

Analisis profitabilitas usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato

Analysis of profitability of chicken egg businesses in Randangan District, Pohuwato Regency

Muhammad Nasrul^{1*}, Irwan Nooyo¹

AFILIASI

¹Fakultas Pertanian dan Ilmu Perikanan, Universitas Pohuwato

*Korespondensi:

muhammad.nasrul.hmi@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to determine income analysis, profitability analysis, marketing margin and marketing efficiency of chicken egg businesses in Randangan District, Pohuwato Regency. This research was carried out for 3 months, starting from August 2024 to October 2024. The data collection technique in this research uses Stratified Random Sampling, namely a sampling technique used to take heterogeneous samples randomly, divided into layers that are completely separated from each other and each layer (strata) can be taken randomly. In this study, the determination of respondents was carried out deliberately (purposively) with a total population of 14 people, namely 2 chicken egg entrepreneurs, 2 collecting traders, and 10 retail traders. The analysis used is revenue analysis, profitability analysis, marketing margin, and marketing efficiency. Research analysis shows that the income obtained from the chicken egg business in Randangan District is IDR 510,137,889/month. Gross Profit Margin (GPM) value 19.52%, Net Profit Margin (NPM) value of 16.19%, and Return On Investment (ROI) value of 5.59%. The marketing margin for the chicken egg business in Randangan District, Pohuwato Regency at marketing channel level I is IDR 14,500/shelf and at marketing channel II it is IDR 9,500/shelf. The marketing channel for the chicken egg business in Randangan District, Pohuwato Regency has an efficiency value of 3.61% for collectors and 1.72% for retailers.

KEYWORDS: Laying hen, Chicken farmers, Profitability, Chicken eggs, Business

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menentukan analisis pendapatan, analisis profitabilitas, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran bisnis telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato. Studi ini dilakukan selama tiga bulan, atau dari Agustus 2024 hingga Oktober 2024. Teknik pengumpulan data Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel stratifikasi acak digunakan. Metode ini membagi sampel heterogen secara acak ke dalam lapisan yang saling pisah tuntas, dengan setiap lapis (strata) diambil secara acak. Analisis yang digunakan adalah analisis pendapatan, analisis profitabilitas, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Analisis penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh dari usaha telur ayam di Kecamatan Randangan sebesar Rp 510.137.889/bulan. Nilai Gross Profit Margin (GPM) 19,52%, Nilai Net Profit Margin (NPM) 16,19%, Nilai Return On Investment (ROI) 5,59%. Margin pemasaran usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato pada tingkat saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 14.500/Rak dan pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp 9.500/Rak. Saluran pemasaran usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato memiliki nilai efisiensi yaitu 3,61% untuk pedagang pegumpul dan 1,72% untuk pedagang pengecer.

KATA KUNCI: Ayam petelur, Peternak ayam, Profitabilitas, Telur ayam, Usaha

Diterima: 30-10-2024

Disetujui: 10-02-2025

COPYRIGHT @ 2025 by
Agricola: Jurnal Pertanian. This work is licensed under a Creative Commons Attributions 4.0 International License

1. PENDAHULUAN

Telur ayam merupakan salah satu hasil produk pada subsektor pertanian yaitu pada bidang peternakan. Sektor ini memberikan sumbangan besar bagi kebutuhan kecukupan pangan dan gizi Masyarakat. Sudah sejak lama masyarakat menyandingkan pangan pokok dengan protein ternak (daging, susu, dan telur) sebagai sumber protein yang mencerdaskan dan menjaga kesehatan tubuh. Telur ayam juga membantu memenuhi kebutuhan hewan dan meningkatkan pendapatan bisnis pada bidang peternakan khususnya telur ayam (Hasanah et al., 2019; Ginting et al., 2020; Fanani et al., 2020).

Jenis ayam *horn* salah merupakan salah satu hasil dari ayam petelur yang sengaja dibudidayakan atau dipelihara untuk menghasilkan banyak telur konsumsi. Disamping harga telur ayam memiliki harga yang relatif bisa dijangkau atau relatif murah oleh konsumen, telur ayam juga memiliki kandungan nutrisi yang tinggi, terutama protein, dan nilai cerna yang baik untuk tubuh (Putri, 2022).

Salah satu alternatif untuk menjawab tantangan dan tuntutan pembangunan adalah pembangunan kawasan agribisnis berbasis peternakan yang meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Alam et al., 2023). Peluang pengembangan usaha telur ayam terus meningkat, akan tetapi tidak sejalan dengan peningkatan jumlah produksi telur ayam sehingga salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan telur ayam yaitu dengan melakukan pengembangan usaha telur ayam. Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato merupakan salah satu daerah yang berada pada ujung barat di Provinsi Gorontalo, sumber pendapatan masyarakat berasal dari pertanian salah satu sub sektornya yaitu peternakan sehingga usaha telur ayam memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan karena potensi pemasaran yang sangat menguntungkan dilihat dari fakta bahwa produsen telur ayam masih sedikit meskipun permintaan telur ayam sangat tinggi (Nasrul, 2022).

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Randangan, yang berada di Kabupaten Pohuwato. Penelitian dilakukan selama tiga bulan, mulai Agustus 2024 hingga Oktober 2024.

2.2. Jenis dan Sumber Data

Pada Penelitian ini menggunakan pendekatan Mixed Method (kuantitatif dan kualitatif). Pendekatan ini menggabungkan berbagai metode pengambilan data, seperti observasi, wawancara, diskusi fokus grup (FGD), dan studi kepustakaan (Sugiyono, 2015).

Data penelitian ini berasal dari observasi langsung di lokasi penelitian di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato. Responden pada penelitian terbagi menjadi dua yaitu: pertama, peternak telur ayam sebagai kebutuhan data primer, kedua instansi pemerintah (penyuluhan peternakan, pemerintah desa dan dinas terkait).

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada metode penelitian ini menggunakan *Stratified Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk mengambil sampel secara acak yang bersifat heterogen dibagi-bagi kedalam lapisan yang saling pisah tuntas dan setiap lapis (strata) dapat diambil secara acak (Arikunto, 2010).

Pada penelitian ini penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan jumlah keseluruhan populasi yaitu 14 orang yakni 2 pengusaha telur ayam, 2 pedagang pengumpul dan 10 pedagang pengecer dengan pertimbangan bahwa responden dapat menunjang kebutuhan data untuk mengetahui profitabilitas usaha telur ayam.

2.4. Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan:

2.4.1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif yaitu digunakan untuk menganalisis data yang disampaikan dengan tabulasi data berupa tabel yang disertai deskriptif untuk menjawab permasalahan pertama pada penelitian sebagai data kualitatif.

2.4.2. Analisis Pendapatan

Analisis pendapatan usaha telur ayam yaitu total penerimaan dari suatu unit bisnis telur ayam yang dihasilkan dari penjualan telur ayam. Menurut (Mankiw, 2006) Biaya total merupakan biaya yang dikeluarkan peternak telur dalam menjalankan usahanya dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC \quad (1)$$

$$TR = Q \times P \quad (2)$$

$$TC = FC + VC \quad (3)$$

Ket.:

π : Pendapatan

TR: Total Penerimaan atau *Total Revenue*

TC: Total Biaya atau *Total Cost*

FC: Biaya Tetap atau *Fixed Cost*

VC: Biaya Variabel atau *Variabel Cost*

Q: Jumlah Produksi Telur Ayam

P: Harga telur

2.4.3. Analisis Profitabilitas

Analisis profitabilitas yaitu kemampuan suatu untuk data kuantitatif yaitu menganalisa profitabilitas usaha telur ayam dengan menghitung jumlah total biaya yang dikeluarkan dengan penjualan, serta melihat rasio profitabilitas yang diperoleh dengan melihat perbandingan antara pendapatan dan biaya produksi yang dinyatakan dalam persentase. Menurut (Cholila, 2014) analisis profitabilitas dihitung dengan menggunakan rumus:

a. Gross Profit Margin (GPM)

Gross Profit Margin (GPM) adalah rasio antara keuntungan (*gross profit*) yang diperoleh dan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama. Menurut (Syamsuddin, 2016) nilai GPM berkorelasi positif dengan keadaan bisnis, karena menunjukkan harga pokok penjualan yang lebih rendah jika dibandingkan dengan penjualan. Sebaliknya, semakin rendah GPM, semakin buruk operasional bisnis. Untuk menghitung GPM, rumus berikut dapat digunakan:

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% \quad (4)$$

b. Net Profit Margin (NPM)

Pada *Net Profit Margin (NPM)* menunjukkan efisiensi usaha secara relatif setelah biaya dan pajak dihitung, tetapi tidak menghitung biaya luar (Saraswati, 2020). NPM dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Keuntungan setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% \quad (5)$$

c. Return on Investment (ROI)

Pada *Return on Investment (ROI)* adalah analisis yang digunakan untuk mengukur kemampuan bisnis dengan menggunakan dana total yang ditanamkan dalam modal usaha untuk menjalankan bisnis dan menghasilkan keuntungan setelah pajak. ROI dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$ROI = \frac{\text{Keuntungan setelah pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100 \% \quad (6)$$

2.4.4. Margin Pemasaran

Margin pemasaran yaitu perbedaan harga yang diterima oleh produsen usaha telur ayam dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Menurut Rasyaf (2007) pada margin pemasaran telur ayam dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$Mp = Hk - Hp \quad (7)$$

Ket.:

Mp: Margin pemasaran telur ayam (Rp)

Hk: Harga di tingkat konsumen telur ayam (Rp)

Hp: Harga di tingkat produsen telur ayam (Rp)

Jumlah keuntungan yang diperoleh dari masing-masing lembaga pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = M - Bp \quad (8)$$

Ket.:

π : Keuntungan lembaga pemasaran (Rp)

M: Margin pemasaran

Bp: Biaya penjualan (Rp)

Menurut (Sobirin, 2009) dari semua lembaga pemasaran yang terlibat untuk mengetahui margin total pemasaran dalam suatu pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$MT = M_1 + M_2 \quad (9)$$

Ket.:

MT: Margin Total (Rp)

M_1, M_2 : Margin setiap lembaga pemasaran (Rp)

Analisis *share* harga yang diterima oleh produsen telur ayam merupakan proporsi pada harga yang diterima oleh peternak terhadap biaya yang dibayar oleh konsumen akhir (Saraswati, 2020).

$$SPF = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \% \quad (10)$$

Ket.:

SPF: *Share* harga di tingkat produsen telur (%)

Pf: Harga di tingkat produsen telur (Rp/Rak)

Pr: Harga di tingkat konsumen (Rp/Rak)

2.4.5. Efisiensi pemasaran telur ayam

Efisiensi pemasaran yaitu nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk. Efisiensi pemasaran telur ayam yang efisien apabila biaya pemasaran telur lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran telur dari nilai produk yang di pasarkan maka akan semakin efisien melakukan (Soekartawi, 2002).

Efisiensi pemasaran dapat digunakan rumus, yaitu:

$$EP = \frac{TB}{NP} \times 100 \% \quad (11)$$

Ket.:

Ep: Efisiensi Pemasaran (Rp)

TB: Total Biaya Pemasaran (Rp)

NP: Nilai Produksi (Rp)

Kriteria pengambilan Keputusan:

Ep= 0 – 50 %, maka pada saluran pemasaran efisien

Ep= > 50 %, maka pada saluran pemasaran kurang efisien

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Usia Responden

Usia responden termasuk pada kategori usia produktif yaitu berusia (35 tahun -55 tahun) dengan kategori usia terbanyak yaitu kategori usia (40 tahun - 44 tahun) berjumlah 6 orang dengan persentase usia (42,86%), kategori (35 tahun - 39 tahun) berjumlah 3 orang dengan persentase usia (21,43%), kategori usia (45 tahun - 49 tahun) berjumlah 4 orang dengan persentase (28,57%,) dan kategori usia (> 50 tahun) berjumlah 1 dengan persentase (7,14%). Usia sangat berpengaruh pada kegiatan menjalankan usaha telur ayam karena memiliki potensi besar untuk mengembangkan produksi usaha melalui inovasi teknologi dalam meraih peluang pasar.

3.2. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan responden berada pada SD, SMP, SMA dan S1. Tingkat pendidikan terbanyak yaitu SD yaitu pada jumlah 6 responden atau sebesar (42,86%), SMP sebanyak yaitu 3 responden atau sebesar (21,43%), SMA yaitu jumlah 4 responden atau sebesar (28,57%), dan Strata I atau S1 yaitu jumlah 1 responden atau sebesar (7,14%). Pendidikan sangat berhubungan erat pada pemahaman dan cara pola pikir maupun tindakan untuk menjalankan usaha telur ayam dengan lebih mengandalkan pengalaman dan pengetahuan.

3.3 Pengalaman Berwirausaha

Lama dalam melakukan berwirausaha telur ayam pada responden yaitu terbanyak pada pengalaman dengan lama berwirausaha (5 tahun - 9 tahun) berjumlah 9 responden dengan persentase (64,29%), lama berwirausaha (10 tahun - 14 tahun) berjumlah 2 responden dengan persentase (14,29%) lama berwirausaha (> 15 tahun) berjumlah 3 dengan persentase (21,43%). Pengalaman berwirausaha erat kaitannya dengan keterampilan dalam mengelolah usahanya, semakin lama peternak pada pengalaman yang dijalankan, maka semakin banyak pengalaman yang didapatkan untuk mengembangkan usahanya.

3.4 Pendapatan Usaha Telur Ayam

Pendapatan usaha telur ayam yaitu total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha telur ayam yang diperoleh dari hasil penjualan telur ayam (Muis et al., 2016). Pada biaya total merupakan biaya yang dikeluarkan oleh peternak telur dalam menjalankan usahanya. Biaya yang dikeluarkan meliputi biaya tetap dan biaya variabel pada usaha usaha telur ayam pada Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Komponen Biaya dan Total Biaya Usaha Telur Ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato, September 2024 *Operational Costs.*

No.	Uraian	Volume	Satuan	Nilai (Rp/Bulan)	Percentase (%)
Biaya Tetap					
1	Bola Lampu	80	Buah	15.177	0,07
2	Kandang	8	Unit	17.000.000	80,71
3	Feeder	35	Buah	15.167	0,07
4	Biaya Listrik	8	Kwh	500.000	2,37
5	Pajak Lahan	2	Bulan	125.000	0,59
6	Mobil Pick Up	1	Unit	3.277.778	15,56
7	Mesin Giling	1	Unit	130.975	0,62
Total Biaya Tetap (TFC)				21.064.097	100
Biaya Variabel					
1	Bibit Ayam Petelur	2.800	Ekor	50.400.000	28,87
2	Gaji Karyawan	10	Orang	22.500.000	12,89
3	Vitamin	3	Jenis	616.000	0,35
4	Vaksin	4	Jenis	182.014	0,10
5	Pakan	3	Jenis	25.000.000	14,32
6	Perawatan Kandang	8	Unit	40.000.000	22,91
7	Rak Telur	50.000	Rak	35.000.000	20,05
8	Tali Rafia	4	Kg	100.000	0,06
9	BBM	80	Liter	800.000	0,46
Total Biaya Variabel (TVC)				174.598.014	100
Total Biaya (TFC + TVC)				195.662.111	

Sumber: Data primer setelah diolah (2024)

Berdasarkan pada Tabel 1, menunjukkan yaitu terdapat pada biaya tetap dan biaya variabel pada usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato. Biaya tetap yang dikeluarkan pada usaha telur ayam diketahui dengan menghitung biaya penyusutan dari setiap input yang masuk dalam komponen biaya tetap. Besarnya Nilai Penyusutan Alat (NPA) tersebut ditentukan dengan frekuensi masa pemakaian akhir (Tobaol et al., 2018). Komponen biaya tetap yang dikeluarkan dalam usaha telur ayam yaitu Rp 21.064.097/bulan, biaya tetap terbesar yaitu kandang Rp 17.000.000 atau (80,71%) dan terkecil yaitu feeder Rp 15.167 atau (0,07%). Pada usaha telur ayam biaya tetap merupakan biaya tetap yang dijalankan dalam proses produksi dan tidak berubah meskipun ada perubahan produktivitas telur yang dihasilkan. Sedangkan

pada biaya variabel pada usaha telur ayam yang dikeluarkan yaitu terdiri dari bibit ayam petelur, gaji karyawan, vitamin, vaksin, pakan, perawatan kandang, rak telur, tali, dan BBM dengan total biaya variabel yaitu Rp 214.598.014/bulan, biaya variabel terbesar yaitu bibit ayam petelur Rp 50.400.000 atau (28,87%) dan yang terkecil yaitu tali rafia Rp 100.000 atau (0,06%). Menurut (Daniel, 2002) Biaya variabel pada usaha telur ayam merupakan anggaran yang berubah-ubah mengikuti besar dan kecilnya jumlah produksi telur, berupa pengeluaran untuk sarana biaya produksi. Total biaya yaitu keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha telur ayam pada proses tahapan produksi atau jumlah dari biaya tetap dan biaya variabel adalah sebesar Rp 195.662.111.

Pendapatan usaha telur ayam yaitu selisih antara biaya penerimaan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha telur ayam. Pendapatan juga merupakan tujuan dalam setiap jenis usaha yang dijalankan. Nilai pendapatan usaha telur ayam bisa dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pendapatan Usaha Telur Ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato, September 2024

No.	Uraian	Nilai (Rp/Bulan)
1	Biaya	Rp 195.662.111,00
2	Penerimaan	Rp 705.800.000,00
3	Pendapatan	Rp 510.137.889,00

Sumber: Data primer setelah diolah (2024)

Pada Tabel 2 di atas, maka pendapatan yang diperoleh dari usaha telur ayam di Kecamatan Randangan sebesar Rp 510.137.889/bulan. Nilai pendapatan ini diperoleh dari penerimaan dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan pendapatan tersebut usaha telur ayam sangat menguntungkan dilihat dari jumlah keuntungan yang didapat, jika jumlah penerimaan yang didapat dari hasil usaha lebih besar daripada jumlah pengeluarannya maka semakin meningkat keuntungan yang dapat diterim.

3.5. Analisis Profitabilitas Usaha Telur Ayam

Analisis profitabilitas usaha pada telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato menggunakan beberapa hasil pengukuran profitabilitas yang terdiri dari yaitu nilai *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM) dan *Return On Investment* (ROI) pada usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Bulan September 2024.

Tabel 3. Hasil Pengukuran Nilai *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM) dan *Return On Investment* (ROI) Bulan September 2024

Pengukuran Nilai	Percentase (%)
<i>Gross Profit Margin</i> (GPM)	19,52
<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	16,19
<i>Return On Investment</i> (ROI)	5,59

Sumber: Data primer setelah diolah (2024)

Berdasarkan tabel 3 di atas, maka pada pengukuran nilai dapat dijelaskan sebagai berikut ini:

- a. Pada *Gross Profit Margin* (GPM) dihitung dengan cara total keuntungan usaha telur ayam yang diterima dibagi dengan total penjualan lalu dikali 100%, sehingga nilai GPM yaitu sebesar 19,52%, artinya bahwa setiap penjualan Rp 10.000, mampu memberikan keuntungan sebesar Rp 1.952, nilai *Gross Profit Margin* (GPM) pada usaha telur ayam di Kecamatan Randangan relatif cukup efisien dalam memperoleh keuntungan disebabkan karena manajemen usaha dalam hal pemberian pakan, vaksin dan vitamin serta terjaganya kebersihan kandang yang cukup baik sehingga penerimaan usaha tinggi mempengaruhi nilai *Gross Profit Margin* (GPM).
- b. *Net Profit Margin* (NPM) juga dapat dihitung dengan cara keuntungan usaha telur ayam setelah pajak yang didapatkan dibagi dengan total penjualan lalu dikali 100%, sehingga nilai NPM yaitu sebesar 16,19% pada volume penjualan, sehingga setiap penjualan Rp 10.000, akan memberikan keuntungan Rp 1.619, nilai *Net Profit Margin* (NPM) yang dicapai pada usaha telur ayam sudah maksimal hal ini karena biaya-biaya produksi yang rendah dan harga dari produk tinggi sehingga menyebabkan margin laba tinggi.
- c. *Return On Investment* (ROI) pada usaha telur ayam di Kecamatan Randangan sebesar 5,59% yang menunjukkan bahwa keuntungan setelah pajak yang didapatkan dari total modal, sehingga dengan adanya penanaman modal Rp 10.000 akan mampu menghasilkan keuntungan Rp 559. Nilai *Return On*

Investment (ROI) perlu melakukan peningkatan usaha dan pengembangan produksi telur ayam sehingga profitabilitas akan lebih baik dimasa yang akan datang.

3.6. Margin Pemasaran

Menurut Dzakir et al. (2022) bahwa untuk mengetahui margin pemasaran usaha telur ayam yaitu perbedaan atau selisih harga antara yang diterima oleh peternak usaha telur ayam dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Margin pemasaran merupakan biaya dari jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran. Untuk mengetahui margin pemasaran pada usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato dapat di lihat pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Margin Pemasaran Usaha Telur Ayam di Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato. Bulan September 2024

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Penjualan (Rp)	Harga Beli (Rp)	Margin (Rp)	Share (%)	Efisiensi (%)
I	Peternak telur ayam					
	- Telur ayam (Bak)	48.000			76,8	3,61
	- Ayam afkir	45.000				
	Pedagang Pengumpul					
	- Telur ayam (Bak)	55.000	48.000	7.000		
II	- Transportasi (BBM)		250.000			
	- Tali rafia		30.000			
	Pedagang pengecer	62.500	55.000	7.500		
	Konsumen					
	Peternak telur ayam					
III	- Telur ayam (Bak)	50.000				1,72
	Pedagang Pengecer					
	- Telur ayam (Bak)	62.500	53.000	9.500		
	- Transportasi (BBM)		120.000			
	- Tali rafia		17.000			
III	- Plastik		10.000			
	Konsumen					
	Peternak telur ayam	35.000				
	Konsumen	35.000				

Sumber: Data primer setelah diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4 di atas, margin pemasaran usaha telur ayam menunjukkan bahwa harga penjualan pada tingkat lembaga pemasaran yaitu peternak telur ayam, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 7.000/Rak. Margin tersebut diperoleh dari harga pembelian telur ayam dari peternak kepada pedagang pengumpul sebesar Rp 48.000/Rak, kemudian pedagang pengumpul menjual telur ayam pedagang pengecer sebesar Rp 55.000/Rak. Sementara margin dari pedagang pengecer ke konsumen yaitu sebesar Rp 7.500/Rak. Margin tersebut diperoleh dari harga pembelian telur ayam dari pedagang pengumpul oleh pedagang pengecer dengan harga Rp 55.000/Rak, kemudian menjual kepada konsumen yaitu sebesar Rp 62.500/Rak, sehingga margin total yang diperoleh sebesar Rp 14.500. Pada saluran pemasaran II margin yang diperoleh dari produsen telur ayam ke pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 9.500 dengan harga pembelian yaitu sebesar Rp 53.000/Rak, pedagang pengecer menjual kepada konsumen akhir dengan harga Rp 62.500/Rak. Harga yang dibeli langsung oleh konsumen langsung kepada peternak telur ayam pada saluran pemasaran III yaitu dengan harga Rp 35.000/Bak tetapi kualitas telur yang kurang bagus atau biasa telur yang telah retak.

3.7. Efesiensi Pemasaran

Pemasaran telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato melibatkan pedagang pengumpul dan pengecer. Pedagang pengumpul menanggung biaya pemasaran karena mereka adalah saluran pertama yang menerima telur ayam dari produsen karena mereka membeli telur langsung dari peternakan ayam petelur. Hasil

analisis menunjukkan bahwa tingkat efisiensi pemasaran pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul sebesar 3,61%, yang menunjukkan bahwa pedagang pengumpul kecamatan memasarkan telur dengan efisiensi ke pedagang pengecer. Selanjutnya, pemasaran telur ayam dilakukan pada tingkat pedagang pengecer, di mana pedagang pengecer membeli telur langsung dari peternakan, sehingga pedagang pengecer menanggung biaya pemasaran.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis profitabilitas usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu (1) Komponen biaya tetap yang dikeluarkan oleh produsen pada usaha telur ayam yaitu Rp 21.064.097/bulan, biaya tetap terbesar yaitu kandang Rp 17.000.000 atau (80,71%) dan terkecil yaitu feeder Rp 15.167 atau (0,07%). Total biaya variabel yaitu Rp 214.598.014/bulan, biaya variabel terbesar yaitu bibit ayam petelur Rp 50.400.000 atau (28,87%) dan yang terkecil yaitu tali rafia Rp 100.000 atau (0,06%) Total biaya yaitu keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha telur ayam untuk proses produksi atau jumlah dari biaya tetap dan biaya variabel adalah sebesar Rp 195.662.111. Pendapatan yang diperoleh dari usaha telur ayam di Kecamatan Randangan sebesar Rp 510.137.889/bulan. (2) Nilai analisis profitabilitas pada usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato pada bulan September 2024 yaitu nilai Nilai *Gross Profit Margin* (GPM) sebesar 19,52%, artinya bahwa setiap penjualan Rp 10.000, mampu memberikan keuntungan sebesar Rp 1.952. Nilai *Net Profit Margin* (NPM) yaitu sebesar 16,19% dari volume penjualan, sehingga setiap penjualan Rp 10.000, akan memberikan keuntungan Rp 1.619. Dan Nilai *Return On Investment* (ROI) 5,59% yang menunjukkan bahwa keuntungan setelah pajak yang didapatkan dari total modal, sehingga dengan adanya penanaman modal Rp 10.000 akan mampu menghasilkan keuntungan Rp 559. (3) Margin pemasaran usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato pada tingkat saluran Pemasaran I yaitu sebesar Rp 14.500/Rak dan pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp 9.500/Rak. (4) Saluran pemasaran usaha telur ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato memiliki nilai efisiensi yaitu 3,61% untuk pedagang pegumpul dan 1,72% untuk pedagang pengecer.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillah, Alhamdulillah Puji Syukur Atas Kehadirat Allah SWT Peneliti mengucapkan terima kasih kepada DRTPM Ditjen Diktiristek Kemdikbudristek karena telah memberikan dana untuk melaksanakan penelitian ini sesuai dengan Kontrak Penelitian Nomor: 071/E5/PG.02.00/PM. BATCH.2/2024 sehingga penelitian ini dapat terlaksana. Harapan dapat terus membaiayai penelitian demi kemajuan Indonesia. Terima kasih juga kepada seluruh responden, Fakultas Pertanian dan Ilmu Perikanan Program Studi Agroteknologi Universitas Pohuwato, Tim Peneliti dan semua pihak yang telah membantu selama menyelesaikan penelitian ini maupun saat penyusunan naskah jurnal penelitian. Serta Terima Kasih kepada Bapak/Ibu/Saudara/I yang telah bersedia memuat jurnal penelitian pada edisi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. C., Ismawati, I., Hasriani, H., Arwati, S., Nasrul, M., Abidin, Z., Basriwijaya, K. M. Z., Sugiarto, M., Amruddin, A., & Fatmawati, I. (2023). *Manajemen Produksi Agribisnis* (Cetakan 1.). Yayasan Kita Menulis.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Ed. Rev.20). Rineka Cipta.
- Cholila, I. (2014). *Analisis Profitabilitas Terhadap Pengembangan Aset Usaha Ayam Petelur*. 2(1), 91–95.
- Daniel, M. (2002). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bumi Aksara.
- Dzakir, A., Saili, T., & Hadini, H. A. (2022). Analisis Pendapatan Pedagang Telur Ayam Ras Di Pasar Wawotobi. *Jurnal Ilmiah Peternakan Halu Oleo*, 4(3), 165. <https://doi.org/10.56625/jiph.v4i3.27014>
- Fanani, A., Qulubi, M., & Andari, G. (2020). Efek Penambahan Kefir Sebagai Probiotik pada Ayam Boiler terhadap Panjang Usus. *AGRICOLA*, 10(1), 44-49. <https://doi.org/10.35724/ag.v10i1.2769>
- Ginting, N., Andari, G., & Nurliah, N. (2020). Analysis of Factors Affecting Production of Race Chicken Eggs. *AGRICOLA*, 10(2), 94-100. <https://doi.org/10.35724/ag.v10i2.3266>
- Hasanah, N., Wahyono, N. D., & Marzuki, A. (2019). Teknik manajemen penetasan telur tetas ayam kampung

- unggul kub di kelompok gumukmas jember. *Jurnal Ilmiah Fillia Cendekia*, 4(1), 13-22.
- Mankiw, N. G. (2006). *Pengantar ekonomi jilid 1* (H. Munandar (ed.)). Erlangga.
- Muis, A., Hastang, H., & Lestari, V. S. (2016). Analisis Pendapatan Peternak Ayam Ras Petelur Di Desa Allakuang, Kecamatan Maritangae, Kabupaten Sidrap. *Jurnal Ilmu dan Industri Peternakan*, 2(3).
- Nasrul, M. (2022). Analisis Pemasaran Telur Ayam di Kecamatan Randangan Kabupaten Pohuwato. *Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 10(3), 338-347.
- Putri, N. R. N. (2022). Pengelolaan Peternakan Ayam Ras Petelur dalam Meningkatkan Pendapatan Ditinjau dari Manajemen Bisnis Syariah. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 2(2), 166-189.
- Rasyaf, M. (2007). *Beternak Ayam Kampung*. Penebar Swadaya.
- Saraswati, N. M. D. S. (2020). Analisis Profitabilitas Usaha Ayam Petelur (Studi Kasus Di Cv. Sari Makmur Farm Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah). *Agrista*, 8(3). *Jurnal Agrista*, 8(3), 80–89.
- Sobirin. (2009). Efisiensi Pemasaran di Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas,. <Http://Www.Deptan.Go.Id>.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). Bandung: Alfabeta, 28(1), 12.
- Syamsuddin, Lukman. (2016). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam Perencanaan Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan* (E. Rajawali Pers (ed.); Baru). PT Raja Grafindo Persada.
- Tobaol, D., Rundengan, M., Endoh, E. K., & Pangemanan, S. P. (2018). Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras Di Kota Manado. *Zootec*, 38(2), 416-428.