**ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG OFFLINE DAN ONLINE KARKAS AYAM BROILER DI YOGYAKARTA**

THE INCOME ANALYSIS OF BROILER CARCASS OFFLINE AND ONLINE TRADER IN YOGYAKARTA

Feni Safitri, Ir. Fx. Suwarta, M.P., Ir. Lukman Amin, MP.

Fakultas Agroindustri, Universitas Mercu Buana, Jl. Wates Km 10, Yogyakarta 55753

Email : [feynii15@gmail.com](mailto:feynii15@gmail.com)

**INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya penjualan offline dan online karkas ayam broiler, Mengetahui pendapatan penjual offline dan online karkas ayam broiler di Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 1 November- 1 Desember 2022 di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey. Teknik pengambilan data menggunakan data primer. Data primer diperoleh dengan pengamatan langsung dan wawancara dengan menggunakan kuisioner. dalam penelitian ini Jumlah penjual offline karkas ayam broiler yang digunakan sebagai responden sebanyak 16 orang dan Jumlah penjual online karkas ayam broiler yang digunakan sebagai responden sebanyak 16 orang. Analisa menggunakan analisa ekonomi, data ditabulasi kemudian diolah menggunakan *Software Microscoft Excell.* Hasil penelitian menunjukkan pendapatan penjual offline skala 9531 ekor/tahun sebesar Rp50.747.792/tahun, penjual online skala 9688 ekor/tahun sebesar Rp56.062.950/tahun. B/C Ratio penjual offline adalah 0,11 dan Penjual online B/C Ratio 0,11. R/C Ratio penjual offline 1,11 R/C dan Ratio penjual online 1,11. Payback Period penjual offline 0,57 tahun, Payback Period penjual online 0,48 tahun. Break Event Point penjual offline BEP penjualan Rp 22.446/ekor, dan BEP unit 39.220 ekor/tahun, Break Event Point penjual online BEP penjualan Rp 22.294/ekor, dan BEP unit 36.607 ekor/tahun. Disimpulkan bahwa usaha penjualan offline dan online karkas ayam broiler menguntungkan dan layak diusahakan.

Kata Kunci : Pemasaran, pendapatan, penjualan, karkas ayam broiler.

**ABSTRACT\***

This study aims to determine the cost of selling offline and online broiler chicken carcasses, knowing the income of offline and online broiler carcass sellers in Yogyakarta. This research was conducted on November 1-December 1 2022 in Yogyakarta. This research was conducted using a survey method. Data collection techniques using primary data. Primary data obtained by direct observation and interviews using a questionnaire. In this study, the number of offline broiler carcass sellers used as respondents was 16 people and the number of online broiler carcass sellers used as respondents was 16 people. The analysis uses economic analysis, the data is tabulated and then processed using *Microsoft Excel Software*. The results showed that the income of offline sellers on a scale of 9531 fish/year was IDR 50,747,792/year, online sellers on a scale of 9688 fish/year was IDR 56,062,950/year. The B/C ratio of offline sellers is 0.11 and the online seller's B/C ratio is 0.11. The R/C ratio for offline sellers is 1.11 and the R/C ratio for online sellers is 1.11. Payback Period for offline sellers is 0.57 years, Payback Period for online sellers is 0.48 years. Break Event Point BEP offline sellers sell IDR 22,446/head, and BEP units 39,220 heads/year, Break Event Point BEP online sellers sell IDR 22,294/head, and BEP units 36,607 heads/year. It was concluded that offline and online sales of broiler chicken carcasses are profitable and feasible.

Keywords : Marketing, revenue, sales, broiler chicken carcass.

**PENDAHULUAN**

Pemasaran telah mengalami transformasi secara signifikan di Indonesia, beredarnya e-commerce dan transaksi digital di Indonesia telah membawa dampak budaya belanja yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka sekarang mereka berbelanja dan membeli secara online (Opreana & Vinerean, 2015). Di era globalisasi banyak orang yang terus berpacu untuk meningkatkan sistem informasi melalui banyak cara dengan menggunakan teknologi, hal ini dapat berdampak positif bagi dunia manajemen agar terus meningkatkan kinerja mereka untuk mengembangkan sistem pemasaran melalui teknologi yaitu internet.

Komoditi peternakan masih menjadi salah satu komoditi yang cukup menguntungkan sampai saat ini. Bahkan di tahun 2023 yang masih dalam masa pendemi, bisnis ini mendapatkan perhatian di pasaran. Banyak kalangan yang mengatakan jika produk dari peternakan memiliki peluang keuntungan yang cukup. Prospek usaha peternakan di Indonesia juga tergolong bagus, Usaha peternakan adalah salah satu jenis usaha yang populer dan cukup banyak peminatnya di Indonesia. Peternakan sangat berhubungan erat dengan pemasaran.

Kemajuan teknologi informasi ini harus dimanfaatkan dan memberi peluang yang besar bagi pelaku usaha kecil, mikro dan menengah bidang peternakan. Untuk pengembangan akses dan jaringan pemasaran yang lebih efisien dan dapat diakses oleh siapapun berbasis digital. Peluang ini harus dimanfaatkan oleh seluruh pelaku usaha peternakan. Di samping itu, perbaikan kualitas produk dan pelayanan tentu menjadi hal utama dalam persaingan pasar online tersebut. Pertumbuhan e-commerce di Indonesia cukup tinggi, berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo).

Strategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini menjadi sangat penting karena, akan berkaitan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Strategi pemasaran yang dibuat tidak hanya berkaitan dengan penjualan dan mempromosikan produk, tapi juga tentang jenis-jenis pelayanan (service) kepada pelanggan yang diberikan oleh perusahaan. Ada banyak faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan bisnis salah satunya adalah strategi pemasaran yang efisien, sebab sebuah strategi pemasaran yang efisien adalah salah satu persyaratan bagi keberhasilan bisnis. dan Setiap perusahaan dituntut untuk terus mencoba yang terbaik untuk menarik pelanggan baru dan memperhatikan pelanggan yang lama.

Di era globalisasi banyak orang yang terus berpacu untuk meningkatkan sistem informasi melalui banyak cara dengan menggunakan teknologi, hal ini dapat berdampak positif bagi dunia manajemen agar terus meningkatkan kinerja mereka untuk mengembangkan sistem pemasaran melalui teknologi yaitu internet. Internet adalah singkatan dari interconnected networking yang berarti jaringan komputer yang sling terhubung antara satu komputer dan komputer yang lain yang membentuk sebuah jaringan komputer di seluruh dunia, sehingga dapat saling berinteraksi, berkomunikasi, saling bertukar informasi atau tukar menukar data. Internet juga banyak mempengaruhi aspek sosial serta ekonomi karena dalam hal ini dapat membuat masyarakat terus mengetahui sistem informasi tersebut secara luas bahwa ekonomi suatu negara tidak lagi berdiri sendiri tetapi menjadi satu dengan sistem ekonomi global. Dengan adanya internet, terdapat peluang yang sangat besar bagi perusahaan-perusahaan sekarang ini untuk menggunakan bisnis online, karena bisnis online lebih praktis dan tidak memerlukan biaya yang besar, serta jangkauan pasar yang lebih luas karena melakukan pemasaran secara online. Untuk melakukan bisnis secara online, dibutuhkan kepercayaan jika konsumen tersebut benar-benar ingin membeli produk pakaian tersebut. Alur transaksi pembayaran harus jelas sehingga tidak terjadi penyimpangan dalam proses transaksi penjualan. Sedangkan penjualan secara offline dapat diartikan sebagai proses transaksi penjualan barang dan jasa secara langsung yang dimana produsen dan konsumen bertemu dan terjadinya proses transaksi jual beli (Anggraini, 2017).

Penjualan online dapat dilakukan melalui internet atau sosial media seperti whats apps, instagram, facebook. Sedangkan penjualan offline dilakukan dengan penjualan secara langsung yang dimana produsen dan konsumen bertemu dan terjadinya proses transaksi jual beli.

**MATERI DAN METODE**

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada 1 November - 1 Desember 2022.

Materi dalam penelitian ini adalah :

1. Penjual offline dan online karkas ayam broiler

Jumlah penjual offline karkas ayam broiler yang digunakan sebagai responden sebanyak 16 orang di Yogyakarta dan Jumlah penjual online karkas ayam broiler yang digunakan sebagai responden sebanyak 16 orang di Yogyakarta.

Syarat-syarat penjual sebagai responden :

* Menjual karkas ayam broiler
* Pengalaman penjual minimal satu tahun
* Menjual karkas ayam broiler minimal 10 ekor ayam karkas sehari

**Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dan pengambilan data dilakukan secara sensus pada penjual online dimana semua populasi dijadikan responden. Pengambilan data pada penjual offline dilakukan secara sampling, yaitu dari 52 Penjual offline karkas ayam broiler di Yogyakarta, data diambil untuk dijadikan responden adalah 16 pedagang. Data diambil menggunakan data primer yaitu melalui pengamatan langsung dan wawancara menggunakan kuisioner.

* Variabel yang didapatakan adalah :

1. Identitas penjual offline dan penjual online karkas ayam broiler
2. Biaya tetap
3. Penyusutan ( mesin pencabut bulu ayam, timbangan, tadon air, sumur, ember, selang, Mesin air, freezer, alat asah pisau, pisau, instalsi listrik, tabung gas, kompor gas, telenan, panci, alat transportasi, alat komunikasi, keranjang)
4. Bunga modal
5. Biaya tidak tetap

* Pembelian ayam
* Upah tenaga kerja
* Biaya kemasan/plastik
* Biaya komunikasi
* Retribusi
* Bensin
* Rekening listrik

1. Pendapatan selama 1 tahun
2. Karkas

Cara menghitung pendapatan dari penjualan karkas yaitu

Karkas = jumlah karkas (kg) x harga per kg karkas (Rp)

1. Non karkas

Cara menghitung pendapatan dari penjualan non karkas yaitu

Non karkas = jumlah masing-masing non karkas ( kg) x harga masing-masing per kg non karkas (Rp).

**Analisa Data**

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisa ekonomi. Data ditabulasi kemudian diolah menggunkan *Software Microscoft Excel* untuk analisis pendapatan penjualan offline dan online karkas ayam broiler di Yogyakarta. (Budi, 2012).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Keadaan Umum Daerah Penelitian**

**Pendidikan**

Ditinjau dari tingkat pendidikan responden penjual offline dan online karkas ayam broiler di Yogyakarta dapat diketahui bahwa responden mempunyai tingkat pendidikan yang bervariasi mulai dari responden yang hanya (SD) sampai responden yang menempuh pendidikan hinga (SMA).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tabel 1. Persentase responden penjual offline dan online karkas ayam broiler bedasarkan tingkat pendidikan | | | | |
| **Tingkat Pendidikan** | **Penjual Offline** | **Persentase Penjual Offline (%)** | **Penjual Online** | **Persentase**  **Penjual Online (%)** |
| SD | 8 | 50 | 2 | 12,5 |
| SMP | 4 | 25 | 5 | 31,25 |
| SMA | 4 | 25 | 9 | 56,25 |
| **Jumlah** | **16** | **100** | **16** | **100** |

Penjual offline karkas ayam broiler sebagian besar tingkat pendidikan SD dengan persentase 50%, pendidikan SMP persentasenya 25%, dan pendidikan SMA persentase 25%. Sedangkan tingkat pendidikan penjual online karkas ayam broiler sebagian besar tingkat SMA dengan persentase 56,25%, pendidikan SMP persentase 31,25%, dan pendidikan SD persentase 12,5%.

Penjual online dengan tingkat pendidikan SMA lebih banyak, Hal ini menunjukkan pendidikan penjual online lebih baik, karena penjual online lebih luas dan paham pengetahuan dalam menggunakan informasi teknologi yang ada. Sedangkan penjual offline yang mempunyai tingkat pendidikan SMA sedikit, hal ini menunjukkan pendidikan penjual offline kurang baik karena penjual offline sebagian besar tingkat pendidikan adalah SD, sehingga penjual offline dalam pengetahuan menggunakan informasi teknologi yang ada kurang dan tidak paham.

**Umur**

Umur produktif diukur dari rentang 15-64 tahun dan umur tidak produktif lebih dari 65 tahun, dikarenakan bahwa orang yang berumur 60-64 tahun masih aktif dan banyak gagasan.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tabel 2. Persentase responden penjual offline dan online karkas ayam broiler berdasarkan umur di Yogyakarta | | | | |
| **Kelompok Umur (Tahun)** | **Jumlah (orang) offline** | **Persentase (%) offline** | **Jumlah (orang) online** | **Persentase (%) online** |
| 15 - 64 (produktif) | 13 | 81,25 | 14 | 87,5 |
| >65 (tidak produktif) | 3 | 18,75 | 2 | 12,5 |

penjual offline karkas ayam broiler yang masih di umur produktif 81,25% dan penjual yang di umur tidak produktif sebesar 18,75%. sedangkan penjual online karkas ayam broiler yang masih di umur produktif 87,5% dan penjual yang di umur tidak produktif sebesar 12,5 %.

Dari hal tersebut nampak bahwa penjual online sebagian besar umurnya banyak yang produktif, sehingga penjual online dengan umur yang masih produktif mampu menggunakan informasi teknologi lebih banyak, sedangkan penjual offline sebagian besar umurnya banyak yang tidak produktif, sehingga penjual offline dengan umur yang sudah tidak produktif kurang mampu menggunakan informasi teknologi.

**Pengalaman**

lama usaha merupakan salah satu indikator untuk mengetahui pengalaman penjual offline dan online karkas ayam boiler. Penjual offline dengan dengan lama usaha 5-10 tahun sebanyak 3 orang atau 18,75%, sedangkan penjual offline dengan lama usaha >10 tahun sebanyak 13 orang atau 81,25%.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tabel 3. Persentase responden berdasarkan lama usaha penjual offline dan online karkas ayam boiler di Yogyakarta | | | | |
| **lama usaha online dan offline** | **penjual offline (orang)** | **persentase offline %** | **penjual online (orang)** | **persentase online %** |
| 5-10(cukup berpengalaman) | 3 | 18,75 | 10 | 62,5 |
| > 10(berpengalaman) | 13 | 81,25 | 6 | 37,5 |

Penjual online karkas ayam broiler dengan lama usaha 5-10 tahun sebanyak 10 orang atau 62,5%, sedangkan penjual online dengan lama usaha > 10 tahun sebanyak 6 orang atau 37,5%. Pengalaman penjual offline lebih lama karena penggunaan teknologi informasi belum lama berkembang, sedangkan pengalaman penjual online relatif lebih sedikit karena penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran online belum lama berkembang.

**Investasi**

nilai investasi yang dikeluarkan oleh penjual offline lebih banyak yaitu sebesar Rp29.016.818 sedangkan nilai investasi yang dikeluarkan penjual online lebih sedikit yaitu sebesar Rp27.026.718 Hal tersebut dipengaruhi oleh jumlah komponen penjual offline lebih banyak dibandingkan penjual online. Adapun komponen investasi yang dikeluarkan penjual offline di Rumah antara lain mesin pencabut bulu ayam, timbangan, tadon air, sumur, ember, selang, mesin air, freezer, alat asah pisau, pisau, instalsi listrik, alat komunikasi, tabung gas, kompor gas, telenan, panci. Komponen investasi yang dikeluarkan penjual offline di Pasar antara lain alat transportasi, keranjang, timbangan, pisau, telenan, ember, meja, kursi.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tabel 4. Rata-rata Investasi Penjual Offline dan Online Karkas Ayam Broiler di Yogyakarta Pertahun (Rp) | | | |
| **Jumlah Responden Penjual Offline (orang)** | **Rata- rata Investasi Penjual Offline (Rp)** | **Jumlah Responden Penjual Online (orang)** | **Rata- rata Investasi Penjual Online (Rp)** |
| 16 | 29.016.818 | 16 | 27.026.718 |

Komponen investasi yang dikeluarkan penjual online di Rumah antara lain mesin pencabut bulu ayam, timbangan, tadon air, sumur, ember, selang, Mesin air, freezer, alat asah pisau, pisau, instalsi listrik, tabung gas, kompor gas, telenan, panci. Komponen investasi yang dikeluarkan penjual online di Pasar antara lain alat transportasi, alat komunikasi, keranjang. Penjual online tidak membutuhkan lapak di pasar.

**Biaya Produksi Usaha Penjual Offline dan Online Karkas Ayam Broiler di Yogyakarta**

**Biaya Tetap *(Fixed Cost)***

komponen biaya tetap pada usaha penjual offline karkas ayam broiler di Yogyakarta yaitu terdiri dari biaya penyusutan (mesin pencabut bulu ayam, timbangan, tadon air, sumur, ember, selang, mesin air, freezer, alat asah pisau, pisau, instalsi listrik, alat komunikasi, tabung gas, kompor gas, telenan, panci, alat transportasi, keranjang, timbangan, pisau, telenan, ember, meja, kursi) dan bunga modal.

Komponen biaya tetap pada usaha penjual online karkas ayam broiler di Yogyakarta yaitu terdiri dari biaya penyusutan (mesin pencabut bulu ayam, timbangan, tadon air, sumur, ember, selang, Mesin air, freezer, alat asah pisau, pisau, instalsi listrik, tabung gas, kompor gas, telenan, panci, alat transportasi, alat komunikasi, keranjang) dan bunga modal.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tabel 5. Rata-rata Biaya Tetap Penjual Offline dan Online karkas ayam broiler di Yogyakarta Pertahun (Rp) | | | | |
| **Biaya tetap** | **Penjual**  **offline** | **Persentase offline %** | **Penjual online** | **Persentae online %** |
| Penyusutan | 3.007.465 | 63,35 | 2.774.345 | 63,11 |
| Bunga modal | 1.740.646 | 36,65 | 1.621.604 | 36,89 |
| Total biaya tetap | 4.748.111 | 100% | 4.395.949 | 100% |

Kontribusi biaya penyusutan pada penjual offline sebesar 63,35% dan bunga modal berkontribusi 36,65% dari biaya tetap. sedangkan kontribusi penjual online biaya penyusutannya sebesar 63,11% dan bunga modal berkontribusi 36,89% dari biaya tetap.

Jumlah komponen-komponen investasi yang dikeluarkan penjual offline lebih banyak dibandingkan dengan komponen-komponen investasi yang dikeluarkan penjual online, sehingga biaya penyusutan dan bunga modalnya akan bertambah.

**Biaya Variabel *(Variabel Cost)***

Biaya variabel yang dikeluarkan penjual offline dengan 16 responden yaitu (sewa tempat potong, pembelian ayam, upah tenaga kerja pemotong, tunjangan tenaga kerja pemotong, rekening listrik, gas, pulsa) dan Biaya variabel yang dikeluarkan penjual offline dipasar yaitu ( sewa tempat jual, upah tenaga kerja penjual, tunjangan tenaga kerja penjual, retribusi parkir, plastik, bensin, perawatan kenaraan, dan pajak motor).

Biaya variabel yang dikeluarkan penjual online dengan 16 responden yaitu (sewa tempat potong, pembelian ayam, upah tenaga kerja pemotong, tunjangan tenaga kerja pemotong, rekening listrik, gas) dan Biaya variabel yang dikeluarkan penjual online karkas ayam broiler yaitu (upah tenaga kerja kirim, pulsa, tunjangan tenaga kerja kirim, plastik, bensin, perawatan kenaraan, dan pajak motor).

|  |
| --- |
| Tabel 6. Total Biaya Variabel Penjual offline dan online Karkas Ayam broiler di Yogyakarta Pertahun (Rp) |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Komponen biaya** | **Penjual offline Rata-rata (Rp)** | **Persentase offline %** | **Penjual online**  **Rata-rata (Rp)** | **Persentase online %** |
| Pembelian ayam | 375.174.718 | 83,22 | 374.526.156 | 84,22 |
| Tenaga kerja pemotong | 29.582.437 | 6,56 | 29.495.625 | 6,63 |
| Tenaga kerja penjual | 24.712.625 | 5,49 | 24.146.312 | 5,43 |
| Pajak | 253.250 | 0,05 | 235.625 | 0,05 |
| Biaya lain-lain | 21.097.918 | 4,68 | 16.294.573 | 3,67 |
| Total | 450.820.948 | 100 | 444.698.291 | 100 |

Total biaya variabel pada penjual offline sebesar Rp450.820.948 dan komponen-komponen biaya varibel penjual offline yaitu pembelian ayam sebesar Rp375.174.718 dengan persentase 83,22%, upah tenaga kerja pemotong sebesar Rp29.582.437 dengan persentase 6,56%, dan upah tenaga kerja penjual sebesar Rp24.712.625 dengan persentase 5,49%, biaya pajak sebesar Rp253.250 dengan persentase 0,05%, dan biaya lain-lain sebesar Rp 21.097.918 dengan persentase 4,68%. sedangkan total biaya variabel pada penjual online sebesar Rp444.698.291 dan komponen-komponen biaya variabel penjual offline yaitu pembelian ayam sebesar Rp374.526.156 dengan persentase 84,22%, upah tenaga kerja pemotong sebesar Rp29.495.625 dengan persentase 6,63%, upah tenaga kerja kirim sebesar Rp24.146.312 dengan persentase 5,43%, biaya pajak sebesar Rp235.625 dengan persentase 0,05%, dan biaya lain-lain sebesar Rp16.294.573 dengan persentase 3,67%

total biaya variabel penjual offline lebih besar dibandingkan total biaya variabel penjual online. Komponen biaya variabel terbesar berdasarkan persentase pada masing-masing penjual offline dan online adalah pembelian ayam dikarenakan ayam sebagai unit yang akan diproduksi, sedangkan upah tenaga kerja penjual offline dan online yang dikeluarkan sesuai dengan volume jumlah jual. dan Biaya lain-lain penjual offline yang dikeluarkan lebih banyak dibandingkan dengan biaya lain-lain yang dikeluarkan pada penjual online. Hal tersebut disebabkan karena pada penjual offline ada biaya sewa tempat potong dan

pasar, sedangkan pada penjual online biaya yang dikeluarkan hanya sewa tempat pemotongan.

**Biaya Total *(Total Cost)***

Biaya total merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh penjual offline dan online karkas ayam broiler selama 1 tahun. Biaya ini merupakan hasil penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel selama 1 tahun.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tabel 7. Persentase Biaya Penjual Offline dan Online Karkas Ayam Broiler di Yogyakarta (%) | | | | |
| **Komponen biaya** | **Penjual offline Rata-rata (Rp)** | **Persentase offline %** | **Penjual online**  **Rata-rata (Rp)** | **Persentase online %** |
| Biaya variable | 450.820.948 | 98,95 | 374.526.156 | 98,83 |
| Biaya tetap | 4.748.111 | 1,05 | 4.395.949 | 1,17 |
| Total | 455.569.059 | 100 | 378.922.105 | 100 |

Total biaya pada penjual offline sebesar Rp455.569.059. Terdiri dari biaya variabel sebesar Rp450.820.948 dengan persentase 98,95%, dan biaya tetapnya sebesar Rp4.748.111 dengan persentase 1,05%. Pada penjual online total biaya sebesar Rp378.922.105. Terdiri dari biaya variabel sebesar Rp374.526.156 dengan persentase 98,83 %, dan biaya tetapnya sebesar Rp4.395.949 dengan persentase 1,17%.

Hal tersebut menunjukan total biaya pada penjual offline lebih besar dibandingkan total biaya pada penjual online, karena biaya varibel dan biaya tetap yang dikeluarkan pada penjual offline biayanya lebih banyak, sedangkan biaya variabel dan biaya tetap penjual online biaya yang dikeluarkan lebih sedikit.

**Penerimaan**

Penerimaan adalah nilai uang yang diperoleh produsen dari hasil penjualan output, dalam hal ini penjual offline dan online karkas ayam broiler outputnya adalah dada, paha atas, paha bawah,sayap ceker, kepala, usus, dan ati ampela.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Table 8. Rata-rata penerimaan penjual offline dan online karkas ayam broiler di Yogyakarta pertahun(Rp) | | | | |
| **Komponen penerimaan** | **Penerimaan offline (Rp)** | **Persentase offline %** | **Penerimaan online (Rp)** | **Persentase online %** |
| Dada  Paha Atas | 155.820.375 | 30,77 | 154.908.033 | 30,66 |
| 129.27.750 | 25,53 | 129.235.187 | 25,59 |
| Paha Bawah | 92.769.375 | 18,32 | 92.753.781 | 18,37 |
| Sayap | 71.555.375 | 14,13 | 71.524.812 | 14,15 |
| Ceker  Kepala | 10.344.071 | 2,05 | 10.291.278 | 2,03 |
| 12.475.606 | 2,47 | 12.455.353 | 2,47 |
| Usus | 12.261,906 | 2,43 | 12.241.721 | 2,43 |
| Ati Ampela | 21.818.393 | 4,30 | 21.747.025 | 4,30 |
| Total | 506.316.851 | 100 | 505.157.190 | 100 |

Penerimaan didapatkan dari beberapa komponen antara lain : penjualan dari dada, paha atas, paha bawah, sayap ceker, kepala, usus, dan ati ampela. Dada menjadi penyumbang penerimaan paling tinggi bagi penjual offline dan online. Penerimaan penjual offline dengan skala 9531 ekor/tahun sebesar Rp506.316.851/tahun, terdiri dari dada 30,77%, paha atas 25,53%, paha bawah 18,32%, sayap 14,13%, ceker 2,05%, kepala 2,47%, usus 2,43%, ati ampela 4,30%. Penerimaan penjual online dengan skala 9688 ekor/tahun sebesar Rp505.157.190/tahun, terdiri dari dada 30,66 %, paha atas 25,59 %, paha bawah 18,37%, sayap 14,15%, ceker 2,03%, kepala 2,47%, usus 2,43%, ati ampela 4,30%.

**Pendapatan**

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran dengan kata lain penerimaan yang diperoleh dari penjualan output setelah dikurangi dengan semua biaya (input).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tablel 9. Rata rata pendapatan penjualan offline dan online karkas ayam di Yogyakarta pertahun (Rp) | | |
| **Komponen - komponen** | **Nilai offline (Rp)** | **Nilai online (Rp)** |
| Penerimaan/tahun | 506.316.851 | 505.157.190 |
| Total biaya/tahun | 455.569.059 | 449.094.240 |
| Pendapatan/tahun | 50.747.792 | 56.062.950 |

Sumber: Data yang telah diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa pendapatan penjual offline karkas ayam broiler dengan skala 9532 ekor sebesar Rp50.747.792/tahun, sedangkan pada penjual online dengan skala 9688 ekor sebesar Rp56.062.950/tahun.

**Analisis Ekonomi**

*Analisis Benefit Cost Ratio* (B/C)

*Analisis Benefit Cost Ratio* merupakan perbandingan tingkat keuntungan yang diperoleh dengan total biaya yang dikeluarkan. Suatu usaha dikatakan layak dan memberikan manfaat apabila apabila B/C *Ratio* lebih besar dari pada nol.

|  |
| --- |
| Tabel 10. Analisis Benefit Cost Ratio Penjual offline dan online Karkas Ayam broiler di Yogyakarta |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jumlah responden offline (orang)** | **Jumlah responden online (orang)** | **Skala usaha penjual offline ekor** | **Skala usaha penjual online ekor** | **B/C Ratio Online** | **B/C Ratio Offline** |
| 16 | 16 | 9531 | 9688 | 0,11 0,11 | |

*Benefit Cost Ratio* usaha penjual offline dan online karkas ayam broiler di Yogyakarta. Penjual offline dengan 9531 ekor menunjukan B/C *Ratio* sebesar 0,11 artinya jika penjual mengeluarkan biaya Rp 1.000.000 maka keuntungan yang didapat sebesar Rp 110.000 atau 11%. Penjual online dengan 9688 ekor menunjukan B/C *Ratio* sebesar 0,11 artinya jika penjual mengeluarkan biaya Rp 1.000.000 maka keuntungan yang didapat sebesar Rp 110.000 atau 11%.

Hal ini menunjukan bahwa penjual online dan offline karkas ayam broiler mempunyai B/C Rationya sama dan dikatakan layak, karena bunga bank sebesar 6% sedangkan keuntungan dari B/C ratio sebesar 11% hal ini yang menandakan usaha penjual offline dan online dikatakan layak. Suatu usaha dikatakan layak dan memberikan manfaat apabila nilai B/C Ratio lebih besar dari bunga bank. Semakin besar nilai B/C Ratio maka semakin besar manfaat yang akan diperoleh dari suatu usaha tersebut.

***Analisis Revenue Cost Ratio (R/C)***

Munawir (2010)berpendapat bahwa, analisis *R/C Ratio* adalah perbandingan antara total penerimaan dengan biaya. Semakin besar nilai *R/C Ratio* semakin besar pula keuntungan dari usaha tersebut.

|  |
| --- |
| Tabel 12. Analisis *Revenue Cost Ratio* Usaha Penjual offline dan online Karkas Ayam broiler di Yogyakarta |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jumlah responden offline (orang)** | **Jumlah responden online (orang)** | **Skala usaha penjual offline (ekor)** | **Skala usaha penjual online (ekor)** | **R/C Ratio Offline** | **R/C Ratio Online** |
| 16 | 16 | 9531 | 9688 | 1,11 1,11 | |

R/C Ratio usaha penjual offline karkas ayam broiler di Yogyakarta skala 9531 ekor menunjukan nilai 1,11 artinya jika penjual mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.000.000 maka akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1.110.000, sedangkan penjual online dengan skala 9688 ekor R/C Ratio sebesar 1,11 artinya jika penjual mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.000.000 maka akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp1.110.000. Usaha akan menguntungkan bila nilai R/C Ratio > 1 dan apabila R/C Ratio sama dengan 1 artinya usaha tersebut tidak mendapatkan untung maupun tidak mengalami kerugian.

***Analisis Payback Period***

*Payback Period* adalah perhitungan atau penentuan jangka waktu yang dibutuhkan untuk menutup kembali nilai investasi suatu usaha dengan menggunakan aliran kas yang dihasilkan oleh usaha tersebut (Lukman, 2004).

|  |
| --- |
| Tabel 12. Analisis *Payback Period* Penjual offline dan online Karkas Ayam broiler di Yogyakarta |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jumlah responden offline (orang)** | **Jumlah responden online (orang)** | **Skala usaha penjual offline (ekor)** | **Skala usaha penjual online (ekor)** | ***Payback period* offline** | | ***Payback period* online** | |
| **Tahun** | **Hari** | **Tahun** | **Hari** |
| 16 | 16 | 9531 | 9688 | 0,57 | 208 | 0,48 | 124 |

*Payback Period*  Penjual offline dengan skala 9531 ekor 0,57 tahun Sama dengan 208 hari artinya waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi yang sudah dikeluarkan adalah 208 hari. *Payback Period* penjual online dengan skala 9688 ekor 0,48 tahun sama dengan 124 hari, artinya waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi yang sudah dikeluarkan adalah 124 hari. Nilai  *payback period* ini sangat tergantung dari nilai investasi yang dikeluarkan dan jumlah pendapatan. Hal ini menunjukkan masa  *payback period* pada penjual online lebih cepat dari penjual offline, karena nilai investasi penjual offline besar.

***Analisis Break Even Pont (BEP)***

*Break Event Point* merupakan suatu nilai dimana hasil penjualan produksi sama dengan biaya produksi sehingga pengeluaran sama dengan pendapatan. Perhitungan BEP ini digunakan untuk menentukan batas minimun volume penjualan dan juga harga jual agar suatu usaha tidak rugi (Herjanto, 2007).

|  |
| --- |
| Tabel 13. Analisis *break even point* penjual offline dan online karkas ayam broiler di Yogyakarta |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jumlah responden offline (orang)** | **Jumlah responden online (orang)** | **Skala usaha offline (ekor)** | **Skala usaha online (ekor)** | **BEP Penjual offline Rp/Ekor** | **BEP Penjual online Rp/Ekor** | **BEP offline ekor** | **BEP online ekor** |
| 16 | 16 | 9531 | 9688 | 22,446 22,294 39,220 36,607 | | | |

Penjual offline karkas ayam broiler supaya tercapai BEP penjualan maka harga minimal produk yang dihasilkan sebesar Rp22,446/ekor, sedangkan BEP unit sebanyak 39,220 ekor/tahun. Penjual online karkas ayam broiler supaya tercapai BEP penjualan maka harga minimal produk yang dihasilkan dari 9688 ekor sebesar Rp22,294/ekor sedangkan BEP unit sebanyak 36,607 ekor/tahun.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa usaha penjual offline dan online karkas ayam broiler di Yogyakarta keduanya menguntungkan dan layak diusahakan. Hasil penelitian menunjukkan pendapatan penjual offline dengan skala 9531 ekor/tahun sebesar Rp50.747.792/tahun, dan pendadpatan penjual online dengan skala 9688 ekor/tahun sebesar Rp56.062.950/tahun.

Saran,Sebaiknya Penjual offline karkas ayam broiler juga, melakukan usaha penjualan online karena penjualan offline lebih banyak menekan biaya pemasaran. Kepada masyakat yang ingin berwirausaha dapat memilih usaha penjualan karkas ayam broiler karena penjualan offline dan online layak untuk di usahakan.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu dosen serta semua pihak dan teman-teman penelitian yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

**REFERENSI**

Akbar, J. 2021. *Analisis Ekonomi Usaha Ternak Sapi Potong di Desa Tapale Kecamatan Liboreng Kabupaten Bone.* Makasar, Universitas Muhammadiyah Makasar.

Anggraini, T. 2017. Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modren (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam. *Skripsi.* Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Assauri, S. 2015. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Bela, P. D. 2019. Analisis Pendapatan Pedagang Karkas Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kabupaten Bantul. *Skripsi.* Jurusan Peternakan, Fakultas Agroindustri, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Budi, H. 2012. *Ekonomi Bisnis Peternakan.* UB Press. Universitas Brawijaya. Malang.

Chaffey, 2003. *Penjualan online.* PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Diatmojo, S, E. dan A. I. Sari. 2012. *Analisis Finansial Usaha Pengemukan Sapi Peranakan Friesian Hostel (PFH) Jantan di Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali. Tropical Animal Husbandry Journal. Vol 1.*

Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran, Cet. I.*  Bandung.

Enawan, M., E. Trijana dan R. Ghozali. 2016. *Analisis Pendapatan Usaha Peternakan Sapi Perah Laktasi (Studi Kasus di Desa Minggir Sari Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar) Jurnal Aves*, 10 (2): 1-3.

Faisal, A, M. 2015. *Memahami Evaluasi Kinerja Karyawan, Konsep dan Penilaian Kinerja di Perusahaan.* Jakarta, Mitra wacana Media.

Gabrielle, F. S. N. Jusuf dan L. K. Rarung. 2019. Analisis Finansial Usaha Budidaya Ikan Nila *(Oreochormis niloticus*) pada Karamba Jaring Tancap di Desa Eris Kecamatan Eris Kabupaten Minansaha Provinsi Sulawesi Utara. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulagi Manado. Vol. 7 No. 1 Aprill 2019: 118

Kurnia, Y. 2017. *Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Industri Kerajianan Tikar Mendong Mekar Putra Tasikmalaya.* *Skripsi.* Universitas Galuh Ciamis.

Kuswandi, 2005. *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Elex Media Komputindo. Jakarta.

Lakutomo, Ginanjar Sri. 2017. *Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (Ecommerce).* Jakarta.

Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya.* Edisi ke 5 Cetakan ke 7. UUP STIM YKPN. Yogyakarta.

Opreana dan Vinerean. 2015. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta.

Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.

Priyatno. 2000. *Mendirikan Usaha Pemotongan Ayam*. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.

Putri, L. R. 2019. Pengaruh Penjualan Online dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi.* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Rasyaf . M. 2003. *Memasarkan Hasil Peternakan*. Penebar Swadaya, Bogor

Setyowati, A,G. 2017. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Prouksi Ayam Pedaging Menggunakan Metod Full Costing (Studi Kasus Pada UD. Peternakan Ogbil di Kediri)* Universitas Brawijaya, Malang.

Sigit, S. 2002. *Pemasaran Praktis.* Edisis Ketiga. BPFE. Yogyakarta.

Simamora, H. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Star Gate Publisher.

Sodikin dan Riyono. 2014. *Akuntansi Pengantar 1*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Soekarwati. 2006*. Prinsisip Dasar Ekonomi Pertanian.* Teori dan Aplikasi. Raja Grafindo Persada: Jakarta

Sofyan. 2016. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta, UI Press.

Suastina dan Kayana. 2015. *Susunan Rencana Usaha*. Udayana Press. Bali.

Sukirno, S. 2016. *MikroekonomiTeori Pengantar.* Raja GrafindoPersada, Jakarta.

Sunarsiyah. 2010. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Edisi keenam. UPP STIM YKPN : Yogyakarta.

Supratma, M., M. Antara, dan R.A. Rauf. 2013. *Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Tani Padi Sawah di Subak Baturiri Desa Balinggi Kecamatan Balinggi Kabupaten Parigi Moutung. E-Jurnal Agrotekbis.*1 (2): 166-172

Triputra, S. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Sepatu Pada UKM Galaksi Desa Ciapus.* Bogor.

Wijayanti, S. M., Darminto dan M. Saifi, 2015. Analisis Break Event Point Sebagai Salah Satu Alat Perencanaan dan Laba. Universitas Brawijaya Malang*. Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi*.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |