

**Pengaruh Pelayanan dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Ekonomi
Melalui Penjualan Ayam Pedaging di Kelurahan Olakile
Kabupaten Nagekeo**

Maria Elviara Tiwe Wanda, Marsel Nande
e-mail: mnande445@gmail.com

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Flores

ABSTRAK: Penelitian kuantitatif ini bertujuan menganalisis pengaruh pelayanan dan harga jual terhadap pendapatan ekonomi peternak ayam pedaging di Kelurahan Olakile. Data dikumpulkan melalui angket dan dokumentasi dari pengusaha ternak broiler. Hasil uji-t menunjukkan variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, di mana pelayanan yang lebih baik meningkatkan volume penjualan. Variabel harga jual juga berpengaruh positif signifikan. Secara simultan, pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dengan nilai, menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut menjelaskan 42,7% variasi pendapatan, sementara 57,3% sisanya dipengaruhi faktor lain seperti promosi dan kualitas produk. Disimpulkan bahwa sinergi pelayanan dan harga kompetitif sangat penting bagi stabilitas ekonomi peternak. Penelitian ini menyarankan peningkatan manajemen usaha dan kualitas pelayanan untuk mengoptimalkan profitabilitas.

Kata kunci: ayam pedaging, harga jual, pendapatan ekonomi, pelayanan

ABSTRACT: This quantitative study aims to analyze the influence of service quality and selling prices on the economic income of broiler farmers in Olakile Village. Data were collected via questionnaires and documentation from broiler entrepreneurs. The *t*-test results show that service has a positive and significant effect on income, indicating that better service enhances sales volume. Similarly, the selling price significantly impacts income. Simultaneously, service and price significantly affect income with an value of 0.427, meaning these variables account for 42.7% of income variation, while 57.3% is influenced by other factors such as promotion and product quality. In conclusion, the synergy between service and competitive pricing is vital for farmers' economic stability. The study recommends improving business management and service quality to optimize profitability.

Keywords: broiler, economic income, selling price, service quality

PENDAHULUAN

Pelayanan ekonomi yang baik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kotler & Keller (2007:402) pelayanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun. Tjiptono (2010:59) Pelayanan adalah upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan apa yang mereka butuhkan dan harapkan. (Zeithaml & Bitner, 2012, hlm. 4–6) Pelayanan adalah suatu proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas intangibel yang berinteraksi antar pelaggan dan menciptakan nilai bagi pelanggan. Peningkatan kualitas hidup, pelayanan ekonomi yang baik seperti masyarakat. Akses terhadap pelayanan yang memadai berkontribusi pada kesejahteraan umum. Pertumbuhan ekonomi, pelayanan ekonomi yang efisien dan efektif dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Misalnya dengan adanya pelayanan transportasi yang baik, aktifitas perdagangan dapat meningkat yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan sektor ekonomi.

Ayam broiler atau ayam pedaging adalah kombinasi hasil ternak yang digemari oleh masyarakat. Banyaknya permintaan ayam broiler atau ayam pedaging ini dikarenakan tingginya kandungan gizi, tekstur daging yang lunak serta harga yang relatif murah. Oleh sebab itu, daging ayam broiler disukai hampir semua orang. Hal ini relevan dengan data survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) dalam Kementrian Pertanian (2022) bahwa selama dekade terakhir (2012-2022), jumlah ayam ras pedaging yang dikonsumsi setiap orang di Indonesia telah meningkat secara konsisten sebesar 7.39% per tahun. Pelayanan merupakan salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan pengaruh keberhasilan penjualan, terutama dalam bisnis penjualan ayam pedaging. Dalam konteks ekonomi masyarakat, penjualan ayam pedaging menjadi salah satu sumber pendapatan yang penting, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, volume penjualan, dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat. Penjualan ayam pedaging merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting di Indonesia. Sektor ini melibatkan banyak pelaku, mulai dari peternak, pedagang, hingga konsumen. Dalam persaingan - persaingan yang semakin ketat, pelayanan yang baik menjadi faktor kunci untuk menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

Sektor peternakan, khususnya usaha ayam pedaging (broiler), memiliki kontribusi penting dalam perekonomian masyarakat pedesaan maupun perkotaan. Di Kelurahan Olakile, usaha penjualan ayam pedaging menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama masyarakat. Keberhasilan usaha ini tidak hanya bergantung pada kualitas ayam yang dijual, tetapi juga pada faktor pelayanan kepada pelanggan dan harga jual yang kompetitif. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas dan jumlah pembelian. Sementara itu, harga jual yang tepat akan mempengaruhi daya beli konsumen dan volume penjualan. Kedua faktor ini secara langsung maupun tidak langsung akan memengaruhi pendapatan ekonomi penjual ayam pedaging.

LANDASAN TEORI

Pelayanan

Lewins, 2004 (dalam Ahmadi, 2013:14) persoalan dalam dunia bisnis kini sepertinya sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar ia tetap survive dalam bisnisnya. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sejarah masyarakat. Secara umum kualitas dapat didefinisikan keistimewaan secara menyeluruh terhadap suatu harga.

Peter dan Oleson, 2000 (dalam Faradiba dan Sri Rahayu, 2013:27-28) Mendefinisikan

pelayanan adalah perilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan yang terbaik bagi konsumen, pelayanan yang baik dilakukan agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya. Menurut (Kotler, 2001:15 Menurut Kotler dan Keller (2016:15-20), pelayanan adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan. Dalam konteks penjualan ayam pedaging, pelaya mencakup: 1) Kecepatan respons terhadap pesanan. 2) Kejelasan informasi produk. 3) Kemudahan pemesanan dan pembayaran. 4) Layanan pengantaran.

Harga Jual

Harga menurut Armstrong dan Kotler (2016:324) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk dan jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Hal ini yang melatar belakangi muncul persepsi konsumen saat menilai sebuah harga (Zeithaml dan Bitner, 2000). Menurut Kotler dan Armstrong (2012), ada empat ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, sesuai kemampuan atau daya beli. Di bawah ini penjelasan empat ukuran harga, yaitu: Keterjangkauan harga. Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan, Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. 2) Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lain. 3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang.

Pendapatan

Pendapatan perkapita masyarakat adalah jumlah uang yang dimiliki masyarakat setempat untuk melakukan transaksi-transaksi ekonomi. Masyarakat yang memiliki tingkat pendapatan yang tinggi biasanya diikuti dengan semakin meningkatnya kebutuhan-kebutuhan (Amirullah, 2002:45).

Anggapan pokok dalam mempelajari perilaku konsumen dan permintaan suatu barang adalah setiap konsumen berusaha mengalokasikan penghasilan yang terbatas jumlahnya untuk membeli barang dan jasa yang tersedia dipasar sebegitu rupa sehingga tingkat kepuasan yang diperolehnya maksimum. Singkatnya, setiap konsumen mengatur pembeliannya sebegitu rupa untuk memaksimalkan kepuasan dengan batas penghasilan tertentu (Sudarman, 1992).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. (Sugiyono, 2014). Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji variabel independent yaitu pelayanan dan harga dan variabel dependen pendapatan. Dengan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono dalam Pohan & Sukmal, 2020: 13-17). 998:225.) Dokumentasi adalah salah satu cara dalam mengumpulkan data – data yang diperoleh dari suatu dokumen resmi atau barang – barang tertulis lainnya

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, Untuk mengetahui data yang diperoleh akan dianalisis secara kuantitatif dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Analisis Regresi Linear Berganda Hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2) dengan variabel dependen (Y). $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$ Keterangan: $Y =$

Pendapatan ekonomi. $X_1 = \text{Pelayanan}$ $X_2 = \text{Harga}$ $= \text{Koefisien}$ b_1 b_2 $= \text{Koefisien regresi}$ masing-masing variabel bebas $e = \text{error (kesalahan)}$.

Uji Hipotesis

1. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat.
2. Uji F adalah satu uji statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh simultan (bersama-sama) dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen
3. Koefisien Determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel terikat.

PEMBAHASAN HASIL

Pengaruh Pelayanan Terhadap Pendapatan Ekonomi Melalui Penjualan Ayam Pedaging

Berdasarkan hasil Uji t dengan nilai thitung sebesar 5,731 menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan ekonomi melalui penjualan ayam pedaging. Nilai koefisien regresi sebesar 0,263 dengan nilai signifikan sebesar $0,008 < 0,05$ yang berarti semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pedagang, maka semakin besar peluang peningkatan volume penjualan, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan ekonomi.

Temuan ini mendukung teori Kotler (2018 :40) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik seperti keramahan, ketepatan waktu, kebersihan, dan kemampuan merespon keluhan pelanggan, mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, sehingga mereka cenderung melakukan pembelian berulang.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2020:3) yang menemukan bahwa pelayanan yang prima mampu meningkatkan jumlah pembelian pada usaha penjualana produk peternakan. Pengaruh Harga Terhadap Pendapatan Ekonomi Melalui Penjualan Ayam Pedaging

Hasil Uji t juga menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan ekonomi melalui penjualan ayam pedaging. Artinya, harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk akan mendorong minat beli konsumen.

Teori dari Stanton (2017 :30) menyebutkan bahwa harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan langsung. Jika harga sesuai dengan daya beli konsumen dan sebanding dengan kualitas produk, maka konsumen akan merasa puas dan melakukan pembelian lebih banyak. Hasil penelitian ini mendukung temuan Budi (2021:4) yang menunjukkan bahwa harga yang tepat mampu meningkatkan volume penjualan ayam pedaging di pasar tradisional.

Pengaruh Pelayanan dan Harga Secara Simultan Terhadap Pendapatan Ekonomi

Hasil Uji F menunjukkan bahwa pelayanan dan harga secara bersama – sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan ekonomi melalui penjualan ayam pedaging Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif menjadi strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan Temuan ini memperkuat pandangan Lupiyoadi (2014 :20) bahwa pelayanan dan harga adalah dua faktor utama yang memperharui keputusan pembelian konsumen. Jika kedua faktor tersebut dikelola dengan baik, maka akan terjadi peningkatan kinerja penjualan dan pendapatan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan ekonomi melalui penjualan ayam pedaging. Hal ini berdasarkan hasil uji t dengan nilai thitung sebesar 5,731 menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan ekonomi melalui penjualan ayam pedaging. Nilai koefisien regresi sebesar 0,263 dengan nilai signifikan sebesar $0,008 < 0,05$ yang berarti semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pedagang, maka semakin besar peluang peningkatan volume penjualan, terutama dari sisi keramahan, kebersihan produk, ketepatan waktu dan kemampuan merespon seluruh pelanggan, maka semakin besar volume penjualan yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan ekonomi.
2. Variabel Harga jual (X2) diperoleh hasil Nilai t hitung sebesar 4290 dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan penjualan ayam pedaging. Hal ini berarti penetapan harga yang tepat, kompetitif, terjangkau, dan sesuai dengan kualitas produk dapat
3. Pelayanan dan harga jual secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan ekonomi melalui penjualan ayam pedaging di Kelurahan Olakile dengan nilai R Square = 0.427 berarti bahwa 42,7% variasi perubahan pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel Pelayanan dan Harga secara bersama-sama. Sedangkan sisanya 57,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini, seperti promosi, kualitas produk, dan faktor eksternal lainnya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis menyarankan beberapa hal berikut:

1. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan selalu bersikap ramah, menjaga kebersihan tempat dan produk, serta memberikan respon cepat terhadap kebutuhan pelanggan.
2. Menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk serta mempertimbangkan kondisi pasar dan daya beli masyarakat.
3. Dapat menambahkan variabel lain seperti promosi, kualitas produk, dan strategi pemasaran untuk melihat pengaruh yang lebih luas terhadap pendapatan.
4. Memperluas wilayah penelitian agar hasilnya dapat digeneralisasikan pada skala yang lebih besar.
5. Memberikan pelatihan manajemen usaha, strategis pelayanan, dan penetapan harga kepada pedagang ayam pedaging.
6. Membantu menjaga kestabilan harga pakan dan bahan pendukung agar pedagang dapat menetapkan harga jual yang wajar dan menguntungkan

Daftar Pustaka

- Antoni, P. N. (2021). *Pengaruh Kontribusi Usaha Ternak Ayam Broiler Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Studi Kasus Desa Durian Kecamatan Pantai Labu* (Doctoral dissertation,

- Adji, F. S. (2022). *Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Potong Chicken Family* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Alimuddin, Mariani, Muhammat Angga Wiyanto, and Ho Zhu Ve Yasmin Achmad. "Strategi Membangun Product Branding Melalui Digital Marketing." *Journal of Career Development* 2.2 (2024).
- Asrol, A., & Ahmad, H. (2018). Analysis of factors that affect poverty in Indonesia. *Revista Espacios*, 39(45).
- Astuti, H. J. (2012). Analisis kepuasan konsumen (servqual model dan important performance analysis model). *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 7(1), 29587.30.
- Chulaifi, M. I. A. C. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umroh dan Haji pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya Periode 2017– 2018* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Hartono, S., Irham Irham, and Suwarta Suwarta. "Struktur Biaya dan Pendapatan Usaha Ternak Ayam Broiler di Kabupaten Sleman." *Agrika: Jurnal Ilmu- Ilmu Pertanian* 6.1 (2012): 23254.
- Huda, A. S., & Farida, I. (2014). Pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen toko joko elektronik di Pati. *UDiNus Repository*.
- Husodho, W. R. (2015). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada obyek wisata dumilah water park Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2).
- Johan, Wahyudi. "Pelayanan Kedatangan Dan Keberangkatan Kapal MV. Phuc Thuan Oleh PT. Usda Seroja Jaya Cabang Pontianak Kalimantan Barat Dengan Sistem Inaportnet." *Karya Tulis* (2022).

