kolesterol dibandingkan dengan daging sapi. Protein yang terkandung dalam 100 gram daging ayam broiler yaitu sebanyak 18,2 gram, lemak yang terkandung sebanyak 25 gram dan energi yang terkandung sebanyak 298 kkal (Ayu, dkk., 2020).

2.2. Bagian-Bagian Ayam broiler

Ayam broiler biasa dipasarkan dalam bentuk karkas. Karkas adalah bagian tubuh ayam setelah dilakukan penyembelihan secara halal, pengeluaran darah, pencabutan bulu dan pengeluaran jeroan, tanpa kepala, leher, dan kaki. Karkas ayam broiler biasa dipasarkan secara utuh maupun potongan. Umumnya potongan komersial karkas ayam broiler meliputi bagian sayap, dada, paha, dan punggung (Ulupi, dkk., 2018). Adapun beberapa bagian-bagian ayam sebagai berikut:

1. Paha

Paha ayam terdiri dari dua bagian yaitu paha atas dan paha bawah. Paha atas merupakan potongan karkas yang mengandung banyak daging sehingga perkembangannya dipengaruhi oleh kandungan protein pakan dan paha bawah merupakan salah satu potongan karkas ayam yang terdiri dari perdagingan dan pertulangan serta sebagai anggota gerak (Ramdani, dkk., 2016).

2. Sayap

Sayap adalah bagian potongan karkas yang terdiri atas pertulangan. Sayap lebih didominasi oleh tulang, dan deposisi lemak pada bagian sayap juga rendah. Sayap dipisahkan melalui potongan sendi-sendi tulang bahu (Yuliati, 2021).

3. Ceker

Ceker ayam (Shank) adalah suatu bagian dari tubuh ayam yang kurang diminati, yang terdiri atas komponen kulit, tulang, otot, dan kolagen sehingga perlu diberikan sentuhan teknologi untuk diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Selama ini ceker ayam baru dimanfaatkan secara

konvensional oleh masyarakat sebagai campuran sop dan krupuk cekeer ayam (Rahayu, dkk., 2018).

4. Hati

Hati ayam broiler merupakan byproduct dengan banyak manfaat sekaligus kekurangan sebagai salah satu produk pangan. Manfaat hati ayam di antaranya sebagai produk pangan masyarakat Indonesia, karena hati ayam mengandung zat gizi seperti lemak, energi, dan kolesterol. Hati ayam mengandung karbohidrat, protein, lemak, vitamin B kompleks, vitamin A, vitamin B12, asam folat dan mineral (Amertaningtyas, dkk., 2021).

5. Ampela

Ampela (gizzard) merupakan organ yang berperan penting untuk menghancurkan partikel-partikel makanan menjadi lebih kecil sehingga mudah untuk dicerna oleh ayam (Putri, 2021).

6. Dada

Dada merupakan komponen utama unggas dan merupakan bagian yang paling berat dibandingkan dengan paha, sayap ataupun punggung. Daging dada merupakan bagian yang empuk dan sedikit mengandung lemak, sehingga dalam industri pangan dada ayam banyak digemari masyarakat (Firnanta, 2020).

7. Punggung

Punggung ayam broiler adalah potongan karkas yang dipisahkan pada tulang pelvis, ujung scapula dan dorsal dan bagian posterior leher. Persentase bobot daging punggung akan bertambah dengan bertambahnya bobot badan dan bobot karkas (Prabowo, 2018).

2.3. Pengertian dan Jenis-Jenis Pasar

Pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa; baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Sedangkan syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar juga merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Dalam perkembangannya pasar diklasifikasikan atas dua bentuk, yaitu pasar tradisional dan pasar modern (Aliyah, 2017).

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar (Syarifuddin, 2018).

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umunya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain mall, supermarket, departemen store, shopping center, waralaba minimarket, swalayan, pasar serba

ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksi terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijk/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak (Martha dan Ika, 2019).

Pasar tradisional dan pasar modern merupakan sebuah sarana yang sama-sama berfungsi untuk membantu masyarakat dalam melengkapi kebutuhan rumah tangganya, akan tetapi keduanya memiliki perbedaan yang sangat jelas. Pertama, yaitu dalam segi pelayanan, penjual dan pembeli di pasar tradisional dapat melakukan interaksi seperti berbincang, saling bertanya kabar dan proses tawar menawar, sedangkan di pasar modern tidak dijumpai hal yang demikian karena pasar modern menggunakan konsep kepraktisan bagi pembeli, tanpa tawar menawar dan sebatas bertransaksi formal (Utiah, dkk., 2021).

Perbedaan tempat penjualan antara pasar modern dan tradisional memiliki dampak bahwa lokasi penjualan ayam ras pedaging ini mudah didapat oleh setiap golongan masyarakat. Walaupun sama-sama menjual daging ayam ras tetapi terdapat perbedaan dalam pola menawarkan daging ayam tersebut. Pedagang di pasar tradisional cenderung menjual daging ayam yang masih dalam bentuk curah dan melayani setiap ukuran pembelian yang diinginkan konsumen sedangkan di pasar modern, daging ayam yang dijual sudah dalam kemasan yang bervariasi ukuran serta beratnya (Arman, dkk., 2022).

Pasar modern terus menawarkan berbagai macam kelebihan diantaranya suasana belanja yang nyaman dan bersih, penataan barang yang menarik, serta

fasilitas lainnya yang lebih baik dibandingkan pasar tradisional. Namun, keberadaan pasar modern tidak serta merta menggeser keberadaan pasar tradisional khususnya dalam berbelanja daging ayam broiler karena dipasar tradisional pembeli dapat tawar menawar sehingga terjalin komunikasi antara penjual dan pembeli dengan baik, dan hal ini sulit ditemukan pada pasar modern (Achmad, dkk., 2018).

2.4. Penjualan

Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang akan didapatpun akan semakin maksimal. Untuk mencapai tujuan ini maka sangat diperlukan usaha-usaha agar konsumen mempunyai daya tarik dan sifat loyal dalam berbelanja disuatu unit usaha (Gsrizaldi dan Komalasari, 2016). Menurut Teruna dan Ardiansyah (2022) menjual adalah aktivitas kegiatan seseorang dalam menjual barangnya, baik berupa barang maupun jasa di pasar, guna mencapai tujuan yang diinginkan. Penjualan adalah transaksi mendapatkan keuntungan sebagai salah satu tujuan dan merupakan jantung dari bisnis.

Volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah). Istilah volume penjualan telah mengalami perubahan-perubahan selama beberapa tahun. Pada mulanya, para pengusaha menggunakan istilah tersebut untuk menunjukkan pengarahannya tenaga penjualan atau disebut juga manajemen penjualan, kemudian, istilah tersebut diartikan secara lebih luas lagi dengan penjualan dari seluruh kegiatan pemasaran, distribusi fisik, penetapan harga jual dan perencanaan produk tetapi

sekarang istilah itu sudah dibedakan dengan menunjukkan kegiatan pemasaran menjual produknya (Herman, 2016).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut Kotler (2000) yaitu:

1. Harga jual, merupakan faktor yang sangat penting mempengaruhi penjualan barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran,
2. Produk, salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.
3. Biaya promosi, merupakan aktivitas subah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang serta jasa yang ditawarkan.
4. Saluran distribusi, merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dana menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang diujinya. Saluran distribusi dapat diukur dari kemudahan mendapatkan produk, lokasi pembelian dan lokasi mudah dijangkau.

Suddin (2013) menyatakan ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan diantaranya adalah:

1. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
2. Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
3. Mengadakan analisa pasar.

4. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
5. Mengadakan pameran.
6. Mengadakan diskon dan potongan harga.

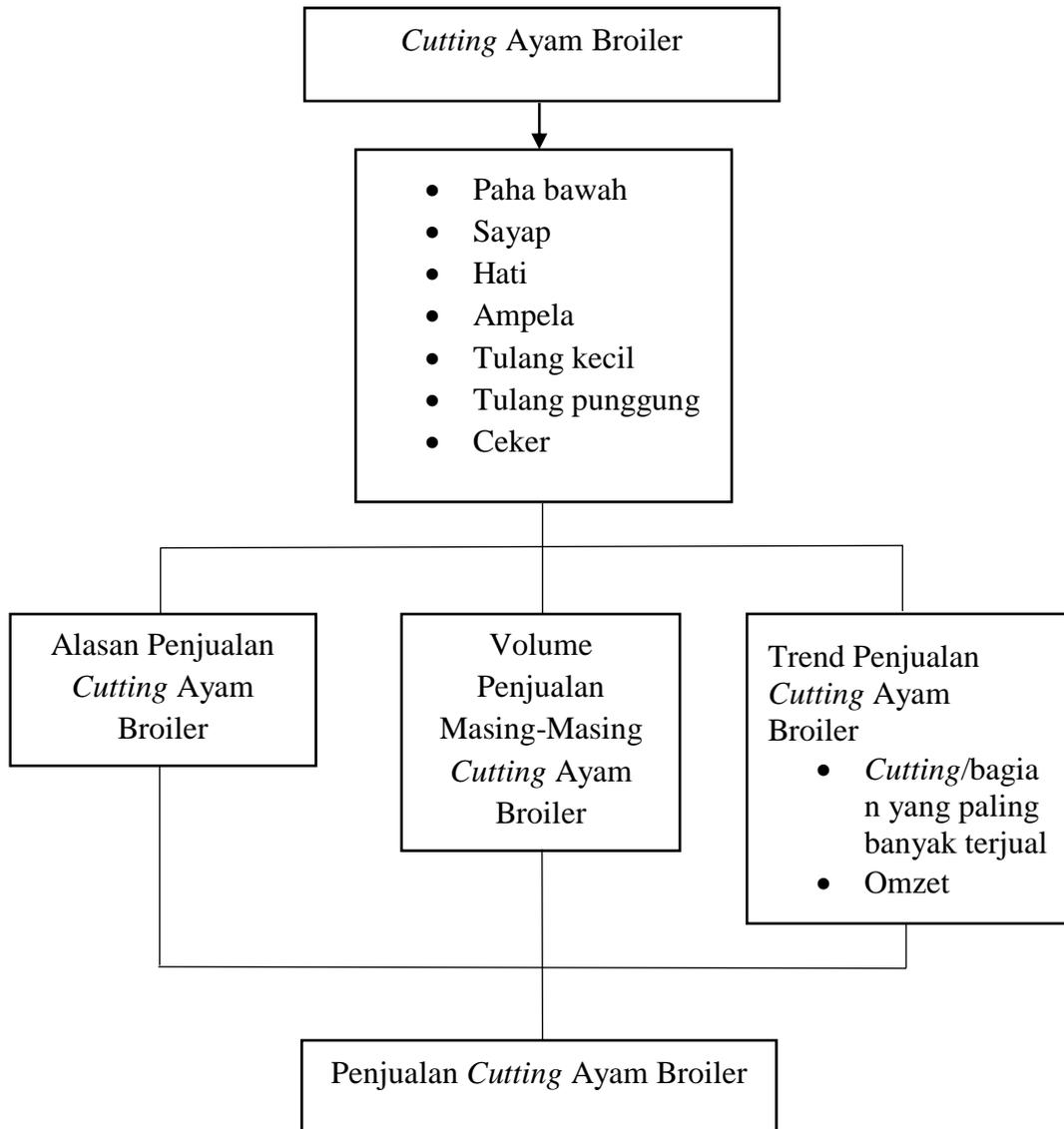
2.5. Penelitian Terdahulu

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Hasil Penelitian
Henni, 2019	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha pemasaran ayam ras pedaging di pasar Teluk Kuantan menguntungkan hal ini dilihat dari hasil analisis Revenue Cost Ratio, hasil analisis R/C >1 menunjukkan bahwa total penerimaan yang diperoleh lebih besar dari total biaya produksi yang dikeluarkan sehingga kegiatan usaha yang dilakukan oleh pedagang pengecer dalam memasarkan ayam ras pedaging mengalami keuntungan. Hasil penelitian pendugaan pada masing-masing variabel terhadap (karkas, jeroan, kepala, cefer dan brutu) memberikan pengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang pengecer. Kenaikan harga karkas dan jeroan mampu meningkatkan pendapatan pedagang pengecer, hal ini terbukti bahwa karkas dan jeroan merupakan bagian ayam yang mempunyai nilai tinggi dan merupakan bagian yang paling utama untuk dijual.</p>
Susanti, 2017	<p>Hasil penelitian menunjukan bahwa harga jual rata-rata Rp. 23.932 dengan kisaran harga antara Rp. 22.065,- sampai dengan Rp. 25.400, per kg. Berdasarkan uji t hitung 7,971 lebih besar t table 2,262. kesimpulan bahwa harga jual berpengaruh sebesar 78,9% terhadap volume penjualan ayam boiler di Pasar Tinambung dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini sebesar 22,1%.</p>

2.6. Kerangka Pikir Penelitian

Daging ayam broiler merupakan salah satu protein asal hewani yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat dengan harga yang terjangkau dan kemudahan dalam mendapatkannya. Penjualan *cutting* ayam broiler dilihat melalui volume penjualan berdasarkan bagian-bagian ayam broiler yang diperjualbelikan. Bagian-bagian ayam broiler yang diperjualbelikan terdapat 7 bagian yang banyak dicari oleh konsumen yaitu sayap, paha bawah, tulang punggung, hati, ampela, tulang kecil dan ceker. Berdasarkan hal tersebut maka ingin dilihat omzet yang didapatkan per hari dari hasil penjualan *cutting* ayam broiler, harga setiap bagian-bagian yang dijual, bagian ayam broiler yang paling banyak dibeli oleh konsumen dan alasan pedagang melakukan penjualan ayam broiler per *cutting*. Pemikiran tersebut dapat digambarkan kerangka pikir seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei – Juni 2023 yang berlokasi di Jl. Mentimun No. 42 Pasar Terong Kota Makassar tepatnya di Ayam Potong Hj. Sri Wati. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa letak pasar yang strategis dan Hj. Sri Wati menjual bagian-bagian ayam terbanyak yaitu 7 bagian dibandingkan pedagang ayam lainnya yang hanya menjual 1 atau 3 bagian saja.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan variabel penelitian mengenai penjualan *cutting* atau bagian-bagian ayam broiler pada Ayam Potong Hj. Sri Wati di Pasar Terong Kota Makassar.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif berupa data yang meliputi harga tiap bagian-bagian ayam broiler yang diperjualbelikan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung pada responden yakni Ibu Hj. Sri Wati di Pasar Terong Kota Makassar.