

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Identitas adalah ciri-ciri yang melekat pada seseorang atau sesuatu yang membedakan dengan orang lain. Identitas tidak terbatas pada individu semata tetapi berlaku pada kelompok lain (Afifah, 2018). Responden adalah semua orang, baik secara individu maupun kolektif yang akan dimintai keterangan yang diperlukan oleh pencari data (Agusta, 2016). Identitas responden pada penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu identitas responden informan dan identitas responden konsumen.

Identitas Responden Informan

Responden informan yang diambil pada penelitian ini yaitu owner dan 5 karyawan. Peneliti melakukan wawancara langsung kepada informan rumah potong ayam Asri dengan menggunakan bantuan kuesioner, yang diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti. Identitas informan dibagi berdasarkan umur, jenis kelamin, jabatan/tugas, pendidikan terakhir dan lama bekerja. Identitas responden informan, dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Identitas Informan Rumah Ayam Asri

No.	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Lama Bekerja (Tahun)	Gaji Karyawan (Rp)/bulan
1.	Anwar	52	Laki-Laki	S1	23	7.000.000
2.	Arsyad	32	Laki-Laki	SMA	15	2.000.000
3.	Ahmad	40	Laki-Laki	SMA	10	2.000.000
4.	Asdin	39	Laki-Laki	SMA	7	2.000.000
5.	Ikhwal	42	Laki-Laki	SMA	5	2.000.000
6.	Muhajir	40	Laki-Laki	SMA	3	2.000.000

Sumber: Rumah Potong Ayam Asri, 2025

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah responden informan yang telah diwawancarai dalam penelitian ini sebanyak 6 orang yang terdiri dari 1 orang pemilik/manager, 1 orang distribusi 3 orang produksi dan 1 orang supir. Kemudian, responden informan dengan umur minimum yaitu 32 tahun dan umur maksimum 42 tahun. Menurut Ghani dan Tana (2016), umur produktif berkisar antara 15-64 tahun yang merupakan umur ideal bagi para pekerja, artinya sumber daya manusia yang dimiliki rumah potong ayam Asri berdasarkan kelompok umur masih tergolong produktif. Lama bekerja menunjukkan lamanya responden menekuni pekerjaan tersebut dinyatakan dalam satuan tahun, lama bekerja dapat mempengaruhi tugas masing-masing karena semakin lama mereka bekerja maka akan semakin terampil dalam mengerjakan tugas masing-masing. Lama bekerja pemilik adalah 23 tahun dan karyawan 3-15 tahun. Alasan dipilihnya responden ini sebagai sumber informasi karena dianggap mengetahui beberapa hal mengenai proses produksi dan marketing mix rumah potong ayam Asri.

Identitas Responden Konsumen

Responden konsumen yang diambil sebagai sampel pada penelitian ini adalah 30 orang. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen yaitu orang-orang yang berkunjung dan membeli ayam broiler di rumah potong ayam Asri saat penelitian berlangsung, Konsumen tersebut dapat memberikan pendapat berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk tersebut. Identitas responden konsumen dibagi berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan responden.

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan jenis kelamin yang dijadikan sampel penelitian. Identitas responden dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden (orang)	Persentase (%)
Laki- laki	7	23,33
Perempuan	23	76,67
Jumlah	30	100,00

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa jenis kelamin pembeli yang dominan adalah perempuan sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar 76,67% dan laki-laki sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 23,33%. Diperoleh kesimpulan bahwa pembeli ayam broiler di dominasi oleh kaum Perempuan, Hal ini dikarenakan ayam termasuk kebutuhan pangan dan lazimnya urusan perempuan, sehingga segmentasi pembelian dominan Perempuan.

Identitas Responden Berdasarkan Usia

Data responden berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan usia yang dijadikan sampel penelitian. Identitas responden dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Responden (orang)	Persentase (%)
20-30	9	30,00
31-41	13	43,33
42-53	8	26,67
Total	30	100,00

Maksimum : 53 Tahun

Minimum : 20 Tahun

Rata-rata : 36Tahun

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa usia pembeli ayam yang paling muda adalah 20 tahun dan usia pembeli yang paling tua adalah 53 tahun. Pembeli yang paling dominan berada di kategori dewasa 31-41 tahun dengan persentase sebesar 43,33%. Hal ini dikarenakan pada usia kategori tersebut dominan sudah memiliki keluarga sehingga tingkat kebutuhan makanannya meningkat.

Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Data responden berdasarkan pendidikan bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan usia yang dijadikan sampel penelitian. Identitas responden dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Responden (orang)	Persentase (%)
SMP	2	6,68
SMA	14	46,67
S1/D3	14	46,67
Jumlah	30	100

Sumber Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa 30 orang yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, didominasi sebanyak 14 orang memiliki tingkat pendidikan S1/D3 dengan presentase 50%, disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen yang berkunjung dan membeli ayam broiler berpendidikan S1/D3. Kasali (2001), menyatakan bahwa pendidikan yang berhasil diselesaikan konsumen bisa menentukan pendapatan dan kelas sosial seseorang. Selain itu, pendidikan juga menentukan tingkat intelektualitas seseorang. Pada gilirannya, tingkat pendidikan akan mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang dalam pemilihan produk yang dikonsumsi.

Identitas Responden Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

Responden konsumen dalam penelitian ini berjumlah 30 orang yang terdiri dari Pegawai, PNS, Karyawan dan Wiraswasta. Identitas responden konsumen berdasarkan pekerjaan, dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

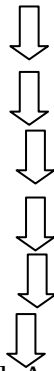
Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Karyawan Swasta	4	13,33
Pegawai/(PNS)	2	6,67
Wiraswasta/Pedagang	4	13,33
IRT	20	66,67
Jumlah	30	100

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan bahwa karakteristik responden memiliki beberapa jenis pekerjaan diantaranya adalah yang bekerja sebagai karyawan swasta terdiri dari 4 orang dengan persentase sebesar 13,33%, pegawai sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%, wiraswasta sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 13,33% dan ibu rumah tangga sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar 66,67%.

Proses Produksi Ayam Broiler Yang Dilakukan Usaha Rumah Ayam Asri

Proses produksi ayam broiler di Rumah Ayam Asri melibatkan beberapa tahapan penting yang dilakukan secara sistematis untuk memastikan hasil yang berkualitas. Tahapan dimulai dari pemasok, proses pemotongan, kebersihan hingga ayam broiler siap di pasarkan. Seluruh proses ini dilakukan dengan memperhatikan aspek efisiensi dan standar kebersihan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Flowchart produksi rumah ayam Asri dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3. Flowchart Produksi Rumah Ayam Asri

Deskripsi flowchart dari proses produksi usaha rumah ayam Asri yaitu:

Distributor Ayam

Ayam diperoleh dari distributor atau pemasok sebelum dipelihara lebih lanjut oleh pemilik usaha rumah ayam Asri

Pemeliharaan

Ayam dirawat dalam kandang dengan pemberian pakan, minum serta perawatan kesehatan hingga mencapai usia atau berat yang sesuai untuk diproses lebih lanjut.

Proses Persiapan

Persiapan sebelum penyembelihan, seperti pemisahan ayam yang siap potong, pengecekan kondisi Kesehatan dan persiapan alat penyembelihan.

Proses Penyembelihan

Ayam disembelih sesuai prosedur yang berlaku, termasuk standar kebersihan dan kehalalan.

Pencabutan Bulu

Ayam yang telah disembelih dimasukkan ke dalam mesin yang berisi air panas untuk mempermudah pencabutan bulu

Pembersihan

Setelah bulu dihilangkan, ayam dibersihkan lebih lanjut dari kotoran, sisa darah dan bagian yang tidak diperlukan sebelum siap untuk didistribusikan ke konsumen.

Produk Siap Dijual

Ayam broiler dijual langsung kepada konsumen, setelah kesepakatan harga, konsumen melakukan pembayaran tunai, kemudian produk diserahkan.

Produksi dan Pendapatan Usaha Rumah Ayam Asri

Produksi dapat dikatakan sebagai tindakan yang dilakukan untuk menciptakan serta menambah suatu barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan manusia (Solihat & Arnarsik, 2018). Pendapatan adalah selisih antara penerimaan total pengeluaran total. Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diperoleh setelah semua biaya variabel dan biaya tetap tertutupi.

5.3.1. Produksi

Produksi rumah ayam Asri merupakan ayam broiler yang dipasarkan atau dijual kepada masyarakat. Produksi rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Produksi Ayam Broiler Rumah Ayam Asri periode tiga bulan, tahun 2024

Bulan	Jumlah Produksi	
	Ekor Ayam (1ekor = 2kg)	Kilogram (Kg)
Oktober	9.500	19.000
November	10.200	20.400
Desember	10.300	20.600
Jumlah	30.000	60.000

Sumber: Lampiran 4

Nilai konversi dari produksi (kg) ke ekor atau sebaliknya yaitu:

Konversi Kg ke Ekor

$$\text{Total Ekor} = \frac{\text{Total Kg}}{\text{Berat per Ekor}}$$

$$60.000 : 2 = 30.000 \text{ ekor ayam}$$

Konversi Ekor ke Kg

$$\text{Total Kg} = \text{Total Ekor} \times \text{Berat per Ekor}$$

$$30.000 \text{ ekor} \times 2\text{kg/ekor} = 60.000 \text{ kg}$$

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa produksi ayam broiler rumah ayam Asri selama periode tiga bulan menunjukkan total penjualan sebesar 60.000 kg atau 30.000 ekor ayam. produksi bulanan terdiri dari, Bulan Oktober: 9.500 ekor ayam atau 19.000 kg, Bulan November: 10.200 ekor ayam atau 20.400 kg, Bulan Desember: 10.300 ekor ayam atau 20.600 kg. Produksi ini mencerminkan hasil optimal dari pengelola usaha selama tiga bulan, dengan rata-rata produksi yang konsisten setiap bulannya.

5.3.2. Penerimaan

Penerimaan adalah seluruh pendapatan yang diperoleh dari usaha selama satu periode diperhitungkan dari hasil penjualan atau penaksiran kembali. Berikut penerimaan yang diperoleh rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Penerimaan Hasil Penjualan Ayam Broiler Bulan Oktober

No	Produk	Harga (Rp)	Produksi	Penerimaan(Rp)
1.	Ayam Bersih	40.000/ekor	4.750/ekor	190.000.000
2.	Ayam Parting (dada, paha, sayap)	45.000/kg	8.550/kg	384.750.000
3.	Bagian Nonkarkas			
	a. Kepala	15.000/kg	950/kg	14.250.000
	b. Kaki/Ceker	15.000/kg	950/kg	14.250.000
	c. Usus	25.000/kg	570/kg	14.440.000
	d. Ati dan ampela	38.000/kg	380/kg	
Total				631.940.000

Lampiran: 5

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa penerimaan hasil penjualan ayam broiler pada bulan Oktober mencapai total produksi 19.000 kg atau 9.500 ekor ayam. ayam bersih terjual sebanyak 4.750 ekor dengan penerimaan Rp190.000.000, sementara ayam perting sebesar 8.550 kg menghasilkan Rp384.750.000. Bagian nonkarkas seperti kepala, ceker, usus serta ati dan empela turut menyumbang penerimaan dengan total 2.850 kg, menghasilkan penerimaan tambahan yang signifikan.

Tabel 13. Penerimaan Hasil Penjualan Ayam Broiler Bulan November

No	Produk	Harga (Rp)	Produksi	Penerimaan(Rp)
1.	Ayam Bersih	40.000/ekor	5.100/ekor	204.000.000
2.	Ayam Parting (dada, paha, sayap)	45.000/kg	9.180/kg	413.100.000
3.	Bagian Nonkarkas			
	a. Kepala	15.000/kg	1.020/kg	15.300.000
	b. Kaki/Ceker	15.000/kg	1.020/kg	15.300.000
	c. Usus	25.000/kg	612/kg	15.300.000
	d. Ati dan ampela	38.000/kg	408/kg	15.504.000
Total				678.504.000

Berdasarkan Tabel 13 menunjukkan bahwa penerimaan hasil penjualan ayam broiler pada bulan November mencapai total produksi 20.400 kg atau 10.200 ekor. ayam bersih terjual sebanyak 5.100 ekor dengan penerimaan Rp204.000.000, sementara ayam perting sebesar 9.180 kg menghasilkan Rp413.100.000. Bagian nonkarkas seperti kepala, ceker, usus serta ati dan empela turut menyumbang penerimaan dengan total 3.060 kg, menghasilkan penerimaan tambahan yang signifikan.

Tabel 14. Penerimaan Hasil Penjualan Ayam Broiler Bulan Desember

No	Produk	Harga (Rp)	Produksi	Penerimaan(Rp)
1.	Ayam Bersih	40.000/ekor	5.100/ekor	206.000.000
2.	Ayam Parting (dada, paha, sayap)	45.000/kg	9.270/kg	417.150.000
3.	Bagian Nonkarkas			
	a. Kepala	15.000/kg	1.030/kg	15.450.000
	b. Kaki/Ceker	15.000/kg	1.030/kg	15.450.000
	c. Usus	25.000/kg	650/kg	15.450.000
	d. Ati dan ampela	38.000/kg	412/kg	15.656.000
Total				685.156.000

Lampiran: 5

Berdasarkan Tabel 14 menunjukkan bahwa penerimaan hasil penjualan ayam broiler pada bulan Desember mencapai total produksi 20.600 kg atau 10.300 ekor ayam. Ayam bersih terjual sebanyak 5.100 ekor dengan penerimaan Rp206.000.000, sementara ayam perting sebesar 9.270 kg menghasilkan Rp417.150.000. Bagian nonkarkas seperti kepala, ceker, usus serta ati dan empela turut menyumbang penerimaan dengan total 3.122 kg, menghasilkan penerimaan tambahan yang signifikan.

Tabel 15. Rekapitulasi Hasil Penjualan Ayam Broiler Bulan Oktober — Desember (2024)

Bulan	Produksi (kg)	Penerimaan (Rp)
Oktober	19.000	631.940.000
November	20.400	678.504.000
Desember	20.600	685.156.000
Jumlah	60.000	1.995.600.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah. 2025

Berdasarkan Tabel 15 menunjukkan bahwa total produksi ayam broiler periode Oktober hingga Desember 2024 mencapai 60.000 kg dengan total penerimaan sebesar Rp1.995.600.000. Data ini menunjukkan adanya fluktuasi produksi dan penerimaan selama tiga bulan.

5.3.3. Biaya Produksi

a. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan kegiatan, seperti biaya tenaga kerja dan biaya produksi yang digunakan selama tiga bulan. Berikut adalah tabel biaya variabel dari rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Biaya Variabel Rumah Ayam Asri Selama 3 Bulan

No	Uraian	Volume	Satuan	Harga (Rp)	Nilai (Rp)
1	Pembelian Ayam Hidup	25.000	Ekor	28.000	700.000.000
2	Kantong Plastik	300	Ball	12.000	3.600.000
3	Isi Ulang Gas 5kg	15	Buah	89.000	1.335.000
4	Pakan	72.000	Kg	9.000	648.000.000
5	Obat dan Vitamin				
	a. Multivitamin	25	Kg	150.000	3.750.000
	b. Antibiotik preventif	50	Kg	200.000	10.000.000
	c. Anticoccidial	72	Kg	150.000	10.800.000
	d. Disinfektan	1	Siklus	1.000.000	1.000.000
6	Listrik				
	a. Pemanas	16.800	Kwh	1.500	25.200.000
	b. Pencahayaan	720	Kwh	1.500	1.080.000
	c. Kipas/Pendingin	3.600	Kwh	1.500	5.400.000
7.	Air	1.512.300	Liter	5.000	7.560.000
Jumlah					1.417.725.000

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 16 menunjukkan bahwa total biaya variabel yang dikeluarkan oleh rumah ayam Asri selama proses produksi ayam broiler selama tiga bulan sebesar Rp1.417.725.000. Biaya tersebut meliputi biaya pembelian ayam ke pemasok, kantong plastik, isi ulang gas, pakan, obat dan vitamin serta biaya Listrik dan air.

b. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Biaya tetap rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 17. Biaya Tetap Rumah Ayam Asri Selama 3 Bulan

No.	Jenis Biaya	Nilai(Rp)
1.	Penyusutan Alat dan Mesin	3.995.111
2.	Pajak	1.666.666
3.	Gaji Karyawan	51.000.000
Total		56.661.777

Sumber Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 17 menunjukkan bahwa total biaya tetap yang dikeluarkan rumah ayam Asri sebesar Rp56.661.777. Biaya tetap tersebut terdiri dari biaya penyusutan alat sebesar Rp3.995.111, biaya pajak sebesar Rp1.666.666 dan biaya tenaga kerja (gaji karyawan) sebesar Rp56.661.777

Total Biaya

Total biaya adalah total dari biaya variabel dan biaya tetap usaha rumah ayam Ari yang dikeluarkan selama 3 (tiga) bulan. Adapun rekapitulasi biaya produksi usaha rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Total Biaya Usaha Rumah Ayam Asri Selama 3 Bulan

No.	Jenis Biaya	Nilai(Rp)
1.	Biaya Variabel	1.417.725.000
2.	Biaya Tetap	56.661.777
Total		1.474.286.777

Sumber Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 18 menunjukkan bahwa total biaya tetap pada usaha rumah ayam Asri sebesar Rp1.474.286.777 yang terdiri dari biaya variabel sebesar Rp1.417.725.000 dan biaya tetap sebesar Rp56.661.777.

5.3.4. Pendapatan Rumah Ayam Asri

Menurut Sundari (2019) pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan untuk menganalisis pendapatan bersih dalam usaha. Pendapatan usaha ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Produksi dan Pendapatan Rumah Ayam Asri Selama Tiga Bulan

No.	Keterangan	Jumlah(Satuan)	Nilai (Rp)
1.	Produksi Oktober	19.000/kg	631.940.000
	Produksi November	20.400/kg	678.504.000
	Produksi Desember	20.600/kg	685.156.000
2.	Penerimaan	-	1.995.600.000
3.	Biaya Tetap	-	56.661.777
4.	Biaya Variabel	-	1.417.725.000
5.	Total Biaya (3+4)	-	1.474.286.777
6.	Pendapatan (2-5)	-	521.313.223

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 19 menunjukkan bahwa penerimaan yang diperoleh dari usaha rumah ayam Asri selama tiga bulan sebesar Rp1.995.600.000. Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp1.474.286.777. Pendapatan bersih yang diterima oleh pemilik usaha rumah ayam Asri sebesar Rp521.313.223

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena pendapatan mampu menutupi biaya total usaha rumah ayam Asri. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dandi dkk, 2024 yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa pendapatan peternak ayam pedaging di Kecamatan Teluk Batang, rata-rata penerimaan peternak ayam pedaging sebesar Rp 46.948.970 per masa produksi dengan rata-rata biaya yang digunakan dalam satu kali masa produksi sebesar Rp. 38.925.677. Sehingga pendapatan rata-rata peternak ayam pedaging adalah sebesar Rp 8.023.293 per masa produksi.

Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Usaha Rumah Ayam Asri

Marketing mix adalah alat pemasaran ini digunakan oleh usaha rumah ayam Asri untuk mencapai tujuan pemasarannya. Alternatifnya, Marketing mix dapat dipandang sebagai variabel terkendali yang digunakan usaha rumah ayam Asri untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari segmen pasar sasaran tertentu. Ini juga merupakan strategi yang mengintegrasikan berbagai kegiatan pemasaran untuk mencapai hasil yang memuaskan. Kotler & Armstrong (2008)

memberikan gambaran mengenai marketing mix, yaitu suatu kerangka komprehensif untuk memahami berbagai elemen yang berkontribusi terhadap strategi pemasaran suatu perusahaan.

Strategi marketing mix yang dilakukan usaha rumah ayam Asri terdiri dari empat komponen, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).

Product (Produk)

Produk adalah barang atau jasa yang tersedia di pasar untuk diperoleh oleh oranglain. Selain dapat dimiliki, produk juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk mencakup nilai yang terkandung di dalamnya, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memastikan kualitasnya.

Produk yang ditawarkan oleh rumah ayam Asri yaitu ayam broiler. Jenis ayam yang digunakan adalah malindo. Jenis ini dipilih karena daya tahan terhadap penyakit, tahan dengan cuaca ekstrem serta pertumbuhan yang sangat cepat. Rumah ayam Asri ini menawarkan berbagai jenis produk olahan ayam seperti ayam hidup, ayam bersih (*karkas*), ayam parting (dada, paha, sayap), ada juga bagian nonkarkas seperti kepala, ceker, usus, ati, ampela, yang dijual terpisah baik dalam kondisi segar.

Rumah ayam Asri mempertahankan kualitas ayam dengan cara melakukan pengecekan kualitas ayam terlebih dahulu sebelum beli kepada pemasok dan dipasarkan. Rumah ayam Asri menyediakan ayam sesuai dengan kebutuhan konsumen, mereka menyediakan ayam broiler dari berat 1,8 Kg per ekor sampai dengan ukuran ayam 2,8 Kg per ekornya.

Berikut tanggapan responden mengenai produk pada usaha rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Tanggapan Responden Mengenai Produk Rumah Ayam Asri

No	Uraian	Frekuensi (Orang)	Persentase(%)
1.	Pendapat responden tentang kualitas daging ayam broiler (tekstur, kesegaran, dan kebersihannya).	30	100
	a. Sangat Baik	-	
	b. Baik	-	
	c. Cukup	-	
	d. Kurang		
2.	kuran dan berat ayam broiler sesuai dengan kebutuhan.		
	Sangat sesuai	18	60
	Sesuai	12	40
	Kurang sesuai	-	
	Tidak sesuai	-	
3.	kondisi ayam broiler saat anda membeli (segar, beku atau sudah di proses).		
	a. Sangat Baik	30	100
	b. Baik	-	
	c. Cukup	-	
	d. Kurang	-	

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan Tabel 20 menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan pada usaha rumah ayam Asri, tanggapan responden tentang produk yang ditawarkan oleh rumah ayam Asri mulai dari pendapat responden mengenai kualitas daging ayam broiler (tekstur, kesegaran, dan kebersihannya), ukuran dan berat ayam broiler sesuai dengan kebutuhan responden dan kondisi ayam broiler saat anda membeli (segar, beku atau sudah di proses) dapat dikatakan berjalan dengan baik. Menurut Bastuti dkk (2018) kualitas produk merupakan suatu kondisi yang berhubungan dengan produk dan jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas produk merupakan totalitas bentuk dan karakteristik produk yang menunjukkan kemampuannya untuk memutuskan kebutuhan yang tampak jelas salah satunya adalah produk tersebut layak di konsumsi.

Price (Harga)

Harga adalah jumlah uang, baik dalam bentuk moneter maupun non-moneter, yang harus dibayarkan untuk mendapatkan manfaat tertentu yang diberikan oleh suatu produk. Harga didefinisikan sebagai nilai yang harus di bayar oleh konsumen untuk memperoleh atau menggunakan produk yang diinginkan. Harga ayam broiler yang ditawarkan rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Daftar Harga Ayam Broiler Rumah Ayam Asri

No	Produk	Harga (Rp)
1.	Ayam Bersih	40.000/2kg
2.	Ayam Parting (dada, paha, sayap)	45.000/2kg
3.	Bagian Nonkarkas	
	a. Kepala	15.000/1kg
	b. Kaki/Ceker	15.000/1kg
	c. Usus	25.000/1kg
	d. Ati dan ampela	38.000/1kg

Sumber: Usaha Rumah Ayam Asri, 2025

Berdasarkan Tabel 21 menunjukkan bahwa harga dari produk ayam broiler pada usaha rumah ayam Asri sangat bervariasi, harga ayam bersih Rp40.000/2kg, harga ayam parting Rp45.000/2kg. Bagian-bagian ayam dijual dengan harga yang berbeda-beda sesuai dengan kualitas ayam tersebut. Pada bagian ayam parting (dada, paha, sayap) merupakan tolak ukur kualitas ayam pedaging karena sebagian otot komponen pembentuk daging berada pada bagian ini. Berikut tanggapan responden mengenai harga pada usaha rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. Tanggapan Responden Mengenai Harga Ayam pada Rumah Ayam Asri

No	Uraian	Frekuensi (Orang)	Persentase(%)
1.	arga ayam broiler rumah ayam Asri sesuai kualitas.	30	100
	Sangat sesuai	-	
	Sesuai	-	
	Kurang sesuai	-	
	Tidak sesuai		
2.	arga ayam broiler terjangkau untuk kebutuhan sehari hari		
	Sangat terjangkau	-	
	Terjangkau	30	100
	Kurang terjangkau	-	
	Tidak terjangkau	-	
3.	arga ayam broiler sesuai dengan ukuran atau berat yang di tawarkan		
	Sangat sesuai	30	100
	Sesuai	-	
	Kurang sesuai	-	
	Tidak sesuai	-	

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan Tabel 22 menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan pada usaha rumah ayam Asri, tanggapan responden tentang harga yang ditawarkan oleh rumah ayam Asri mulai dari harga ayam broiler sesuai kualitas produk, harga ayam terjangkau dan harga ayam sesuai dengan ukuran atau berat yang ditawarkan dapat dikatakan berjalan dengan baik. Ishaq (2017) menyatakan penetapan harga dipengaruhi oleh permintaan produk, tujuan penetapan harga untuk berorientasi pada volume.

Promotion (Promosi)

Promosi adalah kegiatan yang merujuk pada semua aktivitas yang dilakukan rumah ayam Asri untuk membuat produk tersedia di pasar sasaran. Promosi adalah upaya yang dilakukan untuk menyampaikan informasi tentang produk kepada konsumen, dengan harapan dapat mempengaruhi mereka untuk memilih produk tersebut sebagai solusi atas kebutuhan mereka.

Promosi yang dilakukan rumah ayam Asri yaitu dengan mengandalkan pada promosi media offline yang berupa promosi dari mulut ke mulut dan pemasangan papan nama untuk mempromosikan kegiatan usahanya serta potongan harga.

Promosi mulut ke mulut

Salah satu promosi yang dilakukan rumah ayam Asri yaitu dengan pengenalan produk secara langsung kepada konsumen, melalui informasi perorangan menyebar ke orang lain atau ke konsumen lain.

Papan Nama

Usaha rumah ayam Asri melakukan promosi dengan cara memasang papan nama atau plang, Dengan menggunakan papan nama orang lain menjadi lebih mengetahui dimana lokasi rumah ayam Asri dan juga memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang diproduksi oleh rumah ayam Asri.

Potongan Harga

Usaha rumah ayam Asri menyediakan potongan harga apabila konsumen yang bersangkutan melakukan pembelian secara borongan hingga 3 kg ayam dengan harga Rp.38.000 dan pembelian >10 kg ayam diberi potongan harga Rp.37.000. Potongan harga adalah pengurangan harga dari yang seharusnya dibayarkan oleh konsumen. Potongan harga merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berikut tanggapan responden mengenai promosi pada usaha rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 23

Tabel 23. Tanggapan Responden Mengenai Promosi Rumah Ayam Asri

No	Uraian	Frekuensi (Orang)	Persentase(%)
1.	nda pernah mendapatkan diskon atau promo saat membeli ayam broiler dirumah ayam Asri	30	100
	Sering	-	
	Kadang-kadang	-	
	Jarang	-	
	Tidak pernah		
2.	nda mengetahui adanya promosi atau penawaran khusus untuk produk ayam broiler	-	
	Sangat sering	30	100
	Sering tahu	-	
	Jarang tahu	-	
	Tidak pernah tahu		
3.	berapa menarik promosi yang di tawarkan untuk ayam broiler dirumah ayam Asri.		
	Sangat menarik	-	
	Menarik	-	
	Cukup menarik	18	60
	Tidak menarik	12	40
		-	

Sumber: Lampiran 12

Berdasarkan Tabel 23 menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan pada usaha rumah ayam Asri, tanggapan responden tentang promoasi yang dilakukan oleh rumah ayam Asri mulai dari diskon promo harga, bentuk penawaran promo dan seberapa menarik promosi yang dilakukan usaha rumah ayam Asri dapat dikatakan berjalan dengan baik.

Place (Tempat)

Tempat merupakan suatu ruang yang digunakan sebagai lokasi bertemunya konsumen dan produsen sehingga terjadi transaksi jual beli produk yang ditawarkan. Tempat usaha ayam Asri yang dipilih, memudahkan konsumen dalam memperoleh ayam broiler yang dibutuhkan karena tempatnya yang strategis dan mudah diakses yang dilalui oleh transportasi umum yang berada di Jalan Abu Bakar Lambogo No 162, Kota Makassar, konsumen baru pun dapat dengan mudah menemukan karena lokasi usaha mudah ditemukan dan mudah dijangkau.. Berikut tanggapan responden mengenai tempat pada usaha rumah ayam Asri dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 24. Tanggapan Responden Mengenai Tempat Rumah Ayam Asri

No	Uraian	Frekuensi (Orang)	Persentase(%)
1.	Seberapa mudah anda mengakses lokasi pembelian ayam broiler		
	Sangat mudah	30	100
	Mudah	-	
	Cukup sulit	-	
	Sulit	-	
2.	Lokasi penjualan ayam broiler sesuai dengan kebutuhan anda sehari-hari		
	Sangat sesuai	30	100
	Sesuai	-	
	Kurang sesuai	-	
	Tidak sesuai	-	
3.	Tingkat kenyamanan lokasi penjualan ayam broiler (tempat parkir, kebersihan)		
	Sangat nyaman	-	
	Nyaman	30	100
	Cukup nyaman	-	
	Tidak nyaman	-	

Sumber: Lampiran 13

Berdasarkan Tabel 24 menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan pada usaha rumah ayam Asri, tanggapan responden tentang lokasi usaha rumah ayam Asri mulai dari lokasi mudah di akses, lokasi rumah ayam Asri terjangkau dan tingkat kenyamanan lokasi (mulai dari tempat parkir dan kebersihan) dapat dikatakan berjalan dengan baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Lura (2024) yang menyatakan bahwa lokasi usaha yang strategis, mudah diakses, serta memiliki fasilitas pendukung yang memadai dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan keberlanjutan usaha. Faktor strategis ini menjadi salah satu aspek penting dalam keberhasilan suatu usaha, terutama dalam industri peternakan yang bergantung pada aksesibilitas dan kenyamanan lingkungan usaha.

Berdasarkan hasil analisis bauran pemasaran ayam broiler, mayoritas responden menilai bahwa kualitas daging ayam broiler sudah sesuai dengan harapan mereka, baik dari segi tekstur, kesegaran, maupun kebersihannya. Ukuran dan berat ayam juga dinilai sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dari sisi harga, seluruh responden menyatakan bahwa harga ayam broiler yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas dan kebutuhan pasar. Selain itu, promosi yang dilakukan dinilai cukup menarik dan memberikan informasi yang baik bagi konsumen. Faktor distribusi dan lokasi penjualan juga dianggap strategis serta mudah dijangkau oleh pelanggan, dengan tingkat kenyamanan yang baik. Secara keseluruhan, bauran pemasaran ayam broiler sudah berjalan dengan baik dan memenuhi ekspektasi konsumen, sehingga dapat meningkatkan daya saing serta kepuasan pelanggan.

Hambatan Dan Solusi Pada Usaha Rumah Ayam Asri

Hambatan yang dialami usaha rumah ayam Asri selama menjalankan usaha ayam potong broiler, salah satu hambatan utama adalah munculnya penyakit seperti flu burung atau *Newcastle Disease* (ND) yang dapat menyebabkan kematian ayam secara massal. Untuk mengatasi hal ini, peternak perlu memastikan kebersihan kandang dengan melakukan desinfeksi rutin, memberikan vaksinasi yang sesuai, serta menjaga ventilasi kandang agar tetap baik untuk mencegah

kelembapan berlebih. Selain itu, fluktuasi harga pakan sering menjadi masalah karena biaya operasional yang meningkat. Solusinya adalah membeli pakan dalam jumlah besar saat harga rendah untuk stok atau mencari alternatif pakan lokal yang tetap memenuhi kebutuhan nutrisi ayam.

Hambatan lainnya adalah persaingan pasar yang ketat, baik dari segi harga maupun kualitas. Untuk mengatasinya, peternak perlu fokus pada kualitas ayam yang sehat dan sesuai standar, serta menjalin kerja sama dengan restoran, katering, atau pasar tradisional guna mendapatkan pelanggan tetap. Kematian ayam sebelum panen juga menjadi tantangan yang sering dialami. Solusinya adalah dengan memantau kesehatan ayam setiap hari, memastikan suplai air bersih dan pakan yang cukup, serta menjaga suhu dan kelembapan kandang agar tetap sesuai kebutuhan ayam.