

PENGEMBANGAN USAHA PETERNAKAN AYAM DI DESA SIDOMUKTI KECAMATAN MOOTILANGO KABUPATEN GORONTALO

Dhea Sabrina Putri Labara¹, Lisda Van Gobel², Sabriana Gintulangi³

¹²³Universitas Bina Taruna Gorontalo

, Sabrinadea926@gmail.com, lisdavangobel69@gmail.com, sabriana05@gmail.com,

Received: 28-07-2025

Revised: 15-08-2025

Approved: 30-08-2025

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengembangan usaha peternakan ayam di Desa Sidomukti Kecamatan Mootilango Kabupaten Gorontalo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara menggunakan pedoman wawancara yang diajukan kepada beberapa responden. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengembangan usaha peternakan ayam sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu perluasan daerah pemasaran yang masih kurang maksimal dalam mengakses jaringan pemasaran kemampuan mengelola peternak ayam masih belum optimal, dan ketidakseimbangan antara harga pakan dan harga jual dalam hal ini masih kurang strategi membuat pakan lokal. Karena, ketiga aspek tersebut saling berkaitan dan harus dikelola secara seimbang untuk mendorong pengembangan usaha peternakan ayam di Desa Sidomukti Kecamatan Mootilango Kabupaten Gorontalo. Disarankan untuk mengembangkan usaha peternakan ayam kampung perlu ditingkatkan perluasan daerah pemasaran dalam pengelolaan akses jaringan pemasaran penjualan online sehingga dapat membangun kerja sama yang saling menguntungkan, untuk kemampuan mengelola sangat dibutuhkannya pelatihan teknis agar peternak mendapatkan ilmu-ilmu baru dalam mengembangkan, merawat dan mendistribusikan usaha peternakan ayam, serta ketidakseimbangan antara harga ransum dengan harga jual ayam diperlukan pelatihan pembuatan pakan lokal/mandiri yang dilakukan untuk mengurangi ketergantungan pada pakan komersial/toko dan menekan biaya produksi usaha ayam.

Kata kunci: Pengembangan Usaha, peternakan ayam

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine how the chicken farming business is developing in Sidomukti Village, Mootilango District, Gorontalo Regency. This study used a descriptive research method with a qualitative approach. Data collection techniques were conducted through observation and interviews using interview guidelines submitted to several respondents. Based on the research results, the development of the chicken farming business is significantly influenced by three main factors: the expansion of the marketing area, the still not optimal access to marketing networks, the suboptimal management skills of chicken farmers, and the imbalance between feed prices and selling prices, particularly the lack of strategies for producing local feed. These three aspects are interrelated and must be managed in a balanced manner to encourage the development of chicken farming businesses. It is recommended that the development of free-range chicken farming businesses requires increased marketing area expansion, managing access to online sales networks, and fostering mutually beneficial partnerships. Technical training is essential for management skills, enabling farmers to acquire new skills in developing, maintaining, and distributing chicken farms. Furthermore, training on local/independent feed production is needed to reduce dependence on commercial/store-based feed and reduce production costs for chicken farming.

Keywords: Business Development, Chicken Farming

PENDAHULUAN

Di era sekarang kemajuan dalam mengelola bisnis peternakan di Indonesia dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Pada dasarnya mengelola bisnis peternakan mempunyai cakupan yang sama dengan bisnis yang ada yaitu mulai dari proses produksi, pascapanen dan pemasaran. Selain itu, mengelola usaha bisnis peternakan ini dapat menunjukkan bahwa wilayah tersebut mengalami pengembangan. Sering dikatakan bahwa pengembangan secara umum merupakan upaya untuk menyejahterakan masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat untuk

menjadi lebih baik. Pengembangan dapat meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan pelatihan.

Pengembangan usaha ayam kampung merupakan salah satu ayam khas Indonesia yang telah berkembang dan dikenal oleh seluruh masyarakat. Perkembangan ayam kampung hanya terjadi antar sesama atau antar lokal dan belum terjadi perkawinan dengan ayam ras. Perkembangan dengan pemulihan atau perbaikan genetik belum banyak dilakukan. Ayam asli Indonesia kemungkinan cukup banyak baik yang telah dikenal ataupun belum dikenal. Ayam kampung yang telah dikenal di masyarakat terdiri dari beberapa jenis yaitu Ayam Kedu, Ayam Nunukan, Ayam Pelung, Ayam Gaok, Ayam Ketawa, Ayam Sentul, dan Ayam Kampung Super.

Ayam kampung pada umumnya mempunyai ketahanan tubuh yang cenderung lebih kebal dan kuat dari segala penyakit dibandingkan dengan ayam kota sehingga penggunaan obat-obatan kimia terhadap ayam kampung lebih sedikit. Ternak ayam cocok untuk dikembangkan oleh masyarakat kecil dan menengah. Namun, ada beberapa kelemahan dari ayam kampung yang sering di jumpai yaitu sulit mendapatkan bibit yang berkualitas dan pertumbuhan yang cenderung lambat.

Ayam lokal atau yang lebih dikenal dengan ayam kampung memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap lingkungan. Dalam pemeliharaan peternakan ayam kampung terdapat masalah yang menjadi tantangan bagi peternak yaitu tingginya angka kematian pada anak ayam kampung di usia 2 bulan ke bawah. Pada usia itu ayam memang mudah terkena berbagai penyakit, maka diperlukan pemeliharaan yang baik serta melakukan pencegahan terhadap penyakit. Solusi yang biasanya dilakukan oleh peternak adalah pemberian antibiotik. Akan tetapi, Pemakaian antibiotik pada ternak mengandung risiko cemaran mikroba patogen dan residu antibiotik pada jaringan tubuh ternak sebagai efek samping dari pemberian antibiotik. Penggunaan antibiotik sebagai salah satu feed aditif (pakan imbuhan) dimaksudkan untuk memacu pertumbuhan dengan merangsang pembentukan vitamin B kompleks oleh mikroba. Sehubungan dengan hal tersebut Pengembangan usaha peternakan ayam kampung sangat penting karena tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, tetapi juga turut mendukung ketahanan pangan dan pelestarian ayam lokal yang memiliki nilai ekonomis tinggi salah satunya pengembangan peternakan di Desa Sidomukti.

Desa Sidomukti merupakan wilayah yang berada di pemerintahan Kecamatan Paguyaman sampai tahun 1997, dengan adanya penambahan penduduk Desa Sidomukti menjadi wilayah perwakilan Kecamatan Boliohuto sampai pada tahun 2001, kemudian sekarang pemekaran menjadi wilayah Kecamatan Mootilango. Desa sidomukti terdiri dari 5 Dusun yaitu Dusun Gandaria, Dusun Monggolito, Dusun Motobuloo, Dusun Pasalangi, dan Dusun Banggai.

Desa Sidomukti memiliki potensi dalam bidang peternakan di 2 (Dua) lokasi yaitu Dusun Gandaria, dan Dusun Monggolito. Dusun Gandaria merupakan salah satu tempat peternakan ayam kampung di Desa Sidomukti yang telah merintis usahanya dari tahun 2018. Peternakan ini di kenal memiliki kualitas ayam yang baik dan lebih sehat karena di besarkan secara alami tanpa banyak campur tangan bahan kimia. Namun, masih terdapat berbagai permasalahan yang dapat menghambat pengembangan usaha yaitu pertama, keterbatasan dalam memperluas pemasaran. Meskipun kualitas ayam kampung yang dihasilkan cukup baik dan memiliki permintaan yang stabil, jangkauan pemasaran masih terbatas pada wilayah sekitar desa. Hal ini disebabkan oleh minimnya akses terhadap jaringan distribusi yang lebih luas, kurangnya

promosi, serta keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital sebagai sarana pemasaran modern. Akibatnya, potensi peningkatan pendapatan dan skala usaha menjadi terhambat karena produk tidak bisa menjangkau pasar yang lebih besar.

Adapun permasalahan kedua yaitu kurangnya keterampilan dan pengetahuan kemampuan mengelola budidaya, yang dimiliki oleh seorang peternak ayam. faktor yang biasanya terjadi di lapangan seperti kurangnya kemampuan menangani penyakit (gizi dan jamur), obat-obatan (antibiotik dan vitamin), dan pencegahan penularan penyakit. Hal tersebut berdampak pada kualitas ayam yang dihasilkan, baik dari segi kesehatan maupun ukuran, sehingga tidak mampu memenuhi permintaan pasar yang membutuhkan suplai rutin dan berkualitas. Ini semuanya berpengaruh pada pengembangan usaha peternakan ayam.

Berdasarkan observasi data awal telah di temukan permasalahan yang ketiga yaitu terdapat beberapa kendala terkait ketidakseimbangan harga ransum dengan harga jual ayam. Dapat dilihat pada tabel data dari tahun ke tahun harga ransum ayam yang terus meningkat yaitu sebagai berikut:

Tabel.1.1
perbandingan harga ransum dengan harga jual

Tahun	Harga Ransum (Rp/Kg)	Biaya ransum / ekor	Harga Jual ayam/ekor (8 ons)	Persentase (%)
2018	6,600	13,200	35.000	37,7%
2022	10,000	20,000	40.000	50%
2025	10.200	20,400	40.000	51%

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap tahun terus meningkatnya harga ransum yang cukup signifikan, sementara harga jual ayam kampung hanya mengalami peningkatan yang relative lambat. Jika tidak ada upaya efisiensi dalam penggunaan ransum atau peningkatan harga jual ayam yang sebanding, maka usaha peternakan ayam kampung akan sulit berkembang secara berkelanjutan.

Berdasarkan informasi permasalahan di atas, maka penulis ingin melakukan observasi dan penelitian langsung tentang “Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Di Desa Sidomukti Kecamatan Mootilango Kabupaten Gorontalo”.

BAB II KAJIAN TEORI

Penelitian terdahulu yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya atau hasil penelitian terdahulu dapat di pakai sebagai bentuk acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya. dan menyangkut penelitian tentang pengembangan usaha peternakan yang diteliti oleh peneliti terdahulu sebagai berikut:

Muhammad Ardi Wiranata dengan judul strategi pengembangan usaha peternakan ayam kampung kabupaten jember. Dalam penelitian ini Menjelaskan mengenai strategi pengembangan usaha peternakan ayam kampung agar dapat di kelola dengan baik dalam menjaga dan mempertahankan. Metode yang digunakan pada penelitian ialah data internal dan analisis SWOT. Data internal yang didapatkan dari manajer atau pemilik peternakan, bagian produksi, pemasaran serta pegawai yang ada di peternakan yaitu dari data sumber internal perusahaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) untuk menginterpretasikan kondisi internal maupun eksternal dari peternakan ayam kampung sedangkan untuk merumuskan prioritas strategi pengembangan usaha menggunakan AHP (Analytical Hierarchy Process). Tujuan penelitian ini adalah

mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal lingkungan - eksternal yang mempengaruhi usaha, merekomendasikan alternatif strategi dalam rangka pengembangan usaha dan menentukan skala prioritas strategi pengembangan usaha peternakan ayam lokal. (Muhammad Ardi Wiranata 2020)

Bercomien Juliet Papilaya dengan judul pengembangan peternakan ayam kampung di desa Ema kecamatan Leitimur selatan kota Ambon. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai mempertahankan pengembangan ayam kampung dengan memproduksi bahan lokal ransum dan menjaga produktif telur ayam kampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan data kualitatif dan data kuantitatif serta menggunakan metode analisis SWOT. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan dan keterampilan peternak dalam pengelolaan dan penyusunan ransum ayam kampung.(Bercomien Juliet Papilaya 2020)

Novia Ambar Sari dengan judul analisis Swot pengembangan usaha ternak ayam kampung di Kabupaten Lampung Timur. Hasil penelitian dengan analisis SWOT adalah potensi dalam strategi pengembangan usaha ternak ayam kampung yang dijalankan masyarakat Desa Braja Dewa Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa permintaan pasar yang tinggi akan daging ayam kampung. Sedangkan faktor internal, kekuatan paling tinggi pada harga jual ayam kampung yang tinggi. Artinya posisi internal pengembangan usaha ternak ayam kampung mempunyai posisi yang kuat terhadap Strength dan Weakness dimana diperlukan kerja sama dengan pedagang besar dan pihak terkait untuk pemenuhan pakan tambahan bagi ternak. (Novita et al., 2023)

Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul, Tahun, Dan Tempat Penelitian	Jenis Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Muhammad Ardi Wiranata 2020) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Kampung Kabupaten Jember.	kualitatif	-Strategi Pengembangan -Pternakan	Hasil dari penelitian bahwa : <ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah mempunyai pasar sendiri mitra pasar, sedangkan yang menjadikan kelemahan adalah ketersediaan DOC Rendah. 2. Faktor Eksternal yang menjadi peluang utama adalah Sedikitnya pesaing, sedangkan ancaman utama adalah terdapa ayam sejenis yaitu ayam kampung super / joper. 3. Posisi perusahaan Peternakan Ayam Kampung di Kabupaten Jember berada pada sel V, dan pada posisi ini dapat dikelola melalui strategi menjaga dan mempertahankan (<i>Hold and Maintain</i>) dengan pilihan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Skala prioritas strategi meliputi Strategi 4. Menambah populasi indukan dan memperbaiki mesin tetas.

No	Nama, Judul, Tahun, Dan Tempat Penelitian	Jenis Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
	(Bercomien Juliet Pabilaya 2020) Dengan judul Pengembangan Peternakan Ayam Kampung di Desa Ema Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon	Kualitatif	-Pengembangan -Produksi -Peternakan	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa : 1 Masyarakat sangat membutuhkan penyuluhan, penampungan secara kontinu yang dapat memberikan motivasi bagi mereka dalam membantu meningkatkan produksi. 2 Animo peternak yang cukup tinggi untuk meningkatkan usaha melalui pemberian ransum yang lebih baik, sesuai kebutuhan ternak ayam pada fase hidupnya. 3 Hasil yang diperoleh dari program Iptek bagi masyarakat memberikan dampak positif, pengetahuan dan Ketrampilan mereka bertambah, hal ini dapat dilihat dari kerja sama, pemahaman dalam penyusunan ransum, pemberian/konsumsi ransum, produksi dan hasil penetasan telur. 4 Hasil perlakuan ransum buatan pada ternak menghasilkan produksi telur dan kualitas telur tetas yang lebih baik serta berat DOC yang cukup tinggi dibandingkan ternak ayam yang dipelihara secara ekstensif Untuk produksi telur ayam dengan perlakuan ransum buatan/PKM memberikan hasil lebih baik sebesar 35 %. 5 Dampak positif dari pemeliharaan seperti ini adalah di samping produksi ternak ayam lebih baik juga dapat mengurangi kerusakan tanaman pekarangan dan pemanfaatan limbah yang terbuang
3.	(Novia Ambar Sari 2023) Dengan judul analisis swot pengembangan usaha ternak ayam kampung di kabupaten lampung timur	kualitatif	-pengembangan -pendapatan -peternakan	Strategi pengembangan usaha ternak ayam kampung yang dijalankan masyarakat Desa Braja Dewa Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti tingginya peluang budidaya, permintaan pasar dan minat masyarakat terhadap daging ayam kampung. Sedangkan faktor internal, terlihat yang memiliki nilai tinggi adalah harga jual ayam kampung yang tinggi dipasaran. Artinya posisi internal pengembangan usaha ternak ayam kampung mempunyai posisi yang kuat terhadap <i>Strength</i> dan <i>Weakness</i> .

Dari uraian penelitian dahulu di atas dapat disimpulkan beberapa perbedaan yang berfokus pada bidang produksi, pakan, pendapatan, dan pemasaran dan juga memiliki perbedaan di lokasi penelitian. Serta penggunaan persamaan jenis data pada penelitian kualitatif.

Administrasi

Menurut ((Figo & Al, 2020) administrasi memiliki arti yang luas dan sempit. Dalam arti sempit, administrasi merupakan latihan-latihan yang berkaitan dengan pengorganisasian, pencatatan dan pembukuan data, serta pembuatan dokumen bagi seluruh bagian dalam perkumpulan. Dalam arti luas, organisasi mempunyai arti penting yang sama dengan para eksekutif, khususnya cara yang paling umum untuk bekerja dalam suatu asosiasi yang terkait erat dengan kemampuan dewan dengan tujuan akhir untuk mencapai yang telah ditetapkan sebelumnya.

Fungsi administrasi terlihat dari pencatatan transaksi, penyusunan jadwal kerja, pengarsipan dokumen, hingga pengelolaan komunikasi internal dan eksternal.

Keberhasilan suatu kegiatan sangat bergantung pada ketertiban dan keteraturan administrasi yang dijalankan. Dengan administrasi yang baik, segala aktivitas dapat terdokumentasi dengan jelas, sehingga memudahkan evaluasi, pelaporan, dan pengambilan kebijakan di masa mendatang. Oleh karena itu, pemahaman terhadap prinsip-prinsip administrasi sangat penting dimiliki oleh setiap individu yang terlibat dalam suatu kegiatan organisasi.

Administrasi Bisnis

Menjadi suatu proses yang terus berubah untuk memproduksi barang atau jasa yang diperlukan masyarakat dan memperoleh keuntungan maksimal, bisnis berkembang menjadi aspek kehidupan yang didasarkan pada kepentingan bersama dan nilai-nilai moral. Bisnis merupakan aktivitas sosial yang bertujuan menjaga keseimbangan antara kebutuhan masyarakat dan pemanfaatan sumber daya yang di gunakan. (Marliani, 2018).

Menurut (Widyawati et al., 2023) Administrasi Bisnis adalah proses pengelolaan perusahaan atau organisasi nirlaba guna menjaga kestabilan dan pertumbuhan organisasi. Cakupan bidang utama Administrasi Bisnis meliputi operasi, logistik, pemasaran, sumber daya manusia, dan manajemen. Menurut (Apiaty Kamaludin, 2022) Administrasi bisnis merupakan suatu fungsi yang memegang peranan yang sangat penting terhadap tercapainya kelancaran usaha kegiatan, maupun aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan/organisasi.

Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah serangkaian proses dan strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas, efisiensi, dan daya saing suatu bisnis agar dapat tumbuh secara berkelanjutan. Tujuan dari pengembangan usaha tidak hanya sebatas pada peningkatan keuntungan, tetapi juga mencakup perluasan pasar, peningkatan kualitas produk atau layanan, serta penguatan struktur manajemen dan operasional. Pengembangan usaha merupakan upaya untuk memperluas dan mempertahankan kelangsungan bisnis agar dapat berjalan secara optimal. Dalam pelaksanaannya, pengembangan usaha memerlukan dukungan dari berbagai aspek, seperti produksi, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi digital, dan aspek-aspek lainnya.

Menurut (Irawati, 2018), menyatakan bahwa pengembangan usaha adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang masuk dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.

Menurut Humaizar (2010), berdasarkan caranya pengembangan usaha dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Perluasan ke hulu atau ke hilir

Arah pengembangan usaha disesuaikan dengan posisi usaha Anda saat ini, jika usaha tersebut berada di hilir, maka pengembangannya ke arah hulu.

Kelebihan: pengembangan pada posisi ini lebih muda, karena telah mengetahui pasar, sumber material, dan teknologi.

Kekurangan: jika terjadi permintaan produk pada bisnis ini melemah, maka tingkat penjualan akan menurun.

2. Diversifikasi Usaha

Diversifikasi usaha adalah mengembangkan usaha ke berbagai jenis usaha.

Kelebihan: jika salah satu jenis usaha mengalami penurunan permintaan pasar (rugi), maka usaha yang lain masih dapat menutupi kerugiannya.

Kekurangan: pengembangan cara ini cukup sulit dilakukan karena harus

mempelajari dari awal baik pasar, sumber material, ataupun teknologinya dan sebagainya.

3. Menjual bisnis

Menjual bisnis di sini adalah menjual hak patennya. Ini dilakukan ketika usaha tersebut sudah memiliki hak paten atas produk atau jasa dan konsep pemasarannya. Berdasarkan beberapa cara pengembangan usaha di atas saya dapat simpulkan bahwa strategi ini harus digunakan secara selektif sesuai tujuan jangka panjang usaha dan kondisi eksternal yang dihadapi.

Pemasaran

Dalam dunia usaha, pemasaran berperan penting sebagai jembatan antara produsen/penjual dan konsumen/pembeli karena strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas konsumen. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, pemasaran kini juga mencakup aspek digital seperti media sosial, E- Commerce, dan pemasaran berbasis data, yang memberikan peluang lebih luas bagi pelaku usaha, termasuk usaha mikro dan kecil, untuk bersaing secara lebih efektif di pasar yang dinamis.

Menurut Kotler (2022), Proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang ataupun kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.

Menurut (Dimas Realino et al., 2023), pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktivitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen

Pemahaman terhadap konsep pasar sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui siapa target konsumennya, bagaimana kebutuhannya, serta strategi apa yang paling efektif untuk menjangkau dan memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, konsep pasar menjadi dasar dalam merancang strategi pemasaran yang relevan dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.. Sebagai falsafah bisnis, konsep pemasaran tersebut disusun dengan memasukkan tiga pokok yaitu:

1. Segmentasi pasar : Membagi pasar berdasarkan karakteristik tertentu (usia, lokasi, perilaku, dll.)
2. Target pasar : Menentukan segmen mana yang menjadi fokus utama.
3. Posisi pasar : Menentukan bagaimana produk dipersepsikan oleh target pasar dibandingkan dengan pesaing.

Peternakan

Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan tersebut.(Kurniati et al., 2022). Hewan ternak bertujuan untuk memproduksi seperti daging, telur, dan bahan lainnya. Kegiatan ini meliputi berbagai aspek, seperti pemilihan jenis hewan, pemberian pakan, perawatan kesehatan, dan pengelolaan lingkungan tempat hewan. Peternakan dapat dilakukan secara tradisional, semi-intensif, maupun intensif tergantung pada skala usaha, teknologi yang digunakan, dan tujuan produksi. Selain berperan penting dalam penyediaan bahan pangan asal hewan, peternakan juga menjadi sumber mata pencaharian bagi masyarakat serta berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan

ketahanan pangan.

Menurut (Subekti, 2020), Peternakan mempunyai peranan yang penting dalam pembangunan setidak-tidaknya dalam 4 hal strategis yaitu:

- 1) Peternakan untuk menyediakan pangan terutama untuk memenuhi kebutuhan rakyat akan protein hewani.
- 2) Peternakan untuk sumber pendapatan dan kesempatan kerja.
- 3) Peternakan untuk usaha pertanian yang berkelanjutan dan perbaikan lingkungan hidup.
- 4) Peternakan untuk pengentasan masyarakat dari kemiskinan.

Pelanggan

Pelanggan (*Customer*) Menurut Greenberg (2010:8), dalam (Diantara, 2019) adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan melalui telepon, surat, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari perusahaan.

Orientasi pelanggan (konsumen) menurut Wahyudiono (2013:23) dalam (Diantara, 2019) dapat dinyatakan melalui luasnya Monitor Ing atas komitmen karyawan terhadap pelanggan atau pengembangan strategi bersaing yang di dasarkan pada pemahaman atas kebutuhan serta pemahaman manajemen atas bagaimana bisnis dapat menciptakan *Customer Value*. Melalui orientasi pelanggan, perusahaan Analisis Kualitas Pelayanan Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan juga mempunyai peluang untuk membentuk persepsi pelanggan atas nilai-nilai yang dibangunnya dan nilai-nilai yang dirasakan itu dan pada gilirannya menghasilkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2012:22)(dalam Diantara, 2019). Philip Khotler (2009:34) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan harapannya.” Sedangkan menurut Tse dan Wilton yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:45) “Mendefinisikan kepuasan/ ketidakpuasan pelanggan sebagai respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (Disconfirmation) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan”(Diantara, 2019)

BAB III METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Desa Sidomukti Kecamatan Mootilango Kabupaten Gorontalo dengan waktu penelitian selama 2 bulan. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskripsi adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan mendetail tentang subjek yang diteliti tanpa melakukan intervensi dan manipulasi. Ini biasanya menggunakan data yang diperoleh melalui survei, observasi dan wawancara dengan beberapa informan.

Penelitian yang dilakukan untuk menggali data berdasarkan apa yang di

ucapkan, dirasakan dan yang dilakukan oleh informan/sumber data, dan bersifat “*perspektif emis*” artinya data yang diperoleh bukan berdasarkan apa yang di pikirkan oleh peneliti, tetapi berdasarkan gejala sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan, di pikirkan oleh informan/partisipan. (sugiyono, 2010)

Penelitian ini menggunakan penelitian data sekunder yang berasal dari kata informasi dari peneliti terdahulu dan datanya yang di kumpulkan secara sengaja untuk penelitian. Sementara itu, data primer yang berasal dari sumber, seperti wawancara informan yang bersangkutan.

Dalam pengumpulan data, ini merupakan metode yang di gunakan saat penelitian: Wawancara, observasi dan dokumentasi

Teknik Analisis Data

Menurut (Abdul, 2020) Analisis data adalah proses yang menghasilkan informasi dalam bentuk kata-kata daripada angka. Sebelum digunakan, data diproses setelah dikumpulkan melalui berbagai cara, seperti observasi, wawancara, ringkasan dokumen, dan rekaman. Tetapi analisis tetap berbasis pada kata-kata yang diperluas dan diatur dalam teks. Analisis data kualitatif terdiri dari tiga tahap utama: pengurangan data, penyebaran data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perluasan Daerah Pemasaran

Perluasan daerah pemasaran dapat membantu memperluas jaringan usaha peternakan dalam hal meningkatkan jangkauan pasar ke segmentasi pasar. Dengan adanya perluasan daerah pemasaran, dapat memicu konsumen tertarik untuk menjadi pelanggan tetap. Sehingga, perluasan daerah pemasaran dapat memecahkan masalah dan mencapai tujuan yang diinginkan. Adapun hasil wawancara dari beberapa informan terkait perluasan daerah pemasaran yaitu sebagai berikut:

hasil wawancara dengan informan kunci (PP) selaku pemilik usaha peternakan ayam mengatakan bahwa:

“Usaha peternakan ayam yang sedang saya kelola saat ini membutuhkan kiat-kiat perluasan pasar karena ayam kalau sudah panen biasanya panennya serentak sehingga kebutuhan masyarakat pasar terkait dengan jumlah produksi tidak bisa menyerap semua. Oleh karena itu saya melakukan komunikasi dan membangun jaringan dengan teman-teman dan juga pelaku usaha di tempat lain yang sifatnya mendukung untuk mempercepat ataupun penyerapan penjualan di pasca panen berhubungan teman-teman di tempat lain bukan hanya di tempat ini saja, bisa sampai kota dan kabupaten”. (Wawancara PP, pada 24 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara informan (PP) dapat disimpulkan bahwa Usaha peternakan ayam yang sedang dijalankan menunjukkan kesadaran akan pentingnya memperluas pasar, terutama untuk mengatasi tantangan klasik berupa panen serentak yang tidak terserap sepenuhnya oleh pasar lokal. Melalui strategi membangun jaringan dan komunikasi dengan pelaku usaha di berbagai daerah, termasuk lintas kota dan kabupaten, pelaku usaha telah mengambil langkah taktis yang cukup efektif. Namun, pendekatan ini masih bersifat informal dan bergantung pada relasi pribadi, sehingga untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, diperlukan strategi yang lebih sistematis seperti pemanfaatan teknologi digital, pengembangan saluran distribusi formal, serta diversifikasi produk pasca panen agar nilai jual ayam dapat ditingkatkan dan jangkauan pasar lebih luas.

Hasil wawancara dengan informan (IU) selaku karyawan mengatakan bahwa:

“Menurut saya, bagus juga kalau pemasaran ayam itu bisa diperluas sampai di luar daerah, soalnya kalo cuma di sekitar sini terus, pembelinya itu-itu saja. Kalo mau berkembang usaha, kami harus cari pasar yang lebih luas. Jadi, kalo pemasaran diperluas, otomatis usaha peternakan juga bisa tambah maju karena banyak orang luar yang bisa tahu dan beli ayam dari kita. Biasanya juga dalam proses pemasaran itu banyak kegiatan yang kami hadapi, misalnya cari langganan baru, kirim ayam, atur harga, kadang promosi juga, terus jaga-jaga supaya pelanggan tetap percaya sama kita”. (Wawancara IU, pada 20 Juni 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (UI) dapat disimpulkan bahwa langkah strategis yang sangat penting untuk menjangkau pasar di luar daerah, karena dapat membuka peluang penjualan yang lebih besar dan memperluas jaringan distribusi produk. Dengan adanya perluasan tersebut, usaha peternakan ayam tentu memiliki potensi berkembang lebih cepat, mengingat permintaan pasar yang lebih luas bisa meningkatkan volume penjualan dan pendapatan. Dalam proses pemasaran itu sendiri, biasanya kami menghadapi berbagai kegiatan seperti promosi produk, negosiasi dengan pembeli baru, pengiriman dan distribusi barang, serta menjaga hubungan dengan pelanggan agar tetap loyal dan puas terhadap produk yang ditawarkan.

Hasil wawancara dengan informan (HNL) selaku kepala desa sidomukti mengatakan bahwa:

“Adanya perluasan daerah pemasaran itu dapat mengembangkan usaha ayam, seperti yang kita lihat khususnya untuk usaha peternakan ayam kampung sudah mulai banyak yang membudidayakan peternakan ayam. Kalau perluasan di luar daerah belum terlalu maksimal, cuman untuk di dalam daerah untuk memenuhi kebutuhan konsumen di warung itu masih dibutuhkan sehingga untuk di luar daerah belum bisa untuk menjadi target utama”. (Wawancara HNL, pada 27 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (HNL) dapat disimpulkan bahwa usaha peternakan ayam kampung telah banyak yang membudidayakan. Namun, saat ini upaya perluasan daerah pemasaran belum berjalan secara maksimal. Fokus pemasaran masih terpusat di dalam daerah, khususnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti warung. Oleh karena itu, pasar luar daerah belum menjadi target utama dalam pengembangan usaha.

Hasil wawancara dengan informan (UJH) selaku konsumen mengatakan bahwa:

“Multi-Level nya harus di hidupkan harus ada jaringan sosialnya di luarnya, kemudian marketingnya harus di rencanakan, karena biasanya penjualan ayam itu hanya berkisaran di dalam desakan kalau kita punya rencanakan untuk kita jual kan minimal ada akses tertentu yang harus kita temui di luarnya supaya tujuannya ayam yang kita jual keluar itu bisa kita rencanakan sesuai dengan kita rencanakan. Jadi jaringan bisnis ini Musti dihidupkan.” (Wawancara UJH, pada 25 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (UJH) dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan penjualan ayam, penting untuk mengaktifkan multi-level dan membangun jaringan sosial di luar lingkungan. Untuk strategi pemasaran juga harus direncanakan dengan matang, karena selama penjualan ayam cenderung terbatas di wilayah lokal. Dengan perencanaan yang tepat dan akses pasar yang lebih luas

distribusi ayam dapat diarahkan lebih luas. Maka dari itu, pengembangan dan jaringan bisnis menjadi hal yang sangat penting dalam mendukung kelancaran dan memperluas segmen pasar.

Hasil wawancara dengan informan (WM) selaku konsumen mengatakan bahwa:

“Menurut saya, perluasan pemasaran ayam kampung seperti ini sangat bagus dan perlu terus dikembangkan. Selama ini, saya membeli ayam kampung dari peternak di desa karena kualitasnya bagus dan rasanya lebih enak dibanding ayam biasa. Kalau pemasarannya bisa diperluas sampai ke luar desa, misalnya lewat toko Online, media sosial, atau bahkan lewat kerja sama dengan pasar atau rumah makan kota, itu akan sangat membantu kami sebagai konsumen. Jadi tidak perlu repot lagi, dan produknya bisa lebih mudah diakses oleh lebih banyak orang.”
(Wawancara WM, pada 24 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (WM) dapat disimpulkan bahwa perluasan pemasaran ayam kampung sangat dibutuhkan dan memiliki potensi besar. Konsumen mengapresiasi kualitas dan cita rasa ayam kampung, namun mengeluhkan keterbatasan akses. Inisiatif memperluas pemasaran melalui toko Online, media sosial, atau kerja sama dengan pasar dan rumah makan di kota dinilai akan sangat membantu, mempermudah akses konsumen, serta membuka peluang pasar yang lebih luas bagi peternak.

Hasil wawancara dengan informan (RNA) selaku konsumen mengatakan bahwa:

“Menurut saya, perluasan daerah ini kita harus memiliki stok yang banyak dulu, jadi harus mengadakan bibit ayam dulu, harus punya bibit yang unggul setidaknya bibitnya yang sehat sehingga kita dapat memperluas pasar sampai di luar daerah.”
(Wawancara RNA, pada 25 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (RNA) dapat disimpulkan bahwa Perluasan daerah pemasaran perlu didukung oleh ketersediaan stok ayam yang mencukupi dan berkualitas. Untuk itu, pengusaha ayam harus terlebih dahulu fokus pada pengadaan bibit ayam yang unggul dan sehat. Dengan memastikan kualitas dan kuantitas produksi, barulah perluasan pasar ke luar daerah dapat dilakukan secara optimal dan berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa kesiapan dari sisi produksi merupakan faktor kunci dalam mendukung strategi ekspansi pemasaran.

Hasil wawancara dengan informan (AK) selaku konsumen mengatakan bahwa:

“Menurut saya, langkah perluasan ini sangat tepat karena membuka akses bagi konsumen di luar daerah untuk mendapatkan ayam kampung yang berkualitas. Dan biasanya ayam kampung seperti ini hanya ada di daerah pedesaan.”
(Wawancara AK, pada 25 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (AK) dapat disimpulkan bahwa terkait perluasan daerah yaitu distribusi ke pasar luar daerah, usaha peternakan bisa berkembang lebih pesat karena menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan daya saing. Selain itu, menurutnya, kehadiran produk ayam kampung di berbagai daerah juga membantu memperkenalkan nilai gizi dan cita rasa khas ayam lokal kepada masyarakat yang sebelumnya kurang mengenalnya.

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa perluasan daerah pemasaran sangat dibutuhkan. Hal ini disebabkan karena masih kurangnya akses seperti komunikasi, promosi, serta teknologi digital. Selain itu, kurang membangun jaringan dengan teman-teman dan para usaha juga menjadi kendala utama dalam memperluas daerah pemasaran. Minimnya kolaborasi dan pertukaran informasi menyebabkan pelaku usaha sulit mengenalkan produk ke wilayah

baru. Oleh karena itu, dibutuhkannya cara pendistribusian usaha agar dapat berjalan dengan baik terkait pengembangan usaha.

Kemampuan Mengelola

Kemampuan mengelola adalah Ini mencakup kemampuan mengatur waktu panen, mengelola modal, menjaga kualitas pakan dan kebersihan kandang, hingga mencatat arus kas serta hasil produksi secara teratur. Dengan pengelolaan yang terarah, usaha peternakan tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan, tetapi juga tumbuh secara berkelanjutan melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi operasional.

Hasil wawancara dengan informan kunci (PP) selaku pemilik usaha peternakan ayam mengatakan bahwa:

"Kemampuan ini juga perlu di jadikan perhatian karna kemampuan peternakan ini biasanya belajar sendiri, sehingga banyak hal sifatnya masih harus di tingkatkan, terutama dalam hal mengatasi gangguan penyakit itu yang kita butuh kan dalam pengetahuan, kemudian yaitu membuat formula pakan yang lebih murah dan mudah di cari namun tidak mengurangi nilai gizi yang di butuh kan oleh ayam, itulah kemampuan mengelola terutama kita perlukan bagaimana membuat ransum yang baik dengan harga yang murah, ransum alternatif dan kemampuan mengatasi gangguan penyakit yang harus kita tingkatkan."
(Wawancara PP, pada 24 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (PP) dapat disimpulkan bahwa terkait kemampuan pengelolaan peternakan ayam kampung masih perlu ditingkatkan, terutama karena sebagian besar peternak belajar secara otodidak tanpa bimbingan teknis yang memadai. Dua aspek utama yang menjadi perhatian adalah kemampuan dalam mengatasi gangguan penyakit serta kemampuan merumuskan pakan alternatif yang murah, mudah didapat, namun tetap bergizi. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan di bidang ini sangat penting untuk menjamin keberlangsungan dan efisiensi usaha, sehingga peternakan ayam kampung dapat berkembang secara berkelanjutan dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Hasil wawancara dengan informan (IU) selaku karyawan peternakan ayam mengatakan bahwa:

"Kalau menurut saya, kemampuan peternak itu macam-macam, ada yang sudah paham betul caranya kembangkan usaha ayam, tapi ada juga yang masih butuh banyak belajar. Tapi biasanya, jika peternak itu sudah punya ilmu dan keterampilan yang cukup, misalnya tahu cara rawat ayam, atur pakan, sama jaga kebersihan kandang, itu sangat membantu supaya usahanya bisa tambah besar. Jadi, ilmu dan pengalaman itu penting sekali. Terus ada juga dari dinas atau instansi yang kadang-kadang datang bantu kasi penyuluhan atau pelatihan, tapi masih belum semua peternak yang dapat. Kalau itu pembinaan bisa lebih sering dan merata, pasti usaha peternakan di sini bisa lebih maju". (Wawancara IU, pada 20 Juni 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (UI) dapat disimpulkan bahwa dalam mengembangkan usaha peternakan ayam itu cukup beragam, tergantung dari pengalaman dan pengetahuan yang mereka miliki. Kalau peternaknya punya pengetahuan dan keterampilan budidaya yang baik, seperti cara merawat ayam, memberi pakan yang tepat, sampai mengelola kandang dengan benar, itu sangat membantu dalam meningkatkan hasil ternak dan memperbesar usaha. Selain itu, peran dari instansi juga amat penting kadang ada pembinaan atau pelatihan dari dinas terkait,

seperti penyuluhan atau bantuan teknis, walaupun belum merata ke semua peternak.

Hasil wawancara dengan informan (HNL) selaku kepala desa sidomukti mengatakan bahwa:

“Kalau itu di tekuni dengan info lewat media ,kita sekarang dengan adanya IT dan media sosial ini untuk belajar dalam hal bagaimana cara pemeliharaan pengembangan peternakan yang sudah ada tinggal keuletan dari pada peternak itu sendiri dan saya rasa dalam hal pemeliharaan ini itu sudah ada peningkatan-peningkatan atau kemajuan oleh peternak itu sendiri. Dari segi instansi itu memang sesuai dengan permohonan dari pemerintah tapi dalam hal secara rutinitas itu belum terlalu di upayakan tapi dalam skala pengetahuan dari pendidikan kejuruan memberikan pemasukan untuk peternak”. (Wawancara HNL, pada 27 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (HNL) dapat disimpulkan bahwa terkait kemampuan mengelola. perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah memberikan kemudahan bagi para peternak dalam mengakses informasi dan pengetahuan mengenai pemeliharaan serta pengembangan peternakan ayam kampung. Kemajuan ini sangat bergantung pada keuletan dan inisiatif peternak itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan dalam pengelolaan peternakan sudah mulai terlihat, meski masih perlu ditingkatkan melalui pendampingan dan pelatihan yang lebih intensif dan berkelanjutan.

Hasil wawancara dengan informan (UJH) selaku konsumen mengatakan bahwa:

“menurut saya selaku konsumen, di dalam perkembangan ternak ayam yang ada di wilayah kita harus ada dampingan dalam pemeliharaan ayam dan harus di usahakan tempat kandang ayam tampak bersih menghindari ayam terserang penyakit kemudian untuk pakan ayam harus di jaga jam makannya agar ayam tampak sehat.” (Wawancara UJH, pada 25 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (UJH) dapat disimpulkan bahwa perkembangan usaha ternak ayam di wilayah setempat perlu didukung oleh pendampingan yang berkelanjutan dalam hal pemeliharaan, termasuk menjaga kebersihan kandang dan disiplin dalam pemberian pakan. Konsumen menilai bahwa kebersihan kandang sangat penting untuk mencegah serangan penyakit, sementara pengaturan waktu makan berperan besar dalam menjaga kesehatan ayam. Harapan ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya menilai produk akhir, tetapi juga memperhatikan proses perawatan ayam sebagai faktor penting dalam menjamin kualitas dan kepercayaan terhadap produk peternakan.

Hasil wawancara dengan informan (WM) selaku konsumen mengatakan bahwa:

“Menurut saya, kualitas dan ketersediaan produk itu sangat bergantung pada kemampuan peternak dalam mengelola usahanya. Dan saya selama menjadi pelanggan, selalu lebih memilih beli dari peternakan yang memiliki sistem manajemen baik karena produknya lebih konsisten, baik dari segi ukuran, kebersihan, maupun waktu pengiriman.” (Wawancara WM, pada 24 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (WM) dapat disimpulkan bahwa konsumen menilai kualitas dan ketersediaan produk ayam kampung sangat ditentukan oleh kemampuan peternak dalam mengelola usahanya secara profesional. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha peternakan tidak hanya bergantung pada produksi semata, tetapi juga pada tata kelola yang rapi dan terstruktur untuk memenuhi harapan serta kepercayaan konsumen.

Hasil wawancara dengan informan (RNA) selaku konsumen mengatakan bahwa:

*“Ya, tentu saja tapi kita tetap harus memiliki tenaga dari berupa teman atau kelompok agar dapat mengembangkan usaha ayam itu menjadi lebih banyak”.
(Wawancara RNA, pada 25 Mei 2025)*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (RNA) dapat disimpulkan bahwa . mengembangkan usaha peternakan ayam kampung, kerja sama dan dukungan dari tenaga tambahan seperti teman atau kelompok sangat dibutuhkan. Kolaborasi ini dianggap penting untuk memperluas segmentasi usaha, meningkatkan efisiensi kerja, serta mempercepat pertumbuhan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kebersamaan dan jaringan sosial menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pengembangan peternakan ayam kampung.

Hasil wawancara dengan informan (AK) selaku konsumen mengatakan bahwa:
“Ya, dapat mengembangkan karena jika tidak adanya kemampuan peternakan dan inovasi buat usaha tidak dapat berjalan”. (Wawancara AK, pada 25 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (AK) dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha sangat bergantung pada kemampuan dan inovasi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, penting bagi setiap pelaku usaha untuk terus meningkatkan kompetensinya agar usahanya dapat tumbuh dan bersaing.

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa kemampuan mengelola usaha peternakan ayam masih belum optimal. Hal ini disebabkan karena kurangnya kemampuan pengetahuan, kurangnya kemampuan keterampilan serta kurangnya inovasi dalam pencegahan wabah penyakit pada ayam. Banyak pengelola usaha peternakan belum memahami cara pemberian obat-obatan yang tepat, dan penanganan awal saat muncul gejala penyakit. Selain itu, kemampuan manajemen usaha seperti pencatatan keuangan dan perencanaan produksi juga masih terbatas, sehingga berpengaruh pada produktivitas dan keuntungan yang diperoleh. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan dari pendidikan kejuruan agar peternak dapat lebih siap dalam menghadapi berbagai tantangan di bidang kesehatan ternak.

ketidakseimbangan

Ketidakseimbangan ini bisa terlihat dari kelebihan produksi tanpa diimbangi strategi pemasaran yang tepat, atau pengelolaan keuangan yang lemah meskipun permintaan pasar tinggi. Kurangnya keseimbangan antara jumlah tenaga kerja dan kapasitas ternak juga sering menyebabkan turunnya kualitas perawatan ayam. Ketidakseimbangan ini berpotensi menurunkan efisiensi, meningkatkan biaya operasional, dan menghambat pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi peternak untuk membangun sistem usaha yang terintegrasi dan memperhatikan keselarasan di seluruh aspek operasional agar mampu bertahan dan berkembang secara optimal.

Hasil wawancara dengan informan kunci (PP) selaku pemilik usaha peternakan ayam mengatakan bahwa:

“mengatasi permasalahan ketidakseimbangan tadi pakan kalau bisa jangan semuanya pakai pakan buatan pabrik jadi pakan buatan pabrik kita racik sendiri sedemikian rupa agar jumlah yang kita berikan kepada ayam itu tidak melampaui perkiraan jumlah terbanyak jadi kita mestinya harus hitung perkiraan ayam yang di piara itu berapa yang di kasih makan, jadi berapapun kebutuhan yang kita perkirakan harus kita kasih patok dari sekian ton ini dan kemudian apabila lebih maka kita cari alternatif lain atau kita sambil cari pakan yang lebih murah, nilai nutrisinya Musti di jaga”. (Wawancara PP, pada 24 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (PP) dapat disimpulkan bahwa dalam mengatasi permasalahan ketidakseimbangan pakan, penting bagi peternak untuk tidak sepenuhnya bergantung pada pakan pabrik. Sebaliknya, diperlukan keterampilan dalam meracik pakan sendiri agar lebih efisien dan ekonomis, tanpa mengurangi nilai gizi yang dibutuhkan oleh ayam. Perhitungan yang tepat terhadap jumlah ayam dan kebutuhan pakan harus dilakukan agar penggunaan pakan lebih terkontrol dan tidak berlebihan. Jika kebutuhan melebihi perkiraan, peternak disarankan mencari alternatif pakan yang lebih murah namun tetap bernutrisi, sebagai solusi untuk menjaga keberlanjutan usaha secara ekonomis dan tetap menjaga kualitas ternak.

Hasil wawancara dengan informan (IU) selaku karyawan peternakan mengatakan bahwa:

*“Kalau menurut saya, kalo harga pakan dengan harga jual ayam itu tidak seimbang, itu memang sangat pengaruh sekali di usaha peternakan. Soalnya, pakan tiap hari makin mahal, tapi harga jual ayam kadang malah turun. Jadi peternak susah mau dapat untung, malah kadang rugi. Biaya-biaya besar, tapi hasil jual tidak sebanding. Itu yang bikin peternak jadi ragu mau lanjut usaha, bahkan bisa-bisa kurangi jumlah ayam. Makanya, penting sekali harga itu seimbang, supaya usaha bisa tetap jalan dan peternak tetap semangat”.
(Wawancara IU, pada 20 Juni 2025)*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (UI) dapat disimpulkan bahwa ketidakseimbangan antara harga pakan dan harga jual ayam itu sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha peternakan. Soalnya, kalau harga pakan naik terus tapi harga jual ayam tetap rendah, peternak jadi kesulitan dapat keuntungan, bahkan bisa rugi. Biaya operasional jadi lebih besar daripada pendapatan, dan itu bisa bikin peternak malas untuk lanjut usaha atau mengurangi jumlah ayam yang dipelihara. Jadi, penting sekali ada keseimbangan harga supaya usaha bisa jalan terus dan peternak juga semangat untuk mengembangkan usahanya.

Hasil wawancara dengan informan (HNL) selaku kepala desa sidomukti mengatakan bahwa:

*“secara otomatis iya karna kalau dia tidak seimbang bisa mengakibatkan pakan tinggi pengeluaran berarti keuntungan dari pada peternak itu rata-rata di bawah sehingga itu bisa berdampak usaha itu merugi kalau tidak ada keseimbangan . kiat yang pertama adalah menggunakan bahan lokal dan hasil sisa makanan rumah tangga itu sendiri kemudian dalam hal pengolahan kita harus lebih bagaimana dengan limbah atau tanah yang relatif bisa digunakan untuk minimal menambah daripada pakan yang ada sehingga kita tidak bergantung pada pakan dari toko”.
(Wawancara HNL, pada 27 Mei 2025)*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (HNL), dapat disimpulkan bahwa keseimbangan antara biaya pakan dan pendapatan sangat krusial dalam menjaga keberlanjutan usaha peternakan ayam kampung. Ketika pengeluaran untuk pakan terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan pendapatan yang sepadan, maka keuntungan peternak akan menurun dan usaha berisiko merugi. Untuk mengatasi hal tersebut, peternak disarankan menggunakan bahan pakan lokal, seperti sisa makanan rumah tangga, serta memanfaatkan limbah organik atau tanah yang tersedia sebagai tambahan pakan. Strategi ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan pada pakan dari toko, sehingga dapat menekan biaya operasional dan meningkatkan efisiensi usaha.

Hasil wawancara dengan informan (UJH) selaku konsumen mengatakan bahwa: *“Menurut saya, ketidakseimbangan antara harga pakan dan harga jual ayam memang bisa berdampak, terutama pada ketersediaan dan harga ayam di pasaran. Kalau harga pakan mahal dan tidak sebanding dengan harga jual, kemungkinan akan mengurangi produksi atau menaikkan harga jual ayam”.* (Wawancara UJH, pada 25 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (UJH) dapat disimpulkan bahwa ketidakseimbangan antara harga pakan dan harga jual ayam memiliki dampak langsung terhadap ketersediaan dan harga ayam di pasaran. Jika harga pakan terus meningkat tanpa diikuti oleh kenaikan harga jual yang sepadan. Hal ini tentu akan memengaruhi konsumen dan pasar secara keseluruhan, serta menghambat perkembangan usaha peternakan ayam.

Hasil wawancara dengan informan (WM) selaku konsumen mengatakan bahwa: *“Menurut saya, ketidakseimbangan harga pakan dengan harga jual ayam dapat menyulitkan peternak. Karena biasanya harga pakan biasanya naik, untuk mengatasi hal itu kita harus menyediakan makanan ayam dari sisa makanan untuk memperkecil pengeluaran”.* (Wawancara WM, pada 24 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (WM) dapat disimpulkan bahwa ketidakseimbangan antara harga pakan dan harga jual ayam menjadi tantangan utama bagi para peternak. Kenaikan harga pakan yang tidak diiringi dengan peningkatan harga jual ayam dapat mengurangi keuntungan dan menyulitkan kelangsungan usaha.

Hasil wawancara dengan informan (AK) selaku konsumen mengatakan bahwa:

“Menurut saya, ketidakseimbangan antara harga pakan dan harga jual ayam sangat memengaruhi perkembangan usaha. Jika biaya pakan terus meningkat sementara harga jual ayam tetap rendah, maka usaha menjadi kurang menguntungkan”. (Wawancara AK, pada 25 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (AK) dapat disimpulkan bahwa ketidakseimbangan antara harga pakan dan harga jual ayam memang sangat memengaruhi jalannya usaha. Kalau harga pakan terus naik tapi harga jual ayam tetap rendah, otomatis keuntungan jadi kecil, bahkan bisa rugi. Jadi, kondisi seperti ini benar-benar jadi tantangan besar bagi pelaku usaha ayam.

Hasil wawancara dengan informan (RNA) selaku konsumen mengatakan bahwa:

“Untuk pakan kalau sudah terlalu mahal apalagi pakan ini kan kita menggunakan jagung atau makanan pellet yang karungan itu membutuhkan modal yang besar sedangkan di saat panen kita harus menjual ayam sesuai pasaran yang ada jadi akan bisa merugi jika harga ayam turun disaat panen”. (Wawancara RNA, pada 25 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (RNA) dapat disimpulkan bahwa tingginya harga pakan menjadi tantangan utama dalam usaha peternakan ayam kampung, terutama ketika peternak menggunakan bahan seperti jagung atau pakan pellet dalam jumlah besar. Kebutuhan modal yang besar untuk membeli pakan tidak selalu sebanding dengan hasil penjualan ayam, apalagi jika harga jual di pasaran sedang turun saat panen. Hal ini dapat menyebabkan kerugian bagi peternak. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengelolaan pakan yang lebih efisien serta perencanaan waktu panen yang tepat agar usaha tetap menguntungkan meskipun terjadi fluktuasi harga pasar.

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa ketidakseimbangan antara harga pakan dan harga jual belum optimal. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan pengelola dalam membuat

pakan lokal (racik sendiri) tanpa mengurangi nilai gizi ayam. Sehingga sangat dibutuhkannya bantuan pembuatan dari pemerintah berupa pemahaman bekal kepada peternak dalam bentuk pelatihan teknis, penyuluhan, serta pendampingan dalam meracik pakan alternatif yang ekonomis namun tetap memenuhi kebutuhan nutrisi ternak.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian diatas, pembahasan dalam penelitian tentang pengembangan usaha peternakan ayam didesa sidomukti kecamatan mootilango kabupaten gorontalo berfokus pada tiga fokus yang dibahas dalam penelitian ini yaitu antara lain perluasan daerah pemasaran, kemampuan mengelola, dan ketidakseimbangan dapat dikemukakan pada pembahasan penelitian sebagai berikut:

Perluasan daerah pemasaran adalah langkah yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menjual produknya ke wilayah yang lebih luas dari biasanya. Pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan masyarakat (Fikram, 2023). Dalam usaha peternakan ayam, ini berarti tidak hanya menjual ayam di sekitar tempat tinggal atau pasar terdekat, tapi juga mencoba menjangkau pasar di luar desa, antar kota, atau antar kabupaten.

Dilihat dari beberapa aspek perluasan daerah pemasaran sangat dibutuhkan dalam hal peternak masih kurang maksimal dalam memperluas jaringan. Ini juga dapat disebabkan oleh keterbatasan akses informasi, minimnya pemanfaatan teknologi digital, serta kurangnya strategi promosi yang efektif untuk menjangkau konsumen baru. Di sisi lain, kepala desa dan konsumen melihat bahwa perluasan daerah pemasaran ini belum berjalan secara maksimal sehingga harus di jalankan dengan matang dalam membangun jaringan diuar daerah. Hal ini selaras dengan penjelasan (Rusmanah et al., 2019) Perluasan daerah yang dimaksud adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan ekspansi penjualan ternak pada daerah lain. Tujuannya untuk menjangkau konsumen eksternal. perluasan potensi pemasaran yang lebih komprehensif akan berdampak pada pengembangan omset usaha. Hubungan antar pelaku usaha peternakan juga masih belum terjalin secara optimal dikarenakan peluang kolaborasi dan pertukaran informasi menjadi terbatas. Oleh karena itu, penting bagi peternak untuk aktif membangun koneksi dengan berbagai pihak, memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran, dan mengikuti pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan pemasaran agar dapat memperluas jaringan pasar secara lebih luas dan berkelanjutan dalam pengembangan usaha peranakan ayam.

Dari aspek segi kemampuan mengelola peternak ayam masih belum optimal dalam hal kemampuan pengetahuan dan kemampuan keterampilan. Banyak peternak yang belum menguasai teknik-teknik pemeliharaan yang efektif, seperti pengelolaan kandang, pemberian pakan yang tepat, hingga pencegahan dan penanganan penyakit serta masih kurangnya kemampuan mengelola manajemen keuangan. Sejalan dengan hal tersebut, kepala desa juga melihat bahwa rendahnya kapasitas peternak menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan usaha peternakan di desa, sehingga dibutuhkan program pelatihan dan pendampingan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan untuk meningkatkan kemampuan para peternak secara menyeluruh. Senada yang dikatakan (Dewi, 2015) Kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha berupa kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru, kemampuan mencari peluang, keberanian atau kemampuan menanggung risiko dan kemampuan

untuk mengembangkan ide dan sumber daya.

Di lihat dari aspek bahwa ketidakseimbangan harga ransum ayam setiap tahunnya terus meningkat sementara itu harga jual ayam hanya mengalami peningkatan yang relatif lambat. Situasi ini menjadi hambatan serius dalam pengembangan usaha, karena keuntungan yang minim menyulitkan peternak untuk melakukan meningkatkan kualitas produksi. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya strategi mengelola pakan lokal secara optimal. Oleh karena itu, ketidakseimbangan ini perlu dikelola dengan strategi yang tepat agar usaha peternakan ayam tetap berjalan dan mampu berkembang secara berkelanjutan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Siropolis dalam (Dwi Lestanti, 2020), 44% kegagalan disebabkan oleh kurangnya kompetensi dalam dunia usaha, 17% kegagalan karena lemahnya kemampuan manajemen, dan ketidakseimbangan pengalaman yang dimiliki oleh para pelaku usaha. Jika harga pakan terus naik tapi harga jual ayam tetap rendah, otomatis profit jadi kecil, bahkan bisa rugi. Sehingga, kondisi seperti ini benar-benar jadi tantangan besar bagi pelaku usaha ayam.

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha peternakan ayam sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu perluasan daerah pemasaran yang masih kurang maksimal dalam mengakses jaringan pemasaran kemampuan mengelola peternak ayam masih belum optimal, dan ketidakseimbangan (harga pakan dan harga jual) dalam hal ini masih kurang strategi membuat pakan lokal. Karena, ketiga aspek tersebut saling berkaitan dan harus dikelola secara seimbang untuk mendorong pengembangan usaha peternak akan ayam di Desa Sidomukti Kecamatan Mootilango Kabupaten Gorontalo.

PENUTUP

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat di simpulkan bahwa permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan usaha peternakan ayam di Desa Sidomukti masih terbatasnya perluasan jaringan pemasaran akibat minimnya akses informasi, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta kurang efektifnya strategi promosi. Kondisi ini berdampak pada stagnasi omset dan terbatasnya pertumbuhan usaha.
2. Kemampuan pengelolaan usaha peternakan ayam masih memiliki beberapa kendala yaitu dalam mengelola produksi, kesehatan ayam, serta distribusi produk. Kemampuan ini memengaruhi produktivitas dan keuntungan yang diperoleh pemilik usaha peternakan ayam, sehingga pengelolaan yang merata dan peningkatan keterampilan sangat dibutuhkan.
3. Ketidakseimbangan antara harga ransum / harga pakan ayam dengan harga jual bagi pengusaha peternak terdapat satu faktor hambatan yaitu kurangnya strategi dalam mengelola pakan lokal sehingga diperlukannya pengelolaan pakan secara efektif agar strategi bisnis usaha peternakan selalu berjalan dengan lancar.
4. Secara keseluruhan, pengembangan usaha peternakan ayam di Desa Sidomukti masih menghadapi berbagai kendala yang signifikan, Kondisi ini menyebabkan stagnasi omset, rendahnya produktivitas, dan keuntungan yang minim, sehingga sangat diperlukan peningkatan keterampilan manajemen, dan pengelolaan usaha yang lebih baik, agar usaha peternakan ayam dapat berkembang secara maksimal bagi pelaku usaha di Desa Sidomukti.

Saran

1. Untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal, seperti media sosial dan platform, dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, penting untuk menjalin kolaborasi dengan pelaku usaha lain, mengikuti pelatihan pemasaran, dan aktif membangun relasi bisnis guna membuka peluang kerja sama yang saling menguntungkan
2. Untuk mengatasi kendala dalam pengelolaan usaha, perlu diselenggarakan pelatihan teknis secara berkala yang mencakup manajemen produksi, perawatan kesehatan ayam, hingga strategi distribusi.
3. Untuk mengatasi Ketidakseimbangan antara harga pakan ayam yang terus meningkat dan harga jual ayam, perlu memberikan pelatihan dan pendampingan teknis dalam pembuatan pakan mandiri agar peternak tidak terlalu bergantung pada pakan komersial.
4. Dari beberapa saran diatas saya dapat menyimpulkan bahwa untuk mengembangkan usaha peternakan ayam kampung perlu ditingkatkan perluasan daerah pemasaran dalam pengelolaan akses jaringan pemasaran penjualan Online sehingga dapat membangun kerja sama yang saling menguntungkan, untuk kemampuan mengelola sangat dibutuhkannya pelatihan teknis agar peternak mendapatkan ilmu-ilmu baru dalam mengembangkan, merawat dan mendistribusikan usaha peternakan ayam, serta ketidakseimbangan antara harga ransum dengan harga jual ayam diperlukan pelatihan pembuatan pakan lokal/mandiri yang dilakukan untuk mengurangi ketergantungan pada pakan komersial/toko dan menekan biaya produksi usaha ayam.

DAFTAR PUSTAKA

- Bercomien Juliet Papilaya, J. L. & D. F. S. (2020). Pengembangan Peternakan Ayam Kampung Di Desa Ema Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon. *BAKIRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-11.
- Dewi, N. L. A. (2015). Pengaruh Sikap Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Mengelola Usaha Pada Peserta Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Undiksha Tahun 2015. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, 7(2), 1-11.
- Diantara, L. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Fajar Riau Wisata Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 100-105. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i2.365>
- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68-81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Dwi Lestanti. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN AKUNTANSI, PENGALAMAN USAHA, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PERSEPSI PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PADA PELAKU UMKM DI BOYOLALI*. 274-282.
- Figo, O., & Al, M. (2020). *Pengertian Administrasi Ruang Lingkup Administrasi Pendidikan*. 2-7.
- Fikram. (2023). Pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan masyarakat. *Jurnal Ternak*.
- Hasan, H. (2022). Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)*, 2(1), 23-29. <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>

- Irawati, R. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 74–84. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.18>
- Kotler, P. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. *Manajemen Pemasaran, Hlm 117-120*, 15–56.
- Kurniati, Y., Rahmat, A., Nugraheni, R., & Dahlan Malik, A. (2022). Pengembangan Peternakan dan Pemanfaatannya Sebagai Hewan Kurban Desa Mangli Kediri. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 8(2), 75–78. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v8i2.15828>
- Marliani, L. (2018). Definisi Administrasi Dalam Berbagai Sudut Pandang. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Galuh*, 5(4), 17–18.
- Mutia Islamiati Mulyadi, A. N. (2022). Implementasi Perizinan Impor Bawang Putih (Studi Kasus Distributor Bawang Putih CV Niko Ester). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(5), 669–680.
- Novaldy, T., & Mahpudin, A. (2021). Penerapan Aplikasi dengan Menggunakan Barcode dan Aplikasi untuk Laporan Presensi Kepada Orang Tua. *ICT Learning*, 5(1), 1–9.
- Novita, N., Ivan's, E., & Sari, N. A. (2023). Strategi Pengembangan Peternakan Ayam Petelur Kecamatan Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan*, 26(2), 116–123. <https://doi.org/10.22437/jiiip.v26i2.28844>
- Rusmanah, E., Irawan, A. W., & Andria, F. (2019). Implementasi Digital Marketing Guna Peningkatan Peluang Pasar Produksi Hasil Ternak Puyuh Masyarakat Desa Galuga. *Jurnal ABM Mengabdikan*, 6(1), 14–24.
- Salehah, A. (2018). Manajemen Kearsipan Dalam Ketatausahaan Di Min 3 Pringsewu. *Manajemen Pendidikan Islam*, 1–114.
- Sari, L. (2019). Analisis pendapatan petani padi di Desa Bontorappo Kecamatan Tarawang Kabupaten Jeneponto. *Jurnal Agribisnis*, 1–19.
- Subekti, E. (2020). Endah Subekti Peranan Bidang Peternakan *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(2), 32–38.
- Suryani, N. K., Riswandi, P., Hasbi, I., Rochmi, A., Kaitupan, D. J. I., Hasan, M., Setiorini, H., Sudirman, A., Muftiasa, A., Yanti, N. N. S. A., Yuniarti, R., Loppies, Y., & Arta, I. P. S. (2021). Manajemen Dan Bisnis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 4, Issue March).
- Widyawati, N., Mahriani, E., Yudawisastra, H. G., Zulfikar, R., Bagenda, C., Aziz, L. H., Sintha, L., Suharyati, S., Ratri, W. S., Wattimena, C. M. A., Satmoko, N. D., & Setianingsih, R. E. (2023). *Pengantar Administrasi Bisnis*.
- Wiranata, M. A. (2024). *Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Kampung Kabupaten Jember*. 4(1), 96–107.
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. H. M. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R N D)*. 157–165.