

Kontribusi Ekonomi Perempuan Penjual Ayam Goreng Gerobak di Beberapa Pasar Satelit di Kota Padang

Dwi Yuzaria dan Fitriani¹

Intisari

Meningkatnya tuntutan sosial ekonomi, menyebabkan semakin kompleksnya kebutuhan keluarga, untuk mencukupinya, perempuan harus berperan serta dalam mencari nafkah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kinerja ekonomi perempuan dalam usaha kecil penjualan ayam goreng gerobak, mengidentifikasi kendala yang dihadapi dan memberikan alternatif penanggulangannya. Penelitian dilakukan dengan metoda survey, responden penjual ayam goreng gerobak di beberapa pusat keramaian seperti pasar satelit, di kota Padang. Sampel ditentukan secara alokasi proposional sebanyak 15 orang, data dianalisis dengan metoda *descriptive analysis*. Hasil penelitian, kinerja ekonomi perempuan dalam usaha penjualan ayam goreng gerobak masih rendah dengan curahan jam kerja sebesar 5,07 jam/hari. Perempuan berperan dalam semua aktifitas mulai dari perencanaan sampai pemasaran rata-rata sebesar 32,5%. Usaha ini potensial untuk dikembangkan, tingkat pendapatan rata-rata Rp 92.259,58/hari. R/C ratio rata-rata sebesar 1,29. Kendala internal yang dihadapi pola relasi dalam keluarga yang memarjinalkan peran perempuan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, sementara kendala eksternal adalah sulitnya mencari tambahan modal untuk pengembangan usaha, fluktuasi harga ayam potong sebagai bahan baku utama. Alternatif yang dapat ditawarkan adalah dengan membuka cabang usaha di rumah agar perempuan dapat mencurahkan waktu lebih banyak, dan mengakses kredit lunak dengan persyaratan yang tidak berat. Kesimpulan dari penelitian adalah Perempuan berperan dalam mencari nafkah namun perannya masih rendah karena terhalang nilai-nilai patriarki sebagai kendala internal, dan modal merupakan kendala eksternal utama. Solusi mengatasinya kredit lunak dan menjalin relasi dengan pemasok bahan baku.

Kata Kunci : Perempuan, Kinerja, Ayam Goreng Gerobak, Kendala, Patriarki

Women's Economic Contribution for Carriage Sellers in Padang of Fried Chicken in Some Satellite Markets

Abstract

Increased socio-economic demands has elevated the complexity of family needs. To fulfill all these needs, women should participate in making a living. This study aimed to look at the economic performance of women in small business, particularly in-cart-fried-chicken business; identify the constraints faced and provide an alternative to overcome the constraints. The study was conducted by survey method with respondents of in-cart-fried-chicken seller on some market centers in Padang city. The sample is determined by proportional allocation of 15 people, meanwhile the data were analyzed using descriptive analysis method. The results of research is that the economic performance of women in this business is quite low with 5.07 working hours per day. Approximately 32.5% of all those business-women participate in all activities from planning to marketing. This business is potential enough to be

¹ Staf Pengajar Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang

developed, with an average income level of USD 92,259.58 per day and approximately 1.29 R/C ratio. Internal constraints faced by these women is the pattern of relations in the family that marginalize women's role in meeting the economic needs of families, while the external constraint is the difficulty to seek additional capital for business development and fluctuations in the price of chicken as main raw material. An alternative that can be offered is to open a branch business at home for women to devote more time, and access to soft loans which apply an unheavy terms. The conclusion of the research was that women had roles in making a living for the family, however, the role is low because there were patriarchy values as internal constraints and capital as the main external constraint. The solution is to find for a soft loan and establish good relationships with suppliers of raw materials.

Key Words : Woman, Performance, Cart-Fried-Chicken Business, Constraint, Patriarchy

Pendahuluan

Kontribusi perempuan dalam usaha kecil tidak dapat diabaikan, selain itu perempuan juga sangat disiplin dalam menjalankan usaha. Tingginya tingkat kebutuhan ekonomi dan rendahnya tingkat pendapatan keluarga menyebabkan perempuan yang seharusnya menjadi ibu dan mengurus rumahtangga, harus terjun berusaha untuk mencukupi kebutuhan. Usaha kecil yang sifatnya sederhana, padat karya dan umumnya merupakan perluasan dari pekerjaan rumahtangga, dapat memberikan peluang usaha bagi perempuan, yang sesuai dengan peran domestiknya sehari-hari di rumahtangga. Di samping itu usaha kecil juga dapat menyerap tenaga kerja perempuan, memacu perkembangan ekonomi dan pada akhirnya dapat berkontribusi nyata terhadap perekonomian nasional.

Usaha penjualan ayam goreng gerobak mempunyai daya tahan terhadap ekonomi global dan mempunyai daya tahan terhadap system ekonomi kapitalis yang mendominasi dan mengeksploitasi peluang usaha kecil. Kendala yang sering dihadapi oleh para pedagang kecil ini adalah keterbatasan modal, kemampuan dan keterampilan pengolahan sehingga menjadi lebih disukai serta kendala perluasan dalam pemasaran. Kebutuhan modal yang cukup besar sering menghambat mereka untuk melakukan perluasan usaha agar dapat

meningkatkan pendapatannya. Modal awal biasanya mereka dapatkan dari tabungan keluarga yang tidaklah besar, sehingga skala usaha yang bisa mereka punyai sangat kecil, dengan sendirinya hasil yang diperoleh juga relatif rendah. Usaha ini juga dipengaruhi oleh harga bahan baku utama ayam potong, yang sangat fluktuatif, dan cenderung naik. Sehingga pedagang harus berusaha menjalin relasi dengan penjual bahan baku ayam potong, keduanya mendapatkan keuntungan dari peluang pasar pemasaran ayam potong dan pengusaha ayam goreng gerobak dapat membeli bahan baku dengan lancar.

Peranan perempuan dalam usaha penjualan ayam goreng gerobak, sangat menentukan keberhasilan usaha, karena perannya hampir diseluruh tahapan produksi dan pemasaran, dan sekalian menjadi manejer yang mengambil keputusan. Namun, meski peran perempuan dalam usaha ini cukup berarti, selalu saja ada kendala baik internal maupun internal, yang menghambat perkembangan usaha ini. Kendala internal yang sering terjadi adalah adanya tekanan nilai paternal yang memarginalkan peran perempuan, hal ini disebabkan oleh pola relasi dalam keluarga. Hal ini terkait dengan mekanisme pengembangan usaha yang pada awalnya dirintis perempuan sampai menjadi usaha yang cukup mapan. Namun ketika usaha itu menjadi maju,

peran perempuan tergeserkan oleh laki-laki (suami) untuk selanjutnya memegang peranan penuh dalam usaha tersebut.

Kendala eksternal yang dihadapi usaha ini berkaitan dengan factor produksi terutama permodalan dan penyediaan bahan baku yang harganya sangat fluktuatif. Untuk meningkatkan skala usaha, pedagang memerlukan tambahan modal untuk membeli bahan baku ayam potong dan minyak goreng yang diperoleh dari pinjaman dari berbagai sumber. Pinjaman seperti ini sudah pasti memerlukan biaya modal, yang akan meningkatkan biaya produksi yang pada gilirannya akan memperkecil keuntungan yang diterima.

Materi dan Metode

Materi

Penelitian ini dilakukan dengan metoda survey melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif, dengan objek penelitian Penjual ayam goreng gerobak

yang tersebar diberbagai pusat keramaian, pasar-pasar Satelit, tempat-tempat fasilitas umum seperti rumahsakit dan sekolah-sekolah di kota Padang, sedangkan respondennya adalah pemilik usaha tersebut (suami/istri).

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah :

- (1) Kinerja ekonomi perempuan dalam usaha kecil penjualan ayam goreng gerobak, yang meliputi curahan jam kerja, pendapatan, pengambilan keputusan dalam usaha;
- (2) Kendala yang dihadapi dalam usaha penjualan ayam goreng meliputi :
 - a. Kendala internal dengan indikator yang diamati yaitu mekanisma pola relasi dalam keluarga antara suami dan istri dalam mengelola usaha.
 - b. Kendala eksternal dengan indikator faktor produksi (modal, input produksi dan tenaga kerja) serta pemasaran.

Tabel 1. Jumlah Responden per Kecamatan

No	Kecamatan	Jumlah pedagang Ayam goreng gerobak
1	Bungus	1
2	Lubuk Kilanga	3
3	Lubuk Begalung	5
4	Padang Selatan	2
5	Padang Timur	7
6	Padang Barat	7
7	Padang Utara	4
8	Nanggalo	7
9	Kuranji	4
10	Pauh	2
11	Koto Tengah	8
Total		50

Metode

Sampel responden diambil di 11 kecamatan yang ada di kota Padang. Dari hasil pengamatan di pusat-pusat

keramaian di 11 kecamatan, didapat data sebagai berikut :

Jumlah pedagang yang diamati selama bulan Juni 2007 diperoleh data sebanyak 50 orang pedagang, dari

jumlah tersebut diambil responden 30%, sehingga diperoleh 15 responden. Responden yang dipilih secara acak, sedangkan penentuan jumlah responden dari setiap kecamatan dengan cara proporsional lokasi dengan menggunakan rumus $N_k = P_k/P \times N$ dimana :

N_k = jumlah sampel di kecamatan k

P_k = jumlah populasi di kecamatan k

P = jumlah seluruh responden

N = jumlah sampel yang ditentukan

$k = 1, 2, 3, \dots, n$

maka akan diperoleh sampel yang terdistribusi pada 11 kecamatan, yang tertera pada Tabel 2.

1. Data primer didapatkan dari responden pedagang penjual ayam

goreng gerobak, dari tokoh formal (pejabat kecamatan terkait), dan tokoh informal (masyarakat).

2. Data sekunder diperoleh dari catatan dan dokumen pada instansi terkait, seperti data monografi dari kantor kecamatan, dan dari buku Kota Padang Dalam Angka.

Analisis data dilakukan dengan metoda *descriptive analysis*, yaitu dengan melakukan analisis pada data kuantitatif yang telah diolah. Sementara untuk data kualitatif dilakukan analisa secara interpretatif dengan cara verstehen yaitu pemahaman mendalam dengan mengungkap makna, perasaan dan pemikiran responden penelitian.

Tabel 2. Distribusi Sampel pada 11 Kecamatan di kota Padang.

No	Kecamatan	Jumlah responden	Lokasi
1	Bungus Teluk	0	-
2	Kabung	1	Jl Raya Bandar Buat
3	Lubuk Kilangan	2	Jl Aru Samping Rilly Swalayan Jl Tanjung Sabar Depan Toko Donny
4	Lubuk Begalung	1	Jl St Syahrir Simpang Jondul
5	Padang Selatan	2	Jl P.Kemerdekaan Depan RS.M.Jamil Jl Andalas 1 Simpang Azizi
6	Padang Timur	2	Jl S.Parman depan Mesjid Taqwa Jl Proklamasi depan apoti Madya
7	Padang Barat	1	Jl Perumnas depan Minang Plaza
8	Padang Utara	2	Jl Raya Siteba Depan kantor Lurah Jl Gajahmada Gunung Pangilun
9	Nanggalo	1	Jl Sarang Gagak Simpang Kalawi
11	Kuranji	1	Jl M.Hatta Simpang Pasar Baru
12	Pauh	2	Jl Adi Negoro depan Toko Ziori
	Koto Tengah		Jl Adi Negoro depan Balatif Music record
Total		15	

Hasil dan Pembahasan

Profil pedagang.

Pedagang ayam goreng gerobak didominasi oleh pedagang laki-laki sebesar 74%, sisanya sebesar 26% dilakukan oleh perempuan. Hal ini

menunjukkan bahwa tingkat partisipasi perempuan untuk menambah penghasilan keluarga di luar rumah masih sangat rendah, karena masih terikat oleh nilai-nilai paternalistic yang

berkewajiban mencari nafkah adalah orang laki-laki (Partini, 1988).

Dari sisi umur, 47 % pedagang penjual ayam goreng gerobak di kota Padang adalah dari golongan usia produktif dan aktif (19-28 tahun), 40% dari golongan usia produktif (29-38 tahun), sedang sisanya 13% dari golongan usia kurang produktif (49-58 tahun). Menurut Swastha (1995), usia produktif tenaga kerja berada pada usia 15 – 55 tahun. Kondisi ini akan menunjang dalam pengembangan usaha mereka, karena pada usia produktif kemampuan fisik lebih besar dan kemampuan berfikir lebih baik dalam menghadapi tekanan dan menerima inovasi teknologi, sehingga akan lebih efektif dalam mengelola usahanya.

Sementara dari tingkat pendidikan, 67% pedagang ayam goreng gerobak ini adalah tamatan SLTA, 7% tamatan perguruan tinggi, sisanya tamatan SLTP. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang ayam goreng gerobak mempunyai pendidikan formal yang cukup tinggi, dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang memadai. Menurut Siagian (2003), masyarakat dengan tingkat pendidikan SLTA dan perguruan tinggi dikategorikan sebagai masyarakat maju. Sebagian besar responden adalah anak muda yang belum berkeluarga yaitu sebesar 40% sedangkan sisanya mempunyai tanggungan keluarga berkisar 1-7 orang. Sementara dari lama berusaha terdapat data yang beragam, yaitu 33% telah berusaha selama 5 tahun, 33% telah berusaha selama 3 tahun dan sisanya dibawah 1 tahun.

Kinerja ekonomi perempuan

Kinerja ekonomi perempuan penjual ayam goreng gerobak dilihat dari curahan tenaga kerja, 74% responden menyatakan bahwa perempuan hanya mencurahkan waktunya dalam proses produksi selama 3 jam/hari, sisanya 26%

mencurahkan waktu 8-13 jam. Bila dilihat dari keterlibatan perempuan dalam usaha, semua responden menyatakan bahwa perempuan mempunyai kontribusi dalam usaha mereka, meskipun dalam waktu kerja yang relatif rendah yaitu 5-7 jam.

Rata-rata penerimaan yang diperoleh seorang pedagang sebesar Rp 145.500.000,-/tahun atau sebesar Rp 399.000/hari. Masing-masing pedagang berbeda penerimaan sesuai dengan kuantitas produk yang dihasilkan. Penerimaan terendah sebesar Rp 43.800.000 dan penerimaan tertinggi sebesar Rp 416.100.000,- (lampiran 2). Biaya yang dikeluarkan terbesar untuk biaya variable yang digunakan untuk membeli bahan baku ayam, tepung, minyak tanah, biaya transportasi, biaya pemeliharaan alat, biaya perlengkapan seperti kantong plastik, dus, kertas pembungkus, rata-rata biaya variable setiap pedagang sebesar 106.489.543/tahun. Persentase biaya tetap dan biaya variable dapat dilihat pada lampiran (3). Komponen biaya terbesar adalah biaya variabel sebesar 93,29% dan biaya tetap sebesar 6,71%. Rata-rata biaya tetap pertahun setiap pedagang adalah sebesar Rp 7.518.880,-

Pendapatan pedagang ayam goreng gerobak diperoleh dari penerimaan total dikurangi dengan biaya total. Rata-rata pendapatan mereka pertahun adalah sebesar Rp 33,674.746,- atau sekitar Rp 2.806.228,- perbulan atau Rp 92.259,- atau sekitar Rp 100.000/hari. Bila dilihat dari kelayakan usaha dengan menggunakan R/C ratio, usaha ini layak untuk dilakukan karena nilai R/C rasionya adalah sebesar 1,29 lebih besar dari 1. Menurut Soekartawi (1995), R/C besar dari 1 menunjukkan bahwa usaha mendapatkan keuntungan, R/C kecil dari 1, usaha merugi dan R/C sama dengan 1

tidak mengalami keuntungan maupun kerugian (impas).

Pengambilan Keputusan

Keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan dapat dilihat dari peran yang dilakukannya dalam usaha, mulai dari perencanaan sampai pemasaran. Hasil penelitian menemukan bahwa perempuan terlibat dalam semua aktivitas usaha. Peran perempuan lebih dominan pada tahap perencanaan usaha dan pembelian bahan baku yaitu sebesar 70%, peran laki-laki 10% dan sisanya sebesar 20% dilakukan bersama-sama. Hanya 32,5% perempuan terlibat dalam proses pemasaran karena peran perempuan lebih banyak dalam proses produksi ayam goreng di rumah, sementara laki-laki lebih berperan dalam proses pemasaran.

Kendala-kendala Dalam Usaha penjualan Ayam Goreng Gerobak

Kendala internal yang sering dihadapi oleh perempuan dalam berusaha ayam goreng gerobak ini adalah nominasi laki-laki dalam mengatur dan menafkahi keluarga, sehingga kendali usaha sering dipegang oleh laki-laki. Hanya 32,5% saja peranan usaha di pegang perempuan meskipun merekalah pada awalnya merintis usaha. Sementara kendala eksternal yang paling dominan dihadapi adalah kekurangan modal untuk perluasan usaha. Modal rata-rata yang dimiliki responden sebesar Rp 2.8333.333,- yang berasal dari tabungan keluarga (73%) dan bagi hasil dengan pemilik modal (27%). Hal ini terjadi karena disamping sulitnya mendapatkan modal dari lembaga perbankan yang banyak persyaratan, juga karena pedagang merasa bahwa dengan modal sendiri lebih leluasa dan tidak banyak tuntutan yang harus dipenuhi dalam penggunaan modal. Kendala lain yang

sering dihadapi adalah sangat berfluktuasinya harga bahan baku ayam, yang mengikuti perkembangan harga ayam broiler di pasar. Hal ini menyulitkan bagi pedagang dalam menjalankan usahanya, karena perubahan harga ayam, tidak dapat langsung diimbangi pada harga jual ayam goreng, sehingga akan mengurangi keuntungan.

Pemasaran produk

Berdasarkan klasifikasi Kotler (2002), ayam goreng tergolong barang yang tidak tahan lama (non durable goods), sehingga setiap produksi harus habis terjual setelah digoreng. Bila ada yang tersisa biasanya pedagang akan menggoreng kembali keesokan harinya, agar dapat dijual kembali. Hal ini dapat menurunkan kualitas terutama dari sisi performance produk. Harga produk relatif murah dan terjangkau oleh konsumen dengan cita rasa yang tidak terlalu berbeda dengan produk sejenis yang ditawarkan restoran waralaba. Harga yang lebih murah adalah kiat untuk menarik konsumen dari golongan menengah bawah. Menurut Tjiptono (2002), dalam menentukan nilai suatu produk konsumen membandingkan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan produk substitusi.

Alternatif penanggulangan kendala

Untuk pemecahan kendala internal, karena berkaitan dengan relasi antara suami-isteri, dan dominasi laki-laki dalam berusaha maka alternatif yang dapat ditawarkan adalah dengan membuka cabang usaha di rumah, sehingga peran utama perempuan sebagai pengurus rumahtangga tidak terabaikan, dan perempuan dapat lebih berperan dalam menambah pendapatan rumahtangga. Sementara untuk kendala eksternal alternatif yang dapat

ditawarkan adalah : (1) untuk solusi permodalan dengan mengakses pinjaman kredit usaha mikro (KUM) yang diluncurkan pemerintah dengan persyaratan yang lebih mudah dan tidak berat. (2) fluktuasi harga ayam broiler, dengan menjalin kerjasama dengan peternak ayam broiler, disamping terjaminnya pasokan ayam, juga dapat memperoleh harga yang lebih murah dari harga pasar.

Kesimpulan

1. Kontribusi perempuan dalam usaha ayam goreng gerobak ini masih rendah yaitu sebesar 5,07 jam/hari atau sebesar 32,5% dari semua tahap produksi dan pemasaran.
2. Usaha ini potensial untuk menambah pendapatan keluarga dengan rata-rata pendapatan Rp 92.259/hari dengan R/C ratio 1,29.
3. Kendala internal, masih memarjinalkan peran perempuan dalam usaha, alternatif solusi yang ditawarkan dengan membuka cabang usaha di rumah. Kendala eksternal kurangnya modal dan fluktuasi harga bahan baku. Alternatif solusi yang ditawarkan mengakses skim kredit lunak tanpa persyaratan yang rumit, melakukan kerjasama dengan peternak ayam broiler, memperhatikan masalah Hygienes dan performance produk dalam pemasarannya.

Saran

Usaha ayam goreng gerobak ini terbukti telah mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian masyarakat, keberadaannya perlu dikembangkan dan butuh perhatian dari berbagai pihak, terutama pemerintah.

Daftar Pustaka

- Cokrowinoto, 1988. Analisa Situasi Wanita Indonesia. Jakarta. Kementrian Peranan Wanita.
- Homzah, S. 1995. Peranan Wanita dalam Usaha Sapi Perah Rakyat (studi Kasus di Desa Pengalengan Kabupaten Bandung) Thesis. IPB.Bogor.
- Murpratomo, S., 1988. Analisis Situasi Wanita Indonesia, Jakarta. Pidato Menteri Negara Urusan Peranan Wanita.
- Miko, A., 1990. Peranan Wanita Pekerja di Sekitar Industri Rumahtangga Sandang Dalam Pendapatan Rumahtangga di Sumatera Barat.
- Partini, 1990. Pekerja Wanita Dalam Sistem Borongan. Makalah yang disampaikan di PSK Unand.
- Siagian, Sondang P., 2003. Manajemen Strategik, PT Bumi Aksara Jakarta.
- Swastha, B. dan J.W., Sukotjo, 1995. Pengantar Bisnis Modern. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Soekartawi, 1995. Ilmu Usaha Tani. 1985
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran, Andi Yogyakarta.