Hubungan Karakteristik Pedagang Ayam Potong dengan Tingkat Pelayanan Penjualan Ayam Hasil Pemotongan Standar Higienis

The Correlation Characteristics of Broiler Chicken Traders and the Level of Service for Selling Chickens with Hygienic Standards

**Unang Yunasaf*, Marina Sulistyati, Lilis Nurlina, Syahirul Alim, Moch. Ali
Mauludin, Anita Fitriani, dan Karina Fidelia Ramadhani**

Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran
*Email: unang.yunasaf@unpad.ac.id
(Diterima 21-04-2025; Disetujui 04-07-2025)

ABSTRAK

Daging ayam memiliki kandungan protein dan air yang tinggi, sehingga rentan terhadap pembusukan ketika terpapar mikroorganisme kontaminan. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan standar higienis dalam proses penjualan dan pemotongan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara karakteristik pedagang ayam potong, yang meliputi umur, pendidikan, pengalaman usaha, jumlah penjualan, dan pendapatan, dengan tingkat pelayanan penjualan ayam yang memenuhi standar higienis. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2024 di Pasar Ciroyom, Kecamatan Andir, Kota Bandung, Jawa Barat. Sebanyak 31 responden dipilih secara acak sederhana. Hubungan antara dua variabel diuji menggunakan uji korelasi Rank Spearman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pedagang ayam potong berada dalam kategori dewasa awal (15–40 tahun), memiliki pendidikan pada kategori menengah (SMP–SMA), pengalaman usaha dalam kategori tinggi (>10 tahun), jumlah penjualan dalam kategori menengah (2.708,40–18.736,76 kg/bulan), dan pendapatan dalam kategori menengah (Rp 4.887.869,25–Rp 28.528.259,78/bulan). Tingkat pelayanan sebagian besar pedagang juga termasuk dalam kategori menengah (64,52%). Karakteristik pedagang yang memiliki hubungan signifikan dengan tingkat pelayanan penjualan ayam yang memenuhi standar higienis adalah pendidikan, jumlah penjualan, dan pendapatan, sedangkan umur dan pengalaman tidak menunjukkan hubungan yang signifikan.

Kata kunci: Karakteristik Pedagang, Tingkat Pelayanan, Ayam Potong

ABSTRACT

Chicken meat is rich in protein and moisture, making it susceptible to rapid spoilage when exposed to harmful microorganisms. Therefore, it is essential to maintain high standards of hygiene and service during sales and slaughter processes. This study aims to explore the relationship between the characteristics of broiler chicken traders—such as age, education, business experience, sales volume, and income—and the level of service provided in selling chickens that meet hygienic standards. The research was conducted in September 2024 at Ciroyom Market, located in the Andir District of Bandung City, West Java. Respondents were chosen randomly, resulting in a sample size of 31 individuals. The Spearman Rank correlation test was employed to assess the relationship between the two variables. Findings indicate that most broiler chicken traders fall within the early adulthood age range (15–40 years), possess a medium level of education (junior high to senior high school), have significant business experience (over 10 years), and report a medium sales volume (2,708.40 – 18,736.76 kg/month) along with a medium income (Rp. 4,887,869.25 – Rp. 28,528,259.78/month). The service level of the majority of traders is categorized as medium (64.52%). The characteristics that demonstrate a significant correlation with the service level for selling hygienically slaughtered chickens are education, sales volume, and income, while age and experience do not show a significant correlation.

Keywords: Trader Characteristics, Service Level, Broiler Chicken

PENDAHULUAN

Pangan yang berasal dari hewan merupakan salah satu kebutuhan penting bagi manusia untuk memenuhi konsumsi sesuai dengan pedoman gizi seimbang. Produk pangan hewani harus memenuhi standar ASUH (Aman, Sehat, Utuh, dan Halal) agar layak untuk dikonsumsi. Daging ayam, sebagai salah satu bahan pangan, memiliki sifat mudah rusak karena kandungan protein dan air yang tinggi.

Kualitas daging ayam sangat dipengaruhi oleh proses pemotongan yang dilakukan dengan standar kebersihan yang baik.

Di pasar tradisional, pedagang sering berinteraksi langsung dengan bahan pangan, sehingga mereka memiliki peran krusial dalam menjaga kesehatan dan keamanan pangan. Kebersihan peralatan, meja pemotongan, dan produk itu sendiri harus selalu diperhatikan oleh pedagang, baik sebelum maupun setelah melakukan aktivitas jual beli. Kebiasaan pedagang dalam menjaga kebersihan akan berpengaruh pada kualitas karkas ayam yang mereka tawarkan. Setiap konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas terbaik. Menurut Zuardi (2016), kebersihan dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat berbelanja untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Oleh karena itu, pencapaian kualitas produk yang diharapkan konsumen juga sangat bergantung pada kesadaran pedagang untuk menjaga kebersihan pribadi.

Setiap pedagang menunjukkan respons dan perilaku yang bervariasi dalam mengelola produk yang mereka jual. Notoatmodjo (2012) menjelaskan bahwa perilaku adalah reaksi atau tanggapan seseorang terhadap rangsangan dari lingkungan. Salah satu faktor yang memengaruhi perbedaan perilaku pedagang adalah faktor internal, yaitu karakteristik individu. Safitri & Rangkuti (2022) menyatakan bahwa perilaku pedagang berkaitan erat dengan tingkat pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki. Karakteristik individu berperan penting dalam menentukan respons seseorang terhadap suatu stimulus (objek). Aspek kehidupan dan lingkungan juga berkontribusi pada karakteristik individu. Karakteristik pedagang dapat dipahami sebagai sifat-sifat yang mereka tunjukkan yang berkaitan dengan pekerjaan mereka. Setiap individu memiliki karakteristik yang unik, yang dipengaruhi oleh latar belakang kehidupannya. Dalam penelitian ini, karakteristik yang akan dianalisis mencakup: usia, pendidikan, pengalaman usaha, volume penjualan, dan pendapatan.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi alat evaluasi bagi para pedagang ayam potong untuk meningkatkan kesadaran mereka dalam menjaga kebersihan pribadi serta membiasakan diri untuk selalu menerapkan prinsip higienitas dalam pelayanan penjualan ayam sesuai dengan standar dan ketentuan keamanan pangan yang ditetapkan oleh pemerintah. Salah satu pasar tradisional yang cukup ramai dalam perdagangan daging ayam potong di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, adalah Pasar Ciroyom.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi ciri-ciri pedagang ayam potong di pasar tersebut, mengevaluasi kualitas pelayanan dalam penjualan ayam yang telah dipotong sesuai dengan standar higienis, serta menganalisis keterkaitan antara karakteristik pedagang ayam potong dan tingkat pelayanan penjualan ayam yang memenuhi standar higienis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Ciroyom yang terletak di Kecamatan Andir, Kota Bandung, Jawa Barat. Durasi penelitian ini adalah satu bulan, tepatnya pada bulan September 2024. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja, dengan alasan bahwa Pasar Ciroyom merupakan salah satu pasar tradisional utama di Kota Bandung, yang memiliki jumlah pedagang ayam potong yang cukup banyak. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah survei. Survei merupakan metode penelitian yang mengambil sampel dari populasi tertentu dan menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk pengumpulan data (Hardani, et.al, 2020). Responden yang terlibat adalah pedagang ayam potong yang dipilih secara acak sederhana, sebanyak 31 orang. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dan observasi. Variabel yang diteliti mencakup karakteristik pedagang ayam potong serta tingkat pelayanan dalam penjualan ayam yang memenuhi standar higienis. Indikator karakteristik pedagang yang diukur meliputi umur, pendidikan, pengalaman usaha, jumlah penjualan ayam potong, dan pendapatan. Sementara itu, indikator tingkat pelayanan penjualan mencakup persiapan kerja dan penanganan peralatan, perilaku saat bekerja, serta perilaku lainnya. Pengukuran indikator variabel dilakukan dengan menggunakan skala ordinal. Uji validitas instrumen penelitian atau kuesioner dianalisis melalui Bivariate Correlation, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan analisis skala reliabilitas. Untuk menguji korelasi antar variabel, digunakan korelasi Rank Spearman. Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS. Nilai korelasi berkisar antara 0 hingga 1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, serta arah hubungan tersebut. Nilai korelasi (r_s) berada dalam rentang $(-1 \leq r_s \leq 1)$. Untuk menginterpretasikan kekuatan hubungan antara kedua variabel, digunakan pedoman Guilford (Latief, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pedagang Ayam Potong

Karakteristik pedagang ayam dianalisis melalui lima indikator, yaitu usia, tingkat pendidikan, pengalaman berbisnis, volume penjualan, dan pendapatan. Penilaian terhadap karakteristik pedagang ayam dikelompokkan ke dalam tiga kategori: tinggi, sedang, dan rendah. Setiap karakteristik mencerminkan sifat dan kebiasaan individu. Karakteristik ini dapat memengaruhi cara pedagang dalam mengelola produk yang mereka jual. Meskipun setiap pedagang ayam memiliki sifat dan kebiasaan yang unik, terdapat kemungkinan adanya kesamaan di antara mereka.

Umur Pedagang Ayam Potong

Umur merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku dan kinerja individu. Menurut Elizabeth Bergner Hurlock (1980), umur dibagi menjadi tiga kategori: dewasa awal (15-40 tahun), dewasa madya (41-60 tahun), dan dewasa lanjut (≥ 61 tahun). Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 1, umur para pedagang bervariasi antara 21 hingga 65 tahun. Kelompok umur yang paling banyak terdapat pada pedagang adalah mereka yang berusia 15–40 tahun, dengan persentase mencapai 64,92 persen, yang termasuk dalam kategori dewasa awal. Widihapsari et al., (2020) menyatakan bahwa masa dewasa awal adalah periode yang ideal untuk memulai karier dan membangun hubungan dengan pasangan, meskipun sering kali menyisakan sedikit waktu untuk aktivitas lainnya. Tingginya proporsi pedagang dalam rentang umur produktif ini disebabkan oleh kemampuan psikologis yang berkembang, sehingga individu pada usia tersebut cenderung siap untuk bekerja. Pedagang ayam yang berada dalam usia produktif biasanya dapat menjalankan tugas mereka dengan lebih baik, berkat kondisi fisik yang masih prima.

Tabel 1. Umur Pedagang

No	Umur	Jumlah	
		Orang	%
1	15–40 tahun	20	64,52
2	41–60 tahun	10	32,26
3	> 60 tahun	1	3,22
Jumlah		31	100,00

Sumber: Analisis data primer (2024)

Tingginya persentase pedagang yang berada dalam rentang usia produktif disebabkan oleh faktor psikologis, di mana pada usia tersebut individu mulai memasuki dunia kerja. Pedagang ayam yang berada dalam kategori usia produktif cenderung lebih mampu menjalankan tugas dengan optimal, berkat kondisi fisik yang masih prima. Menurut Febianti et al., (2023), usia produktif berpengaruh terhadap kemampuan fisik dan pola pikir individu, jika dibandingkan dengan mereka yang sudah lanjut usia, di mana kondisi fisik mereka cenderung menurun dan terbatas.

Pendidikan Pedagang Ayam Potong

Sebagian besar pedagang, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 2, memiliki latar belakang pendidikan setingkat SMP dan SMA/SMK, dengan persentase mencapai 74,19 persen. Sementara itu, 22,58 persen memiliki pendidikan SD, dan 3,23 persen merupakan sarjana. Setiap pedagang memiliki alasan tersendiri terkait latar pendidikan yang mereka miliki. Salah satu pedagang yang berstatus sarjana memilih untuk meninggalkan profesinya sebagai guru dan melanjutkan usaha keluarganya dalam bidang perdagangan ayam. Ia berpendapat bahwa bekerja sebagai pedagang ayam memberikan fleksibilitas yang lebih besar.

Tabel 2. Pendidikan Pedagang

No	Pendidikan	Jumlah	
		Orang	%
1	$\geq$ D3/S1	1	3,23
2	SMP – SMA/SMK	23	74,19
3	$\leq$ SD	9	22,58
Jumlah		31	100,00

Sumber: Analisis data primer (2024)

Sebagian besar pedagang yang memiliki latar belakang pendidikan hingga tingkat SD mengaku mengalami kesulitan ekonomi yang menghalangi mereka untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Sementara itu, pedagang yang berpendidikan setingkat SMP dan SMA/SMK memiliki berbagai alasan untuk tidak melanjutkan pendidikan, seperti memilih untuk meneruskan usaha keluarga, masalah ekonomi, merasa tidak perlu melanjutkan ke perguruan tinggi, atau ingin segera bekerja untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri atau membantu orang tua. Variasi latar belakang pendidikan di kalangan pedagang ayam ini menciptakan perbedaan dalam pandangan dan sikap mereka. Pengetahuan tentang kebersihan, misalnya, dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Pedagang yang memiliki pendidikan yang lebih baik cenderung menerapkan praktik yang baik untuk meningkatkan kebersihan produk yang mereka jual (Suryani dan Dwi Astuti, 2019). Anjarwati, et al. (2020) menambahkan bahwa pendidikan yang lebih tinggi dapat menghasilkan kualitas sumber daya manusia yang lebih baik.

Pengalaman Usaha

Pengalaman dalam berusaha merujuk pada lamanya seseorang berprofesi sebagai pedagang ayam. Pengalaman yang dimiliki seseorang berperan penting dalam meningkatkan penguasaan keterampilan. Semakin banyak pengalaman yang diperoleh, semakin tinggi pula tingkat penguasaan keterampilan tersebut (Pamungkas, at al., 2017).

Sebagian besar pedagang, yaitu 58,07 persen, sebagaimana terlihat pada Tabel 3, telah menjalani usaha berdagang ayam selama lebih dari 10 tahun. Pedagang yang memiliki pengalaman lebih lama cenderung memiliki pengetahuan yang lebih mendalam dibandingkan dengan pedagang yang baru memulai. Edition, (2005) mengemukakan bahwa pengalaman dapat membentuk persepsi individu dalam memberikan respons dan tindakan. Pengambilan keputusan terkait berbagai masalah akan dipengaruhi oleh pengalaman yang telah dilalui di masa lalu. Semakin lama seseorang terlibat dalam usahanya, semakin banyak pengetahuan yang diperoleh mengenai preferensi dan perilaku konsumen, serta dinamika pasar (Husaini & Fadhlani, 2017). Asmie (2008) menambahkan bahwa keterampilan dalam berdagang, jaringan bisnis, dan hubungan dengan pelanggan akan semakin berkembang seiring bertambahnya pengalaman dalam berdagang.

Tabel 3. Pengalaman Usaha

No	Lama Usaha	Jumlah	
		Orang	%
1	> 10 tahun	18	58,07
2	5–10 tahun	11	35,48
3	< 5 tahun	2	6,45
Jumlah		31	100,00

Sumber: Analisis data primer (2024)

Jumlah Penjualan

Volume penjualan atau jumlah penjualan merujuk pada total barang yang terjual dalam bentuk uang selama periode tertentu, yang juga mencakup penerapan strategi pelayanan yang efektif (Maulana et al., 2023). Jumlah penjualan dihitung sebagai rata-rata total penjualan ayam setelah pengumpulan data selesai, kemudian dibandingkan dengan total penjualan ayam dari masing-masing pedagang dalam satu bulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa jumlah penjualan terendah dari pedagang ayam adalah 2.500 kg, sedangkan jumlah penjualan tertinggi mencapai 33.000 kg. Rata-rata volume penjualan tercatat sebesar 10.722,58 kg.

Tabel 4. Jumlah Penjualan

No	Jumlah Penjualan (Kg per Bulan)	Jumlah	
		Orang	%
1	> 18.736,76	5	16,13
2	2.708,40 – 18.736,76	25	80,64
3	< 2.708,40	1	3,23
Jumlah		31	100,00

Sumber: Analisis data primer (2024)

Kelompok dengan jumlah penjualan tertinggi, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4, adalah pedagang yang menjual ayam dengan volume penjualan antara 2.708,40 hingga 18.736,76 kg per

bulan. Variasi dalam jumlah penjualan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas ayam, pelayanan yang diberikan oleh pedagang, jenis komoditas ayam yang ditawarkan, harga yang bersaing, serta lokasi lapak yang dapat menarik perhatian konsumen. Menurut Kustiyah & Irawan (2014), produk merupakan salah satu elemen penting yang memengaruhi keputusan pembelian; konsumen cenderung memilih pedagang yang menyediakan beragam pilihan barang berkualitas tinggi, sehingga mereka merasa puas saat berbelanja.

Jumlah Penjualan

Menurut Bria & Gemina (2017) volume penjualan atau jumlah penjualan merujuk pada total barang yang terjual dalam bentuk uang selama periode tertentu, yang juga mencakup strategi pelayanan yang efektif. Volume penjualan dihitung sebagai rata-rata total penjualan ayam setelah pengumpulan data selesai, kemudian dibandingkan dengan penjualan ayam dari setiap pedagang dalam satu bulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa penjualan terendah dari pedagang ayam mencapai 2.500 kg, sementara penjualan tertinggi mencapai 33.000 kg. Rata-rata volume penjualan adalah 10.722,58 kg.

Kelompok dengan volume penjualan tertinggi, seperti yang tercantum dalam Tabel 5, adalah pedagang yang menjual ayam antara 2.708,40 hingga 18.736,76 kg per bulan. Variasi dalam jumlah penjualan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas ayam, pelayanan dari pedagang, perbedaan jenis ayam yang dijual, harga yang bersaing, serta lokasi lapak yang dapat memengaruhi jumlah konsumen yang melintas dan berbelanja. Menurut Kustiyah & Irawan (2014), produk merupakan salah satu elemen penting yang memengaruhi keputusan pembelian, di mana konsumen cenderung memilih pedagang yang menawarkan beragam pilihan barang berkualitas tinggi, sehingga meningkatkan kepuasan saat berbelanja.

Tabel 5. Jumlah Penjualan

No	Jumlah Penjualan (Kg per Bulan)	Jumlah	
		Orang	%
1	> 18.736,76	5	16,13
2	2.708,40 – 18.736,76	25	80,64
3	< 2.708,40	1	3,23
Jumlah		31	100,00

Sumber: Analisis data primer (2024)

Pendapatan

Pendapatan adalah perhitungan rata-rata total yang diperoleh oleh pedagang ayam setelah pengumpulan data selesai. Selanjutnya, pendapatan bulanan masing-masing pedagang dibandingkan satu sama lain. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendapatan terendah dari pedagang ayam mencapai Rp 2.250.000,00, sementara pendapatan tertinggi mencapai Rp 45.000.000,00. Rata-rata pendapatan seluruh pedagang adalah Rp 16.708.064,52.

Tabel 5 mengindikasikan bahwa kelompok pedagang dengan pendapatan tertinggi berada dalam rentang Rp 4.887.869,25 hingga Rp 28.528.259,78 per bulan. Variasi pendapatan di antara pedagang dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas produk. Proses penanganan karkas ayam yang baik akan berkontribusi pada peningkatan kualitas produk akhir yang dijual. Menurut Setyaningrum & Wati (2019), pedagang perlu memperhatikan kualitas produk agar dapat memberikan kesan positif dan diterima oleh konsumen.

Tabel 6. Pendapatan

No	Pendapatan (per Bulan)	Jumlah	
		Orang	%
1	> Rp 28.528.259,78	5	16,13
2	Rp 4.887.869,25 – Rp 28.528.259,78	22	70,97
3	< Rp 4.887.869,25	4	12,90
Jumlah		31	100,00

Sumber: Analisis data primer (2024)

Pedagang yang memiliki pendapatan lebih tinggi umumnya disebabkan oleh tingginya frekuensi penjualan dagangannya dengan harga yang diinginkan. Hal ini mencerminkan adanya tingkat kepercayaan konsumen terhadap pedagang tersebut. Menurut (Pujiati, 2018), keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan. Untuk menghasilkan karkas

ayam yang berkualitas, diperlukan penanganan yang aman dan higienis. Sebaliknya, pedagang dengan pendapatan yang lebih rendah sering kali menghadapi tantangan dalam bersaing dengan pedagang lainnya. Persaingan di antara pedagang dapat dipicu oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, lokasi tempat berjualan, peningkatan jumlah pedagang ayam, serta harga yang bersaing. Dalam beberapa keadaan, pedagang terkadang menjual ayam dengan harga terendah menjelang akhir jam kerja agar dagangannya cepat laku.

Tingkat Pelayanan Penjualan Ayam Hasil Pemotongan Standar Higienis

Tingkat pelayanan dalam penjualan ayam dievaluasi mulai dari saat karkas ayam disuplai kepada setiap pedagang hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Menurut Safitri dan Rangkuti (2023), kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, yang secara tidak langsung dipengaruhi oleh berbagai karakteristik dan sifat dari pelayanan itu sendiri. Pedagang yang memberikan pelayanan yang baik cenderung menghasilkan produk berkualitas tinggi, dan sebaliknya.

Tabel 7 mengindikasikan bahwa mayoritas pedagang, yaitu 64,52 persen, memiliki tingkat pelayanan yang cukup, sementara 35,48 persen lainnya tergolong tinggi. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang ayam di Pasar Ciroyom telah cukup menyadari pentingnya penerapan standar kebersihan dalam pengelolaan produk karkas ayam yang akan dipasarkan. Meskipun demikian, terdapat beberapa aspek, seperti persiapan kerja, penanganan peralatan, dan perilaku lainnya, yang masih memerlukan peningkatan dalam kualitas pelayanan.

Tabel 7. Tingkat Pelayanan Penjualan Hasil Pemotongan

No	Uraian	Kelas Kategori		
		Tinggi	Sedang	Rendah
			...%...	
1	Persiapan bekerja dan penanganan peralatan kerja	22,58	64,52	12,90
2	Penanganan produk	61,29	32,26	6,45
3	Perilaku lainnya selama bekerja	12,90	64,52	22,58
	Tingkat Pelayanan Penjualan	35,48	64,52	0,00

Sumber: Analisis data primer (2024)

Persiapan bekerja dan penanganan peralatan kerja

Persiapan untuk bekerja mencakup aspek kesehatan dan kebersihan pribadi. Tabel 7 mengindikasikan bahwa para pedagang umumnya telah melakukan persiapan kerja dan pengelolaan peralatan dengan baik. Beberapa aspek yang sudah memenuhi standar cukup baik adalah penggunaan pakaian saat berdagang. Meskipun belum sepenuhnya sesuai dengan SNI pemotongan ayam, mereka telah menggunakan sepatu boots dan celemek yang terbuat dari bahan anti air atau plastik sekali pakai yang berfungsi serupa. Di sisi lain, ada pedagang yang hanya mengenakan celemek kain atau bahkan tidak menggunakan celemek sama sekali.

Berdasarkan Permenkes RI Nomor 1096/MENKES/PER/VI/2011, untuk melindungi makanan dari pencemaran, pekerja yang mengolah makanan diwajibkan mengenakan celemek, penutup rambut, dan sepatu yang kedap air. Para pedagang telah menunjukkan kepatuhan yang baik dalam penggunaan air bersih, mencuci tangan dengan sabun, membersihkan peralatan kerja dan meja pemotongan, serta menjaga kondisi peralatan pemotongan.

Dalam Permenkes RI Nomor 17 Tahun 2020 mengenai Pasar Sehat, salah satu aspek penting yang harus diperhatikan adalah ketersediaan air bersih. Pencucian tangan merupakan langkah fundamental yang harus dilakukan oleh individu yang terlibat dalam pengolahan makanan (Luthfiyeni, 2019). Mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir efektif dalam menghilangkan berbagai partikel kotor dan mikroba. Sesuai dengan SNI 99002:2016, pisau yang digunakan untuk memotong dan menghancurkan harus selalu dalam kondisi tajam, memiliki mata pisau tunggal, halus, lurus, serta tidak boleh bergerigi, berlubang, atau mengalami kerusakan.

Tabel 8. Persiapan Bekerja dan Penanganan Peralatan Kerja

No	Uraian	Tinggi	Sedang	Rendah
		%		
1	Pakaian khusus saat bekerja	0,00	87,10	12,90
2	Bekerja dalam keadaan sehat	0,00	83,87	16,13
3	Penggunaan air bersih	19,35	80,65	0,00
4	Kebiasaan mencuci tangan	64,52	35,48	0,00
5	Mencuci tangan dengan sabun	32,26	41,93	25,81
6	Kebiasaan membersihkan peralatan kerja	22,58	77,42	0,00
7	Membersihkan peralatan kerja dengan sabun atau detergen	45,16	19,36	35,48
8	Kebiasaan membersihkan meja pemotongan	48,39	51,61	0,00
9	Membersihkan meja pemotongan dengan sabun atau desinfektan	38,71	32,26	29,03
10	Peralatan pemotongan dalam keadaan baik	9,68	90,32	0,00
Persiapan Bekerja dan Penanganan Peralatan kerja		22,58	64,52	12,90

Sumber: Analisis data primer (2024)

Penanganan Produk

Proses penanganan produk dimulai dari kedatangan pasokan karkas ayam ke setiap pedagang hingga sampai ke tangan konsumen. Tabel 8 menunjukkan bahwa 61,29 persen pedagang telah melaksanakan penanganan produk dengan baik. Aspek-aspek yang dianggap baik dalam kegiatan ini meliputi pemeriksaan pasokan ayam yang baru tiba, tidak menjual karkas yang tidak memenuhi syarat, mencuci karkas dan jeroan, menangani karkas yang tidak terjual, serta membilas karkas sebelum proses pendinginan. Sebanyak 87,10 persen pedagang, seperti yang tertera pada Tabel 9, selalu melakukan pemeriksaan ulang terhadap pasokan karkas ayam yang baru datang. Pemeriksaan postmortem dilakukan untuk memastikan kesehatan karkas dan organ lainnya, sebagai dasar penentuan kelayakan karkas tersebut untuk dikonsumsi (Tolistiawaty et al., 2016)

Pedagang ayam di Pasar Ciroyom menerapkan berbagai metode untuk menjaga kualitas karkas ayam yang tidak terjual agar dapat dijual kembali pada waktu kerja berikutnya. Salah satu teknik yang umum digunakan untuk mengawetkan daging ayam adalah dengan pendinginan (Angriani, 2024). Sebanyak 87,10 persen pedagang biasanya menyimpan karkas yang tidak terjual dalam freezer dengan suhu rata-rata antara 0° hingga -4° Celcius.

Tabel 9. Penanganan Produk

No	Uraian	Tinggi	Sedang	Rendah
		%		
1	Memeriksa pasokan ayam yang baru datang	87,10	12,90	0,00
2	Memisahkan karkas yang rusak namun masih layak konsumsi	38,71	61,29	0,00
3	Tidak menjual karkas yang tidak layak konsumsi	70,97	29,03	0,00
4	Mencuci karkas yang baru datang	80,65	6,45	12,90
5	Mencuci jeroan yang baru datang	64,52	22,58	12,90
6	Kebiasaan pencucian karkas dan jeroan	12,90	74,20	12,90
7	Suhu air untuk pencucian karkas dan jeroan	3,22	87,10	9,68
8	Kebiasaan penanganan karkas yang tidak laku	87,10	12,90	0,00
9	Membilas karkas sebelum didinginkan	74,19	25,81	0,00
10	Mengemas ayam dengan benar	0,00	54,84	45,16
Penanganan Produk		61,29	32,26	6,45

Sumber: Analisis data primer (2024)

Pengemasan daging ayam yang optimal adalah dengan menggunakan kemasan plastik yang tertutup atau tersegel, sehingga produk tidak terpapar udara luar dalam waktu lama. Sebanyak 54,84 persen pedagang memperhatikan penggunaan kemasan, memilih plastik kresek atau kantong plastik yang memenuhi standar food grade. Sementara itu, 45,16 persen pedagang menggunakan plastik kresek tanpa mempertimbangkan jenis bahan plastik yang digunakan. Yanti et al. (2008) menyatakan bahwa penggunaan kemasan plastik dapat mengurangi kadar air dan nilai pH daging, menjaga kadar protein, menekan jumlah bakteri, serta mengurangi presentase susut masak daging. Namun, penggunaan plastik PP (polypropylene) lebih efektif dalam mempertahankan kualitas dibandingkan dengan polyethylene.

Perilaku Lainnya

Perilaku dan kebiasaan saat bekerja memiliki dampak signifikan terhadap kualitas produk yang dijual oleh pedagang. Tabel 10 menunjukkan bahwa mayoritas pedagang, yaitu 64,52 persen, menunjukkan perilaku yang baik dalam pelayanan penjualan daging ayam. Mereka telah menunjukkan sikap positif, terutama dengan menghindari kebiasaan merokok dan penggunaan perhiasan saat bekerja. Selain itu, pedagang juga telah cukup baik dalam menerapkan penggunaan masker dan penanganan luka saat bertugas.

Irawan (2022) menjelaskan bahwa kebiasaan merokok di area pengolahan makanan dapat menimbulkan berbagai risiko, seperti transfer bakteri atau kuman dari bibir ke tangan, yang dapat mengkontaminasi makanan. Selain itu, abu rokok berpotensi jatuh ke karkas ayam, dan bau asap rokok dapat mencemari udara di pasar yang memiliki sirkulasi udara yang terbatas. Hasanah (2013) menambahkan bahwa penggunaan aksesoris atau perhiasan, seperti cincin dan gelang, dapat menyebabkan kontaminasi makanan, karena kotoran yang menempel pada perhiasan dapat jatuh ke dalam makanan. Abdurrozzaq et al. (2022) menekankan bahwa pekerja di bidang pengolahan makanan yang memiliki luka harus menutupnya dengan pelindung kedap air, seperti perban anti air atau sarung tangan plastik atau karet, untuk mencegah mikroba dari luka berpindah ke produk makanan.

Tabel 10. Perilaku Lainnya Selama Bekerja

No	Uraian	Tinggi	Sedang	Rendah
		%		
1	Kebiasaan tidak merokok selama bekerja	45,16	48,39	6,45
2	Kebiasaan tidak makan atau minum selama bekerja	38,71	51,61	9,68
3	Kebiasaan tidak memakai perhiasan (cincin, gelang, jam tangan) selama bekerja	80,64	16,13	3,23
4	Kebiasaan menggunakan masker selama bekerja	6,45	45,16	48,39
5	Kebiasaan menangani luka selama bekerja	19,35	61,30	19,35
Perilaku lainnya		12,90	64,52	22,58

Sumber: Analisis data primer (2024)

Hubungan Karakteristik Pedagang Ayam Potong dengan Tingkat Pelayanan Penjualan Ayam Hasil Pematangan Standar Higienis

Hasil analisis koefisien korelasi Rank Spearman yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS, seperti yang tertera pada Tabel 11, menunjukkan bahwa karakteristik pedagang ayam potong yang memiliki hubungan signifikan dengan tingkat pelayanan penjualan ayam yang memenuhi standar higienis meliputi pendidikan, jumlah penjualan, dan pendapatan. Nilai koefisien korelasi (r_s) untuk masing-masing variabel tersebut adalah 0,393; 0,478; dan 0,601. Data ini mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat pendidikan pedagang berbanding lurus dengan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, semakin tinggi jumlah penjualan dan pendapatan pedagang, semakin baik pula tingkat pelayanan yang mereka tawarkan.

Tabel 11. Nilai Korelasi Hubungan Karakteristik Pedagang dengan Tingkat Pelayanan

No	Uraian	Koefisien Korelasi (r_s)
1	Umur	0.182
2	Pendidikan	0.393
3	Lama Berdagang	0.073
4	Jumlah Penjualan	0.478
5	Pendapatan	0.601

Sumber: Analisis data primer (2024)

Pendidikan pedagang berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan dalam penjualan ayam yang dipotong sesuai standar higienis, meskipun hubungan ini tergolong lemah. Kelemahan ini disebabkan oleh kesamaan pengetahuan dan pelayanan di antara beberapa pedagang, meskipun mereka memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda. Menurut Tasnim et al. (2019), individu dengan pendidikan tinggi cenderung lebih cepat dalam mengadopsi inovasi. Pedagang yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi akan lebih memahami pentingnya memberikan pelayanan yang baik untuk kenyamanan diri dan konsumen, serta menjaga kualitas produk.

Tingkat penjualan juga menunjukkan hubungan positif dengan kualitas pelayanan dalam penjualan ayam yang dipotong sesuai standar higienis, dan ini termasuk dalam kategori hubungan yang cukup signifikan. Kualitas karkas ayam yang dijual oleh pedagang berbanding lurus dengan minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk (Putra et al., 2022). Pedagang yang mampu berinteraksi dengan konsumen secara baik dan menjaga kebersihan akan menciptakan rasa aman dan kepercayaan terhadap produk yang mereka tawarkan, sehingga jumlah penjualan akan meningkat seiring waktu. Wicaksono & Santoso (2015) menyatakan bahwa kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen dapat menciptakan kesan positif dan meningkatkan loyalitas untuk berbelanja di tempat yang sama secara berulang.

Pendapatan memiliki hubungan positif dengan tingkat pelayanan dalam penjualan ayam yang dihasilkan dari pemotongan sesuai standar higienis, dan hubungan ini tergolong cukup signifikan. Menjaga kualitas produk sangat penting, yang dapat dilakukan melalui pengelolaan usaha yang memenuhi standar higienis, guna mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik lebih banyak konsumen baru. Shareef et al. (2008) mengemukakan bahwa kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Pedagang yang memiliki pendapatan tinggi cenderung dapat menjual produk mereka dengan harga yang wajar, tanpa harus memberikan penawaran harga yang lebih rendah kepada konsumen. Hal ini mencerminkan adanya kepercayaan konsumen terhadap pedagang. Penjualan ayam diukur mulai dari saat karkas ayam disuplai kepada masing-masing pedagang hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Apriliana & Sukaris (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan secara tersirat, yang dipengaruhi oleh berbagai karakteristik dan sifat pelayanan itu sendiri. Pedagang yang memberikan pelayanan baik akan menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Di sisi lain, umur dan pengalaman tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan tingkat pelayanan dalam penjualan ayam yang memenuhi standar higienis. Tingkat pelayanan yang sesuai dengan standar higienis dapat terbentuk dari kebiasaan yang terbina selama berjualan, termasuk aspek kebersihan pribadi. Mustikawati (2019) menekankan bahwa kebersihan pribadi adalah faktor penting yang harus diperhatikan karena dapat memengaruhi kesehatan dan kondisi psikologis seseorang. Pola hidup bersih dan sehat yang diterapkan sejak dini akan berpengaruh hingga dewasa dalam kehidupan sosial (Ratna & Nasirun, 2018). Hal ini juga berlaku bagi pedagang ayam di Pasar Ciroyom yang selalu menjaga tingkat pelayanan sesuai standar higienis, yang merupakan hasil dari kebiasaan bekerja dengan bersih.

KESIMPULAN

Karakteristik pedagang ayam potong umumnya berada dalam rentang usia dewasa awal (15–40 tahun), dengan tingkat pendidikan yang bervariasi antara SMP hingga SMA. Pengalaman usaha mereka tergolong tinggi, yaitu lebih dari 10 tahun. Volume penjualan yang dicapai oleh para pedagang berada dalam kategori sedang, berkisar antara 2.708,40 hingga 18.736,76 kg per bulan, sementara pendapatan mereka juga termasuk dalam kategori sedang, yaitu antara Rp 4.887.869,25 hingga Rp 28.528.259,78 per bulan. Tingkat pelayanan dalam penjualan ayam yang memenuhi standar higienis sebagian besar pedagang juga berada pada kategori sedang. Faktor-faktor yang

memiliki hubungan signifikan dengan tingkat pelayanan penjualan ayam potong yang memenuhi standar higienis adalah pendidikan, volume penjualan, dan pendapatan, sedangkan usia dan pengalaman tidak menunjukkan hubungan yang signifikan. Oleh karena itu, para pedagang disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan mereka, terutama dalam hal persiapan kerja dan pengelolaan peralatan yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angriani, E. (2024). *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan*. 27(November), 199–208.
- Anjarwati M., Mursito B., dan S. (2020). Kualitas Sumber Daya Manusia Ditinjau dari Tingkat Pendidikan, Pelatihan Kerja dan Pengalaman Kerja Di Balai Latihan Kerja (Blk) Technopark Ganesha Sukowati Sragen. *Edunomika*, 04(01), 227–235.
- Apriliansa, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Bria, D. K., & Gemina, D. (2017). Pengaruh Harga Jual Produk Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Dragon Produk Indonesia Caringin Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, 3(2), 25. <https://doi.org/10.30997/jvs.v3i2.973>
- Edition, N. (2005). Organizational behavior I. In *Choice Reviews Online* (Vol. 43, Issue 01). <https://doi.org/10.5860/choice.43-0421>
- Elizabeth Bergner Hurlock. (1980). *Elizabeth_Hurlock_Psikologi_Perkembangan.pdf* (p. 447).
- Febianti, A., Shulthoni, M., Masrur, M., & Aris Safi, M. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan, umur, jenis kelamin, dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 2(1), 198–204.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hasanah, V. A. (2013). *Sikap Konsumen Terhadap Kondisi Higiene Sanitasi Penjualan Makanan Pedagang Kaki Lima (Pkl) Trisula Taman Bungkul Surabaya*. 2.
- Husaini, & Fadhlani, A. (2017). Pengaruh Modal Kerja , Lama Usaha , Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2), 111–126.
- Irawan Djoko Windu P. (2022). Prinsip - Prinsip Hygiene Sanitasi Makanan Minuman. *Poltekkes Kemenkes Surabaya*, 6, 53–69.
- Kustiyah, E., & Irawan. (2014). Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan Di Pasar Malam Ngarsopura Surakarta. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 12(01).
- Laili, R. F., & Wijanarko, A. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Pelatihan, Teknologi Informasi Dan Pengalaman Kerja Terhadap Pendapatan Wirausaha Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Buletin Ekonomika Pembangunan*, 4(1), 100–119. <https://doi.org/10.21107/bep.v4i1.20136>
- Latief, K. A. (2013). Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman. *Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman*, 1–27. https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/480/1/09-Korelasi_Rank_Spearman.pdf
- Luthfiyayani, A. D. (2019). Pengaruh Kebersihan Tangan Pada Saat Makan Menggunakan Terhadap Kontaminasi Pada Makanan. *Jurnal UKI*, 1–6.
- Maulana, A., Arisman, A., & Pauzy, D. (2023). Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Al-Galla Industries Periode Januari 2019- Desember 2021. *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, 1(3).
- Mustikawati, I. S. (2019). Perilaku Personal Hygiene Pada Pemulung Di Tpa. *Forum Ilmiah Volume*, 10(1), 27–35.
- Notoatmodjo, S. (2012). Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku. In *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Pamungkas, A., Hamid, D., & Prasetya, A. (2017). Pengaruh Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kemampuan Kerja dan Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan PT. INKA (Persero)). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 43(1), 96–103.

- PUJIATI, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Bike Di Kota Depok. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 2598–5256.
- Putra, Y. D., Lisa, L., Sutarno, S., Dewi Anggraini, & Supriyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Alam Bumi Lestari. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 133–140. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.402>
- Ratna Julianti, & Drs. H. M Nasirun, M. P. (2018). Pelaksanaan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (Phbs) Di Lingkungan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Potensia*, 3(1), 11–17. www.dinkes.go.id
- Safitri, L., Musannip, Z., Siregar, E., & Rafika, M. (2023). the Influence of Price, Product Quality, and Service Quality on Customer Satisfaction At Home Smart Rantauprapat. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 6(3), 1403–1419.
- Safitri, M. E., & Rangkuti, A. F. (2022). Hubungan Tingkat Pendidikan, Pengetahuan dan Sikap dengan Perilaku Pengelolaan Sampah Pada Pedagang Buah dan Sayur di Pasar Giwangan Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Dan Pengelolaan Lingkungan*, 3(1), 56–65.
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(4), 17–25.
- Shareef, M. A., Kumar, U., & Kumar, V. (2008). Role of Different Electronic-Commerce (Ec) Quality Factors on Purchase Decision: A Developing Country Perspective. *Journal of Electronic Commerce Research*, 9(2), 92.
- Suryani, D., & Dwi Astuti, F. (2019). Higiene dan Sanitasi pada Pedagang Angkringan di Kawasan Malioboro Yogyakarta. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*, 15(1), 70–81. <https://doi.org/10.24853/jkk.15.1.70-81>
- Tasnim, A. A., Diana, C., & Luhut, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Tingkat Adopsi Petani Terhadap Sistem Pertanian Padi Organik. *BITRA Indonesia Dan KSPPM*, 01(02), 18–27.
- Tolistiawaty, I., Widjaja, J., Isnawati, R., & Lobo, L. T. (2016). Gambaran Rumah Potong Hewan/Tempat Pematangan Hewan di Kabupaten Sigi, Sulawesi Tengah. *Jurnal Vektor Penyakit*, 9(2), 45–52. <https://doi.org/10.22435/vektor.v9i2.5793.45-52>
- Wicaksono, Y., & Santoso, S. B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 4(4), 1–11.
- Widihapsari, I. A. G. K., Puspita, S. A. L., Pradnyadari, N. M. D. S., Rakhmawati, D., & Joni, I. D. A. M. (2020). Pengalaman Mempertahankan Komitmen Berpasangan pada Perempuan Dewasa Awal yang Menjalani Hubungan dengan Laki-Laki yang Memiliki Penyakit Kronis. *INSAN Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 5(1), 49. <https://doi.org/10.20473/jpkm.v5i12020.49-60>
- Yanti, H., Hidayati, & Elfawati. (2008). Kualitas Daging Sapi Dengan Kemasan Plastik PE (Polyethylen) dan Plastik PP (Polypropylen) di Pasar Arengka Kota Pekanbaru. *Jurnal Peternakan*, 5(1), 22–27.
- Zuardi, M. (2016). Pengaruh Fasilitas Fisik dan Fasilitas Non Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasar JBBC Medan Johor. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 16(2), 101–111. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/1718/1752>