

**ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI DAN STRATEGI  
BAURAN PEMASARAN AYAM GEPREK  
DI KELURAHAN MAHARATU KECAMATAN MARPOYAN  
DAMAI KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU**

**OLEH:**

**DAFIT SIREGAR**

**144210229**

**SKRIPSI**

*Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2022**

## ABSTRAK

**DAFIT SIREGAR (144210229), 2021. ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI DAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN AYAM GEPREK DI KELURAHAN MAHARATU KECAMATAN MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU. DI BAWAH BIMBINGAN IBU SISCA VAULINA SP., MP.**

Ayam Geprek Sakti merupakan salah satu usaha agroindustri yang bergerak pada bidang pengolahan ayam geprek. Usaha ini berjalan sejak tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) karakteristik pengusaha dan tenaga kerja serta profil usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti (2) penggunaan bahan baku, proses produksi, teknologi, biaya, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti dan (3) Strategi bauran pemasaran pada usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan yaitu bulan Juli 2021 sampai Desember 2021. Penentuan pengambilan responden dilakukan dengan cara sengaja yakni terdiri dari 1 orang pengusaha dan 5 orang tenaga kerja yang bekerja pada usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan (1) Umur pelaku usaha dan tenaga kerja berada dalam usia produktif, pendidikan pelaku usaha dan tenaga kerja selama 12 tahun, jumlah tanggungan keluarga pelaku usaha 4 orang, satu tenaga kerja memiliki 2 tanggungan dan satu tenaga kerja memiliki 2 tanggungan serta sebaliknya belum menikah, pengalaman berusaha pelaku usaha 3 tahun, tenaga kerja selama 3 tahun dan ada yang 2 tahun. Usaha ayam geprek sakti dimulai dari tahun 2018, Usaha ini termasuk dalam skala usaha kecil, investasi awal usaha sebesar Rp. 35.000.000 dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 orang. (2) Bahan baku usaha ini yaitu daging ayam dan juga terdapat 29 jenis bahan penunjang. Usaha ini menggunakan peralatan sebanyak 48 jenis, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 orang dan total HOK sebesar 2,90 HOK per hari. Biaya produksi sebesar Rp 1.499.597,84 per hari, dimana terdiri dari biaya variable sebesar Rp. 1.439.166,67 per hari dan biaya tetap sebesar Rp. 60.431,18 per hari. Pendapatan kotor sebesar Rp. 2.375.000 per hari, dan pendapatan bersih sebesar Rp 875.402,16 per hari. Nilai RCR sebesar 1,58 (>1), hal ini menunjukkan bahwa usaha Ayam Geprek Sakti tersebut efisien dan layak untuk diusahakan. Nilai tambah yang diperoleh dari usaha agroindustri ayam geprek sakti adalah sebesar Rp. 51.570,99 /porsi (keseluruhan output). (3) Strategi pemasaran Ayam Geprek Sakti memiliki 2 saluran pemasaran.

Kata Kunci : *Ayam Geprek Sakti, Agroindustri, Nilai Tambah*

## KATAPENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Allah Subhannahu wa ta'ala yang telah membelirakn rahmat dab hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan hasil penelitian dengan judul “Analisis Usaha Agroindustri dan Strategi Bauran Pemasaran Ayam Geprek di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Provinsi Riau”.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah memperoleh bimbingan, bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan penghargaan, rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau
2. Ibu Sisca Vaulina, SP., MP selaku Ketua Program Studi Agribisnis dan sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah sabar dan banyak memberikann arahan seeta petunjuk kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau khusus nya Prodi Agribisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
4. Bapak Ibu anggota, pengurus dan tenaga kerja yang telah membantu penulis dalam melengkapi data penelitian, yang telah bersedia diwawancarai dan telah banyak memberikan informasi kepada penulis selama penelitian.
5. Semua teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

6. Terutama kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril dan materil.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Melalui kata pengantar ini penulis meminta maaf apabila isi skripsi ini kekurangan dan menyinggung perasaan pembaca, serta penulis sangat mengharapkan saran serta tanggapan yang membangun.

Dengan ini, penulis mempersembahkan skripsi ini dengan penuh rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah Subhanahu wa ta'ala memberikan skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat.

Pekanbaru, Maret 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                      | <b>i</b>       |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                | <b>ii</b>      |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                    | <b>iv</b>      |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                  | <b>vii</b>     |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                 | <b>viii</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>               | <b>ix</b>      |
| <b>I. PENDAHULUAN .....</b>               | <b>1</b>       |
| 1.1. Latar Belakang.....                  | 1              |
| 1.2. Rumusan Masalah.....                 | 4              |
| 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....   | 5              |
| 1.4. Ruang Lingkup Penelitian .....       | 6              |
| <b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>         | <b>7</b>       |
| 2.1. Usaha Dalam Prespektif Islam .....   | 7              |
| 2.2. Daging Ayam.....                     | 8              |
| 2.3. Karakteristik dan Profil Usaha ..... | 10             |
| 2.3.1. Karakteristik.....                 | 10             |
| 2.3.2. Profil Usaha.....                  | 13             |
| 2.4. Agroindustri.....                    | 15             |
| 2.5. Konsep Biaya.....                    | 16             |
| 2.6. Pendapatan.....                      | 17             |
| 2.7. Efisiensi Usaha .....                | 19             |
| 2.8. Nilai Tambah .....                   | 21             |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.9. Strategi dan Bauran Pemasaran .....   | 24        |
| 2.9.1. Strategi.....   | 24        |
| 2.9.2. Strategi Pemasaran .....  | 24        |
| 2.9.3. Bauran Pemasaran .....  | 24        |
| 2.10. Penelitian Terdahulu.....  | 26        |
| 2.11. Kerangka Pemikiran .....   | 33        |
| <b>III. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>   | <b>35</b> |
| 3.1. Metode Tempat dan Waktu Penelitian .....  | 35        |
| 3.2. Teknik Pengambilan Responden .....  | 35        |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data .....   | 36        |
| 3.4. Konsep Operasional.....   | 36        |
| 3.5. Analisis Data.....  | 39        |
| 3.5.1. Karakteristik Pelaku Usaha, Tenaga Kerja dan Profil Usaha Agroindustri dan Pemasaran Ayam Geprek Sakti.....                                 | 39        |
| 3.5.2. Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi, Teknologi, Biaya, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti ..... | 39        |
| 3.5.3. Startegi bauran pemasaran pada usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.....      | 47        |
| <b>IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>  | <b>48</b> |
| 4.1. Keadaan Geografis dan administratif Kecamatan Marpoyan Damai.....   | 48        |
| 4.2. Administrasi Pemerintah Kecamatan Marpoyan Damai .....  | 49        |
| 4.3. Penduduk .....  | 49        |
| 4.4. Mata Pencaharian .....  | 50        |
| 4.5. Pendidikan .....  | 50        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.6. Kondisi Peternakan .....   | 53        |
| <b>V. HASIL DAN PEMAHASAN .....</b>   | <b>54</b> |
| 5.1. Karakteristik Pelaku Usaha dan Tenaga kerja Serta Profil Usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti .....  | 54        |
| 5.1.1 Karakteristik Pelaku Usaha dan Tenaga kerja Agroindustri Ayam Geprek Sakti .....  | 54        |
| 5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti .....  | 57        |
| 5.2. Analisis Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi, Teknologi, Biaya, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti ..... | 59        |
| 5.2.1. Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi dan Teknologi .....   | 59        |
| 5.2.2. Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha.....  | 69        |
| 5.3. Strategi Bauran Pemasaran .....  | 74        |
| <b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>  | <b>79</b> |
| 6.1 Kesimpulan.....   | 79        |
| 6.2. Saran .....  | 80        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>81</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>84</b> |

## DAFTAR TABEL

| Tabel |  | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1     | Metode Perhitungan Nilai Tambah ( <i>Value Added</i> ) Hayami.....   | 46      |
| 2     | Jumlah Sekolah, Jenjang Pendidikan dan Jumlah Guru di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2021.....   | 51      |
| 3     | Jumlah Murid Menurut Jenjang Pendidikan di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2020.....  | 51      |
| 4     | Jumlah Sekolah Agama, Guru dan Murid di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2020.....   | 52      |
| 5     | Populasi Hewan Ternak Menurut Jenis Ternak di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2020.....   | 53      |
| 6     | Jumlah Ternak Unggas Menurut Jenisnya di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2020.....  | 53      |
| 7     | Distribusi Karakteristik Pelaku Usaha dan Tenaga kerja Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021.....     | 54      |
| 8     | Distribusi Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021..... | 60      |
| 9     | Penggunaan Peralatan Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021.....                                 | 67      |
| 10    | Penggunaan Tenaga Kerja Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021.....                              | 68      |
| 11    | Distribusi Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Usaha Ayam Geprek Sakti per Proses Produksi.....   | 70      |
| 12    | Distribusi Nilai tambah agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2021.....                      | 73      |



## DAFTAR GAMBAR

| Gambar |   | Halaman |
|--------|---|---------|
| 1      | Kerangka Penelitian Analisis Usaha Agroindustri Ayam Geprek di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru (Suatu Kasus Pada Ayam Geprek Sakti)..... | 34      |
| 2      | Tahapan Proses Pembuatan Ayam Geprek Sakti .....  | 62      |
| 3      | Ayam yang Telah di Terima dari Pemasok Langgan.....   | 62      |
| 4      | Proses Pencucian Ayam.....  | 63      |
| 5      | Proses Persiapan Bumbu untuk Mengungkep Ayam.....   | 64      |
| 6      | Proses Mengungkep Ayam.....   | 64      |
| 7      | Proses Penyusunan Ayam Geprek Sakti.....  | 65      |
| 8      | Proses Penggorengan Ayam Geprek Sakti.....  | 66      |
| 9      | Proses Penyajian Ayam Geprek Sakti.....   | 66      |

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran |   | Halaman |
|----------|---|---------|
| 1.       | Karakteristik Pelaku Usaha dan Tenaga kerja Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021.....                                 | 84      |
| 2.       | Distribusi Penggunaan Peralatan Pada Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021.....                                  | 85      |
| 3.       | Distribusi Penggunaan Bahan Baku Pada Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021.....                                 | 88      |
| 4.       | Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Pada Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021.....                               | 89      |
| 5.       | Distribusi Total Biaya Produksi Pada Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021.....                                  | 90      |
| 6.       | Distribusi Penerimaan, Biaya Produksi, Pendapatan Bersih Dan RCR Pada Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021..... | 91      |
| 7.       | Distribusi Nilai Tambah Pada Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021.....  | 92      |

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Agroindustri merupakan bagian dari kompleks industri pertanian sejak produksi bahan pertanian primer, industri pengolahan atau transformasi sampai penggunaannya oleh konsumen. Agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut (Soekartawi, 2000). Soekartawi (2005) menjelaskan bahwa pembangunan agroindustri sebagai salah satu lanjutan dari pembangunan pertanian. Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agroindustri merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan, yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien, dan fleksibel, menciptakan nilai tambah, meningkatkan lapangan pekerjaan, dan memperbaiki pembagian pendapatan masyarakat.

Bidang makanan siap saji merupakan agroindustri yang diminati oleh masyarakat, salah satunya adalah ayam geprek yang fenomenal hingga sekarang. Ayam Geprek merupakan sebuah inovasi makanan yang berasal dari ayam goreng dilapisi dengan tepung yang dicampur dengan cabai dan rempah-rempah lainnya dengan cara digeprek. Ayam geprek termasuk salah satu makanan yang banyak dicari pecinta kuliner, selain rasanya yang sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia. Alasan lainnya adalah harganya yang sangat terjangkau bagi kalangan menengah kebawah dengan harga sekitar Rp, 15.000 – Rp. 25.000.

Terdapat banyak warung serta restoran ayam geprek yang dibuka hingga saat ini sehingga menjadi terdiferensiasi menjadi beragam kreasi ayam geprek mulai dari aneka variasi sambal sampai diberi topping keju mozarella. Ayam geprek pada mulanya menjadi terkenal di Yogyakarta yang dimulai dari pembuat pertama yakni ibu ruminah berumur 56 tahun yang merupakan pendiri Warung Ayam Geprek Bu Rum di Yogyakarta (KOMPAS, 2018).

Di Riau, khususnya di kota Pekanbaru juga terdapat ayam geprek dengan nama Ayam Geprek Sakti. Ayam Geprek Sakti merupakan salah satu usaha agroindustri yang bergerak pada bidang pengolahan ayam geprek. Usaha ini berjalan sejak tahun 2018 lalu, hingga sekarang berkembang memiliki banyak konsumen. Ayam Geprek Sakti berlokasi di Jalan Kartama Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai. Ayam Geprek Sakti memiliki lokasi yang sangat strategis. Lokasinya berada disekitar pemukiman yang padat penduduknya serta berada tidak jauh dari lingkungan sekolah. Dengan demikian, konsumen dari Ayam Geprek Sakti ini merupakan masyarakat sekitar daerah tersebut.

Ayam Geprek Sakti berkembang seiring dengan peningkatan jumlah penduduk. Buka dari jam 11:00-20:00 WIB, pelanggan bisa makan di tempat atau bungkus dibawa pulang. Perkembangan teknologi Ayam Geprek Sakti menerima pesanan melalui GO-FOOD. Menu ayam geprek di Ayam Geprek Sakti terdiri dari dua inovasi, (1) ayam geprek kecil dan (2) ayam geprek besar. Bisa dibeli sekaligus dengan nasinya atau ayamnya saja. Ayam Geprek Sakti juga menawarkan paket seperti Paket Mahasiswa Rp 18.000 yang sudah bisa menikmati ayam geprek + nasi + tahu + tempe + teh es jumbo.

Sebagai usaha yang bergerak di sektor agroindustri, Ayam Geprek Sakti harus memperhatikan nilai tambah dari produk yang dihasilkan, hal ini akan berkaitan dengan penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki, yang pada akhirnya akan berpengaruh juga terhadap biaya yang dikeluarkan. Besar kecilnya biaya tersebut akan sangat mempengaruhi tingkat keuntungan yang di dapat, dikarenakan setiap usaha yang didirikan pastilah menginginkan laba atau keuntungan yang tinggi. Besarnya keuntungan yang diperoleh akan meningkatkan semangat pengusaha untuk terus mengembangkan usahanya dan membuka cabang di daerah lainnya. Semakin berkembangnya usaha agroindustri Ayam Geprek ini maka membuka peluang untuk menyerap tenaga kerja.

Selain memperhatikan nilai tambah tersebut, pengelolaan usaha juga di pengaruhi oleh sumberdaya manusia yang mengelola. Sumberdaya manusia yang berperan sebagai pengelola, kerjasama yang baik antar pengusaha dan juga tenaga kerja akan berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti. Hal-hal yang berpengaruh yang berhubungan dengan sumberdaya manusia dapat berupa umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga serta lamanya pengalaman dalam berusaha. Ayam Geprek Sakti sudah berdiri selama tiga tahun, kurun waktu tiga tahun ini masih relatif singkat dibandingkan usaha-usaha sejenis yang berada di Kelurahan Maharatu terutama di Jalan Kartama tempat Ayam Geprek Sakti beroperasi. Tingkat persaingan yang makin ketat menyebabkan pengusaha harus lebih maksimal dalam mengelola usahanya agar dapat bersaing dan bertahan dalam usaha bisnis ayam geprek.

Hal ini menandakan bahwa daya minat konsumsi masyarakat Kota Pekanbaru khususnya di Kelurahan Maharatu terhadap kuliner ayam geprek

sangatlah besar. Menyadari tingkat angka pesaing yang tinggi Ayam Geprek Sakti harus lebih teliti dalam mengatur strategi apa yang akan digunakan dalam memasarkan produk, salah satunya dengan Bauran Pemasaran (7P).

Ayam Geprek Sakti belum memiliki manajemen yang jelas dan pemasaran yang tepat untuk memasarkan produknya. Bila dilihat dari manajemennya, usaha dikelola langsung oleh pemiliknya dan anggota atau tenaga kerjanya hanya teman-temannya saja yang sebelumnya tidak ada pengalaman dibidang usaha ayam geprek. Sedangkan, memiliki pemasaran yang tepat harus dilakukan oleh pemilik usaha agroindustri agar mampu bersaing dengan warung serta restoran lainnya dan dapat memberikan pengalaman yang berbeda dengan tujuan menciptakan minat beli konsumen. Berdasarkan pemaparan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Usaha Agroindustri dan Strategi Bauran Pemasaran Ayam Geprek di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik pengusaha dan tenaga kerja serta profil usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana penggunaan bahan baku, proses produksi, teknologi, biaya, pendapatan, efesiensi dan nilai tambah usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru?

3. Bagaimana strategi bauran pemasaran pada usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru?

### 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Karakteristik pengusaha dan tenaga kerja serta profil usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.
2. Penggunaan bahan baku, proses produksi, teknologi, biaya, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.
3. Strategi bauran pemasaran pada usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Pengusaha, penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar untuk menyusun rencana bisnis ayam geprek dan menentukan sumber modal serta dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meminjam modal.
2. Bagi Pemerintah, sebagai tambahan informasi pembiayaan UMKM.
3. Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan yang positif dan dapat meningkatkan pengetahuan pada bidang yang sama bagi universitas umumnya dan bagi fakultas pertanian khusus program studi agribisnis.

#### 1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Ditetapkan beberapa batasan penelitian agar tidak menyimpang dari segi tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Penelitian ini menganalisis karakteristik pengusaha, tenaga kerja dan profil usaha, penggunaan bahan baku, proses produksi, teknologi, biaya, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah usaha serta strategi bauran pemasaran pada usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Penelitian dilakukan selama 6 bulan yaitu dari bulan Juli 2021 sampai Desember 2021, adapun responden sebanyak 1 orang pengusaha dan 5 orang tenaga kerja.





## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Usaha Dalam Prespektif Islam

Agama Islam mewajibkan setiap orang untuk bekerja, dan tidak ada peluang bagi orang yang beriman untuk menganggur. Al-Qur'an menjelaskan tentang konsep bisnis dengan beberapa kata diantaranya: al-Tijarah (berdagang, berniaga), al-bai'u (menjual), dan tadayantum (muamalah) (Ali, 2010).

Al-Tijarah berasal dari kata dasar t-j-r, tajara, tajaran wal tajiran yang mempunyai arti dagang dan berniaga. Dalam Al-Qur'an terma tijarah ditemui sebanyak delapan kali dan tijaratum tersebut satu kali. Bentuk tijarah terdapat dalam surat al-Baqarah: 28, an-Nisa: 29, at-Taubah: 24, annur: 37, Fatir: 29, as-Shaff: 10, pada surat al-Jumu'ah: 11 (disebut dua kali). Adapun Tijaratum tersebut pada surat al-Baqarah:16.

Jual beli atau dalam bahasa Arab al-bai' menurut etimologi adalah tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Sayid Sabiq mengartikan jual beli menurut bahasa sebagai tukar menukar secara mutlak. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa jual beli menurut bahasa sebagai tukar menukar apa saja, baik antara barang dengan barang, maupun barang dengan uang (Ali, 2010).

Selain al-bai' dan tijarah, dalam al-Qur'an bisnis juga disebut dengan kata tadayantum yang disebut satu kali pada surat al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan*

*hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar”*  
(Al Baqarah (2) : (282))

Mua'malah yang dimaksud adalah kegiatan ekonomi, seperti: jual-beli, sewa menyewa, dan hutang piutang, dan lainnya. Bisnis dalam padangan Al-Qur'an mempunyai visi masa depan yang tidak semata-mata mencari keuntungan sesaat, melainkan mencari keuntungan yang hakiki, baik dan berakibat baik pula bagi kesudahannya. Dasarnya adalah QS. At-Taubah : 111 yang intinya adalah orang yang hanya bertujuan keuntungan semata dalam hidupnya, ditantang oleh Allah dengan tawaran suatu bursa yang tidak mengenal kerugian atau penipuan (Ali, 2010).

## **2.2. Daging Ayam**

Daging merupakan bahan pangan yang penting dalam memenuhi kebutuhan gizi. Selain mutu proteinnya tinggi, pada daging terdapat pula kandungan asam amino esensial yang lengkap dan seimbang (Ramadhani dkk, 2020). Daging yang dikonsumsi dapat berasal dari sapi, kerbau, babi, kuda, domba, kambing, unggas, ikan dan organisme yang hidup di air atau di air dan di darat, serta daging dari hewan-hewan liar dan aneka ternak (Soeparno, 2005).

Daging unggas merupakan sumber protein hewani yang baik, karena mengandung asam amino esensial yang lengkap. Selain itu serat-serat dagingnya pendek dan lunak sehingga mudah dicerna (Anjarsari, 2010). Jenis hewan yang termasuk dalam kelompok unggas-unggasan adalah ayam, itik dan burung. Namun karena pertimbangan efisiensi dan ekonomi maka hanya jenis ayam tertentu saja yang dikembangkan secara intensif. Jenis ayam yang potensial sebagai sumber daging dikenal sebagai ayam broiler (Muchtadi dan Sugiyono,

2010). Adapun komposisi daging gizi daging ayam terdiri dari protein 18,20 gr, lemak 25,00 gr, kalsium 14,00 mg, fosfor 200,00 mg, besi 1,50 mg, vitamin B1 0,08 mg, air 55,90 gr, serta kalori 302,00 kkal (Direktorat Jenderal Peternakan, 2001)

Kandungan protein pada ayam cukup tinggi. Secara umum, protein yang terdapat dalam daging ayam terdiri atas tiga bagian yaitu : protein yang terdapat di dalam miofibril, merupakan gabungan dari aktin dan miosin, sehingga disebut aktinmiosin; protein yang terdapat di dalam sarkoplasma, yaitu albumin dan globulin; dan protein yang terdapat di dalam jaringan ikat, yaitu kolagen dan elastin (Murtidjo 2003).

Selain kaya protein, daging juga mengandung energi yang ditentukan oleh kandungan lemak intraselular di dalam serabut-serabut otot. Daging juga mengandung kolesterol, walaupun dalam jumlah yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan bagian jeroan maupun otak. Daging ayam juga merupakan sumber vitamin dan mineral yang sangat baik. Daging ayam merupakan sumber mineral seperti kalsium, fosfor, dan zat besi serta vitamin B kompleks tetapi rendah vitamin C (Murtidjo 2003).

Hirarki klasifikasi ilmiah ayam menurut Rahayu, dkk (2011) adalah sebagai berikut:

- Kingdom* : *Animalia*
- Subkingdom* : *Metazoa*
- Phylum* : *Chordata*
- Subphylum* : *Vertebrata*
- Kelas* : *Aves*
- Ordo* : *Galliformes (Game Birds)*
- Family* : *Phasianidae (Peasants)*

Genus : *Gallus*

Spesies : *Gallus gallus*

## 2.3. Karakteristik dan Profil Usaha

### 2.1.1. Karakteristik

Mengenal karakter seseorang tidak bisa lewat pandang sepintas saja perlu adanya pengalaman kerja dengan orang tersebut, juga bisa menilai karakteristik seseorang lewat penilaian dari teman-temannya, dan orang yang pernah bekerja sama dengannya. Menurut Hernanto (1989), karakteristik sosial ekonomi anggota meliputi umur, pendidikan, jumlah tanggungan, pengalaman berdasarkan dari teri tersebut, maka dapat dijelaskan faktor-faktor sosial ekonomi sebagai berikut:

#### 1. Umur

Status umur berpengaruh terhadap tingkat kecemasan ibu. Semakin bertambah umur maka penalaran dan pengetahuan semakin bertambah. Tingkat kematangan seseorang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kecemasan dimana individu yang matang mempunyai daya adaptasi yang besar terhadap stresor yang muncul. Sebaliknya individu yang berkepribadian tidak matang akan bergantung dan peka terhadap rangsangan sehingga sangat mudah mengalami gangguan kecemasan (Maslim, 2004).

Umur atau usia adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun mati. Semisal, umur manusia dikatakan 15 tahun diukur sejak dia lahir hingga umur itu dihitung. Oleh yang demikian, umur itu diukur dari terakhir ia lahir sehingga terakhir masanya. Rata-rata anggota koperasi yang berpengaruh pada produktivitas kinerja KUD memiliki usia 26-50 tahun keatas.

## 2 Pendidikan

Pendidikan adalah proses pembentukan kecakapan-kecakapan fundamental secara intelektual dan emosional kearah alam dan manusia. Pendidikan membuat seseorang terdorong untuk ingin tahu, mencari pengalaman sehingga informasi yang diterima akan menjadi pengetahuan (Hasbullah, 2005).

Status pendidikan akan berpengaruh terhadap perilaku kesehatan seseorang. Tingkat pendidikan dan pengetahuan itu sangat mempengaruhi terlaksananya sebuah kegiatan yang diperoleh baik pendidikan formal maupun non formal (Notoatmojo, 2008).

Banyaknya atau lamanya sekolah atau pendidikan yang diterima seseorang akan berpengaruh terhadap kecakapannya dalam pekerjaan tertentu. Mengenai tingkat pendidikan anggota, dimana mereka yang berpendidikan tinggi relatif lebih cepat dalam melaksanakan adopsi inovasi. Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak. Pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia.

Pendidikan merupakan proses timbal balik dari setiap pribadi manusia dalam penyesuaian dirinya dengan alam, teman dan alam semesta. Tingkat pendidikan anggota baik formal maupun nonformal akan dipengaruhi cara berpikir yang diterapkan pada usahanya yaitu dalam resionalisasi usaha dan kemampuan memanfaatkan setiap kesempatan yang ada.

### 3. Pengalaman Usaha/Bekerja

Menurut Marwansyah dalam Wariati (2015) pengalaman kerja adalah suatu pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki pegawai untuk mengemban tanggungjawab dari pekerjaan sebelumnya.

Menurut Hasibuan (2016) orang yang berpengalaman merupakan calon karyawan yang telah siap pakai. Pengalaman kerja seorang pelamar hendaknya mendapat pertimbangan utama dalam proses seleksi.

Menurut Manullang (2008) pengalaman penting artinya dalam proses seleksi pegawai. Pengalaman dapat menunjukkan apa yang akan dapat dikerjakan oleh calon pegawai. Pengalaman dapat menunjukkan apa yang dapat dikerjakan oleh calon pegawai pada saat dia melamar. Keahlian dan pengalaman merupakan dua kualifikasi yang selalu diperhatikan dalam proses pemilihan karyawan. Umumnya perusahaan-perusahaan lebih condong memilih tenaga kerja yang berpengalaman.

Pengalaman seseorang dalam menjadi anggota berpengaruh dalam menerima inovasi dari luar. Anggota yang sudah lama bekerja akan lebih mudah menerapkan inovasi dari pada anggota pemula atau anggota baru. Anggota yang sudah lama bekerja akan lebih mudah menerapkan anjuran penyuluhan demikian pula dengan penerapan teknologi. Lamanya pekerja setiap orang berbeda-beda, oleh karena itu lamanya pekerja dapat dijadikan bahan pertimbangan agar tidak melakukan kesalahan yang sama sehingga dapat melakukan hal-hal yang baik untuk waktu berikutnya.

#### 4. Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang terdiri dari istri, dan anak, serta orang lain yang turut serta dalam keluarga berada atau hidup dalam satu rumah dan makan bersama yang menjadi tanggungan kepala keluarga (L. Lubis, 2017).

Jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan untuk memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong anggota untuk melakukan banyak aktifitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya. Semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup yang ditanggung atau harus dipenuhi.

##### 2.2.2. Profil Usaha

Karakter usaha kecil bila dilihat dari sistem manajemennya, pada umumnya dikelola oleh pemiliknya langsung sehingga lebih fleksibel mengembangkan ide produk. Dari berbagai literatur pembedaan berbagai kategori usaha didasarkan pada aset, jumlah pekerja, dan omset. Masing-masing lembaga membuat kriteria berbeda disesuaikan dengan kepentingan mereka. Paling tidak ada 5 sumber yang dapat dipakai sebagai acuan, yaitu: UU. No 9095 Tentang Usaha Kecil, BPS, Menteri Negara Koperasi dan UKM, Pelayanan Indonesia, dan Pelayanan Dunia. UU No. 9/1995 hanya memberi definisi untuk usaha kecil saja dan mengabaikan usaha mikro dan usaha menengah. Barangkali yang merancang undang-undang pada waktu itu membuat klasifikasi sederhana saja dengan mengelompokkan dua macam dunia usaha, yaitu usaha kecil dan usaha besar. Pelayanan Indonesia membuat definisi yang lebih kualitatif untuk usaha mikro.

Kriteria Pelayanan Dunia lebih cocok dipakai di Amerika daripada di Indonesia. Hingga sekarang belum ada kategori baru yang dibuat, oleh karena itu kategori yang ada masih berlaku.

Ada beberapa hal yang merupakan ciri UKM dan usaha mikro. Menurut Husen (2005), bahwa sektor usaha UKM sebagai organisasi ekonomi/ bisnis mempunyai beberapa karakter seperti:

1. Struktur organisasi yang sangat sederhana.
2. Mempunyai keikhlasan.
3. Tidak mempunyai staf yang berlebihan.
4. Pembagian kerja yang lentur.
5. Memiliki hierarki manajemen yang sederhana.
6. Tidak terlalu formal.
7. Proses perencanaan sederhana.
8. Jarang mengadakan pelatihan untuk karyawan.
9. Jumlah karyawannya sedikit.
10. Tidak ada pembedaan aset pribadi dan aset perusahaan.
11. sistem akuntansi kurang baik (bahkan biasanya tidak punya).

Dari penjabaran di atas, UKM merupakan suatu unit organisasi yang sederhana. Oleh karena lingkup usahanya terbatas, maka UKM tidak menggunakan tenaga kerja secara berlebihan. Tenaga yang ada sering dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini bisa dilihat bahwa tenaga di UKM dapat mengerjakan beberapa jenis pekerjaan yang berlainan. Dengan demikian mereka dapat menekan biaya tenaga kerja. Biasanya tenaga kerja yang terlibat di UKM bisa bertahan lama karena hubungan yang dikembangkan di sana adalah pola



kekeluargaan. Ini menjadi karakteristik UKM dimana hubungan antara pengusaha dan pekerja bersifat tidak formal.

#### 2.4. Agroindustri

Agroindustri merupakan bagian (sub sistem) dari Agribisnis yaitu industri yang memproses dan mentransformasikan hasil pertanian menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang langsung dapat dikonsumsi dan selanjutnya disebut agroindustri hilir serta industri yang menghasilkan barang-barang yang digunakan untuk proses produksi pertanian seperti pupuk, pestisida dan peralatan pertanian yang disebut agroindustri hulu (Udayana,2011).

Hanani *et al* (2003), agroindustri merupakan perpaduan antara pertanian dan industri dimana kemudian keduanya menjadi sistem pertanian dengan berbasis industri yang terkait dengan pertanian utamanya pada sisi penanganan pasca panen, sedangkan ahli yang lain menyebutkan bahwa agroindustri adalah pengolahan hasil pertanian.

Menurut Priyarsono dan Backe (2007) industri pengolahan berbasis pertanian (agroindustri) merupakan sektor yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang tinggi terutama agroindustri kecil dan menengah. Selain itu agroindustri merupakan leading sector bagi pembangunan ekonomi Indonesia. Selanjutnya menurut Pratiwi, dkk (2020) agroindustri hilir memberikan penciptaan output, kesempatan kerja dan kontribusi terhadap PDB yang lebih besar dibandingkan agroindustri hulu. Bagi rumah tangga pertanian dan non pertanian agroindustri hilir lebih berperan dalam memberikan distribusi pendapatan yang lebih merata.

Sistem agroindustri terdiri dari empat subsistem yang terkait, yaitu: (a) subsistem rantai produksi, (b) subsistem kebijakan, (c) subsistem institusional atau kelembagaan dan (d) subsistem distribusi dan pemasaran (Didu, 2000). Pengembangan agroindustri memiliki beberapa keunggulan karena efek penggandaan dan distribusinya yang besar, komponen impor yang kecil, bertumpu pada sumber daya yang dapat diperbarui, pemicu pertumbuhan daerah baru, dan memperkuat struktur ekspor (Gumbira, 1999).

Pengembangan agroindustri dapat dimulai dari skala kecil. Industri kecil ini adalah badan usaha yang menjalankan proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dalam skala kecil. Apabila dilihat dari sifat dan bentuknya, maka industri kecil bercirikan: (1) berbasis pada sumber daya lokal sehingga dapat memanfaatkan potensi secara maksimal dan memperkuat kemandirian (2) dimiliki dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal sehingga mampu mengembangkan sumberdaya manusia (3) menerapkan teknologi lokal (*indigenous technology*) sehingga dapat dilaksanakan dan dikembangkan oleh tenaga lokal dan (4) tersebar dalam jumlah yang banyak sehingga merupakan alat pemerataan pembangunan yang efektif (Haeruman, dkk, 2001).

### 2.5. Konsep Biaya

Menurut Hansen dan Mowen (2001) bahwa biaya merupakan kas atau nilai ekuivalen kas yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan guna untuk memberikan suatu manfaat yaitu peningkatan laba. Menurut Mulyadi (2005) dalam arti luas biaya adalah: pengorbanan sumber ekonomis, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam arti

sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva yang disebut dengan istilah harga pokok, atau dalam pengertian lain biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan didalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan.

Usry (2004) mendefinisikan biaya berdasarkan pola perilakunya sebagai berikut:

1. Biaya Tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun. Biaya tetap bernilai tetap dalam rentang aktivitas yang relevan (*relevant range*), di luar rentang aktivitas ini biaya tetap dapat berubah nilainya. Contoh biaya tetap antara lain beban penyusutan, beban sewa, dan beban asuransi.
2. Biaya Variabel (*variable cost*) adalah biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas perusahaan. Contoh biaya variabel antara lain biaya bahan baku, biaya karyawan, dan biaya overhead.

## 2.6. Pendapatan

Pendapatan disebut juga dengan *income* yaitu imbalan yang diterima oleh seluruh rumah tangga pada lapisan masyarakat dalam suatu negara/daerah, dari penyerahan faktor-faktor produksi atau setelah melakukan kegiatan perekonomian. Pendapatan tersebut digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan sisanya merupakan tabungan untuk memenuhi hari depan (Tito, 2011). Dengan kata lain pendapatan secara lebih fokus yaitu hasil pengurangan antara jumlah penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan,

pendapatan total merupakan penjumlahan dari seluruh pendapatan yang diperoleh dari hasil usaha yang dilakukan.

Mankiw (2011) menyebutkan bahwa pendapatan dirumuskan sebagai hasil perkalian antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit. Apabila dirumuskan secara matematis maka hasilnya adalah:

$$TR = P \times Q \dots\dots\dots(1)$$

Dimana:

TR = *Total Revenue*

P = *Price*

Q = *Quantity*

Menurut Soeharjo dan Patong (1994) terdapat hubungan yang positif antara hasil produksi yang di pasarkan dengan pendapatan, artinya semakin besar produksi yang dipasarkan, semakin besar pula pendapatan yang diperoleh. Besarnya jumlah pendapatan mempunyai fungsi untuk pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari.

Pendapatan adalah jumlah kegunaan yang dapat dihasilkan melalui suatu usaha. Pendapatan bersih adalah hasil pendapatan keseluruhan atau pendapatan kotor yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Secara matematis rumus pendapatan yaitu (Soekartawi, 1995):

$$\pi = Y \cdot P_y - \sum X_i \cdot P_{x_i} - BTT \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

$\pi$  = Pendapatan (Rp)

Y = Hasil produksi (Kg)

$P_y$  = Harga hasil produksi (Rp)

$X_i$  = Faktor produksi variabel ( $i = 1, 2, 3, \dots, n$ )

$P_{x_i}$  = Harga faktor produksi variabel ke- $i$  (Rp)

BTT = Biaya tetap total (Rp)

Pendapatan juga dapat dihitung menggunakan rumus (Soekartawi, 1995):

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

$\pi$  = keuntungan/pendapatan

TR = *Total Revenue* (total penerimaan)

TC = *Total Cost* (total biaya)

### 2.7. Efisiensi Usaha

Pendapatan yang tinggi tidak selalu menunjukkan efisiensi yang tinggi, karena kemungkinan pendapatan yang besar tersebut diperoleh dari investasi yang besar. Efisiensi mempunyai tujuan memperkecil biaya produksi per satuan produk yang dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut adalah memperkecil biaya keseluruhan dengan mempertahankan produksi yang telah dicapai untuk memperbesar produksi tanpa meningkatkan biaya keseluruhan (Rahardi, 1999).

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara nilai output dan nilai input. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai. Efisiensi yang dijelaskan oleh Nicholson (2002) sebagai pencapaian output maksimum dari penggunaan sumber daya tertentu. Jika output yang dihasilkan lebih besar dari sumber daya yang digunakan maka semakin tinggi pula tingkat efisiensi yang dicapai.

Efisiensi usaha dapat dihitung dari perbandingan antara besarnya penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk berproduksi, yaitu dengan menggunakan R/C rasio atau *Return Cost Ratio*. Menurut Pasaribu (2012) menyebutkan bahwa R/C *Ratio* merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(4)$$

Dimana:

R/C *Ratio* = Efisiensi Usaha

TR = *Total Revenue*

TC = *Total Cost*

Ada tiga kriteria dalam perhitungan ini, yaitu :

1. Jika  $R/C < 1$ , maka usahatani yang dilakukan secara ekonomi belum menguntungkan.
2. Jika  $R/C > 1$ , maka usahatani yang dilakukan secara ekonomi menguntungkan.
3. Jika  $R/C = 1$ , maka usahatani berada pada titik impas (*Break Event Point*).

Dalam perhitungan analisis, sebaiknya R/C dibagi dua, yaitu R/C yang menggunakan biaya secara riil dikeluarkan pengusaha dan R/C yang menghitung semua biaya, baik biaya yang riil dikeluarkan maupun biaya yang tidak riil dikeluarkan (Soekartawi, 1995).

Islam membolehkan seorang penjual mengambil laba sekalipun mencapai 100 persen dari modal atau bahkan lebih, dengan syarat tidak ada *ghisysy* atau penipuan harga maupun barang. Seperti dalam kasus Urwah al-Bariqi RA.

عَنْ عُرْوَةَ بْنِ أَبِي الْجَعْدِ الْبَارِقِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطَاهُ دِينَارًا يَشْتَرِي لَهُ شَاةً فَاشْتَرَى لَهُ بِهِ شَاتَيْنِ، فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ، وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَشَاةٍ، فَدَعَا لَهُ بِالْبَرَكَةِ فِي بَيْعِهِ، وَكَانَ لَوْ اشْتَرَى التُّرَابَ لَرَبِحَ فِيهِ

Artinya:

*Rasulullah SAW memberikan uang satu dinar kepada Urwah agar ia membelikan seekor kambing untuk Nabi Muhammad SAW. Maka, Urwah mendatangi para pedagang yang membawa kambing untuk dijual di pasar. Ia menawarnya dan mendapatkan dua ekor kambing dengan uang satu dinar. Dalam perjalanan menuju Rasulullah, ada seseorang yang menawar seekor kambing seharga satu dinar maka ia pun menjualnya. Lalu ia memberikan kepada Nabi SAW satu dinar dan seekor kambing.*

*Maka, Nabi SAW mendoakannya agar diberkahi dalam setiap jual-belinya. Sehingga, bila berdagang ia selalu untung, sekalipun yang dijual adalah segenggam tanah. (HR Bukhari).*

## 2.8. Nilai Tambah

Konsep nilai tambah menurut Soekartawi dalam Rahmawati (2004), pengolahan hasil pertanian merupakan komponen kedua dalam kegiatan agribisnis setelah komponen produksi pertanian. Banyak pula dijumpai petani yang tidak melaksanakan pengolahan hasil yang disebabkan oleh berbagai sebab, padahal disadari bahwa kegiatan pengolahan ini dianggap penting, karena dapat meningkatkan nilai tambah. Komponen pengolahan hasil pertanian menjadi penting karena pertimbangan diantaranya sebagai berikut :

- a. Meningkatkan nilai tambah
- b. Meningkatkan kualitas hasil
- c. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja
- d. Meningkatkan ketrampilan produsen
- e. Meningkatkan pendapatan produsen

Menurut Hardjono dalam Subekti (2004), nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan adalah selisih antara nilai komoditas yang mendapat perlakuan pada tahap tertentu dengan nilai korbanan yang digunakan selama proses produksi berlangsung. Nilai tambah menunjukkan balas jasa untuk modal, tenaga kerja dan manajemen perusahaan. Salah satu kegunaan menghitung nilai tambah adalah untuk mengukur besarnya jasa terhadap para pemilik faktor produksi.

Perjalanan dari produsen ke konsumen, produk-produk pertanian dan olahannya, merupakan perlakuan-perlakuan sehingga menimbulkan nilai tambah, besar nilai tambah tergantung dari teknologi yang dipergunakan dan perlakuan produk tersebut. Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan didapat dari pengurangan biaya bahan baku ditambah input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan Soehardjo dalam Subekti (2004).

Menurut Hayami et.al. dalam Sudiono (2001), menerangkan bahwa ada dua cara untuk menghitung nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja. Sedang faktor pasar yang berpengaruh adalah harga output, upah



tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lain, selain bahan bakar dan tenaga kerja.

Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan didapat dari pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja. Dengan kata lain nilai tambah menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, model dan manajemen yang dapat dinyatakan secara matematik sebagai berikut:

$$NT = f (K,B,T,U,H,h,L).....(5)$$

Dimana :

- NT = Nilai Tambah
- K = Kapasitas Produksi
- B = Bahan baku yang di gunakan
- T = Tenaga kerja yang digunakan
- U = Upah tenaga kerja
- H = Harga Output
- h = Harga bahan baku
- L = Nilai input lain (nilai dari semua korbanan yang terjadi selama proses perlakuan untuk menambah nilai).

Dari hasil perhitungan tersebut akan dihasilkan keterangan sebagai berikut :

1. Perkiraan nilai tambah (dalam rupiah).
2. Rasio nilai tambah terhadap nilai produk yang dihasilkan (dalam %).
3. Imbalan bagi tenaga kerja (dalam rupiah).
4. Imbalan bagi modal dan manajemen (keuntungan yang diterima perusahaan), dalam rupiah (Sudiono 2001).

Industri pengolahan hasil pertanian dapat menciptakan nilai tambah. Jadi konsep nilai tambah adalah suatu pengembangan nilai yang terjadi karena adanya input fungsional seperti perlakuan dan jasa yang menyebabkan bertambahnya kegunaan dan nilai komoditas selama mengikuti arus komoditas pertanian Hardjanto dalam Nur (2013).

## **2.9. Strategi Bauran Pemasaran (*Mix Marketing*)**

### **2.9.1. Strategi**

Strategi merupakan hal yang sangat penting dimana strategi adalah salah satu langkah untuk memajukan dan mengembangkan perusahaan. Strategi menurut Craig & Grant, “merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*) (Murtini et al., 2019)

### **2.9.2. Strategi Pemasaran**

Menurut Kotler dan Armstrong strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu. Pada masing-masing tingkatan dan acuan serta aplikasinya terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi persaingan (Ratnawati & Susena, 2017)

### **2.9.3. Bauran Pemasaran (*Mix Marketing*)**

Pengertian bauran pemasaran menurut Kotler “adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarannya (Murtini et al., 2019). Dimensi Bauran Pemasaran 7P menurut Kotler dalam Murtini et al (2019):

### 1) Produk (*Product*)

Definisi produk menurut Philip Kotler adalah “*A product is a thing that can be offered to a market to satisfy a want or need*”. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

### 2) Harga (*Price*)

Harga menurut Kotler adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.

### 3) Promosi (*Promotion*)

Promosi menurut Sistaningrum, adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.

### 4) Saluran Distribusi (*Place*)

Pengertian saluran distribusi menurut Nitisemito, adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

### 5) Proses (*Process*)

Process menurut Nirwana merupakan variabel yang penting dalam perusahaan jasa yang erat berkaitan dengan aktivitas atau kinerja. Aktivitas proses dapat melibatkan unsur prosedur, tugas, rencana kerja, mekanisme dan juga aktivitas.

#### 6) Petugas Penyedia Jasa (*People*)

Petugas penyedia jasa menurut Nirwana, “keberadaan tidak dapat dilepaskan dari peran serta *people* atau petugas penyedia jasa. Untuk memenuhi keinginan pelanggan jasa, petugas penyedia jasa diharapkan mampu menerjemahkan keinginan pelanggan dalam bentuk pelayanan atau jasa”.

#### 7) Fasilitas Pendukung secara Fisik (*Physical Evidence*)

Perwujudan jasa dapat dilihat dalam keterkaitan antara janji yang telah disampaikan oleh pemberi atau penyedia jasa dengan pelanggan. Jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak dapat dipisahkan dengan fasilitas pendukung secara fisik (*physical evidence*).

#### 2.10. Penelitian Terdahulu

Aman (2019), dengan judul penelitian “Usaha Ternak Ayam Pedaging Sistem Kemitraan Pola Dagang Umum: Pemetaan Sumber Daya dan Model Pengembangan”. Tujuan penelitian ini yaitu mengevaluasi akses peternak ayam pedaging sistem kemitraan pola dagang umum dan menemukan model pengembangannya. Penelitian dilakukan pada bulan Januari-Juni 2018 di Kabupaten Malang, Jawa Timur. Responden adalah semua peternak ayam pedaging sistem kemitraan pola dagang umum dengan jumlah 126 orang. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan aplikasi SmartPLS 2.0.

Hasil penelitian didapatkan evaluasi bahwa peternak ayam pedaging sistem kemitraan pola dagang umum mempunyai akses terhadap sumber daya finansial, teknologi, fisik, ekonomi, lingkungan, dan sosial. Sumber daya tersebut bersama dengan SDM peternak berpengaruh terhadap pengembangan usaha

ternak sebesar 51,6%. Kesimpulan penelitian yaitu pengembangan usaha ternak ayam pedaging sistem kemitraan pola dagang umum harus memperhatikan akses peternak terhadap sumber daya fisik, sumber daya ekonomi, dan sumber daya sosial.

Bana (2018) dengan judul penelitian “Analisis Pendapatan Usaha Agroindustri Minyak Kelapa Murni oleh Kelompok Wanita Tani Fau’ana di Desa Taekas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembuatan minyak kelapa murni dan pendapatan agroindustri minyak kelapa murni pada kelompok wanita tani. Penentuan pemilihan sampel dilakukan secara sensus yaitu seluruh anggota kelompok wanita tani Fau’ana, dengan total pengusaha atau pelaku yang diambil sebagai sampel sebanyak 20 orang. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Mengetahui pendapatan digunakan analisis pendapatan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agroindustri minyak kelapa murni yang dilaksanakan di Desa Taekas masih dilakukan secara alami, tanpa menggunakan alat modern, secara umum tahapan 11 kegiatan meliputi persiapan alat dan bahan, proses pembuatan, dan pemasaran. Total biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani selama satu tahun sebesar Rp 4.865.750,00 sedangkan total produksi minyak kelapa murni sebesar 784 botol, sehingga menghasilkan total penerimaan sebesar Rp 19.600.000,00. Total pendapatan agroindustri minyak kelapa murni sebesar Rp 14.734.250,00 dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp 1.227.850,00 per bulan. Perhitungan total biaya dan analisis pendapatan dalam kedua penelitian memiliki persamaan. Penelitian menggunakan analisis efisiensi

usaha. Pengambilan sampel kedua penelitian berbeda, pada penelitian terdahulu dilakukan secara sensus yaitu seluruh anggota dalam populasi.

Mursidin (2018), dengan judul penelitian Keberhasilan Usaha Kemitraan Peternak Ayam Ras Pedaging (Broiler) di Kabupaten Gowa. Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat keberhasilan peternak ayam ras pedaging (broiler) yang melakukan pola kemitraan di Kabupaten Gowa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei noneksperimen. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Gowa dengan jumlah responden sebanyak 60 orang (29 orang di Kecamatan Bajeng, 18 orang di Kecamatan Bajeng Barat dan 13 orang di Kecamatan Pallangga). Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kemitraan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS 20,0 dengan variabel dependent keberhasilan kemitraan dan variabel independen yaitu perjanjian kontrak, pelaksanaan kerjasama serta motivasi melalui sikap terhadap kemitraan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan berada pada kategori berhasil, artinya usaha kemitraan mampu meningkatkan skala usaha, meningkatkan taraf hidup serta mengurangi resiko usaha. Faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan usaha kemitraan adalah motivasi melalui sikap terhadap kemitraan, sedangkan variabel perjanjian kontrak dan pelaksanaan kerjasama tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kemitraan. Maka disimpulkan bahwa tingkat keberhasilan usaha kemitraan di Kabupaten Gowa masuk pada kategori berhasil.

Herawati (2016), telah melakukan penelitian yang berjudul “Daya Saing Budidaya Ayam Ras Pedaging Pada Berbagai Pola Usaha”. Penelitian ini

bertujuan untuk : (1) mengetahui pelaksanaan kemitraan ayam ras pedaging pola tertulis dan lisan, (2) menganalisis daya saing usaha budidaya ayam ras pedaging, dan (3) menganalisis kepekaan daya saing akibat perubahan harga input dan output. Penelitian menggunakan metode studi kasus yang menggunakan responden peternak pola mandiri (10 orang) dan peternak pola kemitraan lisan (20 orang) di Kecamatan Natar, serta peternak pola kemitraan tertulis (50 orang) di Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan. Pengambilan data dilakukan pada bulan April-Juli 2015. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer yang diperoleh dari hasil pengamatan dan wawancara dengan responden menggunakan kuesioner dan juga wawancara dengan petugas technical service, dan data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif, metode PAM (*Policy Analysis Matrix*) dan elastisitas.

Hasil penelitian didapatkan, bahwa budidaya ternak ayam ras pedaging di Kabupaten Lampung Selatan menghasilkan keuntungan secara privat maupun sosial. Nilai Rasio Biaya Privat (RBP) dan Rasio Biaya Sumberdaya Domestik (RBSD) pada setiap pola usaha menunjukkan nilai kurang dari 1. Hal ini menunjukkan bahwa, setiap pola usaha budidaya ayam ras pedaging memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif (berdaya saing). Keunggulan kompetitif dan komparatif usaha budidaya ayam ras pedaging di Kabupaten Lampung Selatan peka terhadap perubahan harga jual ayam pedaging dan harga pakan.

Yusrizal (2017) telah melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pemasaran Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Kota Medan”. Penelitian ini

bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik lembaga pemasaran, bentuk saluran, fungsi pemasaran, dan menganalisis nilai tambah di lembaga-lembaga pemasaran ayam ras pedaging di pasar tradisional Kota Medan pada April sampai Mei 2017. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari observasi dan wawancara responden. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive dan penentuan responden dengan metode accidental yang memiliki 99 responden. Data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait seperti Badan Pusat Statistik Kota Medan dan PD Pasar Kota Medan. Parameter yang diteliti adalah karakteristik, lembaga, saluran, fungsi pemasaran, output, input, harga, pendapatan, keuntungan, dan balas jasa pemilik faktor produksi.

Hasil penelitian ini menunjukkan karakteristik responden pada lembaga pemasaran ayam ras pedaging di pasar tradisional Kota Medan didominasi oleh jenis kelamin laki-laki (72,75%) yang memiliki lama usaha 11-20 tahun (56,19%) dengan 6-10 tenaga kerja yang dimiliki (47,99%), berada pada usia 41-50 tahun (57,99%), dan memiliki tingkat pendidikan SLTA/ sederajat (45,34%). Terdapat lima macam saluran pemasaran di mana saluran pemasaran terbesar yaitu saluran dari peternak ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pemotong pengecer dengan input ayam hidup lalu menjadi produk karkas ke pengecer menuju ke konsumen. Fungsi pertukaran dan fungsi fasilitas dilakukan oleh semua lembaga pemasaran. Fungsi fisik terutama pengolahan tak terdapat pada pedagang pengumpul. Nilai tambah terbesar terdapat pada pedagang pemotong pengecer sebesar Rp 9.178,72. Sementara itu, nilai tambah terkecil pada pedagang



pengumpul sebesar Rp 898,55. Kesimpulan, saluran pemasaran terbesar melibatkan semua lembaga pemasaran sehingga semakin besar margin pemasaran yang terbentuk semakin menguntungkan mereka tetapi semakin tinggi harga yang harus dibayar konsumen. Semakin pendek saluran pemasaran maka semakin memberikan keuntungan yang besar pada peternak.

Karpriana (2018), telah melakukan penelitian yang berjudul “Tata Niaga Pemasaran Ayam Pedaging Pola Mandiri di Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya Kalimantan Barat”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi sistem perdagangan ayam broiler dengan model swadaya di Kecamatan Rasau Jaya, Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat dari Januari hingga Maret 2018. Sampel yang digunakan sebanyak 32 peternak dan 8 pedagang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei deskriptif. Sistem perdagangan usaha peternakan ayam pedaging di lokasi penelitian dibagi menjadi dua saluran. Saluran I terdiri dari peternak, pengumpul, konsumen, sedangkan Saluran II terdiri dari petani, pengepul, pengecer, konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tataniaga pemasaran ayam pedaging pola mandiri di Kecamatan Rasau Jaya, Kabupaten Kubu Raya terdiri dari dua saluran, yaitu saluran I terdiri dari Peternak → Pedagang Pengumpul → Konsumen, dan Saluran II terdiri dari Peternak → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen.

Vaulina dan Dora (2019) dengan judul penelitian Analisis Agroindustri Lempuk Durian di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Tujuan penelitian untuk mengetahui karakteristik pengusaha dan profil usaha

agroindustri lempuk durian, penggunaan bahan baku, bahan penunjang, penggunaan tenaga kerja, teknologi pengolahan serta proses produksi agroindustri lempuk durian, besarnya biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah agroindustri lempuk durian dan pemasaran hasil produk olahan durian. Penelitian menggunakan metode survey, di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. Responden pengusaha diambil dengan cara sensus dengan jumlah 4 pengusaha, data dianalisis dengan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Karakteristik pengusaha lempuk durian rata-rata berumur 47 tahun, lama pendidikan pengusaha 12 tahun, pengalaman berusaha 14 tahun dan jumlah tanggungan keluarga 5 jiwa. Profil usaha agroindustri lempuk durian berbentuk skala industri kecil. (2) Rata-rata penggunaan bahan baku berupa daging durian 225 kg/proses produksi, penggunaan bahan penunjang berupa: gula 56,25 kg/proses produksi, kayu bakar 45 ikat, plastik packing (ukuran 150 gram 1 kg, 200 gram 2 kg, 250 gram 2 kg, 400 gram 1 kg, 500 gram 1,75 kg, dan ukuran 1 kg 1,25 kg), upih 11,75 ikat, tali 1 gulung, label 1 rim, isolasi 2,5 gulungan, solar 4,5 liter, menghabiskan 8,5 tabung gas ukuran 3 kg. (3) Rata-rata penggunaan biaya tetap Rp. 1.968.633/proses produksi, biaya produksi Rp 15.886.133/proses produksi. Pendapatan kotor Rp 26.937.500/proses produksi dan pendapatan bersih Rp 11.051.367/proses produksi. Nilai RCR 1,70, dengan nilai tambah Rp 51.016. (4) Pemasaran produk lempuk durian memiliki dua saluran pemasaran.

### 2.11. Kerangka Pemikiran

Mulai sejak tahun 2020, Ayam Geprek Sakti merupakan salah satu dari sekian banyak usaha agroindustri yang menghasilkan dan memasarkan produk ayam geprek yang berada di Kelurahan Maharatu. Ayam Geprek Sakti termasuk baru dalam industri persaingan ayam geprek, yang mana ini menjadikan Ayam Geprek Sakti menjadi usaha yang rentan mengalami gulung tikar dan kalah saing dengan usaha sejenis. Kegiatan usaha Ayam Geprek Sakti yang menghasilkan ayam geprek ini diharapkan kedepannya mampu bersaing dengan usaha-usaha yang juga menghasilkan ayam geprek.

Lokasi usaha dari Ayam Geprek Sakti yang berada dekat dengan lingkungan kampus yakni Universitas Islam Riau menjadikan usaha ini menjanjikan dalam proses kegiatan usahanya. Banyaknya mahasiswa yang berada di sekitar Ayam Geprek Sakti yang dapat menjadi pembeli bahkan pelanggan, namun demikian banyaknya jumlah pembeli dan pelanggan tidak menjadi satu-satunya faktor yang akan mempengaruhi keuntungan yang di dapat. Lebih jelas dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar 1. Analisis Usaha Agroindustri Ayam Geprek di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru (Suatu Kasus Pada Ayam Geprek Sakti).

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada usaha agroindustri ayam geprek “Ayam Geprek Sakti” di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Pemilihan lokasi dikarenakan Ayam Geprek Sakti merupakan salah satu usaha agroindustri ayam geprek yang berada di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, kemudian merupakan salah satu usaha ayam geprek yang cukup potensial dalam proses usaha karena lokasi yang dekat dengan Kampus Universitas Islam Riau, pasar Kartama dan penduduk Kelurahan Maharatu.

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan yaitu bulan Juli 2021 sampai Desember 2021, meliputi: pembuatan proposal, seminar proposal, pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, tabulasi data, analisis data, penyusunan laporan, seminar hasil, perbaikan dan ujian komprehensif.

### 3.2. Teknik Pengambilan Responden

Penentuan pengambilan responden dilakukan dengan cara sengaja yakni dengan cara mencatat semua elemen (responden) yang diselidiki. Kumpulan dari seluruh elemen (responden) tersebut dinamakan populasi atau *universe* (Marzuki, 2002).

Populasi dalam penelitian ini yang akan dijadikan responden adalah pengusaha dan tenaga kerja usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti. Responden yang akan diwawancarai yakni terdiri dari 1 orang pengusaha dan 5 orang tenaga kerja yang bekerja pada usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti.

### 3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian adalah merupakan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang melakukannya (Hasan, 2004). Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengusaha Ayam Geprek Sakti menggunakan daftar pertanyaan yang telah di persiapkan. Data primer meliputi : karakteristik pelaku usaha (umur, pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga), ketersediaan bahan baku, penggunaan tenaga kerja, jumlah produksi yang dihasilkan serta biaya produksi.

Data sekunder adalah sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono, 2008). Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi (BPS, jurnal, skripsi dan internet) terkait yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Data sekunder meliputi keadaan umum daerah penelitian, batas-batas wilayah penelitian, jumlah penduduk, pendidikan, serta informasi lain yang dianggap perlu guna menunjang dan melengkapi penelitian ini.

### 3.4. Konsep Operasional

Untuk tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda-beda, maka dibuat batasan-batasan mengenai konsep yang dipakai dalam penelitian ini, adapun konsep tersebut adalah sebagai berikut:

1. Agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian dengan meningkatkan nilai tambah dari bahan baku dan input yang digunakan dalam proses industri.

2. Agroindustri ayam geprek adalah pengolahan daging ayam segar menjadi ayam geprek yang siap dipasarkan.
3. Ayam geprek adalah makanan ayam goreng tepung khas Indonesia yang diulek atau dilumatkan bersama sambal.
4. Tenaga kerja adalah adalah curahan tenaga kerja yang digunakan dalam melakukan kegiatan pengolahan ayam geprek (HOK/proses produksi).
5. Modal adalah hasil produksi yang digunakan untuk menghasilkan produksi selanjutnya.
6. Sarana produksi adalah sejumlah input yang digunakan dalam melaksanakan proses produksi, dalam hal ini meliputi : bahan baku, bahan penunjang, tenaga kerja dan lain lain.
7. Bahan baku adalah bahan dasar yang dibutuhkan dalam pembuatan ayam geprek yaitu daging ayam (Kg/proses produksi).
8. Bahan penunjang adalah sarana yang digunakan untuk menunjang pembuatan ayam geprek seperti beras, bawang goreng, kol, kemangi, timun, tempe, cabai merah, cabai rawit, bawang merah, bawang putih, kemiri, tomat, daun pandan, daun serai, minyak, penyedap rasa, tepung beras, tepung kanji, terasi, bensin, gas, royco dan garam (Rp/unit).
9. Satu kali proses produksi adalah proses mengolah daging ayam mentah menjadi ayam geprek yaitu 1 hari.
10. Curahan kerja adalah jumlah jam kerja yang di lakukan (jam/HOK).
11. Penyusutan alat adalah nilai susut alat-alat yang digunakan oleh pengusaha untuk menghasilkan ayam geprek. (Rp/proses produksi)

12. Nilai sisa adalah nilai alat setelah melewati usia ekonomis, yang diasumsikan 20% dari harga beli alat (Rp/unit/tahun).
13. Harga bahan baku adalah nilai bahan baku daging ayam yang digunakan dalam satu kali proses produksi (Rp/Kg/proses produksi).
14. Harga bahan penunjang adalah nilai bahan penunjang seperti, beras, bawang goreng, kol, kemangi, timun, tempe, cabai merah, cabai rawit, bawang merah, bawang putih, kemiri, tomat, daun pandan, daun serai, minyak, penyedap rasa, tepung beras, tepung kanji, terasi, bensin, gas, royco dan garam yang digunakan dalam satu kali proses produksi (Rp/Unit).
15. Biaya tenaga kerja adalah jumlah biaya yang dikerjakan untuk upah tenaga kerja dalam kegiatan produksi ayam geprek dalam satu kali proses produksi (Rp/HOK).
16. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi yang tidak habis dalam satu kali proses produksi pada agroindustri ayam geprek, antara lain biaya penyusutan alat, biaya modal dan lain-lain (Rp/proses produksi).
17. Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya produksi ayam geprek yang habis terpakai dalam satu kali proses produksi seperti biaya bahan baku dan bahan penunjang (Rp/proses produksi).
18. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan baik tetap maupun tidak tetap (variabel) dalam proses produksi seperti biaya peralatan produksi (penyusutan), biaya sarana produksi, biaya tenaga kerja dalam setiap proses produksi pada agroindustri ayam geprek (Rp/proses produksi).



19. Produksi adalah hasil fisik dari pengolahan daging ayam selama periode produksi 1hari (Kg/periode produksi).
20. Pendapatan kotor adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi dikali dengan harga produksi dalam agroindustri ayam geprek (Rp/proses produksi).
21. Pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi dalam agroindustri ayam geprek (Rp/proses produksi).
22. Efisiensi agroindustri adalah ukuran keberhasilan usaha, perbandingan antara pendapatan kotor dengan biaya produksi pada agroindustri ayam geprek.

### **3.5. Analisis Data**

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif untuk menganalisis ketersediaan bahan baku dan teknologi produksi. Sedangkan kuantitatif untuk menganalisis proses produksi (yang dideskriptifkan secara kualitatif) dan aspek finansial.

#### **3.5.1. Karakteristik Pelaku Usaha, Tenaga Kerja dan Profil Usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti**

Karakteristik pengusaha dan tenaga kerja serta profil usaha menggunakan analisis deskriptif, meliputi (1) umur, (2) pendidikan, (3) pengalaman berusaha (4) jumlah tanggungan keluarga. Selanjutnya profil usaha meliputi : sejarah usaha, skala usaha, modal usaha, dan jumlah tenaga kerja.

#### **3.5.2. Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi, Teknologi, Biaya, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti.**

##### **3.5.2.1. Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi dan Teknologi**

Untuk menganalisis penggunaan bahan baku, proses produksi dan teknologi yang digunakan dalam proses pengolahan agroindustri ayam geprek. Analisis

dilakukan dengan menganalisis teknologi dan pengolahan ayam geprek secara kualitatif, yaitu dengan menggunakan kuesioner yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pengusaha agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

### 3.5.2.2. Biaya, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah

Untuk analisis usaha, produksi, biaya, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah agroindustri sago basah dianalisis melalui deskriptif kuantitatif :

#### 1. Biaya

Untuk menghitung biaya produksi agroindustri ayam geprek digunakan rumus umum menurut Soekartawi (1995), sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan :

- TC = Total Biaya (Rp/Proses produksi)
- TFC = Total Biaya Tetap (Rp/ proses produksi)
- TVC = Total Biaya Variabel (Rp/proses produksi)

Total biaya tetap (TFC) yang terdiri dari biaya penyusutan dari peralatan yang digunakan dalam usaha agroindustri ayam geprek. Peralatan yang digunakan dalam usaha agroindutri ini tidak habis dipakai dalam satu kali produksi. Biaya penyusutan alat dihitung dengan metode garis lurus (*straight line method*) menurut Hernanto (2003), sebagai berikut :

$$D = \frac{C - NS}{UL} \dots\dots\dots (7)$$

Dimana :

- D = Nilai Penyusutan Alat (Rp/proses produksi)
- C = Harga Beli Alat (Rp/unit)

NS = Nilai sisa 20% dari harga beli (Rp/unit/tahun)

UL = Masa Pakai Alat (tahun)

Sedangkan biaya variabel (TVC) dalam menjalankan usaha tidak terlepas dari biaya variabel. Adapun biaya variabel yang dikeluarkan dalam usaha agroindustri ayam geprek terdiri dari biaya bahan baku dan bahan penunjang.

## 2. Pendapatan Usaha

Pendapatan dalam usaha agroindustri ayam geprek terdiri dari pendapatan kotor dan pendapatan bersih.

### a. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor usaha agroindustri ayam geprek didapatkan dari seluruh produksi yang dihasilkan dalam kegiatan usaha agroindustri ayam geprek. Untuk menghitung pendapatan kotor, yaitu (Hernanto, 2003) :

$$TR = Y \cdot Py \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan :

TR = Pendapatan kotor (Rp/hari)

Y = Produksi ayam geprek (Porsi/hari)

Py = Harga produksi ayam geprek (Porsi/Kg)

### b. Pendapatan Bersih

Untuk menganalisis penerimaan bersih atau pendapatan usaha digunakan rumus umum Soekartawi (2000) sebagai berikut:

$$\pi = Y \cdot Py - (X1 \cdot Px1 + X2 \cdot Px2 + D) \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan :

$\pi$  = Penerimaan bersih produksi (Rp/hari)

Y = Produksi ayam geprek (Porsi/hari)

$P_y$  = Harga produksi yang digunakan (Rp/porsi)

$X_1$  = Jumlah bahan baku (Kg/hari)

$P_{X_1}$  = Harga bahan baku (Rp/Kg)

$X_2$  = Jumlah bahan penunjang (Kg/hari)

$P_{X_2}$  = Harga bahan penunjang (Rp/hari)

$D$  = Penyusutan alat (Rp/hari)

Sedangkan rumus untuk menganalisis penerimaan bersih atau pendapatan usaha agroindustri ayam geprek sakti yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \pi = & Y \cdot P_y - (X_1 \cdot P_{X_1} + X_2 \cdot P_{X_2} + X_3 \cdot P_{X_3} + X_4 \cdot P_{X_4} + X_5 \cdot P_{X_5} + X_6 \cdot P_{X_6} + X_7 \cdot P_{X_7} + \\
 & X_8 \cdot P_{X_8} + X_9 \cdot P_{X_9} + X_{10} \cdot P_{X_{10}} + X_{11} \cdot P_{X_{11}} + X_{12} \cdot P_{X_{12}} + X_{13} \cdot P_{X_{13}} + X_{14} \cdot P_{X_{14}} + \\
 & X_{15} \cdot P_{X_{15}} + X_{16} \cdot P_{X_{16}} + X_{17} \cdot P_{X_{17}} + X_{18} \cdot P_{X_{18}} + X_{19} \cdot P_{X_{19}} + X_{20} \cdot P_{X_{20}} + X_{21} \cdot P_{X_{21}} + \\
 & X_{22} \cdot P_{X_{22}} + X_{23} \cdot P_{X_{23}} + X_{24} \cdot P_{X_{24}} + X_{25} \cdot P_{X_{25}} + X_{26} \cdot P_{X_{26}} + X_{27} \cdot P_{X_{27}} + X_{28} \cdot P_{X_{28}} + \\
 & X_{29} \cdot P_{X_{29}} + X_{30} \cdot P_{X_{30}} + D) \dots \dots \dots (10)
 \end{aligned}$$

Dimana :

$\pi$  = Penerimaan bersih produksi (Rp/ hari)

$Y$  = Produksi agroindustri ayam geprek (Kg/ hari)

$P_y$  = Harga Produksi yang Digunakan (Rp/ hari)

$X_1$  = Jumlah Daging Ayam (Kg/ hari)

$X_2$  = Jumlah Beras (Kg/ hari)

$X_3$  = Jumlah Garam (bungkus/ hari)

$X_4$  = Jumlah Kol (Kg/ hari)

$X_5$  = Jumlah Timun (Kg/ hari)

$X_6$  = Jumlah Kemangi (ikat/ hari)

$X_7$  = Jumlah Tempe (bungkus/ hari)

- $X_8$  = Jumlah Tahu (bungkus/ hari)
- $X_9$  = Jumlah Cabai Merah (Kg/ hari)
- $X_{10}$  = Jumlah Cabai Rawit (Kg/ hari)
- $X_{11}$  = Jumlah Bawang Merah (Kg/ hari)
- $X_{12}$  = Jumlah Bawang Putih (Kg/ hari)
- $X_{13}$  = Jumlah Kemiri (Kg/ hari)
- $X_{14}$  = Jumlah Tomat (Kg/ hari)
- $X_{15}$  = Jumlah Daun Pandan (lembar/ hari)
- $X_{16}$  = Jumlah Serai (batang/ hari)
- $X_{17}$  = Jumlah Minyak Goreng (liter/ hari)
- $X_{18}$  = Jumlah Penyedap Rasa (bungkus/ hari)
- $X_{19}$  = Jumlah Tepung Beras (Kg/ hari)
- $X_{20}$  = Jumlah Tepung Kanji (Kg/ hari)
- $X_{21}$  = Jumlah Terasi (bungkus/ hari)
- $X_{22}$  = Jumlah Gula Merah (Kg/ hari)
- $X_{23}$  = Jumlah Gas 3 Kg (tabung/ hari)
- $X_{24}$  = Jumlah Air Galon (galon/ hari)
- $X_{25}$  = Jumlah Es Kristal (bungkus / hari)
- $X_{26}$  = Jumlah Capucino (bungkus/ hari)
- $X_{27}$  = Jumlah Teh (kotak/ hari)
- $X_{28}$  = Jumlah Gula Pasir (Kg/ hari)
- $X_{29}$  = Jumlah Susu (kaleng/ hari)
- $X_{30}$  = Jumlah Milo (bungkus/ hari)
- $Px_1$  = Harga daging ayam (Rp/Kg)

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

- Px<sub>2</sub> = Harga Beras (Rp/Kg)
- Px<sub>3</sub> = Harga Garam (Rp/bungkus)
- Px<sub>4</sub> = Harga Kol (Rp/Kg)
- Px<sub>5</sub> = Harga Timun (Rp/Kg)
- Px<sub>6</sub> = Harga Kemangi (Rp/ikat)
- Px<sub>7</sub> = Harga Tempe (Rp/bungkus)
- Px<sub>8</sub> = Harga Tahu (Rp/bungkus)
- Px<sub>9</sub> = Harga Cabai Merah (Rp/Kg)
- Px<sub>10</sub> = Harga Cabai Rawit (Rp/Kg)
- Px<sub>11</sub> = Harga Bawang Merah (Rp/Kg)
- Px<sub>12</sub> = Harga Bawang Putih (Rp/Kg)
- Px<sub>13</sub> = Harga Kemiri (Rp/Kg)
- Px<sub>14</sub> = Harga Tomat (Rp/Kg)
- Px<sub>15</sub> = Harga Daun Pandan (Rp/lembar)
- Px<sub>16</sub> = Harga Serai (Rp/batang)
- Px<sub>17</sub> = Harga Minyak Goreng (Rp/liter)
- Px<sub>18</sub> = Harga Penyedap Rasa (Rp/bungkus)
- Px<sub>19</sub> = Harga Tepung Beras (Rp/Kg)
- Px<sub>20</sub> = Harga Tepung Kanji (Rp/Kg)
- Px<sub>21</sub> = Harga Terasi (Rp/bungkus)
- Px<sub>22</sub> = Harga Gula Merah (Rp/Kg)
- Px<sub>23</sub> = Harga Gas (Rp/tabung)
- Px<sub>24</sub> = Harga Air Galon (Rp/galon)
- Px<sub>25</sub> = Harga Es Kristal (Rp/bungkus)

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Px<sub>26</sub> = Harga Capucino (Rp/bungkus)

Px<sub>27</sub> = Haga Teh (Rp/kotak)

Px<sub>28</sub> = Harga Gula Pasir (Rp/Kg)

Px<sub>29</sub> = Harga Susu (Rp/kaleng)

Px<sub>30</sub> = Harga Milo (Rp/bungkus)

D = Penyusutan alat (Rp/proses produksi)

c. Efisiensi Usaha.

Untuk menghitung efisiensi usaha agroindustri ayam geprek dianalisis dengan menggunakan *Return Cost Ratio* (RCR) digunakan rumus menurut Hernanto (2003) sebagai berikut :

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(11)$$

Dimana :

RCR = *Return Cost Ratio* (Rp/proses produksi)

TR = Pendapatan kotor (*Total Revenue*) (Rp/proses produksi)

TC = Total biaya produksi (*Total Cost*) (Rp/proses produksi)

Dengan kriteria :

RCR >1 : Agroindustri Ayam Geprek Sakti yang dilakukan efisien dan menguntungkan.

RCR <1 : Agroindustri Ayam Geprek Sakti yang dilakukan tidak efisien (Rugi)

RCR = 1 : Agroindustri Ayam Geprek Sakti yang dilakukan berada pada titik impas (*Break Even Point*)

d. Nilai Tambah

Untuk mengetahui besarnya nilai tambah dan keuntungan agroindustri ayam geprek sakti, menggunakan analisis metode Hayami dalam Sudiono (2001). Dalam penelitian ini akan dihitung nilai tambah dari beberapa produk ayam geprek sakti selama satu kali proses produksi (per hari).

Tabel 1. Metode Perhitungan Nilai Tambah (*Value Added*) Hayami.

| No   | Variabel                            | Nilai                              |
|--|-------------------------------------|------------------------------------|
| <b>I. Output, Input, Harga</b>                 |                                     |                                    |
| 1  | Output (Kg)                         | (1)                                |
| 2  | Input (Kg)                          | (2)                                |
| 3  | Tenaga Kerja (HOK)                  | (3)                                |
| 4  | Faktor Konversi                     | $(4) = (1)/(2)$                    |
| 5  | Koefesien Tenaga Kerja (HOK/Kg)     | $(5) = (3)/(2)$                    |
| 6  | Harga Output (Rp/Kg)                | (6)                                |
| 7  | Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)          | (7)                                |
| <b>II. Pendapatan dan Keuntungan</b>           |                                     |                                    |
| 8  | Harga Bahan Baku (Kg/Rp)            | (8)                                |
| 9  | Sumbangan Input Lain (Rp/Kg Output) | (9)                                |
| 10   | Nilai Output (Rp/Kg)                | $(10) = (4) \times (6)$            |
| 11   | a. Nilai Tambah (Rp/Kg)             | $(11a) = (10) - (8) - (9)$         |
|  | b. Rasio Nilai Tambah (%)           | $(11b) = (11a)/(10) \times 100\%$  |
| 12   | a. Pendapatan TK Langsung (Rp/Kg)   | $(12a) = (5) \times (7)$           |
|  | b. Pangsa Tenaga Kerja (%)          | $(12b) = (12a)/(11a) \times 100\%$ |
| 13   | a. Keuntungan (Rp/Kg)               | $(13a) = (11a) - (12a)$            |
|  | b. Tingkat Keuntungan (%)           | $(13b) = (13a)/(11a) \times 100\%$ |
| <b>III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi</b> |                                     |                                    |
| 14   | Margin (Rp/Kg)                      | $(14) = (10) - (8)$                |
|  | a. Pendapatan Tenaga Kerja (%)      | $(14a) = (12a)/(14) \times 100\%$  |
|  | b. Sumbangan Input Lain (%)         | $(14b) = (9)/(14) \times 100\%$    |
|  | c. Keuntungan Pengusaha (%)         | $(14c) = (13a)/(14) \times 100\%$  |

Sumber: Sudiono (2001)

Setelah melakukan perhitungan nilai tambah, maka dapat dilakukan pengujian nilai tambah menurut kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Rasio nilai tambah rendah apabila memiliki persentase < 15 persen.
2. Rasio nilai tambah sedang apabila memiliki persentase 15 persen – 40 persen.
3. Rasio nilai tambah tinggi apabila memiliki persentase > 40 persen..



### 3.5.3. Startegi bauran pemasaran pada usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

Strategi bauran pemasaran pada usaha agroindustri ayam geprek sakti dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu memaparkan kejadian sebenarnya sesuai hasil wawancara dengan pemilik atau pengusaha. Adapun bauran pemasaran yang akan dianalisis terdiri dari 7P yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), saluran distribusi (*place*), proses (*process*), petugas penyedia jasa (*people*) dan fasilitas pendukung secara fisik (*physical evidence*).



## IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1 Keadaan Geografis dan Administratif Kecamatan Marpoyan Damai

Kecamatan Marpoyan Damai merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Pekanbaru, yang terletak di antara  $0^{\circ} 51' - 0^{\circ} 53'$  Lintang Utara dan  $102^{\circ} 44' - 102^{\circ} 45'$  Bujur Timur. Luas wilayah Kecamatan Marpoyan Damai adalah  $29,79 \text{ km}^2$ , yang berbatasan langsung dengan (Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2021):

- Sebelah timur : Berbatasan dengan Kecamatan Marpoyan damai
- Sebelah barat : Berbatasan dengan Kecamatan Tampan
- Sebelah utara : Berbatasan dengan Kecamatan Sukajadi
- Sebelah selatan : Berbatasan dengan Kabupaten Kampar

Luas wilayah Kecamatan Marpoyan Damai adalah lebih kurang 671,14 Ha yang terdiri dari 5 Kelurahan, 70 RW, dan 300 RT yang masing-masing kelurahan mempunyai wilayah yang bervariasi luasnya, ada kelurahan yang paling kecil luasnya dibandingkan dibandingkan dengan kelurahan lainnya dan ada pula kelurahan yang paling luas dari kelurahan lainnya. Pembagian luas wilayah tersebut yaitu Kelurahan Tangkerang Tengah (96,08 Ha), Kelurahan Tangkerang Barat (105,73 Ha), Kelurahan Maharatu (266,63 Ha), Kelurahan Sidomulyo Timur (169,08 Ha) dan Kelurahan Wonorejo (32,90 Ha) (Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2021).

Dilihat dari pembagian luas wilayah diatas, ternyata Kelurahan yang paling luas di Kecamatan Marpoyan Damai adalah Kelurahan Maharatu dengan luas areal 266,63 Ha, dan untuk Kelurahan yang paling kecil luas arealnya adalah

Kelurahan Wonorejo yang hanya memiliki luas areal 32,90 Ha (Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2021).

#### **4.2. Administrasi Pemerintah Kecamatan Marpoyan Damai**

Pelaksanaan administrasi pemerintah untuk wilayah kecamatan Marpoyan Damai sampai saat ini dapat berjalan dengan baik dan lancar dengan jangkauan pelayanan 5 kelurahan, 70 RW dan 300 RT. Untuk peningkatan dalam hal pelayanan telah dibentuk loket pelayanan di Kantor. Kecamatan Marpoyan Damai. Pada loket pelayanan tersebut Administrasi Pemerintah Kecamatan Marpoyan Damai Pelaksanaan administrasi pemerintah untuk wilayah kecamatan Marpoyan Damai sampai saat ini dapat berjalan dengan baik dan lancar dengan jangkauan pelayanan 5 kelurahan, 70 RW dan 300 RT. Untuk peningkatan dalam hal pelayanan telah dibentuk loket pelayanan di Kantor. Kecamatan Marpoyan Damai. Pada loket pelayanan tersebut terdapat Standar operasional Pelayanan (SOP) yang secara transparan seperti dasar hukum, proses, jangka waktu dan biaya (Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2021).

#### **4.3. Penduduk**

Penduduk dan perkembangannya pada suatu daerah dari waktu ke waktu dapat disebabkan oleh dua factor yaitu kelahiran atau terjadinya suatu proses penurunan tingkat kematian yang tidak diikuti oleh perbedaan diantara tingkat kelahiran dan tingkat kematian. Factor lain adalah migrasi yaitu: perpindahan penduduk dari suatu Negara lain atau Daerah. Demikian juga halnya dengan daerah Kecamatan Marpoyan Damai Perkembangan Penduduknya juga tidak lepas dari factor kelahiran dan migrasi (Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2021).

#### 4.4. Mata Pencaharian

Penduduk disamping merupakan objek juga sebagai subjek pembangunan, untuk itu perlu diketahui yang menyangkut tentang penduduk, apabila ingin mengetahui persoalan-persoalan Ekonomi yang berkaitan dengan kependudukan. Dalam menunjukkan aktivitas produksi dan kegiatan ekonomi, pendidikan memang peranan yang penting dimana pendidikan tersebut menjadi unsure yang dapat diperlukan sebagai subjek kegiatan ekonomi sehingga pembangunan dibidang ekonomi dapat berjalan dengan lancar.

Pola usaha dan kegiatan ekonomi penduduk di Kecamatan Marpoyan Damai tidak sama. Mata pencaharian sebagian besar penduduk berdasarkan daftar monografi Kecamatan Marpoyan Damai masyarakat yang bekerja berjumlah 54,379 orang atau 45,28%, sedangkan yang belum/ tidak bekerja berjumlah 19,434 orang atau 16,18 %, yang bersekolah berjumlah 16,919 orang atau 14,08 %, dan lain-lain 29,387 orang atau 24,47 % (Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2021).

#### 4.5. Pendidikan

Pendidikan merupakan bagian terpenting yaitu tidak dapat dipisahkan dalam perkembangan suatu daerah. Bahkan pendidikan merupakan investasi utama dalam upaya kemajuan suatu bangsa. Tingkat pendidikan suatu daerah tergantung pada tingkat ekonomi masyarakat, sarana pendidikan, sarana transportasi dan sebagainya.

Pentingnya pendidikan tersebut terlihat dari upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan hingga seluruh pelosok negeri. Hal tersebut juga sangat dirasakan oleh masyarakat

Kecamatan Marpoyan damai. Adapun jumlah Sekolah, Jenjang Pendidikan dan Jumlah Guru di Kecamatan Marpoyan Damai dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Sekolah, Jenjang Pendidikan dan Jumlah Guru di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2020

| No | Kelurahan           | TK | SD  | SMP | SMA | SMK | Jumlah |
|----|---------------------|----|-----|-----|-----|-----|--------|
| 1  | Tangkerang Tengah   | 3  | 5   | 1   | 1   | 4   | 10     |
| 2  | Tangkerang Barat    | 2  | 5   | 1   | -   | -   | 16     |
| 3  | Maharatu            | 5  | 4   | 1   | -   | -   | 15     |
| 4  | Sidomulyo Timur     | 3  | 2   | -   | -   | -   | 9      |
| 5  | Wonorejo            | 3  | 5   | 1   | 2   | 1   | 26     |
| 6  | Perhentian Marpoyan | 4  | 5   | -   | -   | -   |        |
| 7  | Jumlah Sekolah      | 20 | 27  | 4   | 3   | 5   | 75     |
| 8  | Jumlah Guru         | 98 | 513 | 204 | 125 | 125 | 1.046  |

Sumber: Kecamatan Marpoyan damai Dalam Angka 2021

Berdasarkan Tabel 2. diketahui bahwa jumlah sekolah di Kecamatan Marpoyan damai pada tahun 2020 terdapat 20 taman kanak-kanak, 27 Sekolah Dasar, 10 Sekolah Menengah Pertama, 3 Sekolah Menengah Atas, dan 5 Sekolah Menengah Kejuruan. Jumlah guru Taman Kanak-kanak di Kecamatan Marpoyan damai pada tahun 2020 sebanyak 109 orang dengan jumlah murid sebanyak 1397 orang, Murid Sekolah Dasar sebanyak 10.782 dengan tenaga pengajar sebanyak 513 orang. Murid Sekolah Menengah Pertama sebanyak 2.126 dengan 204 orang tenaga. Jumlah murid Menengah Atas Negeri 1.467 orang dengan jumlah tenaga pengajar 125 orang, Kemudian jumlah murid Sekolah Menengah Kejuruan 1404 orang dengan 125 orang tenaga pengajar.

Tabel 3. Jumlah Murid Menurut Jenjang Pendidikan di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2020

| No     | Kelurahan          | TK    | SD     | SMP   | SMA   | SMK   | Jumlah |
|--------|--------------------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|
| 1      | Simpang Tiga       | 181   | 385    | 719   | 0     | 290   | 1.575  |
| 2      | Tangkerang Selatan | 380   | 2.572  | 137   | 0     | 239   | 3.328  |
| 3      | Tangkerang Utara   | 110   | 1.130  | 1.006 | 415   | 738   | 3.399  |
| 4      | Tangkerang Labuai  | 274   | 1.554  | 0     | 0     | 0     | 1.828  |
| 5      | Kartama            | 452   | 5.141  | 264   | 1.052 | 137   | 7.046  |
| Jumlah |                    | 1.397 | 10.782 | 2.126 | 750   | 1.404 | 20.206 |

Sumber: Kecamatan Marpoyan damai Dalam Angka, 2021

Selain itu di Kecamatan Marpoyan damai terdapat beberapa sekolah agama yang hanya ada di Kelurahan Simpang Tiga, Tangkerang Selatan, Tangkerang Utara dan Tangkerang Labuai, untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Sekolah Agama, Guru dan Murid di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2020

| No           | Kelurahan          | Ibtidaiyah |        | Tsanawiyah |        |
|--------------|--------------------|------------|--------|------------|--------|
|              |                    | Negeri     | Swasta | Negeri     | Swasta |
| 1            | Simpang Tiga       | 1          | -      | 1          | -      |
| 2            | Tangkerang Selatan | -          | 1      | -          | -      |
| 3            | Tangkerang Utara   | -          | 1      | -          | -      |
| 4            | Tangkerang Labuai  | -          | -      | -          | 1      |
| 5            | Kartama            | -          | -      | -          | -      |
| Jumlah       |                    | 1          | 2      | 1          | 1      |
| Jumlah Guru  |                    | 30         | 12     | 55         | 10     |
| Jumlah Murid |                    | 701        | 180    | 912        | 75     |

Sumber: Kecamatan Marpoyan damai Dalam Angka, 2021

Terdapat 11 sekolah Ibtidaiyah Negeri di Kelurahan Simpang Tiga dengan jumlah tenaga pengajar sebanyak 30 orang dan jumlah murid 701 orang. Sekolah agama Ibtidaiyah Swasta terdapat di Kelurahan Tangkerang Selatan dan Tangkerang Utara dengan jumlah masing-masing satu, jumlah murid 135 orang dan 45 orang, Tsanawiyah Negeri terdapat di Kelurahan Simpang Tiga dengan jumlah tenaga pengajar 55 orang dan jumlah murid 912, Tsanawiyah swasta terdapat di Kelurahan Tangkerang Utara dengan jumlah tenaga pengajar 10 orang dan jumlah murid 75 orang.

#### 4.6. Kondisi Peternakan

Populasi ternak menurut jenis ternak hewan di Kecamatan Marpoyan damai Tahun 2020 dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Populasi Hewan Ternak Menurut Jenis Ternak di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2020

| No | Jenis Ternak | Jumlah (Ekor) |
|----|--------------|---------------|
| 1  | Sapi         | 118           |
| 2  | Kerbau       | 1             |
| 3  | Kambing      | 189           |

Sumber: Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Pekanbaru, 2021

Dilihat dari Tabel 5. terlihat jenis ternak di Kecamatan Marpoyan Damai pada Tahun 2020 di dominasi oleh kambing sebanyak 189 ekor selanjutnya sapi 118 ekor dan kerbau 1 ekor. Selain itu hewan ternak tersebut di Kecamatan Marpoyan damai juga terdapat ternak unggas diantaranya ayam kampung, ayam pedaging, itik dan itik manila. Jumlah ternak unggas menurut jenisnya di Kecamatan Marpoyan damai dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Ternak Unggas Menurut Jenisnya di Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2020

| Jenis Ternak  | Jumlah (Ekor) |
|---------------|---------------|
| Ayam Kampung  | 25.400        |
| Ayam Pedaging | 80.000        |
| Itik          | 860           |
| Itik Manila   | 315           |

Sumber: Kecamatan Marpoyan damai Dalam Angka 2021

Tabel 6. diatas jumlah ternak unggas di Kecamatan Marpoyan damai terbanyak adalah ayam pedaging sebanyak 80.000 ekor, selanjutnya diikuti oleh ayam kampung sebanyak 25.400 ekor dan itik manila sebanyak 860 ekor. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Kecamatan Marpoyan damai terdapat usaha sebagai peternak unggas yang tersebar dikelurahan se Kecamatan Marpoyan damai.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Karakteristik Pelaku Usaha, Tenaga Kerja dan Profil Usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti

#### 5.1.1. Karakteristik Pelaku Usaha dan Tenaga kerja Agroindustri Ayam Geprek Sakti

Mengenai identitas pelaku usaha juga dapat memberikan gambaran umum mengenai kemampuan dan keberadaan pelaku usaha didalam melakukan suatu usaha. Keberhasilan pelaku usaha sebagai suatu pengelola utama usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti dapat dipengaruhi oleh umur pengusaha, jenis kelamin, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga dan pengalaman usaha dalam berusaha Ayam Geprek. Karakteristik pelaku usaha dan tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Distribusi Karakteristik Pelaku Usaha dan Tenaga kerja Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021

| No | Responden    | Umur (Tahun) | Tingkat Pendidikan | Pengalaman Usaha (Tahun) | Anggota Keluarga (Jiwa) |
|----|--------------|--------------|--------------------|--------------------------|-------------------------|
| 1  | Pemilik      | 36           | SMA                | 3                        | 4                       |
| 2  | Tenaga Kerja | 28           | SMA                | 3                        | 2                       |
| 3  | Tenaga Kerja | 30           | SMA                | 3                        | 0                       |
| 4  | Tenaga Kerja | 26           | SMA                | 3                        | 1                       |
| 5  | Tenaga Kerja | 26           | SMA                | 2                        | 0                       |
| 6  | Tenaga Kerja | 27           | SMA                | 3                        | 0                       |

#### a. Umur Pelaku Usaha dan Tenaga kerja

Mekanisme pengaruh umur yaitu jika kekuatan fisik seseorang untuk melakukan suatu aktivitas sangat erat kaitannya dengan umur karena bila umur seseorang telah melewati masa produktif, maka semakin menurun kekuatan



fisiknya sehingga produktivitasnya pun menurun dan pendapatan juga ikut menurun.

Menurut Murdiantoro (2011) tenaga kerja (*man power*) yaitu penduduk dalam usia kerja, yaitu yang berumur antara 15-64 tahun merupakan penduduk potensial yang dapat bekerja untuk memproduksi barang atau jasa dan disebut angkatan kerja (*labor force*) adalah penduduk yang bekerja dan mereka yang tidak bekerja, tetapi siap untuk bekerja atau sedang mencari kerja.

Berdasarkan Tabel 7. dan Lampiran 1. diketahui bahwa pengusaha berusia 36 tahun, tenaga kerja antara 26 sampai 30 tahun, dengan rata-rata umur tenaga kerja 27 (27,4) tahun, hal tersebut menunjukkan bahwa baik pelaku usaha maupun tenaga kerja berada dalam usia produktif. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Cahyono (1998), umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan. Umur produktif berkisaran antara 15-60 tahun yang merupakan umur ideal bagi para Tenaga kerja. Mengenai identitas pengusaha dan Tenaga kerja juga dapat memberikan gambaran umum mengenai kemampuan dan keberadaan pengusaha dan tenaga kerja didalam melakukan suatu usaha. Keberhasilan pengusaha sebagai suatu pengelola utama usaha agroindustri Ayam Geprek dapat dipengaruhi oleh umur pengusaha dan Tenaga kerja, jenis kelamin, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga dan pengalaman dalam berusaha.

Umur selalu dijadikan indikator dalam menentukan produktif atau tidaknya seseorang, umur juga akan mempengaruhi pola pikir dan kemampuan seseorang untuk bekerja. Biasanya pengusaha yang berumur muda memiliki fisik yang lebih kuat jika dibandingkan dengan pengusaha yang sudah tua. Disamping itu juga lebih cepat menerima inovasi.

**b. Tingkat Pendidikan Pelaku Usaha dan Tenaga kerja**

Tingkat pendidikan seseorang dapat menentukan produktif atau tidaknya dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Tinggi rendahnya pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi cara berfikir dan menentukan kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan yang tepat terhadap alternatif yang ada. Pendidikan juga mempengaruhi daya nalar terhadap penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pendidikan merupakan salah satu faktor dalam melancarkan pembangunan pertanian, karena pendidikan dapat meningkatkan produktivitas pengusaha, tingkat produksi dan pendapatan yang mempengaruhi kesejahteraan keluarga.

Berdasarkan Tabel 7. Dan Lampiran 1. diketahui bahwa lama pendidikan yang pernah diikuti pengusaha yaitu SMA (12 tahun) dan tenaga kerja ayam geprek rata-rata telah sampai kejenjang SMA (12 tahun), dalam hal ini akan berpengaruh dalam membuat dan mengambil keputusan.

**c. Jumlah Tanggungan Keluarga Pelaku Usaha dan Tenaga kerja**

Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah individu yang ditanggung kehidupannya oleh pelaku usaha, besar kecilnya jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi secara langsung terhadap pendapatan. jumlah tanggungan keluarga secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga. Semakin besar jumlah tanggungan keluarga maka semakin besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan mereka atau sebaliknya.

Berdasarkan Tabel 7. dan Lampiran 1. diketahui bahwa jumlah tanggungan keluarga dari pelaku usaha Ayam Geprek adalah sebanyak 4 orang, yaitu dengan

rata-rata 1 (0,6) orang tanggungan keluarga. Jumlah tanggungan keluarga juga bisa mempengaruhi keuntungan usaha terutama bagi pemilik usaha, yaitu semakin banyak jumlah keluarga maka bisa membantu mengembangkan usaha dan mengurangi biaya yang harus dikeluarkan untuk menggaji orang atau tenaga kerja.

#### **d. Pengalaman Berusaha**

Pada umumnya pengusaha melakukan kegiatan usahanya selalu bermodalkan pada pengalaman terdahulu, karena dengan adanya pengalaman dimasa lalu akan mempengaruhi kegiatan yang dilakukan saat ini dan masa yang akan datang. Semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka semakin kecil risiko kegagalan yang akan dialami. Hal ini disebabkan karena pengusaha tersebut telah mengetahui situasi dan kondisi lingkungan, disamping itu ia akan cepat mengambil keputusan dan menentukan sikap dalam mengatasi masalah-masalah yang dijumpai dalam usahanya.

Berdasarkan Tabel 7. dan lampiran 7. diketahui bahwa pengalaman berusaha pelaku usaha ayam geprek yaitu selama 3 tahun, pengalaman berusaha tenaga kerja rata-rata selama 3 (2,8) tahun.

#### **5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti**

##### **a. Sejarah Usaha**

Usaha ayam geprek merupakan usaha perseorangan, usaha ini sudah berjalan 3 tahun, dimulai usaha dari tahun 2018 dengan jumlah tenaga kerja 5 orang. Ayam geprek sakti berlokasi di Jl. Kartama Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Usaha ini sempat mengalami kerugian terutama pada masa pandemi saat ini, sehingga membuat pengusaha ingin menutup usahanya. Namun pengusaha banyak menerima masukan terutama

dari keluarga dan teman-teman. Pengusaha mengambil keputusan untuk melanjutkan usahanya dan dan sedikit merenovasi beberapa konsep usahanya. Seiring berjalannya waktu usaha Ayam Geprek Sakti terus berjalan dan terus berkembang sampai saat ini.

**b. Skala Usaha**

Industri adalah semua kegiatan ekonomi manusia yang mengolah barang mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Usaha yang dilakukan didaerah penelitian ini yaitu mengolah daging ayam mentah menjadi ayam yang siap dikonsumsi. Dilihat dari jumlah tenaga kerja usaha Ayam Geprek termasuk berjumlah 5 orang. Pengusaha yang menggunakan tenaga kerja berkisar 5-19 orang ini merupakan kelompok skala usaha kecil (BPS Indonesia, 2021)

**c. Modal Usaha**

Modal usaha usaha Ayam Geprek Sakti diperoleh dari modal sendiri. Adapun investasi awal usaha tersebut adalah sebesar Rp. 35.000.000, yaitu digunakan untuk membeli kebutuhan usaha ayam geprek sakti seperti peralatan, sewa tempat, bahan baku dan biaya lainnya.

**d. Tenaga Kerja**

Tenaga kerja yang terampil diperlukan untuk usaha Ayam Geprek Sakti, walaupun pada taraf tertentu tidak memerlukan keahlian yang cukup tinggi. Jumlah Tenaga kerja dalam usaha agroindustri ayam geprek berjumlah 5 orang, yaitu keseluruhannya berasal dari luar keluarga.

## **5.2. Analisis Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi, Teknologi, Biaya, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Usaha Agroindustri Ayam Geprek Sakti.**

### **5.2.1. Penggunaan Bahan Baku, Proses Produksi dan Teknologi**

#### **a. Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang**

Dalam menjalankan suatu usaha agroindustri tidak akan terlepas dari bahan baku dan bahan penunjang. Bahan baku untuk pembuatan ayam geprek adalah daging ayam. Pengusaha memperoleh bahan utama oleh pemasok langsung ayam pedaging. Menurut pengusaha bahwa dalam memperoleh bahan baku tidak mengalami kesulitan karena pengusaha telah melakukan kerja sama kepada ayam pedaging tersebut sehingga ketersediaanya selalu terpenuhi. Pengusaha memperoleh ayam pedaging sekali produksi yaitu sebanyak 25 kg ayam pedaging dengan harga per kg Rp 27.000, yang di gunakan untuk satu kali proses produksi perharinya.

Sedangkan bahan penunjang merupakan bahan tambahan yang digunakan dalam proses produksi ayam geprek. Dalam memperoleh bahan penunjang pengusaha tidak mengalami kesulitan karena bahan tersebut dapat diperoleh dari pasar dan warung terdekat. Untuk lebih jelas penggunaan bahan baku dan bahan penunjang dapat di lihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Distribusi Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021

| No        | Jenis Bahan            | Satuan  | Jumlah |
|-----------|------------------------|---------|--------|
| <b>A.</b> | <b>Bahan Baku</b>      |         |        |
| 1         | Ayam                   | Kg      | 25,00  |
| <b>B.</b> | <b>Bahan Penunjang</b> |         |        |
| 1         | Beras                  | Kg      | 10,00  |
| 2         | Garam                  | Bungkus | 1,00   |
| 3         | Kol                    | Kg      | 3,00   |
| 4         | Timun                  | Kg      | 3,00   |
| 5         | Kemangi                | Ikat    | 2,00   |
| 6         | Tempe                  | Bungkus | 3,00   |
| 7         | Tahu                   | Bungkus | 3,00   |
| 8         | Cabai Merah            | Kg      | 0,25   |
| 9         | Cabai Rawit            | Kg      | 1,00   |
| 10        | Bawang Merah           | Kg      | 1,00   |
| 11        | Bawang Putih           | Kg      | 0,75   |
| 12        | Kemiri                 | Kg      | 0,10   |
| 13        | Tomat                  | Kg      | 1,00   |
| 14        | Daun Pandan            | Lembar  | 1,00   |
| 15        | Serai                  | Batang  | 1,00   |
| 16        | Minyak Goreng          | Liter   | 3,00   |
| 17        | Penyedap Rasa          | Bungkus | 2,00   |
| 18        | Tepung Beras           | Kg      | 2,00   |
| 19        | Tepung Kanji           | Kg      | 2,00   |
| 20        | Terasi                 | Bungkus | 5,00   |
| 21        | Gula Merah             | Kg      | 0,50   |
| 22        | Gas 3 Kg               | Tabung  | 1,00   |
| 23        | Air Galon              | Galon   | 10,00  |
| 24        | Es Kristal             | Bungkus | 7,00   |
| 25        | Capucino               | Bungkus | 10,00  |
| 26        | Teh                    | Kotak   | 1,00   |
| 27        | Gula Pasir             | Kg      | 5,00   |
| 28        | Susu                   | Kaleng  | 1,00   |
| 29        | Milo                   | Bungkus | 5,00   |

Berdasarkan Tabel 8. diketahui bahwa usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti dalam proses produksi menggunakan bahan baku yaitu daging ayam dan sedangkan penunjangnya sebanyak 29 jenis. Dalam proses produksinya, pengusaha mendapatkan bahan utama berupa daging ayam dari pemasok tetap yang telah menjalin kerja sama dengan Ayam Geprek Sakti, sehingga setiap kali proses produksi atau setiap hari daging ayam akan di antar langsung ke lokasi usaha oleh pemasok daging sehingga untuk mendapatkan bahan utama dikatakan cukup mudah. Sedangkan untuk bahan penunjang di dapatkan di pasar dan beberapa warung disekitar lokasi usaha.

Seluruh bahan penunjang dapat di peroleh di Pasar Pagi Arengka sedangkan jika di pasar sedang kehabisa atau bahan penunjang yang dibeli kurang, maka bahan tersebut bisa didapataka atau di peroleh di warung sekitar lokasi usaha Ayam Geprek Sakti. Penyediaan bahan penunjang juga dapat dikatakan mudah karena bahan penunjang tersebut tersedia setiap hari dan setiap proses produksi.

#### **b. Proses Produksi**

Proses pengolahan ayam geprek dilakukan dalam beberapa tahapan dimulai dari persiapan bahan-bahan yang diperlukan dalam pengolahan ayam geprek sampai dengan ayam geprek disajikan kepada pelanggan. Adapun proses produksi dari ayam geprek dapat dilihat pada Gambar 2 :



Gambar 2. Tahapan Proses Pembuatan Ayam Geprek Sakti

### 1. Persiapan Bahan

Persiapan Bahan disini adalah persiapan bahan utama maupun penunjang. Bahan utama dalam ayam geprek ini adalah daging ayam segar, daging ayam tersebut di dapatkan dari pemasok langganan. Sementara untuk bahan penunjang dipersiapkan oleh tenaga kerja yang diperoleh dari pasar serta beberapa warung. Dalam proses ini juga sebagian tenaga kerja menyiapkan meja dan kursi, piring, gelas, sendok dan mebersihkan sekitar area tempat berjualan seperti menyapu lantai, mengelap meja serta kaca tempat ayam disusun.



Gambar 3. Ayam yang Telah di Terima dari Pemasok Langganan



## 2. Pembersihan Bahan Utama

Daging ayam yang sudah diperoleh dari pemasok sudah di potong menjadi empat bagian lalu dibersihkan, biasanya berat ayam yang digunakan berkisar dari 0,9 kg sampai 1,2 kg. Proses selanjutnya tetap dilakukan pencucian ulang dengan air bersih, pencucian ulang tersebut bertujuan agar daging ayam menjadi lebih bersih lagi dan lebih higienis.



Gambar 4. Proses Pencucian Ayam

## 3. Peracikan Bumbu

Setelah bahan utama (daging ayam) sudah tersedia serta sudah bersih, serta bahan penunjang seperti rempah-rempah dan lainnya sudah tersedia. Maka tahap atau proses selanjutnya yakni peracikan bumbu untuk mengungkep ayam dan tahu tempe, serta pembuatan sambal ayam geprek. Tenaga kerja juga akan melakukan persiapan lainnya, yaitu seperti mempersiapkan lalapan yang nantinya akan di sajikan bersama ayam geprek yaitu seperti timun, kol dan daun kemangi. Semua lalapan tersebut dicuci hingga bersih, kemudian setelah bersih selanjutnya lalapan tersebut potong dan disesuaikan dengan kebutuhan.



Gambar 5. Proses Persiapan Bumbu untuk Mengungkep Ayam

#### 4. Memasak Ayam

Setelah proses peracikan selesai, maka tahap selanjutnya adalah tahap memasak ayam, dimana ayam akan diungkep menggunakan bumbu yang sebelumnya sudah diracik. Bumbu yang sudah diracik sebelumnya kemudian dicampur dengan daging ayam, kemudian di masak dengan cara diungkep dengan waktu kurang lebih selama 1 jam. Sedangkan untuk tahu tempe tidak memerlukan proses unkep, hanya perlu mencampurkan tahu tempe yang sudah dipotong kedalam bumbu yang sudah diracik sebelumnya.



Gambar 6. Proses Mengungkep Ayam

#### 5. Penyusunan Ayam

Setelah selesai proses memasak ayam, kemudian ayam ditiriskan sehingga air tidak ada yang tersisa. Jika masih ada air ketika ayam di letakkan atau di

pajang, maka air tersebut akan menetes dan terlihat tidak menarik. Proses penyusunan ayam dilakukan setelah ayam ditiriskan dan dikeringkan menggunakan bantuan kipas angin. Selain ayam bahan pelengkap lainnya seperti tahu tempe, sambal, lalapan juga ikut disusun bahkan nasi juga di masukkan ke dalam wadah tahan panas sehingga nasi akan tetap hangat saat disajikan.



Gambar 7. Proses Penyusunan Ayam Geprek Sakti

## 6. Penggorengan Ayam

Tahap terakhir yaitu penggorengan ayam, proses penggorengan ayam dilakukan ketika ada pesanan dari pembeli baik untuk makan di tempat ataupun dibawa pulang. Tujuan tersebut dilakukan agar ayam tetap hangat ketika di terima oleh pembeli. Proses penggorengan ayam hanya memerlukan waktu kurang lebih 5 menit saja, karena sebelumnya ayam sudah dilakukan proses pengungkepan selama kurang lebih 1 jam. Ayam yang sudah di unkep sebelumnya dimasukkan kedalam campuran tepung beras dan tepung kanji yang sudah diberi air. Hal yang sama juga dilakukan pada tempe, yang juga nantinya disajikan bersama ayam geprek.



Gambar 8. Proses Penggorengan Ayam Geprek Sakti

### 7. Penyajian Ayam

Setelah ayam geprek selesai di goreng, lalu ayam ditiriskan sebentar agar minyak yang menempel di ayam geprek berkurang. Setelah ditiriskan sebentar, kemudian akan disajikan diatas wadah/piring dengan nasi putih hangat yang diatasnya di taburi bawang goreng, tempe goreng, sambal terasi, irisan timun, kol serta daun kemangi. Sedangkan ayam geprek yang di pesan untuk dibawa pulang dibungkus menggunakan kertas nasi, kemudian ayam dan tempe juga dibungkus dengan kertas nasi namun terpisah dengan nasi serta lalapan dan sambal akan dibungkus dengan plastik kecil transparan.



Gambar 9. Proses Penyajian Ayam Geprek Sakti

**c. Teknologi (Penggunaan Peralatan)**

Peralatan yang digunakan dalam usaha agroindustri ayam geprek adalah menggunakan peralatan-peralatan tradisional, sebagian peralatan yang dipakai menggunakan mesin. Alat-alat yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Penggunaan Peralatan Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021

| No | Nama Barang          | Jumlah Unit | No | Nama Barang             | Jumlah Unit |
|----|----------------------|-------------|----|-------------------------|-------------|
| 1  | Alat Pel             | 1           | 25 | Saringan Besar          | 1           |
| 2  | Aneka Pack Asa       | 1           | 26 | Saringan Kecil          | 1           |
| 3  | Bangku Dapur         | 2           | 27 | Sendok Garpu            | 36          |
| 4  | Baskom Besar         | 1           | 28 | Sendok Makan            | 60          |
| 5  | Baskom Sedang        | 1           | 29 | Sendok Teh              | 12          |
| 6  | Baskom Kecil         | 3           | 30 | Serokan                 | 1           |
| 7  | Botol Kecat dan Saos | 6           | 31 | Serokan Besar           | 1           |
| 8  | Ember                | 1           | 32 | Sodet                   | 2           |
| 9  | Galon Air            | 10          | 33 | Sodet Kayu              | 1           |
| 10 | Gayung               | 4           | 34 | Stelling Kaca           | 1           |
| 11 | Gelas                | 60          | 35 | Tabung Gas              | 2           |
| 12 | Golok                | 1           | 36 | Talenan Besar           | 1           |
| 13 | Jetspray             | 1           | 37 | Talenan Sedang          | 1           |
| 14 | Karpet Lesehan       | 5           | 38 | Talenan Segi            | 1           |
| 15 | Kipas Angin          | 5           | 39 | Teko Plastik            | 24          |
| 16 | Kompur Gas           | 2           | 40 | Tempat Sendok           | 24          |
| 17 | Kuali Besar          | 1           | 41 | Termos                  | 1           |
| 18 | Kuali Sedang         | 1           | 42 | Toples Besar            | 1           |
| 19 | Kursi Biasa          | 12          | 43 | Toples Kecil            | 1           |
| 20 | Kursi Standar        | 60          | 44 | Toples Sedang           | 1           |
| 21 | Meja                 | 14          | 45 | Spanduk                 | 2           |
| 22 | Meja Lesehan         | 5           | 46 | Lampu Besar             | 3           |
| 23 | Piring               | 24          | 47 | Lampu Sedang            | 5           |
| 24 | Pisau                | 3           | 48 | Plang Nama Tempat Usaha | 1           |

Berdasarkan Tabel 9. diketahui bahwa untuk memulai usaha Ayam Geprek Sakti ini memerlukan atau menggunakan peralatan sebanyak 48 jenis (seperti tabel diatas). Peralatan yang digunakan cukup sederhana dan tidak memerlukan perawatan khusus dalam menjalankannya. Dimana peralatan yang digunakan hampir seluruhnya peralatan yang isa dikerjakan secara manual, kecuali kipas angin dan lampu yang memerlukan daya listrik.

**d. Tenaga Kerja**

Tenaga kerja sebagai salah satu faktor produksi sangat menentukan dalam peningkatan produksi dan pendapatan usaha agroindustri, karena tenaga kerja merupakan pelaku utama dan langsung dalam proses produksi. Tenaga kerja yang digunakan dalam proses pengolahan agroindustri ayam geprek adalah 5 orang. Penggunaan tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Penggunaan Tenaga Kerja Usaha Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2021

| No     | Jenis kegiatan          | Penggunaan Tenaga Kerja/<br>Proses Produksi<br>(TKLK) |
|--------|-------------------------|---|
| 1      | Persiapan Bahan         | 0,20  |
| 2      | Pembersihan Bahan Utama | 0,20  |
| 3      | Peracikan Bumbu         | 0,20  |
| 4      | Memasak Ayam            | 0,50  |
| 5      | Memasak Nasi            | 0,30  |
| 6      | Pembuat Minuman         | 0,30  |
| 7      | Pengggorengan Ayam      | 0,40  |
| 8      | Penyajji                | 0,80  |
| Jumlah |                         | 2,90  |

Berdasarkan Tabel 10. diketahui bahwa tenaga kerja yang digunakan dalam usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti merupakan tenaga kerja luar keluarga, dimana semua tenaga kerja tersebut sengaja diambil dari orang luar yaitu teman-

teman pemilik usaha. Ayam geprek sakti buka mulai dari jam 11 siang sampai dengan jam 9 malam ini secara umum, namun terkadang bisa tutup lebih cepat dikarenakan ayam geprek sudah habis terlebih dahulu tapi tidak jarang juga tutup lebih lambat karena ayam geprek belum semuanya habis. Namun untuk persiapan bahan dan bersih-bersih serta membereskan meja kursi dimulai dari sekitar jam 7 dan paling lambat jam 8 pagi.

Upah yang di terima oleh pekerja adalah Rp. 50.000/hari. Diketahui bahwa jumlah jam kerja yaitu selama 2,90 jam/hari, yang terdiri dari persiapan bahan sampai penyediaan ayam geprek kepada pelanggan.

### **5.2.2. Biaya, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha**

Biaya produksi baik biaya tetap maupun biaya variabel menjadi komponen penting dalam menjalankan usaha, hal ini dikarenakan biaya produksi akan berpengaruh terhadap pendapatan dari suatu usaha. Berikut adalah uraian biaya produksi serta pendapatan dari usaha agroindustri Ayam Geprek Sakti .

#### **a. Biaya Produksi**

Usaha Agroindustri ayam geprek merupakan suatu proses yang mengolah ayam mentah menjadi ayam geprek. Besarnya input yang digunakan dalam suatu proses produksi akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang akan diperoleh pengusaha. Biaya produksi dalam usaha ayam geprek terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel seperti daging ayam, beras dan biaya bahan baku lainnya. Sedangkan biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan alat dan biaya sewa tempat. Masing-masing biaya dalam usaha Ayam Geprek Sakti tersebut dihitung per proses produksi, dimana biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 1.499.597,84 per hari.

Tabel 11. Distribusi Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Usaha Ayam Geprek Sakti per Hari

| No                        | Uraian                            | Satuan    | umlah  | Harga (Rp) | Jumlah (Rp/Hari) |
|---------------------------|-----------------------------------|-----------|--------|------------|------------------|
| <b>I PENDAPATAN KOTOR</b> |                                   |           |        |            |                  |
| 1                         | Ayam per Porsi                    | Porsi     | 100    | 18.000     | 1.800.000        |
| 2                         | Tahu + Tempe                      | Porsi     | 20     | 5.000      | 100.000          |
| 3                         | Teh Manis                         | Porsi     | 60     | 4.000      | 240.000          |
| 4                         | Capuchino                         | Porsi     | 10     | 6.000      | 60.000           |
| 5                         | Susu                              | Porsi     | 5      | 5.000      | 25.000           |
| 6                         | Milo                              | Porsi     | 5      | 6.000      | 30.000           |
| 7                         | Es Kosong                         | Porsi     | 20     | 1.000      | 20.000           |
| 8                         | Nasi Tambah                       | Porsi     | 50     | 2.000      | 100.000          |
|                           |                                   |           | 270    | 47.000     | 2.375.000        |
| <b>II BIAYA VARIABEL</b>  |                                   |           |        |            |                  |
|                           | Ayam                              | Kg        | 25,00  | 27.000     | 675.000          |
|                           | Beras                             | Kg        | 10,00  | 11.000     | 110.000          |
|                           | Garam (Bungkus)                   | 1,00 Kg   | 0,30   | 2.500      | 2.500            |
|                           | Kol                               | Kg        | 3,00   | 5.000      | 15.000           |
|                           | Timun                             | Kg        | 3,00   | 7.000      | 21.000           |
|                           | Kemangi (Ikat)                    | 2,00 Kg   | 0,10   | 2.000      | 4.000            |
|                           | Tempe (Bungkus)                   | 3,00 Kg   | 0,50   | 5.000      | 15.000           |
|                           | Tahu (Bungkus)                    | 3,00 Kg   | 0,50   | 5.000      | 15.000           |
|                           | Cabai Merah                       | Kg        | 0,25   | 30.000     | 7.500            |
|                           | Cabai Rawit                       | Kg        | 1,00   | 55.000     | 55.000           |
|                           | Bawang Merah                      | Kg        | 1,00   | 35.000     | 35.000           |
|                           | Bawang Putih                      | Kg        | 0,75   | 30.000     | 22.500           |
|                           | Kemiri                            | Kg        | 0,10   | 50.000     | 5.000            |
|                           | Tomat                             | Kg        | 1,00   | 8.000      | 8.000            |
|                           | Daun Pandan dan serai (Ikat)      | 2,00 Kg   | 0,10   | 5.000      | 10.000           |
|                           | Minyak Goreng (Liter)             | 3,00 Kg   | 2,40   | 17.500     | 52.500           |
|                           | Penyedap Rasa (Bungkus)           | 2,00 Kg   | 0,46   | 9.000      | 18.000           |
|                           | Tepung Beras                      | Kg        | 2,00   | 6.000      | 12.000           |
|                           | Tepung Kanji                      | Kg        | 2,00   | 9.000      | 18.000           |
|                           | Terasi (Bungkus)                  | 5,00 Kg   | 0,13   | 5.000      | 25.000           |
|                           | Gula Merah                        | Kg        | 0,50   | 18.000     | 9.000            |
|                           | Gas 3 Kg (Tabung)                 | 1,00 Kg   | 3,00   | 22.000     | 22.000           |
|                           | Air Galon                         | 5,00 Kg   | 95,00  | 4.000      | 20.000           |
|                           | Es Kristal (Bungkus)              | 7,00 Kg   | 3,50   | 1.000      | 7.000            |
|                           | Capucino (Bungkus)                | 10,00 Kg  | 0,25   | 1.500      | 15.000           |
|                           | Teh (Kotak)                       | 1,00 Kg   | 0,18   | 22.000     | 22.000           |
|                           | Gula Pasir                        | Kg        | 5,00   | 11.500     | 57.500           |
|                           | Susu (Kaleng)                     | 1,00 Kg   | 0,37   | 10.000     | 10.000           |
|                           | Milo (Bungkus)                    | 5,00 Kg   | 0,13   | 1.000      | 5.000            |
|                           | <b>Jumlah Biaya Variabel</b>      |           | 161,51 |            | 1.293.500,00     |
|                           | Biaya TK (HOK)                    | Jam Kerja | 2,90   | 50.000     | 145.000          |
|                           | <b>Jumlah Biaya Variabel + TK</b> |           |        |            | 1.438.500,00     |
| <b>III BIAYA TETAP</b>    |                                   |           |        |            |                  |
|                           | Penyusutan Alat                   | Per Bulan | 1      | 312.935    | 10.431           |
|                           | Listrik                           | Per Bulan | 1      | 200.000    | 6.667            |
|                           | Biaya Sewa Tempat                 | Per Bulan | 1      | 1.500.000  | 50.000           |
|                           |                                   |           |        |            | 67.098           |
| <b>IV</b>                 | <b>TOTAL BIAYA</b>                |           |        |            | 1.499.598        |
| <b>V</b>                  | <b>PENDAPATAN BERSIH</b>          |           |        |            | 875.402          |
| <b>VI</b>                 | <b>RCR</b>                        |           |        |            | 1,58             |



### **b. Biaya Variabel**

Berdasarkan Tabel 11. diketahui bahwa biaya variabel dalam usaha Ayam Geprek Sakti sebesar Rp. 1.439.166,67 per hari atau sebesar 95,97% dari seluruh biaya total. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi biaya variabel lebih besar dibandingkan dengan biaya tetap. Hal ini senada dengan kajian yang dilakukan oleh Wicaksono (2020), bahwa proporsi biaya variabel lebih besar dengan biaya tetap.

### **c. Biaya Tetap**

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya tetap, tidak tergantung kepada jumlah produksi. Biaya tetap yang diperhitungkan dalam penelitian ini hanyalah penyusutan alat. Pada Tabel 11. menunjukkan bahwa total biaya tetap usaha Ayam Geprek Sakti sebesar Rp. 60.431,18 per hari atau sebesar 8,18% dari biaya total.

### **d. Pendapatan**

Pendapatan terbagi atas dua, yaitu pendapatan kotor (*gross income*) dan pendapatan bersih (*net income*). Pendapatan kotor adalah hasil perkalian dari jumlah produksi dengan harga jual output dalam periode tertentu. Sedangkan pendapatan bersih adalah pendapatan kotor yang telah dikurangi dengan biaya produksi.

#### **a). Pendapatan Kotor**

Pendapatan kotor (penerimaan) usaha ayam geprek di pengaruhi oleh produk yang dihasilkan dan harga jual yang diterima pengusaha. Pendapatan kotor diperoleh dari perkalian jumlah produksi yang dihasilkan dengan harga jual produk. Berdasarkan Tabel 11. diketahui bahwa pendapatan usaha Ayam Geprek Sakti sebesar Rp. 2.375.000 per hari, yaitu diperoleh dari penjualan ayam geprek,

tahu + tempe, teh manis, capuchino, susu, milo, es kosong, nasi tambah per porsi dikali harga per porsi.

#### **b). Pendapatan Bersih**

Pendapatan bersih usaha Ayam Geprek Sakti diperoleh dari pendapatan kotor ayam geprek dikurangi dengan total biaya per proses produksi. Berdasarkan Tabel 11. diketahui bahwa pendapatan bersih yang diterima oleh pengusaha adalah sebesar 875.402,16 per hari, yaitu diperoleh dari pendapatan kotor (Rp. 2.375.000,00) dikurangi biaya produksi (Rp. 1.499.597,84).

#### **e. Efisiensi Usaha**

Efisiensi usaha atau RCR (*Revenue Cost Ratio*) digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi usaha yang dilihat dari kemampuan usaha tersebut untuk dapat menghasilkan keuntungan dengan besaran biaya tertentu yang dikeluarkan. Semakin besar RCR semakin besar pula keuntungan yang diperoleh pengusaha.

Berdasarkan Tabel 11. dapat dilihat bahwa usaha Ayam Geprek Sakti di Kecamatan Marpoyan Damai diperoleh RCR sebesar 1,58. Hal ini berarti bahwa setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan dalam usaha Ayam Geprek Sakti tersebut akan menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp 1,58 dan pendapatan bersih sebesar Rp 0,58. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa usaha Ayam Geprek Sakti tersebut efisien dan layak untuk diusahakan.

#### **f. Nilai Tambah**

Analisis nilai tambah produk agroindustri tahu menggunakan metode Hayami. Analisis nilai tambah berguna untuk menguraikan proses produksi menurut sumbangan masing-masing faktor produksi. Dasar perhitungan metode

analisis nilai tambah ini menggunakan perhitungan Kg bahan baku ayam. Nilai tambah tahu dihitung berdasarkan produksi. Output (produk olahan agroindustri ayam geprek) yang dihasilkan adalah ayam geprek, tahu tempe, minuman (teh manis, capuchino, susu, milo dan es kosong) serta nasi tambah. Berikut adalah perhitungan nilai tambah tahu ukuran kecil dengan metode Hayami yang disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Distribusi Nilai tambah agroindustri Ayam Geprek Sakti di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2021

| No   | Variabel                          | Nilai                          |
|--|-----------------------------------|--------------------------------|
| <b>I. Output, Input, Harga</b>                 |                                   |                                |
| 1  | Output (Porsi)                    | (1) 270,00                     |
| 2  | Input (Kg)                        | (2) 161,51                     |
| 3  | Tenaga Kerja (HOK)                | (3) 2,90                       |
| 4  | Faktor Konversi                   | (4) = (1)/(2) 1,67             |
| 5  | Koefisien Tenaga Kerja (HOK/Kg)   | (5) = (3)/(2) 0,02             |
| 6  | Harga Output (Rp/Porsi)           | (6) 47.000,00                  |
| 7  | Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)        | (7) 50.000,00                  |
| <b>II. Pendapatan dan Keuntungan</b>           |                                   |                                |
| 8  | Harga Bahan Baku (Rp/Kg)          | (8) 27.000,00                  |
| 9  | Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)      | (9) 13.617,86                  |
| 10   | Nilai Output (Rp/Kg)              | (10) = (4)x(6) 78.570,99       |
| 11   | a. Nilai Tambah (Rp/Kg)           | (11a) = (10)-(8)-(9) 37.953,13 |
|  | b. Rasio Nilai Tambah (%)         | (11b) = (11a)/(10)x100% 48,30  |
| 12   | a. Pendapatan TK Langsung (Rp/Kg) | (12a) = (5)x(7) 897,78         |
|  | b. Pangsa Tenaga Kerja (%)        | (12b) = (12a)/(11a)x100% 2,37  |
| 13   | a. Keuntungan (Rp/Kg)             | (13a) = (11a)-(12a) 37.055,35  |
|  | b. Tingkat Keuntungan (%)         | (13b) = (13a)/(11a)x100% 97,63 |
| <b>III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi</b> |                                   |                                |
| 14   | Margin (Rp/Kg)                    | (14) = (10)-(8) 51.570,99      |
|  | a. Pendapatan Tenaga Kerja (%)    | (14a) = (12a)/(14)x100% 1,74   |
|  | b. Sumbangan Input Lain (%)       | (14b) = (9)/(14)x100% 26,41    |
|  | c. Keuntungan Pengusaha (%)       | (14c) = (13a)/(14)x100% 71,85  |

Berdasarkan Tabel 12. dapat diketahui bahwa nilai tambah yang diperoleh dari usaha agroindustri ayam geprek sakti adalah sebesar Rp. 51.570,99 /porisi

(keseluruhan output). Nilai tambah ini diperoleh dari pengurangan nilai output dengan biaya bahan baku dan biaya bahan penunjang lainnya. Sedangkan rasio nilai tambah usaha ayam geprek sakti adalah sebesar 48,30%, artinya 48,30 persen dari nilai output merupakan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan agroindustri ayam geprek sakti.

### 5.3. Strategi Bauran Pemasaran

Dalam mewujudkan dan mengembangkan keberlanjutan usaha saat pandemi Covid-19 ini, maka diperlukan strategi pemasaran yang matang dan memberikan hasil yang baik pada manajemen usaha Ayam Geprek Sakti ini. *Optimisme owner* dan keinginan untuk selalu dapat berkembang dan bersaing dengan banyak kompetitor di tengah pandemi Covid-19 dapat meningkatkan kemajuan usaha, salah satunya dengan penerapan strategi bauran pemasaran 7P yang diungkapkan oleh Kotler:

#### 1) *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan usaha ini adalah Ayam Geprek. Namun bukan hanya ayam geprek yang disediakan, ada juga aneka minuman seperti teh es, capuchino, milo dll.

Untuk meningkatkan pendapatan usaha, tentunya pengusaha harus membuat inovasi baru dalam menawarkan produknya. Sehingga akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, misalnya menambah menu spesial seperti “ayam geprek kriuk jumbo”. Dengan adanya inovasi baru, diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi konsumen baru dan akan menjadi langganan.

## 2) *Price* (Harga)

Harga yang ditetapkan untuk produk usaha ini bervariasi sesuai jenis per porsi, harga ayam geprek sakti dibandrol dengan harga yang relatif terjangkau yaitu sebesar Rp. 18.000 dengan porsi yang besar, dan untuk minuman sesuai dengan jenis minuman yang di pesan, mulai dari harga Rp. 1000 sampai Rp. 6.000 untuk mendapatkan perhatian dari konsumen.

Harga menjadi salah satu pertimbangan yang paling utama bagi konsumen, baik untuk menarik konsumen baru atau mempertahankan konsumen lama. Pengusaha harus hati-hati dalam menerapkan harga, jika memang pengusaha terpaksa harus menaikkan harga karena bahan baku naik, maka sebaiknya pengusaha membuat alternatif lain yaitu seperti ukuran potongan ayam diperkecil untuk mempertahankan harga lama.

## 3) *Place* (Tempat)

Lokasi untuk membuka usaha ini adalah ruko yang berlokasi di Jl. Kartama Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai. Lokasi yang dipilih untuk membuka usaha ini strategis, mudah dijangkau oleh konsumen atau jasa antar barang seperti ojek online. Tata letak usaha kami memiliki tempat yang rapi dan bersih sehingga cocok untuk dijadikan tempat produksi dan menjual produk Ayam Geprek Sakti.

Tempat usaha yang sekarang sudah cukup strategis, namun terkadang tidak terlalu atau kurang mencolok jika dilihat dari jalan. Untuk itu, perlu ditambahkan sesuatu seperti papan nama didepan tempat usaha agar mempermudah konsumen untuk melihat lokasi.

#### 4) *Promotion* (Promosi)

Usaha Ayam Geprek Sakti ini menggunakan sarana media sosial seperti Instagram dan ojek online seperti Go-Food dan Grab-Food, pemilik usaha juga menawarkan pesan antar gratis bagi konsumen sekitar tempat usaha yang tidak memiliki aplikasi Go-Food maupun Grab-Food sebagai bentuk promosi. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih kami yakin sarana media sosial ini dapat sangat membantu dalam memperkenalkan produk dan menarik daya tarik konsumen.

#### 5) *Process* (Proses)

Pandemi yang terjadi saat ini, mengakibatkan aktivitas diluar rumah menjadi lebih sedikit, sehingga memiliki dampak terhadap transaksi jual beli secara langsung. Namun, dengan adanya teknologi dan internet transaksi jual beli dapat dilakukan dari rumah. Maka dari itu, pemilik usaha membuat usaha Ayam Geprek Sakti menggunakan konsep beli bungkus dapat teh es gratis.

Strategi yang diterapkan sudah bagus di era pandemi, namun kedepannya jika pandemi sudah mulai berkurang maka strateginya pun harus dirubah. Bagaimanapun jika tempat usaha ramai makan akan menjadi daya tarik bagi konsumen lain untuk membeli, jadi strategi kedepannya ialah menjadi makan ditempat gratis teh es.

#### 6) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Agar konsumen dapat dengan mudah mengingat produknya, Ayam Geprek Sakti memiliki logo yang menarik. Selain itu untuk memudahkan dalam mencari informasi mengenai produk seperti jenis, harga, diskon, dll. Pemilik usaha membuat Instagram khusus dengan nama @ayamsakti70.

Strategi kedepannya yang dapat diterapkan oleh pengusaha yaitu membuat bungkus khusus, misalnya dibungkus nya tertera logo ayam geprek sakti atau bisa juga kartu ucapan selamat menikmati.

#### 7) *People* (Pelaku Usaha)

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan, sehingga hubungan dengan konsumen dapat selalu terjaga seperti kualitas penanganan pelayanan yang cepat dan tepat (responsif dalam membalas pesanan konsumen) dan menjaga cita rasa agar konsumen mau datang kembali serta melakukan *Repeat Order* sehingga usaha Ayam Geprek Sakti ini dapat terus berjalan dan berkembang agar bisa membuat cabang baru di berbagai wilayah baku, yakni dengan menggunakan bahan dasar daging ayam asli 100% segar dalam proses produksinya. Selain itu, menyediakan berbagai varian jenis minuman segar agar menarik minat konsumen. Penentuan harga yang dilakukan oleh pemilik usaha mengacu pada kegiatan proses produksi, ukuran porsi yang besar dan bahan baku yang digunakan agar tercapai harga yang tepat. Tempat produksi di daerah yang ramai dekat dengan pemukiman dan kos-kosan sehingga mudah dijangkau oleh konsumen atau jasa ojek online.

Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh Ayam Geprek Sakti adalah distribusi langsung dan tidak langsung, yaitu dengan melakukan komunikasi pemesanan secara langsung (makan ditempat) serta melalui media online. Strategi yang dilakukan menggunakan sarana media sosial sebagai bentuk promosi. Selain itu, usaha Ayam Geprek Sakti selalu membuat menyediakan pelayanan lain seperti pesan antar gratis bagi konsumen di sekitar agar menjadi daya tarik dan kemudahan bagi konsumen.

Penerapan 7P dilakukan demi memenuhi selera konsumen. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi selera konsumen sudah pasti akan mengalami penurunan volume penjualan, apabila perusahaan terus mengalami penurunan produksi, maka akan berakibat perusahaan tersebut gulung tikar.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**



## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik pelaku usaha dan tenaga kerja ayam geprek sakti, umur pelaku usaha maupun tenaga kerja berada dalam usia produktif (26-36 tahun), pendidikan pelaku usaha dan tenaga kerja ayam geprek selama 12 tahun (SMA), jumlah tanggungan keluarga dari pelaku usaha berjumlah 4 orang, satu tenaga kerja memiliki 2 tanggungan dan satu tenaga kerja memiliki 2 tanggungan serta sebaliknya belum menikah dan belum memiliki tanggungan keluarga, pengalaman berusaha pelaku usaha yaitu selama 3 tahun, pengalaman berusaha tenaga kerja selama 3 tahun dan ada yang 2 tahun. Profil usaha agroindustri ayam geprek sakti, dimana usaha dimulai dari tahun 2018, berlokasi di Jl. Kartama Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Usaha ini termasuk dalam skala usaha kecil, investasi awal usaha sebesar Rp. 35.000.000 dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 orang.
2. Bahan baku usaha ini yaitu daging ayam dan juga terdapat 29 jenis bahan penunjang (Lampiran 3), dimana daging ayam di peroleh dari pemasok (kerja sama), sedangkan bahan penunjang dapat di peroleh di Pasar Pagi Arengka dan warung terdekat. Usaha ini menggunakan peralatan sebanyak 48 jenis (Lampiran 3), dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 orang dan total HOK sebesar 2,90 HOK per hari, yang terdiri dari persiapan bahan sampai penyediaan ayam geprek kepada pelanggan. Proses produksinya meliputi persiapan bahan, pembersihan bahan utama, peracikan bumbu, memasak ayam, penyusunan ayam,

penggorengan ayam dan penyajian ayam geprek kepada konsumen. Biaya yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 1.499.597,84, dimana terdiri dari biaya variable sebesar Rp. 1.439.166,67 per proses produksi dan biaya tetap sebesar Rp. 60.431,18 per proses produksi. Pendapatan kotor yang diterima pengusaha adalah sebesar Rp. 2.375.000 per hari, dan pendapatan bersih yang diterima pengusaha adalah sebesar 875.402,16 per hari. Nilai RCR sebesar 1,58 (>1), hal ini menunjukkan bahwa usaha Ayam Geprek Sakti tersebut efisien dan layak untuk diusahakan. Nilai tambah yang diperoleh dari usaha agroindustri ayam geprek sakti adalah sebesar Rp. 51.570,99 /porsi (keseluruhan output).

3. Strategi pemasaran Ayam Geprek Sakti yang diterapkan yaitu strategi 7P dan memiliki 2 saluran pemasaran, yaitu distribusi pemesanan secara langsung (makan ditempat), dan tidak langsung (pesanan via telpon dan melalui media online (Instagram dan aplikasi Go-Food dan Grab-Food)).

## 6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian dapat disarankan sebagai berikut:

1. Agar dapat dilakukan penelitian lebih lanjut oleh peneliti lain sehingga dapat menjadi tambahan perbandingan tentang usaha sejenis.
2. Pengusaha diharapkan untuk memberikan promo spesial kepada konsumen, misalnya setiap hari jum'at beli dua ayam geprek gratis teh es. Tujuan tersebut untuk menjadi daya tarik bagi konsumen
3. Meningkatkan mutu pelayanan maupun kualitas ayam geprek, agar konsumen selalu merasa puas dan mendaji pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali M. 2010. Pengertian Usaha Dalam Islam
- Alom, Md. Mahabub and Haque, Md. 2011. Shariful. *Marketing: An Islamic Perspective*. World Journal of Social Sciences, 1(3) :71-81.
- Aman; Zaenal F; Budi H; dan Bambang A.N. 2019. Usaha Ternak Ayam Pedaging Sistem Kemitraan Pola Dagang Umum: Pemetaan Sumber Daya dan Model Pengembangan. *Jurnal Penelitian Ilmu Peternakan*, Vol. 17 (2) : 5-11.
- Amnesi, Dance. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Bepengaruh Terhadap Pendapatan Perempuan Pada Keluarga Miskin di Kelurahan Kapal Kecamatan Mengwi Kabupaten Bandung. Universitas Udaya, Bali.
- Anjarsari, B. 2010. Pangan Hewani. Graha Ilmu, Jakarta.
- Bana, A. 2018. Analisis Pendapatan Usaha Agroindustri Minyak Kelapa Murni oleh Kelompok Wanita Tani Fau'ana di Desa Taekas. *AGRIMOR*, 3 (4) : 61-63.
- Cahyono B. 1998. Tomat Budidaya dan Analisis Usaha Tani. Kanisius, Yogyakarta.
- Darmawati. 2005. Hubungan Corporate Governance dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 8(6): 65-81.
- Direktorat Jenderal Peternakan. 2001. Buku Statistik Peternakan. Direktorat Jenderal Bina Produksi Peternakan, Departemen Pertanian RI, Jakarta.
- Fajar, Salman dan Tabrani. 2014. Analisis Agroindustri dan Pemasaran Ikan Asin (Studi Kasus di Desa Nelayan Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir. *Jurnal Dinamika Pertanian*, 29(3): 283-294.
- Gumbira-Sa'id, E. 1999. Manajemen Agribisnis. MMA IPB, Bogor.
- Gunanda, Reza dan Septina Elida. 2016. Analisis Agroindustri Kedelai di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. *Jurnal Agribisnis*, 18:(2): 100-117.
- Haeruman. 2001. Kemitraan Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal. Yayasan Mitra Pembangunan Desa-Kota, Jakarta.
- Hanani. 2003. Strategi Pembangunan Pertanian. Percetakan Pustaka Jogja Mandiri, Yogyakarta.
- Hansen dan Mowen. 2001. Akuntansi Manajemen Biaya Jilid 2. Salemba Empat, Jakarta.
- Hasan.Iqbal,2004, Analisis Data Penelitian Dengan Statistik. Bumi Aksara, Jakarta.

- Herawati M; Dwi H; dan Dyah A.H. Lestari. 2016. Daya Saing Budidaya Ayam Ras Pedaging Pada Berbagai Pola Usaha. Jurnal JIIA, Vol. 4 (3) : 277-284.
- Karpriana (2018), telah melakukan penelitian yang berjudul “Tata Niaga Pemasaran Ayam Pedaging Pola Mandiri di Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya Kalimantan Barat. Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu, Vol. 7 (2): 230 - 233.
- Kotler, P. 1992. Marketing. Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mankiw, N. G. 2011. Pengantar Ekonomi Makro. Salemba, Jakarta.
- Meganingsih, N., Evy, M., Sharea, K. 2015. Analisis Agroindustri Keripik Tempe Bu Siti di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. JOM Faperta Unri, 2 (2):1-11.
- Muchtadi, T.R dan Sugiyono. 2010. Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan. Alfabeta, Bandung.
- Mulyadi. 2005. Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Unit Penerbit dan Pecetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Mursidin (2018), dengan judul penelitian Keberhasilan Usaha Kemitraan Peternak Ayam Ras Pedaging (Broiler) di Kabupaten Gowa.
- Murtidjo, B. A. 2003. Pedoman Beternak Ayam Broiler. Kanisius, Yogyakarta.
- Nicholson, W. 2002. Mikroekonomi Intermediate. Edisi Kedelapan. Erlangga, Jakarta.
- Pasaribu, R. 2012. Literatur Pengajaran Ekonomi Pembangunan. Universitas Gundarma, Depok.
- Pratiwi, A, Sunarta, M Kholid K. 2020, Analsisi SWOT Pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 43(1):104-113.
- Priyarsono, D.S. dan Backe, J. 2007. Industri Berbasis Pertanian: Arah Pengembangan Industri di Indonesia. Jurnal SOCA, 8(3): 256-264.
- Rahardi, F. 1999. Agribisnis Tanaman Buah. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahayu, I., Titik, S., Hari, S. 2011. Panduan Lengkap Ayam. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahim, Abd dan Hastuti, Diah Retno Dwi. 2007. Sistem Manajemen Agribisnis. Universitas Negeri Makassar, Makassar.
- Rahmadani, D., Fakhurrizi., Mahdi, A. 2017. Isolasi dan Identifikasi Bakteri *Salmonella enteritidis* Pada Daging Sapi yang Dijual Di Pasar Tradisional Kota Banda Aceh. JIMVET, 1(4): 625-630

- Salman. 2015. Sistem Agribisnis Ayam Ras Pedaging di Kota Pekanbaru. Prosiding Seminar Nasional FKPTPI. Fakultas Pertanian. Universitas Lambung Mangkurat.
- Soedarsono. 1994. Pengantar Ekonomi Perusahaan. PT Gramedia, Jakarta.
- Soeharjo dan Potang. 1994. Ekonomi Pertanian Indonesia. Angkasa, Bandung.
- Soeparno. 2005. Ilmu dan Teknologi Daging. Cetakan ke-4. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sudiono. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang
- Swastha, B. 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Cetakan Kelima. Liberty, Yogyakarta.
- Tito, B. 2011. Pengaruh Pendapatan Nelayan Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Tihu Kecamatan Bonepantai Kabupaten Bone Bolango. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor. [Tidak dipublikasikan]
- Udayana, I. G. B. 2011. Peran Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian. Singhadwala, 44(1):3-8.
- Usry, C. 2004. Akuntansi Biaya. Salemba Empat, Jakarta.
- Vaulina S. dan Dora F.D. 2019. Analisis Agroindustri Lempuk Durian di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Jurnal Dinamika Pertanian, Vol. XXXV (2) : 93-106
- Yusrizal, F. 2017. Analisis Pemasaran Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Kota Medan. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara, Medan. [Tidak dipublikasikan]