

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kegiatan bisnis dan perdagangan merupakan pilar utama dalam mendukung perekonomian suatu daerah. Di berbagai belahan dunia, sektor perdagangan memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan masyarakat, terutama dalam mendukung kebutuhan hidup sehari-hari. Pasar tradisional, sebagai pusat interaksi antara penjual dan pembeli, telah lama menjadi tempat di mana aktivitas ekonomi berlangsung, baik di daerah pedesaan maupun perkotaan. Di Indonesia, keberadaan pasar tradisional masih menjadi elemen penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat, terutama wilayah-wilayah yang masih menggantungkan perekonomiannya pada sektor agraris dan peternakan.

Sektor informal memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Sektor ini mencakup berbagai aktivitas ekonomi yang tidak sepenuhnya tercatat atau diatur oleh pemerintah, namun memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Sektor informal sering kali menjadi jaring pengaman ekonomi bagi kelompok masyarakat dengan akses terbatas ke sektor formal. Aktivitas di sektor ini bersifat fleksibel, mudah diakses, dan tidak memerlukan modal besar, sehingga mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar.

Dalam konteks perdagangan ternak, sektor informal berperan penting mekanisme distribusi dan pemasaran hasil peternakan. Perdagangan yang melibatkan banyak pelaku usaha dengan skala kecil hingga ah, sering kali berlangsung tanpa pengawasan formal yang ketat tetapi



tetap memberikan dampak ekonomi yang besar. Pedagang ternak umumnya bekerja secara mandiri atau dalam jaringan kecil, memanfaatkan pasar lokal sebagai pusat transaksi.

Di Kabupaten Jeneponto, perdagangan ternak sebagian besar termasuk dalam kategori informal. Meskipun pasar ternak seperti Pasar Hewan Tolo memiliki elemen formal, seperti jadwal operasional tetap dan pengakuan oleh pemerintah daerah, aktivitas perdagangan di dalamnya lebih didominasi oleh mekanisme informal. Harga ternak biasanya ditentukan melalui negosiasi langsung antara pedagang dan pembeli, tanpa adanya dokumen resmi seperti faktur atau laporan pajak. Sebagian besar pedagang adalah individu atau kelompok kecil tanpa badan hukum resmi, yang mengandalkan pengalaman pribadi dan jaringan lokal dalam menjalankan aktivitas mereka.

Kabupaten Jeneponto, yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, dikenal sebagai salah satu sentra peternakan di Indonesia. Sektor peternakan di Jeneponto tidak hanya memberikan kontribusi terhadap ketersediaan pangan tetapi juga menjadi sumber mata pencaharian utama bagi masyarakat setempat, khususnya mereka yang terlibat dalam perdagangan ternak. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), populasi ternak di Jeneponto menunjukkan tren peningkatan dalam empat tahun terakhir, seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1.1
Populasi Ternak di Kabupaten Jeneponto (2020 - 2023)

Jenis Ternak	2020	2021	2022	2023
Kuda	72.588 Ekor	74.000 Ekor	75.390 Ekor	76.850 Ekor
Sapi	27.972 Ekor	28.500 Ekor	28.905 Ekor	29.250 Ekor
Kerbau	3.084 Ekor	3.500 Ekor	3.860 Ekor	4.000 Ekor



Pasar Hewan Tolo di Kecamatan Kelara merupakan salah satu pusat perdagangan ternak di Jenepono. Pasar ini dikenal sebagai pasar hewan kuda terbesar di Indonesia, dengan volume perdagangan yang signifikan setiap minggunya. Pada tahun 2023, jumlah kuda yang diperdagangkan mencapai 900 ekor per bulan dengan total nilai transaksi hingga Rp 9 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa sektor peternakan, khususnya perdagangan ternak, menjadi salah satu pilar ekonomi lokal di Jenepono.

Penelitian terdahulu memberikan wawasan penting dalam mendukung penelitian ini. Hermawan (2020) menunjukkan bahwa infrastruktur pasar yang baik dapat meningkatkan pendapatan pedagang hingga 20%, terutama dengan memperbaiki aksesibilitas dan fasilitas pendukung di pasar. Rahman (2021) menemukan bahwa dukungan kebijakan pemerintah dalam bentuk subsidi atau pelatihan berdampak positif terhadap keberlanjutan usaha pedagang ternak. Studi lain oleh Arifin dan Setiawan (2019) mengungkapkan bahwa faktor pendidikan pedagang memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan mereka dalam mengelola usaha dan menentukan harga jual ternak yang kompetitif.

Oleh karena itu, **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Hewan Di Jenepono** menjadi sangat penting untuk memahami bagaimana berbagai elemen tersebut memengaruhi profitabilitas usaha perdagangan hewan ternak. Kajian ini akan membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif bagi para pedagang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperbaiki pendapatan mereka di tengah tantangan yang ada.



nusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, di atas, dapat dirumuskan permasalahannya ialah apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang hewan ternak di Jeneponto?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang di kemukakan, maka tujuan penelitian ialah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan pedagang hewan ternak di Jeneponto.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian yang diuraikan diatas, maka manfaat penelitian adalah:

1. Manfaat Teoritis

Di harapkan penelitian ini dapat bermanfaat serta memperkaya ragam penelitian dan mampu menambah pengetahuan dan wawasan khususnya bagi pengembangan ilmu pendidikan dan menjadi referensi sehingga dapat membandingkan teori-teori dengan kenyataan dilapangan khususnya tentang masalah Usaha Kecil dan Menengah.

2. Manfaat Praktis



Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi kepada pemerintah dan pihak yang berkepentingan dalam

mengambil kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan pendapatan masyarakat khususnya para pedagang hewan ternak.

3. Sebagai tambahan literature dan referensi serta menambah pengetahuan penulis serta pembaca mengenai Perekonomian Provinsi Sulawesi Selatan.
4. Mampu menambah wawasan dan literature serta informasi bagi mahasiswa/l Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang akan melakukan penelitian.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dapat digambarkan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisikan pendahuluan akan tesis dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang hewan di Jeneponto dengan Sub Bab: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan tinjauan teori dan konsep mengenai sektor informal, pasar, pendapatan dan tinjauan empiris penelitian terkait dengan Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang hewan di Jeneponto.

BAB III Kerangka Konseptual Dan Rumusan Hipotesis



berisi proses teoritis yang berkaitan dengan penelitian untuk
skan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian serta hubungan dua

atau lebih variabel yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang dapat di uji.

BAB IV: Metode Penelitian

Bab ini berisikan Metodologi Penelitian dengan Sub Bab: jenis penelitian, operasional dan pengukuran variabel Metode Penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, Metode pengumpulan, dan Teknis Analisa Data.

Bab V Hasil penelitian

Bab ini berisikan hasil penelitian dengan Sub Bab : Hasil anallisis deskripsi, Deskripsi Hasil Penelitian analisis faktor

Bab VI Kesimpulan dan saran

Bab ini berisikan Kesimpulan dan saran



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Konsep Sektor Informal

Konsepsi sektor informal mendapat sambutan yang sangat luas secara internasional dari para pakar ekonomi pembangunan, sehingga mendorong dikembangkannya penelitian pada beberapa negara berkembang termasuk Indonesia oleh berbagai lembaga penelitian pemerintah, swasta, swadaya masyarakat dan universitas. Hal tersebut terjadi akibat adanya pergeseran arah pembangunan ekonomi yang tidak hanya memfokuskan pada pertumbuhan ekonomi makro semata, akan tetapi lebih kearah pemerataan

itan (Swasono, dalam Purnama.D 2018) mengatakan bahwa adanya formal bukan sekedar karena kurangnya lapangan pekerjaan, apalagi ruang lapangan kerja yang terbuang dari sektor informal akan tetapi



sektor informal adalah sebagai pilar bagi keseluruhan ekonomi sektor informal yang terbukti tidak efisien. Hal ini dapat menunjukkan bahwa sektor informal telah banyak mensubsidi sektor formal, disamping sektor informal merupakan sektor yang efisien karena mampu menyediakan kehidupan murah.

Konsep mengenai sektor “formal” dan “informal” pertama kali diperkenalkan oleh Hart J.K lewat tulisannya yang berjudul *Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana* pada tahun 1971. Konsep ini kemudian dikembangkan dan diterapkan oleh International Labour Office (ILO) Hart 1973 (dalam Purnama.D 2018). Pengertian yang populer dari pekerjaan informal pada awalnya adalah sederhana, yakni suatu pekerjaan yang sangat mudah dimasuki, sejak skala tanpa melamar, tanpa ijin, tanpa kontrak, tanpa formalitas apapun, menggunakan sumberdaya lokal, baik sebagai buruh ataupun usaha milik sendiri yang dikelola dan dikerjakan sendiri, ukuran mikro, teknologi seadanya, hingga yang padat karya, teknologi adaptip, dengan modal lumayan dan bangunan secukupnya. Mereka tidak terorganisir, dan tak terlindungi hukum.

Istilah “sektor informal” muncul, ketika teori pembangunan mengalami krisis sebagai akibat dari berkembangnya kesadaran bahwa model pertumbuhan ekonomi tidak berhasil dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kemiskinan di negara-negara sedang berkembang (Bernabe dalam Purnama.D 2018).

Menurut pendapat Simanjuntak (dalam Deny Anggara Lugianto, 2015), ciri-ciri sektor informal di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan usaha tidak terorganisir secara baik, karena unit usaha timbul pa menggunakan fasilitas atau embagaan yang tersedia di sektor informal. da umumnya unit usaha tidak mempunyai ijin usaha.



4. Pola kegiatan usaha tidak teratur dengan baik dalam arti lokasi maupun jam kerja.
5. Pada umumnya kebijaksanaan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah tidak sampai ke sektor ini.
6. Unit usaha berganti-ganti dari suatu sub sektor ke sub sektor lain.
7. Teknologi yang dipergunakan tradisional.
8. Modal dan perputaran usaha relatif kecil, sehingga skala operasinya juga kecil.
9. Untuk menjalankan usaha tidak diperlukan pendidikan formal, sebagian besar hanya diperoleh dari pengalaman sambil bekerja.
10. Pada umumnya unit usaha termasuk "One Man Enterprise" dan walaupun pekerja biasanya dari keluarga sendiri.
11. Sumber dana modal usaha pada umumnya berasal dari tabungan sendiri, atau dari lembaga keuangan tidak resmi.
12. Hasil produksi atau jasa terutama dikonsumsi berpenghasilan menengah ke bawah.

2.1.2. Pengertian Pasar

Pasar merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Pasar dalam realitas bisnis sebagai mekanisme yang dapat mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Pasar merupakan tempat orang-orang berkumpul dengan tujuan untuk menukar kepemilikan barang atau jasa dengan uang.

Pasar juga dapat diartikan sebagai tempat orang berjual-beli juga berarti penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa. Sedangkan Menurut pendapat William J. Stanton, pasar



adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Dari definisi di atas terdapat tiga unsur penting didalam pasar yaitu: pertama, orang dengan segala keinginannya. Kedua, daya beli mereka. Ketiga, kemauan untuk membelanjakannya.

2.1.3 Fungsi Pasar

Terdapat lima fungsi utama pasar dan setiap fungsi mengandung pertanyaan yang harus dijawab oleh sistem ekonomi. Fungsi pasar tersebut adalah:

1. Pasar menentukan harga barang. Pada sistem ekonomi pasar, harga merupakan ukuran nilai barang. Jika suatu barang permintaannya meningkat, berarti masyarakat membutuhkan lebih banyak. Dalam jangka yang relatif singkat perusahaan tidak bisa menambah jumlah barang yang ditawarkan secara seketika. Akibatnya harga barang tersebut naik. Kenaikan harga suatu barang akan mendorong produsen memproduksi barang tersebut (jawaban masalah what).
2. Pasar dapat mengorganisasi produksi. Harga barang di pasar menjadi acuan perusahaan dalam menentukan metode produksi yang paling efisien (jawaban masalah how).
3. Pasar mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (jawaban masalah for whom). Pasar melakukan penjatahan. Konsumsi saat ini dibatasi oleh jumlah barang dan jasa yang dapat dihasilkan saat ini.
4. Pasar menyediakan barang dan jasa untuk masa yang akan datang. Tabung simpanan dan investasi yang terjadi di pasar merupakan 19 usaha untuk memelihara sistem dan memberikan kemajuan aktivitas ekonomi.



Macam-Macam Pasar

Pada dasarnya pasar itu ada dua macam yaitu pasar input dan pasar output (Sa'dyah, 2009). Pasar output adalah pasar yang memperjual belikan barang dan jasa yang merupakan output (hasil) dari kegiatan produksi. Pasar output terbagi menjadi dua macam struktur, yakni pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna.

1. **Pasar Persaingan Sempurna** Pasar yang memiliki sangat banyak pembeli dan penjual sehingga secara perseorangan tidak mampu mempengaruhi harga pasar. Pasar ini memiliki ciri-ciri: Jumlah pembeli dan penjual sangat banyak; Barang dan jasa yang diperjualbelikan homogen; Pembeli dan penjual tahu keadaan pasar dengan sempurna; Pembeli dan penjual bebas keluar masuk pasar; Faktor-faktor produksi bebas bergerak; Perseorangan tidak mampu mempengaruhi harga pasar. Pembentukan harga pada pasar persaingan sempurna ditentukan oleh kekuatan yang menarik antara permintaan dan penawaran di pasar. Harga yang terbentuk benar-benar mencerminkan keinginan pembeli dan penjual secara keseluruhan.
2. **Pasar Persaingan Tidak Sempurna** Merupakan pasar yang terjadi bila satu atau beberapa ciri-ciri pasar persaingan sempurna tidak terpenuhi. Atau pasar persaingan sempurna yang tidak lengkap ciri-cirinya. Bentuk-bentuk pasar persaingan tidak sempurna: Pasar monopoli, pasar oligopoli, pasar persaingan monopolistik, pasar monopsoni dan pasar oligopsoni.

Disamping itu, Hentiani (2011) membagi jenis-jenis pasar sebagai berikut:

1. **Jenis Pasar Menurut Jenis Barang** Jenis-jenis pasar menurut jenis barangnya, yaitu beberapa pasar yang hanya menjual satu jenis barang



ntu, misalnya:

↳ Pasar Hewan

↳ Pasar Sayur

3) Pasar Ikan dan Daging

4) Pasar Loak

5) Pasar Seni

2. Jenis Pasar Menurut Bentuk Kegiatannya.

Menurut bentuk kegiatannya, pasar dibagi menjadi 2 yaitu pasar Nyata ataupun pasar Abstrak.

- a. Pasar Nyata adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjualbelikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contoh: pasar tradisional dan pasar swalayan.
- b. Pasar Abstrak adalah pasar dimana para pedagangnya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangannya saja. Contoh: pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

3. Pasar Menurut Waktu

- a. Pasar Harian Pasar harian adalah tempat pasar dimana pertemuan antara pembeli dan penjual yang dapat dilakukan setiap hari. Pada pasar ini biasanya yang diperdagangkan barang-barang kebutuhan konsumsi, kebutuhan produksi, kebutuhan bahan bahan mentah dan kebutuhan jasa.
 - b. Pasar Mingguan Pasar mingguan adalah pasar dengan proses jual beli dilakukan setiap seminggu sekali. Biasanya pasar seperti ini terdapat di daerah yang masih jarang penduduk, seperti di pedesaan.
 - c. Pasar Bulanan Pasar bulanan adalah pasar yang diselenggarakan sebulan sekali, terdapat di daerah tertentu. Biasanya pembeli di pasar ini membeli barang tertentu yang kemudian akan dijual kembali, seperti pasar hewan.
- pasar Tahunan Pasar tahunan adalah pasar yang dilakukan setiap satu tahun sekali. Biasanya bersifat nasional dan diperuntukkan bagi



promosi terhadap suatu produk/barang baru. Misalnya, Pekan Raya Jakarta, Pameran Pembangunan, Pasar malam menjelang Hari Raya Idul Fitri dan lain-lain.

2.1.5 Konsep Pendapatan

Menurut Mankiw (2012), total penerimaan (total revenue) adalah jumlah uang yang di terima oleh perusahaan dari penjualan produksinya. Biaya total (total cost), yakni nilai pasar dan bahan-bahan yang digunakan oleh perusahaan dalam proses produksi ($\text{Keuntungan} = \text{Penerimaan total} - \text{Biaya Total}$)

Samuelson (2002) dalam Muttaqin (2014) mengatakan pendapatan adalah suatu penerimaan bagi seseorang atau kelompok dari hasil sumbangan, baik tenaga kerja dan pikiran yang dicurahkan sehingga akan memperoleh balas jasa. Pendapatan menunjukkan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi. Disposable income adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang yang sudah siap untuk dibelanjakan atau dikonsumsi peneriamanya. Pendapatan ini merupakan hak mutlak bagi penerimanya.

Menurut Sadono Sukirno mengemukakan pendapat adalah penghasilan yang di terima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima suatu negara. Sedangkan menurut Mardiasmo, pendapatan dengan definisi yang lebih luas merupakan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari eri yang dapat dipakai untuk konsumsi atau menambah kekayaan jak yang bersangkutan dengan nama dan bentuk apapun



Pendapatan diakibatkan oleh kegiatan-kegiatan perusahaan dalam memanfaatkan faktor-faktor produksi untuk mempertahankan diri dan pertumbuhan. Seluruh kegiatan perusahaan yang menimbulkan pendapatan secara keseluruhan disebut earning process. Secara garis besar earning process menimbulkan dua akibat yaitu pengaruh positif (pendapatan dan keuntungan) dan pengaruh negative (beban dan kerugian). Selisih keduanya nantinya menjadi laba atau rugi (Sudrajat, 2014).

1. Jenis Pendapatan

Menurut Jaya (2011), Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan.

- a. Gaji dan upah, yaitu imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan.
- b. Pendapatan dari usaha sendiri merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
- c. Pendapatan dari usaha lain, yaitu pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan, antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun, dan lain-lain.

Sedangkan macam-macam pendapatan menurut perolehannya dapat dibagi menjadi dua Pendapatan terdapat banyak jenisnya, berikut ini adalah jenis pendapatan menurut cara perolehnya:



pendapatan kotor yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran atau biaya lain.

2. Pendapatan bersih yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan pengeluaran atau biaya lain (Adisasmita, dalam Nadya Nur 2019).

Menurut Ridwan (2009), BPS (2008) membedakan pendapatan penduduk berdasarkan penggolongannya menjadi 4 golongan yaitu:

1. Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp.3.500.000,00 per bulan
2. Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp.2.500.000,00 s/d Rp.3.500.000,00 per bulan
3. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata di bawah antara Rp.1.500.000 s/d Rp.2.500.000,00 per bulan
4. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata Rp.1.500.000,00 per bulan kebawah.

Dalam penelitian ini pendapatan yang akan dicari oleh peneliti adalah jenis pendapatan dari usaha sendiri (pedagang) yang berupa laba dari hasil menjual barang dan jasa. Pendapatan tersebut juga bisa digolongkan ke dalam pendapatan bersih karena, pendapatan pedagang diperoleh dari hasil jumlah pendapatan yang diterima dari jumlah seluruh penerimaan (omzet penjualan) diperoleh setelah dikurangi pembelian bahan, biaya gaji karyawan, retribusi, dan biaya lainnya atau pendapatan total dimana total dari penerimaan (revenue) dikurangi total biaya (cost).

2.1.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan



^ dan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan antara lain :

al usaha

Salah satu faktor yang sangat penting dalam usaha perdagangan adalah modal. Peran modal dalam suatu usaha sangat penting karena sebagai alat produksi suatu barang dan jasa. Suatu usaha tanpa adanya modal sebagai salah satu faktor produksinya tidak akan dapat berjalan. Dalam ilmu ekonomi, istilah capital (modal) merupakan konsep yang pengertiannya berbeda-beda, tergantung dari konteks penggunaannya dan dari sudut mana meninjaunya. *Prasetyo (2018)* meneliti pengaruh modal terhadap pendapatan peternak sapi di Boyolali dan menemukan bahwa semakin besar modal yang dimiliki, semakin tinggi pula pendapatan yang dihasilkan.

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersama dengan faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Modal atau biaya adalah faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar (Tambunan dalam Dhea Paramitha, 2018). Sedangkan menurut Amirullah dan Hardjanto dalam Nadya Nur (2019) Modal dalam pengertian dapat dijelaskan sebagai sejumlah uang yang dipakai dalam melangsungkan kegiatan-kegiatan bisnis. modal yang cukup memungkinkan pedagang untuk meningkatkan variasi komoditas dagangan dan merespons permintaan pasar dengan lebih fleksibel. Penelitian oleh Mamonto et al. (2023) juga menemukan bahwa modal usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Manado. Pedagang dengan modal yang lebih besar cenderung mampu menambah persediaan dan memanfaatkan momen peningkatan permintaan.



Modal adalah faktor pertama yang sangat penting dalam mendirikan dan menjalankan usaha peternakan. Tanpa modal yang cukup, proses pengadaan bahan baku seperti pakan, obat-obatan, dan alat-alat peternakan akan terhambat. (Teece 2010) menyatakan bahwa modal adalah elemen vital dalam membangun kapasitas dan memungkinkan pengembangan usaha dalam jangka panjang. Dalam usaha peternakan, modal yang cukup akan membantu peternak untuk memperoleh bahan baku dan menjaga kelancaran operasional.

Salah satu aspek penting dari modal adalah pengelolaan sumber daya finansial. Peternak harus mampu mengalokasikan modal untuk berbagai kegiatan seperti perawatan hewan, pembelian pakan, dan perbaikan kandang. Selain itu, pengelolaan keuangan yang baik akan membantu peternak untuk memperkirakan kebutuhan modal di masa depan, sehingga dapat menghindari krisis finansial yang bisa menghambat usaha.

2. Jaringan bisnis

Jaringan bisnis atau *business networking* adalah sekumpulan hubungan yang terjalin antara peternak dengan pemasok, distributor, dan konsumen. (Uzzi 1997) dalam penelitiannya tentang *social embeddedness* mengemukakan bahwa hubungan jaringan yang kuat dapat memberikan keuntungan yang signifikan dalam hal memperoleh sumber daya dan informasi, serta mempercepat proses transaksi bisnis. Dalam usaha peternakan, jaringan yang luas sangat membantu dalam menemukan pasar yang lebih besar, mendapatkan pemasok yang lebih baik, dan memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Rahayu dan (2020) meneliti pentingnya jaringan distribusi dalam pemasaran ternak



sapi di Jawa Timur. Mereka menyimpulkan bahwa kerja sama dengan tengkulak dan koperasi sangat memengaruhi kelancaran penjualan.

Penguatan jaringan bisnis dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti bergabung dalam asosiasi peternak, melakukan kerja sama dengan mitra bisnis, atau memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk melalui platform digital. (Pittman & Galloway 2020) menekankan pentingnya membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak dalam rangka memperkuat daya saing usaha peternakan.

3. Peraturan pemerintah

Regulasi yang diterapkan oleh pemerintah sangat memengaruhi kegiatan usaha peternakan. (Scott & Meyer 1991) menyatakan bahwa hukum dan peraturan yang diterapkan di suatu negara akan membentuk pola perilaku organisasi dan perusahaan. Misalnya, kebijakan yang mengatur vaksinasi hewan, pengujian kesehatan hewan, dan proses pengiriman hewan mempengaruhi kelancaran operasional peternak. Dalam beberapa negara, peraturan yang ketat mengenai standar kesehatan hewan juga menciptakan tekanan bagi peternak untuk mengikuti prosedur tertentu, yang dapat meningkatkan biaya produksi.

Sebagai contoh, peraturan yang mengharuskan vaksinasi hewan untuk mencegah penyebaran penyakit, serta pengaturan yang lebih ketat mengenai pengiriman hewan antar daerah atau negara, berpotensi mempengaruhi biaya dan waktu distribusi. Oleh karena itu, pengetahuan peternak tentang regulasi yang berlaku sangat penting agar mereka dapat beroperasi secara legal dan efektif. Kurniasih (2019) menganalisis dampak akan impor daging terhadap peternak lokal di Nusa Tenggara Barat



dan menemukan bahwa kebijakan tersebut menurunkan harga jual lokal, mengganggu keberlanjutan usaha peternakan kecil.

4. Perubahan cuaca

Perubahan iklim dan cuaca ekstrem menjadi salah satu tantangan besar yang dihadapi oleh peternak. (Cutter et al. 2011) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa perubahan cuaca seperti musim hujan atau kemarau panjang berdampak langsung pada ketersediaan pakan, kualitas air, dan kesehatan hewan. Cuaca yang tidak menentu dapat menyebabkan kerugian, baik dalam hal biaya perawatan hewan yang lebih tinggi maupun menurunnya kualitas produk peternakan. Handayani (2017) meneliti dampak perubahan iklim terhadap produktivitas peternakan sapi potong di Kalimantan. Hasilnya menunjukkan bahwa curah hujan dan suhu ekstrem mengurangi nafsu makan dan daya tahan ternak.

Adaptasi terhadap perubahan cuaca menjadi sangat penting. Peternak dapat mengimplementasikan teknik budidaya yang lebih adaptif terhadap perubahan iklim, misalnya dengan mengatur pola pemberian pakan atau memanfaatkan teknologi pertanian yang tahan terhadap cuaca ekstrem. (Schwab & Ottesen 2016) menambahkan bahwa diversifikasi produk dan teknologi yang tepat dapat mengurangi dampak dari perubahan cuaca ini.

5. Perawatan Hewan

Perawatan hewan yang baik dan sesuai standar merupakan kunci untuk memastikan kesehatan hewan dan kualitas produk yang dihasilkan. (Sugeng et al. 2017) menyebutkan bahwa perawatan hewan yang baik akan mengurangi risiko penyakit dan meningkatkan produktivitas hewan. Penyakit hewan, seperti flu burung atau penyakit sapi gila, dapat



menyebabkan kerugian besar bagi peternak, baik dalam bentuk kematian hewan maupun penurunan kualitas produk. Sutrisno (2016) menemukan bahwa frekuensi pemeriksaan kesehatan dan pemberian pakan tambahan berdampak signifikan terhadap penurunan angka kematian ternak di peternakan rakyat di Bantul.

Manajemen perawatan hewan meliputi berbagai aspek, seperti pemberian pakan yang bergizi, vaksinasi, pengobatan, dan pemeliharaan sanitasi kandang. Menurut (Hodgson & Wicks 2016), perawatan yang baik dapat meningkatkan produktivitas dalam jangka panjang dan mengurangi biaya pengobatan yang mahal.

6. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja adalah faktor pengeluaran yang signifikan dalam usaha peternakan. (Schwab & Ottesen 2016) berpendapat bahwa peternak perlu menyeimbangkan biaya tenaga kerja dengan produktivitas yang dihasilkan. Di sisi lain, pelatihan tenaga kerja menjadi aspek penting agar pekerjaan yang dilakukan menjadi lebih efisien dan efektif, sehingga dapat mengurangi biaya dan meningkatkan hasil yang diperoleh. *Febriana (2020)* meneliti struktur biaya usaha peternakan ayam petelur di Subang, dan menunjukkan bahwa biaya tenaga kerja menyumbang hampir 30% dari total biaya produksi.

7. Penyesuaian Harga Jual

Penentuan harga jual produk peternakan sangat penting agar peternak bisa bersaing di pasar. (Kotler & Keller 2015) menyatakan bahwa penetapan harga harus mempertimbangkan biaya produksi, harga pasar, dan permintaan pasar. Dalam pasar peternakan, harga dapat



sangat dipengaruhi oleh fluktuasi harga pakan dan harga hewan, sehingga perlu adanya penyesuaian harga jual secara periodik.

Penyesuaian harga juga terkait erat dengan permintaan pasar. Jika permintaan tinggi, harga dapat dinaikkan, tetapi jika permintaan menurun, peternak perlu menyesuaikan harga untuk menjaga daya saingnya. *Rohman (2021)* menyatakan bahwa strategi penjualan saat permintaan tinggi (seperti Idul Adha) memberikan margin laba tertinggi bagi peternak sapi di Jawa Tengah.

8. Pengelolaan Stok

Pengelolaan stok yang efisien membantu peternak menjaga ketersediaan produk tanpa mengalami overstocking atau kehabisan produk. (Tersine & Uyl 2020) berpendapat bahwa sistem manajemen rantai pasokan yang baik dan pengelolaan stok yang tepat sangat membantu dalam menjaga kestabilan harga dan menghindari kerugian akibat produk yang rusak atau tidak terjual. Yuliani (2018) dalam studinya tentang manajemen stok sapi potong di NTT menemukan bahwa penundaan penjualan saat pasar lesu menyebabkan pembengkakan biaya pakan dan menurunnya efisiensi usaha.

9. Penggunaan Teknologi

Teknologi dapat digunakan dalam berbagai aspek usaha peternakan, terutama dalam memasarkan produk. (Chesbrough 2017) berpendapat bahwa teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan peternak untuk memperluas pasar mereka, memperkenalkan produk ke konsumen yang lebih luas, serta meningkatkan efisiensi pemasaran. Dengan teknologi, peternak dapat memanfaatkan platform online, seperti e-commerce atau media sosial, untuk memasarkan hewan atau produk



hewan mereka secara lebih efektif. Nasution dan Syafitri (2019) mengkaji adopsi teknologi digital oleh peternak di Sumatera Utara. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pencatatan ternak meningkatkan efisiensi manajemen dan kontrol penyakit.

10. Kualitas Hewan

Kualitas hewan mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Kuhn et al. (2017) menunjukkan bahwa kualitas hewan yang baik, yang diperoleh dari perawatan yang tepat, memiliki dampak langsung pada hasil produksi yang lebih baik. Hewan yang sehat dan berkualitas tinggi akan menghasilkan produk dengan nilai jual yang lebih tinggi dan lebih diminati oleh konsumen.

11. Permintaan Pasar

Permintaan pasar yang terus berkembang memberikan peluang besar bagi peternak untuk meningkatkan produksi dan pendapatan. Bendahan et al. (2018) mencatat bahwa memahami tren pasar dan permintaan konsumen dapat membantu peternak menyesuaikan produk mereka dengan kebutuhan pasar. Pengetahuan tentang permintaan yang ada dapat mengurangi risiko kelebihan stok atau kekurangan produk. Lubis (2020) meneliti dinamika permintaan daging sapi di Medan. Ia menyimpulkan bahwa fluktuasi permintaan musiman harus dijadikan acuan dalam merancang siklus produksi.

12. Kualitas Kandang



Kandang yang baik merupakan faktor penentu kenyamanan dan kesehatan hewan. LeBlanc et al. (2015) berpendapat bahwa kondisi kandang yang ideal dapat mengurangi stres pada hewan dan

meningkatkan produktivitas mereka. Kandang yang bersih, cukup luas, dan memiliki ventilasi yang baik dapat meningkatkan kesejahteraan hewan dan mengurangi risiko penyakit. Fauzi (2016) menunjukkan bahwa kandang dengan ventilasi alami dan sanitasi baik secara signifikan menurunkan angka penyakit pernapasan pada sapi perah di Lembang.

13. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk peternakan merupakan strategi yang penting untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis produk. Kim & Mauborgne (2005) dalam teori mereka mengenai *Blue Ocean Strategy* mengatakan bahwa diversifikasi memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar baru, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk. Misalnya, peternak yang awalnya hanya menjual daging sapi bisa mulai menjual produk sampingan seperti susu atau produk olahan daging. Widyaningsih (2019) meneliti peternak di Malang yang mengembangkan usaha menjadi produsen susu pasteurisasi dan pupuk organik dari kotoran sapi. Ia menemukan bahwa diversifikasi meningkatkan pendapatan hingga 40%.

1.2 Tinjauan Empiris

Berdasarkan studi empiris dari beberapa penelitian sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu oleh:

Indra Firmansyah Surya. (2018) "Faktor-faktor penentu nasabah memilih produk Tabungan" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui



faktor dan menganalisis kontribusi masing-masing faktor tersebut dalam memilih produk LB MySavings. Metode yang digunakan adalah analisis faktor untuk melihat efek dari hubungan antara

variabel faktor penentu Keputusan nasabah LippoBank Cabang senen untuk memilih pproduk perbankan. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling acakan dengan stratifikasi (Stratified random sampling) terhadap 100 orang responden. Data di kumpulkan dengan menggunakan analisis faktor. Hasil penelitian menemukan bahwa di antara kesembilan belas variabel yang di teliti, terdapat lima faktor yang menentukan nasabah memilih produk LB MySavinngs di antaranya: 1. Pelayanan, 2. Lokasi, 3. Tampilan produk, dan 5. Promosi.

Wawan kurniawan. (2018) “Aplikasi Metode Principal Component Dalam Penentu Faktor Penilaian Kinerja Pengajar” menggunakan data primer dengan menggunakan instrument kuesioner. Pengujian analisis kualitas data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Kemudian menggunakan uji Analisis faktor yaitu principal component. Metode ini dapat menghasilkan faktor dengan mempertimbangkan besar korelasi antara faktor yang terbentuk dengan indicator-indikator yang diekstraksi. Hasil yang di peroleh dari penelitian ini, mampu mengekstraksikan dari 11 indikator menjadi 3 faktor dialogis pengajar, dan faktor humoris pengajar.

Rulyanti Susi Wardhani Dan Ivan Lesmana (2013) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Karir Sebagai Dosen Bagi Mahasiswa Akuntansi (Studi Pada Jurusan Akuntansi Fe Universitas Bangka Belitung)” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; faktor nilai intrinsik pekerjaan, penghasilan, ketersediaan kesempatan kerja, pengorbanan profesi, lingkungan kerja, keterampilan yang dimiliki, dan pemahaman kerja mempengaruhi pemilihan karir sebagai dosen bagi mahasiswa akuntansi,

ng paling dominan yang mempengaruhi pemilihan karir sebagai dosen mahasiswa akuntansi. Data yang dikumpulkan berupa data primer. sebanyak 119 mahasiswa dengan menggunakan rumus Slovin dan



analisis faktor. Ada dua faktor yang mempengaruhi pemilihan karir mahasiswa akuntansi sebagai dosen. Pertama, informasi lowongan kerja terdiri dari beberapa variabel seperti pendapatan, ketersediaan kesempatan kerja, dan pemahaman kerja. Kedua, kepribadian terdiri dari nilai intrinsik pekerjaan dan lingkungan kerja. Ada hubungan antara faktor-faktor ditunjukkan oleh hasil analisis faktor di mana besarnya keduanya cukup tinggi lebih dari 0,5 (50%). Jumlah faktor pertama adalah 65% dan yang kedua adalah 57,9%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan adalah faktor pertama (informasi lowongan kerja).

Dita Putri Wulandari Mamonto, Daisy S.M. Engka, Steeva Y. L. Tumangkeng (2023) “Analisi Pendapatan Pedagang Tradisional Di Pasar Pinasungkulan Karobasan Di Kota Manado” Penelitian ini digunakan penelitian analisis regresi berganda, jenis penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif, sampel yang diambil dari 60 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada 3 variabel yaitu, modal usaha, lama usaha, jam kerja. Dalam penelitian ini variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap modal usaha dan jam kerja yang Artinya modal dan jam kerja berpengaruh nyata positif terhadap pendapatan pedagang di pasar Pinasungkulan Karombasan Manado.

Gestry Romaito Butarbutar (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Industri Makanan Khas di Kota Tebing Tinggi”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Metode yang digunakan analisis deskriptif kuantitatif. Metode ini digunakan untuk mengetahui variable bebas yakni modal, tenaga kerja, dan lama usaha terhadap



variable terikat yakni pendapatan usaha industri makanan khas lemag. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan modal, tenaga kerja dan lama usaha secara bersama – sama dalam mempengaruhi pendapatan usaha industri makanan khas lemag di Tebing Tinggi.

Puji Yuniarti (2019) “Analisis Faktor-Faaktor Yang Mempengaruhi Pendapatan di Pasar Tradisonal Cinere Depok” Penelitian ini mempelajari faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Cinere Tradisional Depok. Penelitian ini menggunakan riset kuantitatif deskriptif dengan total 50 trader. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden yang diambil melalui teknik Proportional Stratified Random Sampling. Sementara Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel parsial variabel yang secara signifikan mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional Cinere meliputi modal usaha (X2), Biaya (X3) dan jam kerja (X5). Sedangkan variabel tingkat pendidikan (X1) dan durasi usaha (X4) tidak cocok untuk pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok. Selanjutnya, variabel modal usaha, biaya, dan jam kerja bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional Cinere Depok.

