

**DESKRIPSI KARAKTERISTIK DAN POLA KERJA
PEDAGANG TELUR AYAM RAS DI PUSAT NIAGA
DAYA MAKASSAR**

SKRIPSI

OLEH

MUH. ISMAIL JUFRI



UPTP	
Tgl. Tes	7-3-2007
Alamat	Fak. Peternakan
Banyar	1 (satu) ek
Harca	H
No. Item	31 17 3 7
No. Pk	

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2007**



**DESKRIPSI KARAKTERISTIK DAN POLA KERJA
PEDAGANG TELUR AYAM RAS DI PUSAT NIAGA
DAYA MAKASSAR**

OLEH

MUH. ISMAIL JUFRI
1311 00 046

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin
Makassar

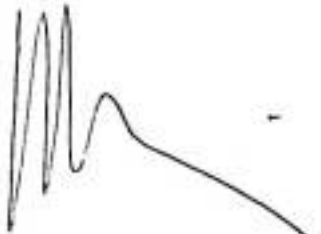
**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2007**

Judul Skripsi : Deskripsi Karakteristik dan Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar

N a m a : Muh. Ismail Jufri

Stambuk : I 311 00 046

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh



Ir. Abd. Hamid Hoddi, MS
Pembimbing Utama



Ir. Veronica Sri Lestari, M.Ec
Pembimbing Anggota



Prof. DR. Ir. Syamsuddin Hasan, M.Sc
Dekan



Ir. Muhammad Aminawar
Ketua Jurusan

Tanggal Lulus : 26 Januari 2007

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah. Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan InayahNya jualah sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Olehnya itu ucapan terima kasih dan Apresiasi yang setinggi-tingginya, Penulis haturkan kepada :

1. Bapak Ir. Abd. Hamid Hoddi, MS dan Ibu Ir. Veronica Sri Lestari, M.Ec, selaku Pembimbing Skripsi Penulis yang telah banyak memberikan bimbingan, dukungan dan koreksi yang tak kenal lelah selama penulisan Skripsi ini, bimbingan dan petunjuknya berpengaruh besar terhadap penyelesaian karya ini.
2. Ibu Ir. Martha B. Rombe, MP, selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan dorongan dan nasehat sejak Penulis memulai proses Akademik hingga Penulis menyelesaikan studi di Universitas Hasanuddin. Apa yang Ibu berikan selama ini telah memberikan manfaat yang besar bagi Penulis.
3. Bapak Dekan, Pembantu Dekan, Ketua-ketua Jurusan, dan Pegawai yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan bagi Penulis dalam hal proses administrasi selama ini.
4. Seluruh Staf Dosen Fakultas Peternakan, khususnya Staf Dosen Jurusan Sosial Ekonomi yang telah memberikan pengetahuan bagi Penulis selama ini.
5. Pemerintah Kota Makassar dan seluruh Staf dan Para Pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yang tak mungkin disebut satu persatu karena keterbatasan tempat, atas bantuan mereka yang sangat berharga dalam memberi informasi dan berbagai fasilitas yang mendukung atas lancarnya penelitian Penulis.
6. Keluarga Besar Angkatan 2000 Fakultas Peternakan, khususnya teman-teman "Incost 00" yang telah memberikan motivasi dan bantuannya selama ini.

7. Teman-teman HIMSENA dan BEM FAPIET UH, Teman-teman HMI, Komunitas Asal Mula, Teman-teman Apatis, dan seluruh Kanda-kanda yang selama ini telah berbagi Pengetahuan dengan Penulis.
8. Saudari Widyawati Marwan yang selama ini menjadi Partner Seminar Penulis.
9. Spesial to "Almaidah Nur ZP." yang selama ini terus memberikan motivasi dan menemani Penulis.
10. Terkhusus, Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada Kedua Orang Tua Yang Tercinta dan Saudara Penulis, serta Keluarga atas jasa-jasanya dan semua yang telah Beliau upayakan bagi Penulis, doa dan harapan-harapannya senantiasa menambah kekuatan Psikologis dan memompa Optimisme Penulis.

Akhirnya, Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, olehnya itu sumbang saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan. Maka, semoga Skripsi ini membawa manfaat yang dituju dan semoga menjadi amal kebajikan bagi mereka yang terlibat dan berjasa, serta memperoleh Ridha Allah SWT.

Makassar. Februari 2007

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN	
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	3
Kegunaan Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	
Tinjauan Umum Telur Ayam Ras.....	5
Pemasaran Telur Ayam Ras	6
Tinjauan Usaha Kecil Menengah	8
Karakteristik dan Pola Kerja	11
Volume Penjualan.....	15
Biaya, Penerimaan dan Pendapatan	16

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat	18
Jenis Penelitian	18
Populasi dan Sampel	18
Metode Pengumpulan Data	19
Jenis dan Sumber Data	19
Analisa Data	20
Konsep Operasional.....	20

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Singkat Pusat Niaga Daya Makassar	23
Letak dan Luas	24
Struktur Organisasi	24
Sarana dan Prasarana	27

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	29
Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar....	42

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan	55
Saran	55

DAFTAR PUSTAKA	56
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Sarana dan Prasarana Yang Terdapat Pada Pusat Niaga Daya Makassar	28
2.	Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Umur Di Pusat Niaga Daya Makassar	30
3.	Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jenis Kelamin Di Pusat Niaga Daya Makassar	31
4.	Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Status Pekerjaan Di Pusat Niaga Daya Makassar	33
5.	Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Tingkat Pendidikan Formal yang Ditamatkan Di Pusat Niaga Daya Makassar	34
6.	Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Pengalaman Usaha yang Ditamatkan Di Pusat Niaga Daya Makassar	36
7.	Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga Di Pusat Niaga Daya Makassar	38
8.	Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Asal Daerah Di Pusat Niaga Daya Makassar	40
9.	Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jumlah tenaga Kerja yang Dimiliki Di Pusat Niaga Daya Makassar	43
10.	Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jam Kerja yang Dimiliki Di Pusat Niaga Daya Makassar	45
11.	Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Berdasarkan Masa Kerja di Pusat Niaga Daya Makassar	47
12.	Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jarak Antara Rumah dengan Lokasi Usaha di Pusat Niaga Daya Makassar	48

13. Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jenis Modal yang Dimiliki Di Pusat Niaga Daya Makassar	49
14. Pendapatan Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassa ...	51

DAFTAR GAMBAR

Nomor	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Struktur Organisasi Pusat Niaga Daya Makassar	25

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	<u>Teks</u>	Hal
1.	Identitas Responden Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	58
2.	Tabulasi Data Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	59
3.	Biaya Sewa Tempat Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	60
4.	Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	61
5.	Biaya Retribusi Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	62
6.	Biaya Listrik Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	63
7.	Total Biaya Tetap Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	64
8.	Biaya Pengadaan Telur Ayam Ras pada Pedagang di Pusat Niaga Daya Makassar	65
9.	Biaya Tenaga Kerja pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	66
10.	Biaya Pengadaan Plastik dan Tali pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	67
11.	Total Biaya Variabel pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	68
12.	Total Biaya yang Dikeluarkan pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	69



13. Total Penerimaan Penjualan pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar	70
14. Pendapatan Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar .	72
15. Kuisisioner Penelitian	73

ABSTRAK

Muh. Ismail Jufri. I 311 00 046. *Deskripsi Karakteristik dan Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar*. Dibawah bimbingan Abd. Hamid Hoddi selaku pembimbing utama dan Veronica Sri Lestari selaku pembimbing anggota.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan terhadap beberapa pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar, diperoleh suatu fakta bahwa terdapatnya perbedaan karakteristik dan pola kerja yang dimiliki antar pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar. Karakteristik dan pola kerja pedagang telur ayam ras tersebut dapat dilihat beberapa aspek antara lain umur, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman usaha, asal daerah/suku, jumlah tanggungan keluarga, jumlah tenaga kerja yang digunakan, jumlah jam kerja dan hari kerja, status pekerjaan, permodalan, jarak rumah dan lokasi usaha dan besarnya pendapatan.

Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian tentang "*Deskripsi Karakteristik dan Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar*".

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar dan untuk mengetahui pola kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

Karakteristik umur pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu berada pada usia produktif antara 21 sampai dengan 56 tahun. Jenis kelamin pedagang telur ayam ras yaitu sebagian besar (87,10 %) adalah laki-laki. Status pekerja pedagang telur ayam ras tersebut merupakan usaha tetap atau merupakan pekerjaan utama pedagang telur ayam ras. Pendidikan pedagang sudah cukup baik, karena sebagian besar pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berpendidikan Sekolah Menengah Atas (41,94 %). Pengalaman usaha yang dimiliki pedagang telur ayam ras sebagian besar berpengalaman antara 6 – 11 tahun yaitu sebanyak 35,48 %. Jumlah tanggungan keluarga pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu 2 sampai dengan 3 orang sebanyak 48,39 %. Asal daerah pedagang telur ayam ras yaitu sebagian besar berasal dari luar Kota Makassar yakni Kabupaten Sidrap sebanyak 38,71 %.

Pola kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu jumlah tenaga kerja yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras dalam usaha pemasaran telur ayam ras yaitu sebanyak 1 sampai dengan 3 orang. Jam kerja yang digunakan pedagang telur ayam ras untuk pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu 12 sampai dengan 13 jam per hari. Jumlah hari kerja yang digunakan pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar dalam seminggu yaitu sebanyak 7 hari. Masa kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu 1 sampai dengan 8 tahun. Jarak antara rumah dengan lokasi usaha pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu 0 sampai dengan 10. Modal yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar adalah

modal sendiri, pinjaman dan gabungan antara modal sendiri dan modal pinjaman dari lembaga keuangan seperti koperasi. Pendapatan yang diperoleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar setiap bulannya berkisar antara Rp. 1.000.000,- sampai dengan lebih dari Rp. 4.000.000,- per bulan, dengan rata-rata sebesar Rp. 2.627.758,06 per bulan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan diberbagai sektor ekonomi menunjukkan peningkatan yang cukup menggembirakan, termasuk sektor perdagangan. Hal ini tidak terlepas dari semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai jenis produk maupun jasa, termasuk produk yang berasal dari subsektor peternakan seperti daging, susu dan telur.

Sebagai akibat dari pertambahan jumlah penduduk dan peningkatan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat, maka tuntutan akan produk makanan bergizi cenderung mengalami peningkatan. Salah satu sumber makanan bernilai gizi tinggi adalah produk telur ayam ras. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena telur ayam ras merupakan salah satu produk peternakan yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk peternakan lainnya seperti susu dan daging. Keunggulan yang dimiliki oleh telur ayam tersebut yaitu antara lain harga yang relatif lebih murah, pengelolaan yang cukup sederhana serta kandungan gizi yang sempurna.

Telur merupakan produk peternakan yang memberikan sumbangan besar bagi tercapainya kecukupan gizi masyarakat. Dari sebutir telur didapatkan gizi yang cukup sempurna karena mengandung zat-zat gizi yang lengkap dan mudah dicerna. Oleh karena itu, telur merupakan bahan pangan yang sangat baik untuk anak-anak

yang sedang tumbuh dan memerlukan protein dalam jumlah banyak. Telur juga sangat baik dikonsumsi oleh ibu hamil dan ibu menyusui. Bahkan telur juga dianjurkan untuk diberikan pada orang yang sedang sakit untuk mempercepat proses kesembuhannya. Telur merupakan sumber protein yang mudah diperoleh dan hampir semua orang menyukai telur sebagai bahan makanan (Sudaryani, 1999 : 3).

Berdasarkan hal tersebut maka, sebagian masyarakat melihat besarnya peluang pemasaran telur ayam ras, bukan hanya di kota-kota besar seperti kota Makassar akan tetapi juga sampai ke pelosok-pelosok pedesaan, produk telur ayam ras tersebut dapat ditemukan, sehingga mereka menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras.

Seperti halnya yang terjadi di Kota Makassar, khususnya di Pusat Niaga Daya, di lokasi tersebut pedagang yang menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras cukup banyak yaitu 68 pedagang (Hasil Survei, 2006), baik yang hanya memasarkan telur ayam ras saja maupun yang menggabungkan dengan produk pangan lainnya. Dari 68 pedagang tersebut terdapat sebanyak 31 orang pedagang yang memasarkan telur ayam ras. Pembangunan Pusat Niaga Daya Makassar merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh pihak pemerintah dalam menyediakan fasilitas bagi masyarakat pedagang untuk melakukan usaha pemasaran, termasuk pemasaran telur ayam ras.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan terhadap beberapa pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar, diperoleh suatu fakta bahwa terdapatnya perbedaan karakteristik dan pola kerja yang dimiliki antar pedagang

telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar. Karakteristik dan pola kerja pedagang telur ayam ras tersebut dapat dilihat beberapa aspek antara lain umur, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman usaha, asal daerah/suku, jumlah tanggungan keluarga, jumlah tenaga kerja yang digunakan, jumlah jam kerja dan hari kerja, status pekerjaan, permodalan, jarak rumah dan lokasi usaha dan besarnya pendapatan.

Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian tentang "*Deskripsi Karakteristik dan Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar*".

Perumusan Masalah

Masalah yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?
2. Bagaimana pola kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.
- b. Untuk mengetahui pola kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Sebagai bahan informasi bagi pihak – pihak yang berkepentingan mengenai karakteristik pedagang telur ayam ras di pusat Niaga Daya Makassar.
- b. Sebagai bahan informasi mengenai pola kerja pedagang telur ayam ras di pusat Niaga Daya Makassar.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Telur Ayam Ras

Telur merupakan salah satu bahan pangan yang paling lengkap gizinya. Selain itu, bahan pangan ini juga bersifat serba guna karena dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan. Komposisi sebutir telur terdiri dari 11% kulit telur, 58 % putih telur, dan 31 % kuning telur. Kandungan gizi sebutir telur ayam dengan berat 50 gram terdiri dari protein 6,3 gram; karbohidrat 0,6 gram; lemak 5 gram, vitamin dan mineral (Sudaryani, 1999 : 8).

Telur yang diperdagangkan di Indonesia hingga saat ini adalah telur ayam ras, telur ayam kampung, telur itik kampung, sedangkan yang belum biasa adalah telur itik komersial. Disamping itu, ada telur unggas lain yang sudah populer mulai tahun 1980-an yaitu telur puyuh (Rasyaf, 1996 : 204).

Ayam ras petelur dikenal ada dua macam, yaitu petelur kulit cokelat dan kulit putih. Keduanya sebenarnya sama dan kandungan gizinya pun relatif sama. Yang berbeda hanyalah dari sudut pandang pembeli yang memandang telur warna cokelat lebih menarik, lebih besar dan lebih enak. Akibat dari pandangan pembeli itulah yang menyebabkan telur ayam ras cokelat lebih banyak permintaannya (Rasyaf, 1996 : 204 - 205).

Dari sebutir telur ayam ras didapatkan kurang lebih 200 mg kolesterol, sedangkan kebutuhan kolestrol seorang manusia berkisar antara 1000 – 1500 mg. Kolestrol diperlukan tubuh untuk membentuk garam empedu yang diperlukan bagi

pencernaan lemak yang berasal dari makanan. Selain itu, kolesterol juga merupakan komponen pembentuk hormon seksual, seperti testosteron dan hormon adrenalin, seperti kortison (Sudaryani, 1999 : 3).

Pemasaran Telur Ayam Ras

Pemasaran bermula dari kenyataan bahwa manusia adalah makhluk yang memiliki kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan dan keinginan itu menciptakan suatu keadaan yang tidak menyenangkan dalam diri seseorang yang harus dipecahkan melalui pemilikan produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Karena beberapa produk dapat memuaskan kebutuhan tertentu, maka pemilihan atas produk dituntun oleh konsep nilai dan kepuasan yang diharapkan (Irawan, dkk, 2001).

Rasyaf (2005 : 164 – 165) menyatakan bahwa salah satu bagian penting dalam pengelolaan pemasaran adalah kiat pemasaran telur, yang tidak kalah pentingnya dari aspek lainnya dalam jajaran pemasaran ini. Secara prinsip kiat pemasaran telur ini lebih bersifat *siasat* untuk memperlancar pemasaran. Kerja instrumen pemasaran itu dapat diatur atau dimanfaatkan untuk kepentingan kita melalui siasat yang dipasang. Kiat pemasaran telur ini tergantung pada beberapa hal, yaitu :

1. Organisasi pemasaran. Peternakan yang mempunyai organisasi acak-acakan tidak akan mampu menata kiat pemasaran yang benar sesuai tujuan peternakan. Misalnya petugas pemasaran yang merangkap bagian pembelian, bagaimana ia

akan berprestasi bila perhatiannya terpecah dengan hak dan kewajiban yang tidak jelas.

2. Ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Peternakan yang memiliki ini akan mempunyai wawasan yang luas dan akan mengetahui kiat yang harus dipasang dalam menjual telur hasil produksi peternakannya.
3. Kenali dahulu produk yang hendak dijual. Telah dibahas karakteristik tiap telur unggas dan kaitannya dengan permintaan. Contoh kasus pernah terjadi di tahun 1979-an, ketika itik komersial mulai masuk ke Indonesia dan peternakan itik komersial yang dipelihara secara intensif mulai dibuka. Sayang peternaknya tidak paham akan produk yang dijual dan tidak paham pula akan selera konsumen Indonesia. Akibatnya fatal dan peternakan pun bubar. Tiap produk harus dipahami dan tiap produk mempunyai kiat pemasaran yang berbeda.
4. Kenali konsumen yang akan menerima telur-telur hasil peternakan itu. Masyarakat tiap periode akan berubah. Sebelum tahun 1970-an orang cukup makan telur saja sudah untung. Kini makan telur sudah biasa, yang dibutuhkan adalah telur yang praktis penggunaannya dan kualitasnya terjamin. Harga menjadi nomor dua. Itu semua akibat kemajuan pembangunan selama ini, misalnya Ibu-ibu bermobil lebih bergengsi beli telur yang terkemas cantik di pasar swalayan daripada beli eceran atau kiloan di pasar tradisional yang becek dan kusam. Sekalipun lebih murah daripada di pasar swalayan. Kemajuan pembangunan membutuhkan hal lain dan harga telur yang murah menjadi tersisih dengan semakin tingginya pendapatan.

Pasar merupakan pertemuan antara permintaan dengan penawaran. Ada pembeli dan ada pula penjual maka terjadilah tawar menawar hingga sepakat untuk melakukan transaksi pada harga yang disepakati itu. Proses ini dinamakan pasar, tidak peduli tempatnya. Harga yang disepakati itu adalah harga pasar, sekalipun proses itu mungkin melalui telepon. Mulai dari telur-telur itu keluar dari areal produksi hingga tiba di konsumen akhir itulah yang dinamakan dengan pemasaran atau dikenal juga dengan sebutan tata niaga. Jadi, telur produksi peternakan itu dipasarkan kepada pembeli. Dalam batasan tentang pemasaran telur itu, posisi peternak jelas, yaitu pada pihak awal yang memproduksi telur-telur ayam. Hingga tiba di konsumen akhir bisa saja ditangani oleh satu pihak atau satu orang dan dapat lebih dari satu. Artinya yang "menyampaikan" telur hingga tiba di konsumen terakhir bisa peternak itu sendiri dan dapat pula melibatkan pihak lain (Rasyaf, 1999 : 168 dan 172).

Tinjauan Usaha Kecil Menengah

Partomo dan Soejoedo (2002 : 22 - 23) menyatakan bahwa dari hasil penelitian yang dilakukan Lembaga Manajemen FE UI tahun 1987 dapat dirumuskan profil usaha kecil di Indonesia sebagai berikut :

1. Hampir setengahnya dari usaha kecil hanya mempergunakan kapasitas 60% atau kurang.
2. Lebih dari setengah usaha kecil didirikan sebagai pengembangan dari usaha kecil-kecilan.

3. Masalah-masalah utama yang dihadapi :
 - a. Sebelum investasi masalah : permodalan, kemudahan usaha (lokasi, izin).
 - b. Pengenalan usaha : pemasaran, permodalan, hubungan usaha.
 - c. Peningkatan usaha : pengadaan bahan/barang.
4. Usaha menurun karena : kurang modal, kurang mampu memasarkan, kurang keterampilan teknis, dan administrasi.
5. Mengharapkan bantuan pemerintah berupa modal, pemasaran, dan pengadaan barang.
6. 60% menggunakan teknologi tradisional.
7. 70% melakukan pemasaran langsung ke konsumen.
8. Untuk memperoleh bantuan perbankan, dokumen-dokumen yang harus disiapkan dipandang terlalu rumit.

Selanjutnya dikatakan pula bahwa profil usaha kecil Indonesia dari segi manajemen, yaitu sebagai berikut :

1. Pemilik sebagai pengelola.
2. Berkembang dari usaha kecil-kecilan, karena itu kepercayaan diri yang berlebihan.
3. Tidak membuat perencanaan tertulis.
4. Kurang membuat catatan/pembukuan tertib.
5. Pendelegasian wewenang secara lisan.
6. Kurang mampu mempertahankan mutu.
7. Sangat tergantung pada pelanggan dan pemasok disekitar usahanya.

8. Kurang membina saluran informasi.
9. Kurang mampu membina hubungan perbankan.

Profil usaha kecil Indonesia dari segi keuangan, yaitu sebagai berikut :

1. Memulai usaha kecil-kecilan, bermodal sedikit dana dan keterampilan pemiliknya.
2. Terbatasnya sumber dana dari perbankan.
3. Kemampuan memperoleh pinjaman bank relatif rendah/kurang mampu sediakan jaminan, proposal kredit, dan lain-lain.
4. Kurang akurat perencanaan anggaran kas.
5. Tidak memiliki catatan harga-pokok produksi; perhitungan sangat kasar.
6. Kurang memahami tentang perlunya pencatatan keuangan/akuntansi.
7. Kurang paham tentang prinsip-prinsip penyajian laporan keuangan dan kemampuan analisisnya.
8. Kurang mampu memilih informasi yang berguna bagi usahanya.

Suatu komite untuk pengembangan ekonomi (*Committee of Economic development*) mengajukan konsep tentang usaha skala kecil/menengah dengan lebih menekankan pada kualitas/mutu daripada kriteria kuantitatif untuk membedakan perusahaan usaha kecil-menengah dan besar. Ada 4 aspek yang dapat dipergunakan dalam konsep usaha kecil-menengah tersebut, yaitu *pertama* ialah kepemilikan, *kedua* operasinya terbatas pada lingkungan atau kumpulan pemodal, *ketiga* wilayah operasinya terbatas pada lingkungan sekitarnya, meskipun pemasaran dapat melampaui wilayah lokalnya, *keempat* adalah ukuran dari perusahaan dalam industri

bersangkutan lebih kecil dibandingkan dengan usaha lainnya dalam bidang usaha yang sama. Ukuran yang dimaksud bisa jumlah pekerja/karyawan atau satuan lainnya yang signifikan (Gaedeke and Tootelian, 1991 *dalam* Partomo dan Soejoedo, 2002 : 19).

Karakteristik dan Pola Kerja

Basrah (2003) mengemukakan bahwa karakteristik pelaku usaha sektor informal (termasuk pedagang) merupakan karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh tenaga kerja yang meliputi usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, status pekerjaan, asal daerah, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman kerja/usaha. Sedangkan pola kerja merupakan cara kerja tiap tenaga kerja yang meliputi jam kerja, hari kerja, masa kerja, jumlah tenaga kerja, jumlah modal yang digunakan dan besarnya perkiraan pendapatan.

Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik dan pola kerja menurut Basrah (2003) yaitu sebagai berikut :

1. Usia atau umur tenaga kerja/pengusaha
2. Jenis kelamin
3. Status pekerjaan
4. Pendidikan
5. Pengalaman usaha
6. Asal daerah/suku
7. Jumlah tanggungan keluarga

8. Jumlah tenaga kerja
9. Jumlah hari kerja
10. Jumlah jam kerja
11. Masa kerja
12. Jarak antara rumah dengan lokasi usaha
13. Modal
14. Perkiraan besarnya pendapatan.

Fuad dkk (2005 : 53 – 54) menyatakan bahwa secara umum pengertian usaha kecil mengacu pada ciri-ciri atau karakteristik sebagai berikut :

- *Manajemen berdiri sendiri.* Pada umumnya, para manajer usaha kecil adalah juga pemilik. Dengan predikat yang disandang, mereka memiliki kebebasan luas untuk bertindak dan mengambil keputusan.
- *Investasi modal terbatas.* Pada umumnya, modal usaha kecil disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil pemilik, karena jumlah modal yang diperlukan relatif kecil dibandingkan modal yang diperlukan usaha-usaha besar.
- *Daerah operasinya lokal.* Dalam hal ini majikan dan karyawan tinggal dalam suatu lingkungan yang berdekatan dengan letak usaha. Meskipun demikian, tidak berarti usaha kecil hanya melayani pasar setempat. Seringkali dijumpai, pemasaran usaha kecil bahkan mencapai lingkup nasional.
- *Ukuran secara keseluruhan relatif kecil* (penyelenggaraan dibidang operasinya tidak dominan).

Tambunan (2002 : 56) mengemukakan bahwa selain pengusaha, tingkat pendidikan pekerja juga sangat menentukan perkembangan suatu usaha. Contoh menunjukkan bahwa salah satu faktor penting yang membuat Indonesia hingga saat ini masih terbelakang dalam pembangunan ekonomi, termasuk dalam persaingan global, dengan negara-negara asia lainnya seperti Singapura, Taiwan, Korea Selatan dan Jepang, adalah karena pendidikan. Sebagian besar penduduk Indonesia masih berpendidikan rendah dan bahkan diantaranya banyak yang tidak menyelesaikan SD.

Selain tingkat pendidikan formalnya, penting juga untuk melihat komposisi pekerja menurut statusnya, karena dengan demikian secara tidak langsung dapat diketahui indikasi tentang profesionalisme dan intensif tidaknya dalam melakukan pengelolaan suatu usaha (BPS, 1998 dalam Tambunan 2002 : 56).

Partomo dan Soejoedo (2002 :19) menyatakan bahwa dari hasil penelitian Balton (1971), pimpinan/pengurus usaha skala kecil-menengah pada umumnya kurang atau tidak mengenyam pendidikan formal atau mempunyai pendapat yang lemah terhadap perlunya pendidikan dalam pelatihan. Di antara usaha skala kecil terdapat jenis kegiatan yang disebut kerajinan yang bisa dibedakan yaitu kerajinan yang bermutu tinggi dan yang bermutu rendah. Kerajinan yang bermutu mempunyai nilai seni yang tinggi dan pembelinya dari kalangan tertentu, sedang yang bermutu rendah untuk dijual lokal dengan harga yang relatif murah.

Permodalan atau pembelanjaan maksudnya ialah bagaimana usaha dari suatu perusahaan untuk mencari dana atau kekayaan guna kelancaran jalannya perusahaan tersebut. Sebelum dicari maka disusun dahulu anggaran untuk apa dana itu

digunakan. Setelah dana diperoleh, baru diinvestasikan kedalam barang-barang modal. Misalnya seorang pedagang ingin membuka usaha pertokoan. Dia harus merencanakan kira-kira apa keperluan yang akan dibelanjai, misalnya : mendirikan bangunan, mengontrak toko, membeli peralatan toko membeli barang dagangan dan sebagainya (Alena, 2002 : 228).

Rahardi, dkk (1993 : 7 – 8) mengemukakan bahwa untuk pelaksanaan fungsi atau kegiatan usaha, diperlukan sumber daya atau unsur penunjang. Sumber daya tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Manusia (perencana, pengatur dan pelaksana dari seluruh kegiatan manajemen).
- b. Uang (untuk membiayai kegiatan manajemen).
- c. Material (bahan baku atau bahan penunjang, dapat berupa barang atau jasa).
- d. Peralatan dan mesin-mesin.
- e. Pola kerja (sistem atau cara untuk mencapai efektivitas atau efisiensi).
- f. Pasar.

Selanjutnya dikemukakan pula bahwa ada tiga aspek dalam usaha agribisnis/perusahaan yang memerlukan manajemen yang baik untuk penyelenggaraannya. Aspek tersebut adalah produksi, keuangan/modal, dan pasar/pemasaran. Hal ini bisa dimengerti mengingat ketigamnya, disamping personalia akan menentukan wajah atau citra usaha agribisnis atau menentukan kelangsungan usaha agribisnis dimasa selanjutnya.

Volume Penjualan

Tujuan penjualan berhubungan dengan volume barang dan jasa yang dijual oleh suatu retailer. Pertumbuhan, stabilitas dan/atau market share adalah tujuan penjualan yang paling sering dicari oleh para retailer. Beberapa retailer menetapkan pertumbuhan penjualan sebagai prioritas utama. Di bawah tujuan ini, suatu perusahaan tertarik dalam pemerluasan operasi-operasi dan peningkatan nilai penjualan. Asumsinya adalah bahwa investasi-investasi di masa sekarang akan menghasilkan keuntungan-keuntungan di masa yang akan datang. Suatu retailer kecil atau besar yang berhasil sering menjadi tertarik untuk membuka unit-unit baru dan meningkatkan volume penjualan (Thoyib, 1998 : 39).

Sumarni dan Soeprihanto (1997 : 233) menyatakan bahwa konsep pemasaran berbeda dengan konsep penjualan dalam hal orientasinya. Di dalam konsep penjualan terkandung dasar pemikiran :

1. Tugas utama perusahaan ialah mencapai volume penjualan setinggi-tingginya.
2. Para konsumen harus didorong untuk membeli dengan berbagai cara peningkatan penjualan.
3. Para pembeli kemungkinan akan melakukan pembelian lagi dan walaupun tidak, masih ada konsumen yang lain.

Analisis volume penjualan secara statistik adalah kumpulan prosedur statistik yang dipergunakan untuk menemukan faktor nyata paling penting yang

mempengaruhi penjualan dan pengaruh relatifnya. Faktor-faktor yang paling umum dianalisis adalah faktor harga; produk, termasuk ketersediaan produk; pendapatan ; populasi; distribusi dan promosi (Kotler dan Armstrong, 1997 : 227).

Biaya, Penerimaan dan Pendapatan

Biaya merupakan imbalan atas penggunaan sumber daya yang telah digunakan, baik itu barang-barang modal atau jasa. Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan kualitas dan kuantitas sumber daya tersebut (Rasyaf, 1996 : 153).

Biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah disebabkan oleh adanya perubahan jumlah hasil. Apabila jumlah barang yang dihasilkan bertambah, maka biaya variabelnya juga akan meningkat. Biaya tetap adalah biaya-biaya yang tidak berubah-ubah (konstan) untuk setiap tingkatan sejumlah hasil yang diproduksi. Total biaya merupakan seluruh biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan atau dengan kata lain biaya total ini merupakan jumlah dari biaya variabel dan biaya tetap (Swastha dan Sukotjo, 1993 : 217).

Biaya tataniaga suatu macam produk biasanya diukur secara kasar dengan margin dan spread. Margin adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Pada suatu perusahaan (*Firm*) istilah margin merupakan sejumlah uang yang ditentukan secara internal accounting, yang diperlukan untuk menutupi biaya dan laba, dan ini merupakan perbedaan atau spread antara harga pembelian dan harga penjualan (Hanafiah dan Saefuddin, 1986 : 99).

Daniel (2004 : 159) menyatakan bahwa margin tata niaga adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin ini akan diterima oleh lembaga niaga yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Makin panjang tata niaga (semakin banyak lembaga yang terlibat) maka semakin besar margin tata niaga.

Penerimaan adalah perkalian antara harga dengan jumlah yang terjual. Jika harga tinggi tetapi jumlah yang terjual adalah rendah maka penerimaan pun akan rendah, sebaliknya jika harga rendah tetapi jumlah yang terjual tinggi maka penerimaan pun rendah, karena penerimaan merupakan harga dikali dengan jumlah produk yang terjual. Untuk mendapatkan penerimaan yang tinggi maka dibutuhkan harga yang optimal, yaitu perkalian antara harga dan jumlah produk yang terjual adalah optimal (Yogi, 2004 : 17).

Manullang (2002 : 316 – 317) menyatakan bahwa keuntungan kotor penjualan merupakan selisih antara hasil penjualan dengan harga pokok penjualan sedangkan pendapatan bersih operasi adalah selisih antara keuntungan kotor dengan biaya operasi. Jika biaya operasi lebih besar dari keuntungan kotor maka terjadi kerugian. Lembaga niaga atau orang atau badan ataupun perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran hasil pertanian. Di tingkat desa, kita lihat ada tengkulak dan ada pedagang perantara, pengumpul dan pengecer. Di tingkat kecamatan juga ada perantara, pengumpul dan pengecer. Keadaan ini juga terjadi ditingkat kabupaten dan propinsi.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 (dua) bulan yaitu pada tanggal 1 Agustus sampai dengan 30 September 2006 pada pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu suatu jenis penelitian yang bertujuan melakukan penggambaran atau penjelasan terhadap objek penelitian. Adapun penggambaran yang dilakukan pada penelitian ini adalah objek penelitian yaitu karakteristik dan pola kerja pedagang telur ayam ras pada Pusat Niaga Daya Makassar.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah keseluruhan pedagang yang melakukan penjualan telur ayam ras pada Pusat Niaga Daya Makassar. Adapun jumlah pedagang yang menggeluti usaha perdagangan telur ayam ras pada Pusat Niaga Daya Makassar yaitu sebanyak 31 orang. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil maka pada penelitian digunakan keseluruhan anggota populasi sebagai sampel atau dengan kata lain sampel jenuh.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

- a. Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.
- b. Wawancara yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara atau tanya-jawab dengan para pedagang telur ayam raas di Pusat Niaga Daya Makassar.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini adalah :

- a. Data Kualitatif yaitu data yang berbentuk kalimat yang merupakan tanggapan-tanggapan pedagang terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.
- b. Data Kuantitatif yaitu jenis data yang berbentuk angka-angka, atau data kualitatif yang diangkakan.

Sumber Data pada penelitian ini terdiri atas :

- a. Data primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara langsung dengan para pedagang telur ayam ras, meliputi identitas responden yang terdiri atas: nama, umur, jenis kelamin, pendidikan, dan lain sebagainya, serta wawancara dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian, antara lain kepala pasar dan lain sebagainya.

- b. Data sekunder adalah data yang bersumber dari laporan-laporan, kajian kepustakaan, data dinas peternakan maupun data yang berasal dari Badan Pusat Statistik.

Analisa Data

Analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- Analisis deskriptif dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi untuk menggambarkan karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.
- Analisis deskriptif dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi untuk menggambarkan pola kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

Konsep Operasional

- a. Karakteristik pedagang telur ayam ras adalah ciri atau karakter pribadi yang dimiliki oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya meliputi umur, jenis kelamin, status pekerjaan, pendidikan, pengalaman usaha, asal daerah, dan jumlah tanggungan keluarga.
- b. Pola kerja pedagang telur ayam ras adalah cara kerja setiap pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yang meliputi jumlah tenaga kerja, jam kerja, jumlah hari kerja, masa kerja, jarak antara rumah dengan lokasi usaha, permodalan dan pendapatan.
- c. Pedagang telur ayam ras adalah orang yang menjual atau memasarkan telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

- d. Umur adalah umur pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar pada saat pengambilan data.
- e. Jenis kelamin adalah jenis kelamin pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.
- f. Pendidikan adalah tingkat pendidikan formal yang telah ditamatkan oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.
- g. Asal daerah adalah asal daerah (kabupaten) tempat tinggal pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.
- h. Status pekerjaan adalah status usaha pemasaran telur ayam ras yang digeluti oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yang dibedakan atas pekerjaan tetap atau sambilan.
- i. Pengalaman usaha adalah lama pedagang menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras baik di Pusat Niaga Daya Makassar maupun ditempat lain (Tahun).
- j. Jumlah tanggungan keluarga menunjukkan banyaknya tanggungan yang dimiliki oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar (Orang).
- k. Jumlah tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja yang digunakan oleh pedagang pada usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar (Orang).
- l. Jumlah hari kerja yaitu banyaknya hari kerja yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras untuk usaha pemasaran telur ayam ras dalam seminggu di Pusat Niaga Daya Makassar (hari).

- m. Jumlah jam kerja adalah banyaknya jam kerja yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras dalam sehari untuk memasarkan telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.
- n. Masa kerja adalah lamanya pedagang telur ayam ras menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar (Bulan).
- o. Permodalan adalah sumber modal yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar.
- p. Pendapatan adalah jumlah rata-rata pendapatan yang diperoleh oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar setiap bulannya (Rp/bulan).
- q. Total penerimaan adalah besarnya penerimaan yang diperoleh pedagang telur ayam ras setiap bulannya di Pusat Niaga Daya Makassar yang dinyatakan dengan rupiah per bulan (Rp/Bln).
- r. Total biaya adalah besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang telur ayam ras setiap bulannya di Pusat Niaga Daya Makassar yang dinyatakan dengan rupiah per bulan (Rp/Bln).
- s. Biaya pada usaha pemasaran telur ayam ras terdiri atas biaya pembelian telur ayam ras, biaya transportasi, biaya penyimpanan, biaya retribusi, biaya peralatan dan lain sebagainya dinyatakan dengan rupiah per bulan (Rp/Bln).

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Singkat Pusat Niaga Daya Makassar

Pusat Niaga Daya Makassar merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang cukup besar di Kota Makasar. Pembangunan Pusat Niaga Daya Makassar tersebut didasarkan pada pertimbangan kondisi pasar lama yang terletak di Jalan Perintis Kemerdekaan sudah sangat padat dan tidak mampu menampung pedagang yang jumlahnya semakin banyak, serta sebagai upaya untuk menanggulangi semakin semrawutnya kondisi jalan Perintis Kemerdekaan yang merupakan salah satu jalur transportasi yang menghubungkan Kota Makassar dengan beberapa Kota/Kabupaten di Sulawesi Selatan.

Pusat Niaga Daya Makassar dibangun pada tahun 1996 - 1998, sebagai upaya untuk memberikan ruang gerak bagi aktivitas perekonomian dan perdagangan masyarakat yang semakin meningkat. Pengembangan Pusat Niaga Daya Makassar tersebut memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan sektor ekonomi, khususnya sektor perdagangan di daerah tersebut khususnya dan Makassar pada umumnya. Kegiatan operasional Pusat Niaga Daya Makassar dilakukan pada awal tahun 1999.

Seperti halnya pusat perniagaan lainnya, Pusat Niaga Daya Makassar juga memasrkn berbagai jenis produk maupun jasa, mulai dari bahan pangan, sandang, berbagai barang elektronik, jasa, sarana produksi pertanian dan peternakan dan lain-lain.

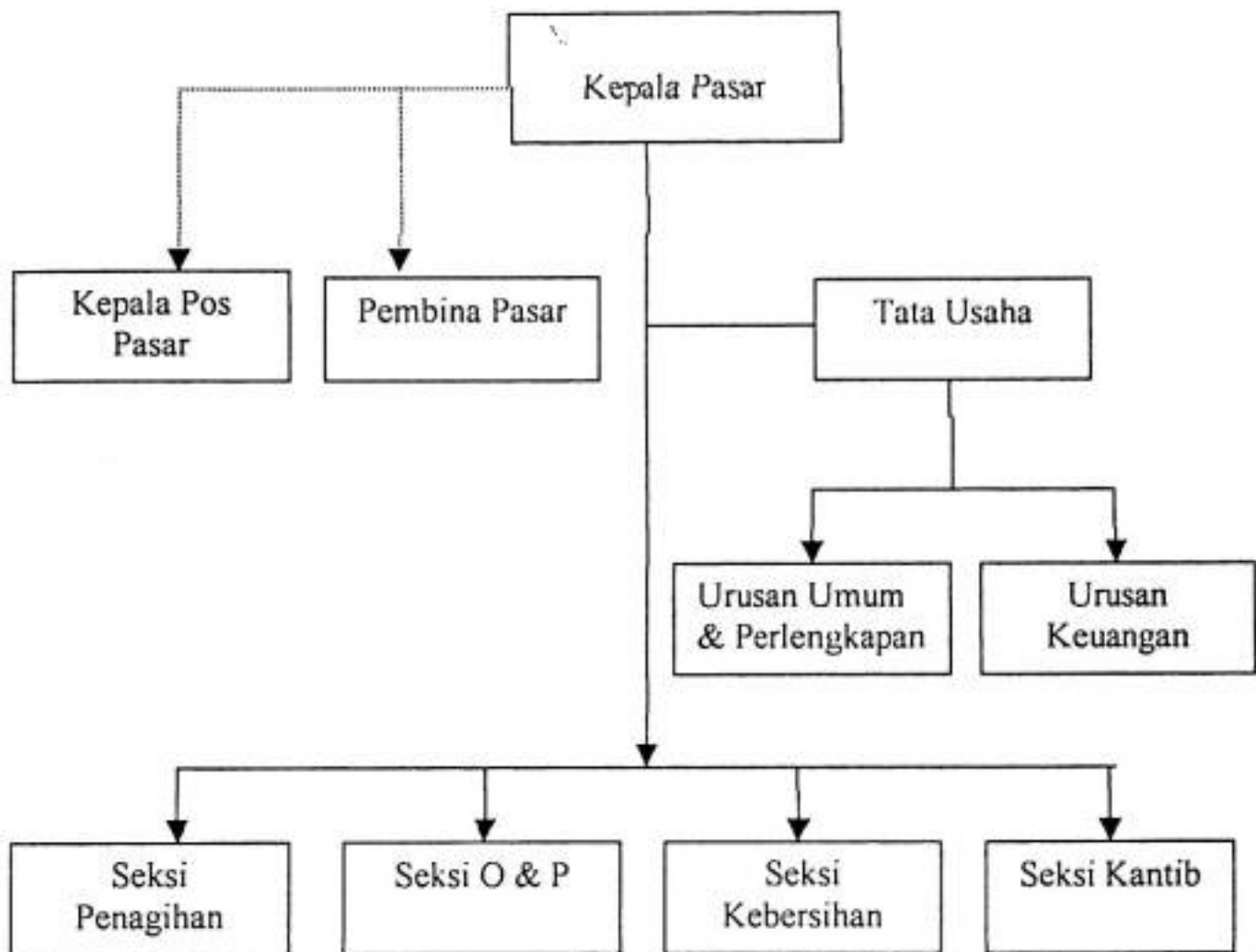
Letak dan Luas

Pusat Niaga Daya Makassar memiliki luas sekitar \pm 3 Ha yang terletak di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar. Dilihat dari letak Pusat Niaga Daya Makassar tersebut maka dapat dikatakan bahwa letak pasar sangat strategis karena dapat dilalui oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Selain itu, Pusat Niaga Daya Makassar juga memiliki lokasi yang sangat strategis karena berdekatan dengan terminal regional Daya.

Sruktur Organisasi

Untuk memudahkan dalam kegiatan operasional organisasi maka diperlukan adanya suatu struktur organisasi yang jelas agar setiap komponen dalam organisasi tersebut dapat mengerti dan mengenal tugas dan wewenang masing-masing sehingga tidak terjadi hal-hal yang dapat mengganggu jalannya aktivitas dan kegiatan operasional sehari-hari. Seperti halnya pada organisasi di Pusat Niaga Daya Makassar, pembentukan sruktur organisasi dilakukan untuk memperlancar kegiatan atau aktivitas sehari-hari.

Adapun struktur organisasi pada Pusat Niaga Daya Makassar dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Organisasi Pusat Niaga Daya Makassar

Adapun untuk lebih jelasnya mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian pada struktur organisasi di Pusat Niaga Daya Makassar adalah sebagai berikut :

1. Kepala Pasar

Kepala Pasar mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk menjalankan kegiatan organisasi dengan koordinasi semua bagian yang ada dalam organisasi, agar organisasi dapat beroperasi secara efektif dan efisien.

2. Kepala Pos

Kepala pos mempunyai tugas dan tanggung jawab mengawasi segala aktivitas organisasi.

3. Pembina Pasar

Pembina pasar mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam membina organisasi pasar serta mengawasi segala kegiatan organisasi pasar.

4. Tata Usaha

Bagian Tata Usaha ini terdiri atas :

a. Urusan Umum dan perlengkapan

Urusan umum dan perlengkapan mempunyai tugas dan tanggung jawab yaitu menyelenggarakan kegiatan-kegiatan administrasi dan perlengkapan pada organisasi pasar.

b. Urusan Keuangan

Bagian keuangan mempunyai tugas dan tanggung jawab atas terselenggaranya pengelolaan keuangan dengan baik.

5. Seksi Penagihan

Seksi penagihan mempunyai tugas dan tanggung jawab terhadap penagihan retribusi pasar setiap harinya.

6. Seksi Operasional

Seksi operasional mempunyai tugas dan tanggung jawab atas segala kegiatan-kegiatan operasional dalam organisasi.

7. Seksi Kebersihan

Seksi kebersihan mempunyai tugas dan tanggung jawab terhadap keadaan kebersihan pasar termasuk masalah persampahan.

8. Seksi Keamanan dan Ketertiban

Seksi keamanan dan ketertiban mempunyai tugas dan tanggung jawab atas kondisi keamanan dan ketertiban pasar.

Sarana dan Prasarana

Pasar merupakan salah satu sarana perekonomian masyarakat. Dengan adanya pasar masyarakat tidak lagi mengalami kesulitan untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari maupun untuk keperluan pertanian. Untuk itu pasar perlu dilengkapi sarana dan prasarana yang memadai. Adapun sarana dan prasarana di Pusat Niaga Daya Makassar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Sarana dan Prasarana Yang Terdapat Pada Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Jenis sarana	Jumlah (Unit)
1	Musaffah	1
2	Parkir	2
3	Telepon Umum	5
4	WC dan Kamar Mandi	4
5	Gedung	1
6	Kantor	1

Sumber : Data Sekunder Pusat Niaga Daya Makassar, 2006.

Berdasarkan data pada Tabel 1. terlihat bahwa sarana dan prasarana yang terdapat pada Pusat Niaga Daya Makassar cukup tersedia, sehingga hal ini dapat mendukung kegiatan-kegiatan yang terjadi pada pasar tersebut. Meskipun demikian, satu faktor yang perlu ditingkatkan yaitu menyangkut perparkiran. Hal ini disebabkan karena salah satu penyebab kesemrawutan dan kemacetan dalam Pusat Niaga Daya Makassar adalah sarana perparkiran yang belum tertata dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar

Karakteristik pedagang telur ayam ras adalah ciri atau karakter pribadi yang dimiliki oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya meliputi : umur, jenis kelamin, status pekerjaan, pendidikan, pengalaman usaha, asal daerah/suku, dan jumlah tanggungan keluarga. Untuk mengetahui karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar adalah sebagai berikut :

g. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kemampuan fisik dan perilaku seseorang dalam menjalankan aktivitas usaha. Seseorang akan mengalami peningkatan kemampuan fisik seiring dengan meningkatkan umur, akan tetapi pada titik umur tertentu seseorang akan mengalami penurunan kemampuan fisik. Berdasarkan hal tersebut dikenal adanya pembagian umur berdasarkan kemampuan produktif seseorang, yaitu umur produktif dan umur tidak produktif. Umur produktif merupakan umur dimana seseorang memiliki kemampuan potensial untuk memproduksi atau menghasilkan barang maupun jasa. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Daniel (2004 : 87) bahwa umur produktif merupakan umur penduduk potensial yang dapat bekerja untuk memproduksi barang maupun jasa.

Adapun karakteristik pedagang telur ayam ras berdasarkan tingkat umur dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Umur Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	21 – 26	5	16,13
2.	27 – 32	8	25,81
3.	33 – 38	5	16,13
4.	39 – 44	7	22,58
5.	45 – 50	4	12,90
6.	51 – 56	2	6,45
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 2. terlihat bahwa karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berdasarkan tingkatan umur yaitu berumur antara 21 sampai dengan 56 tahun. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu pedagang telur ayam ras yang berumur antara 27 sampai dengan 32 tahun sebanyak 8 orang atau 25,81 %, dan sebagian kecil yang berumur antara 51 sampai dengan 56 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau 6,45 %. Melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa keseluruhan pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berada pada kategori usia produktif atau usia kerja. Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2004 : 87) bahwa penduduk usia kerja yaitu yang berumur antara 15 sampai dengan 64 tahun.

Melihat kenyataan bahwa karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berdasarkan umur berada pada umur produktif, maka hal ini memberikan dampak positif pengembangan usaha pemasaran telur ayam ras yang

digeluti oleh pedagang tersebut. Selain hal tersebut, karakteristik umur yang dimiliki oleh pedagang telur ayam ras tentunya akan berdampak terhadap peningkatan motivasi kerja yang lebih tinggi karena adanya dukungan oleh kondisi fisik yang lebih baik atau prima. Hal ini berbeda jika pedagang telur ayam ras tersebut berada pada usia non produktif (di luar usia produktif), dimana mereka yang berada pada usia non produktif, meskipun motivasi kerja yang tinggi akan tetapi kondisi fisik yang lemah tentunya sangat menghambat dalam usaha pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras tersebut.

h. Jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, seseorang dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Seperti halnya dengan umur, jenis kelamin juga dapat menentukan kemampuan fisik seseorang dalam bekerja atau beraktivitas. Seorang laki-laki umumnya memiliki kemampuan fisik yang lebih kuat jika dibandingkan dengan kaum perempuan. Adapun komposisi pedagang telur ayam ras berdasarkan karakteristik jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jenis Kelamin Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	27	87,10
2.	Perempuan	4	12,90
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Berdasarkan data pada Tabel 3. terlihat bahwa usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar tidak hanya digeluti oleh satu jenis kelamin saja, akan tetapi terdapat pedagang telur ayam ras yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan jender dalam usaha pemasaran telur ayam ras. Siapa saja merasa mampu dalam menggeluti usaha tersebut. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu pedagang yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 27 orang atau 87,10 % dan hanya terdapat sebanyak 4 orang atau 12,90 % yang berjenis kelamin perempuan. Meskipun karakteristik pedagang telur ayam ras sebagian besar adalah laki-laki, akan tetapi kenyataan tersebut telah menunjukkan bahwa usaha pemasaran telur ayam ras dapat dilakukan atau digeluti oleh siapa saja.

Usaha pemasaran telur ayam ras merupakan usaha yang relatif mudah pengelolaannya jika dibandingkan dengan usaha lainnya. Hal ini menyebabkan perempuan-perempuan tersebut menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras.

i. Status pekerjaan

Status pekerjaan seseorang dapat dibedakan antara pekerjaan tetap atau pekerjaan utama dengan pekerjaan sampingan. Jika pekerjaan tersebut merupakan sumber pendapatan utama seseorang atau sebagian besar waktu yang dimiliki digunakan untuk menjalankan pekerjaan tersebut maka usaha tersebut merupakan usaha tetap atau pekerjaan utama, sedangkan jika pekerjaan tersebut hanya digunakan saat-saat tertentu saja dan bukan merupakan sumber pendapatan utama maka pekerjaan tersebut dapat digolongkan pada pekerjaan sampingan.

Adapun komposisi pedagang telur ayam ras berdasarkan karakteristik status pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Status Pekerjaan Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Status Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Tetap/Utama	31	100,00
2.	Sampingan	0	0,00
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 4. terlihat bahwa karakteristik pedagang telur ayam ras berdasarkan status pekerjaan yang digeluti sebagai pedagang telur ayam ras petelur yaitu keseluruhan atau 31 orang (100,00 %) yang menyatakan bahwa usaha tersebut merupakan usaha tetap atau pekerjaan utama dan tidak terdapat pedagang yang menyatakan sebagai pekerjaan sampingan. Hal ini disebabkan karena pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar tersebut tidak memiliki usaha lain selain usaha pemasaran telur ayam ras. Sejak pagi sampai sore bahkan malam hari, pedagang tersebut menggunakan keseluruhan waktunya untuk menjalankan atau mengelola usaha pemasaran telur ayam ras tersebut.

Berbagai alasan yang menyebabkan para pedagang ayam ras petelur menjadikan usaha pemasaran telur ayam ras sebagai pekerjaan tetap atau pekerja utama sebagai sumber pendapatan keluarga, karena para pedagang menganggap bahwa usaha pemasaran telur ayam ras yang digelutinya tersebut memberikan

keuntungan yang cukup besar dan mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan keluarga yang semakin meningkat. Selain hal tersebut, para pedagang juga merasakan kepuasan tersendiri terhadap usaha tersebut.

j. Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang dapat terlihat dari jenjang pendidikan formal yang telah ditamatkannya atau diselesaikan. Tingkat pendidikan sangat berdampak terhadap kemampuan berpikir dan menganalisis suatu masalah, serta pemahaman terhadap berbagai masalah. Dengan semakin meningkatnya tingkat pendidikan dapat menyebabkan seseorang tersebut semakin memiliki kemampuan berpikir yang lebih baik atau lebih kritis. Komposisi responden berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan formal yang dimilikinya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Tingkat Pendidikan Formal yang Ditamatkan Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD / sederajat	4	12,90
2.	SMP / sederajat	12	38,71
3.	SMA / sederajat	13	41,94
4.	Sarjana / sederajat	2	6,45
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 5. terlihat bahwa karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berdasarkan tingkat pendidikan yaitu cukup bervariasi mulai

dari tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD) sampai dengan tingkat Sarjana atau sederajat. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu pedagang berpendidikan SMA/sederajat sebanyak 13 orang atau 41,94 % dan sebanyak 12 orang atau 38,71 % yang berpendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP)/sederajat serta terdapat pula pedagang yang berpendidikan sarjana/sederajat sebanyak 2 orang atau 6,45 %. Melihat kenyataan tersebut tentunya dapat dikatakan bahwa para pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar memiliki pendidikan yang cukup tinggi. Hal ini tentunya akan berdampak positif terhadap kemampuan dalam mengelola usaha pemasaran telur ayam ras yang digelutinya.

Faktor pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan manajerial seseorang. Seseorang yang memiliki pendidikan yang tinggi umumnya memiliki kemampuan manajerial yang lebih baik. Hal ini didukung oleh pendapat Nitisemito dan Burhan (2004 : 64-65) yang mengemukakan bahwa mengapa pendidikan merupakan syarat pendukung kemampuan seseorang ? karena dalam batas-batas tertentu kemampuan dapat ditingkatkan dengan jalan mempelajari fungsi dan prinsip-prinsip manajemen usaha pada umumnya dapat dilakukan melalui pendidikan. Pendidikan yang mendukung secara langsung kemampuan manajemen adalah pendidikan yang khusus mempelajari pengetahuan manajemen. Meskipun demikian, hal ini tidaklah berarti bahwa pendidikan diluar bidang manajemen tidak mendukung kemampuan, sebab secara tidak langsung proses pendidikan itu sendiri dapat meningkatkan kemampuan berfikir logis, kritis dan sistematis.

k. Pengalaman usaha

Pengalaman merupakan guru yang paling berharga dalam kehidupan seseorang. Hal ini disebabkan karena seseorang dapat belajar dari pengalaman yang telah dilalui atau dimilikinya. Seseorang yang memiliki banyak pengalaman akan lebih berani dalam mengambil suatu tindakan serta akan lebih mampu membaca situasi-situasi yang mungkin dapat memberikan keuntungan lebih baik atau menghindari kemungkinan masalah yang lebih besar.

Adapun komposisi pedagang telur ayam ras berdasarkan karakteristik pengalaman usaha atau pengalaman berdagang telur ayam ras dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Pengalaman Usaha yang Ditamatkan Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Pengalaman Usaha (Thn)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	0 - 5	10	32,26
2.	6 - 10	11	35,48
3.	11 - 15	4	12,90
4.	16 - 20	3	9,68
5.	21 - 25	3	9,68
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 6. terlihat bahwa karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berdasarkan pengalaman kerja atau pengalaman menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras cukup bervariasi. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu pedagang telur ayam ras yang memiliki pengalaman kerja sekitar 6 – 10 tahun sebanyak 11 orang atau 35,48 % dan hanya terdapat sebanyak masing-masing 3 orang atau 9,68 % yang menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras selama 16 sampai dengan 20 tahun dan 21 sampai dengan 25 tahun. Melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa para pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar sudah memiliki pengalaman kerja yang lama dan tentunya sudah memperoleh banyak pelajaran dari usaha yang digelutinya tersebut.

Pengalaman merupakan guru yang paling berharga bagi setiap orang, termasuk bagi pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar. Bagi pedagang telur ayam ras, selama menggeluti usaha tersebut, banyak pelajaran yang dapat diambil dan diterapkan dalam pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras. Pelajaran-pelajaran tersebut merupakan sumber pengambilan keputusan strategi pemasaran yang akan diterapkan serta pengalaman tersebut akan meningkatkan kemampuan manajerial seorang pedagang telur ayam ras. Hal ini sesuai dengan pendapat Nitisemito dan Burhan (2004 : 64-65) bahwa ada suatu ungkapan yang mengatakan bahwa “pengalaman adalah guru yang paling baik”. Hal ini berarti , makin banyak pengalaman seseorang maka semakin banyak pelajaran yang diperolehnya di bidang itu. Memang benar bahwa pelajaran dan pengetahuan tidak

hanya dapat diperoleh dari pengalaman. Dengan sekolah, kursus dan latihan juga dapat menambah kemampuan seseorang. Ada juga pelajaran/pengetahuan yang tidak dapat diperoleh dari sekolah atau kursus tetapi harus melalui pengalaman sendiri. Hal ini berarti bahwa untuk mendapatkan tenaga dengan kemampuan manajemen yang baik, faktor pengalaman haruslah merupakan syarat yang tidak boleh diabaikan.

1. Jumlah tanggungan keluarga.

Jumlah tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang dimiliki dan merupakan tanggung jawab dari seorang pedagang telur ayam ras. Jumlah tanggungan keluarga merupakan salah satu sumber daya yang sangat potensial jika dapat dimanfaatkan dengan baik, khususnya dalam pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras. Adapun klasifikasi responden berdasarkan karakteristik jumlah tanggungan keluarga terlihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	2 – 3	15	48,39
2.	4 – 5	11	35,48
3.	6 – 7	5	16,13
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 7. terlihat bahwa karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berkisar antara 2 sampai dengan 7 orang. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu yang memiliki jumlah tanggungan antara 2 sampai dengan 3 orang sebanyak 15 orang atau 48,39 % dan hanya terdapat sebanyak 5 orang atau 16,13 % pedagang telur ayam ras yang memiliki jumlah tanggungan sebanyak 6 sampai dengan 7 orang. Melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa jumlah tanggunga keluarga pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar cukup besar. Hal ini tentunya sangat mendukung bagi tersedianya tenaga kerja dalam pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras.

Jumlah tanggungan keluarga yang sebagian besar merupakan anggota keluarga pedagang telur ayam ras merupakan salah satu sumber ketersediaan tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras membutuhkan ketersediaan tenaga kerja meskipun dalam jumlah yang relatif kecil. Kenyataan ini disebabkan karena sebagian besar karakteristik usaha kecil menengah di Indonesia, termasuk di Pusat Niaga Daya Makassar menggunakan anggota keluarga sebagai tenaga kerja.

m. Asal daerah

Asal daerah merupakan salah karakteristik seorang pedagang yang penting untuk diketahui. Hal ini disebabkan karena asal daerah yang dimiliki seseorang tersebut dapat memberikan gambaran tentang terjadinya mobilitas penduduk dalam suatu daerah. Hal tersebut tidak terlepas pula dari faktor Kota Makassar sebagai pusat perdagangan dan industri terbesar di Kawasan Timur Indonesia, yang tentunya

akan menjadi faktor penarik maupun faktor pendorong seseorang dari daerah lain untuk datang ke Kota Makassar untuk mendapatkan pekerjaan sebagai sumber pendapatan keluarga.

Adapun karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berdasarkan asal daerah dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Asal Daerah Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Asal Daerah	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Barru	1	3,23
2.	Wajo	2	6,45
3.	Bone	2	6,45
4.	Gowa	4	12,90
5.	Maros	2	6,45
6.	Pangkep	1	3,23
7.	Sidrap	12	38,71
8.	Polewali	1	3,23
9.	Soppeng	4	12,90
10.	Makassar	2	6,45
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 8. terlihat bahwa karakteristik pedagang telur ayam ras berdasarkan asal daerah pedagang tersebut yaitu cukup beragam. Adapun asal daerah para pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu Kabupaten Barru, Wajo, Bone, Gowa, Maros, Pangkep, Sidrap, Polewali, Soppeng, dan Kota Makassar. Adapun jumlah pedagang terbanyak yaitu pedagang telur ayam ras yang berasal dari Kabupaten Sidrap yaitu sebanyak 12 orang atau 38,71 %. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan yang menunjukkan bahwa salah satu sentra pengembangan usaha peternakan ayam ras petelur di Sulawesi Selatan yaitu Kabupaten Sidrap, sehingga banyak pedagang yang menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yang merupakan keluarga dari para pengusaha peternakan ayam ras petelur dari Kabupaten Sidrap. Sedangkan untuk daerah seperti Kabupaten Barru, Pangkep dan Polewali hanya terdapat masing-masing sebanyak 1 orang atau 3,23 %.

Melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa karakteristik pedagang telur ayam ras berdasarkan asal daerah yaitu sebagian besar berasal dari luar kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi mobilitas penduduk dari luar kota Makassar menuju kota Makassar untuk menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa Kota Makassar merupakan ibukota provinsi Sulawesi Selatan yang menjanjikan berbagai pekerjaan sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2004 : 92) bahwa mobilitas penduduk adalah pergerakan penduduk dari satu wilayah ke wilayah lainnya untuk mendapatkan pekerjaan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut diatas maka dapat diketahui secara umum karakteristik pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar sebagai berikut : karakteristik umur pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu berada pada usia produktif antara 21 sampai dengan 56 tahun. Jenis kelamin pedagang telur ayam ras yaitu sebagian besar (87,10 %) adalah laki-laki. Status pekerja pedagang telur ayam ras tersebut merupakan usaha tetap atau merupakan pekerjaan utama pedagang telur ayam ras. Pendidikan pedagang sudah cukup baik, karena sebagian besar pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berpendidikan Sekolah Menengah Atas (41,94 %). Pengalaman usaha yang dimiliki pedagang telur ayam ras sebagian besar berpengalaman antara 6 – 11 tahun yaitu sebanyak 35,48 %. Jumlah tanggungan keluarga pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu 2 sampai dengan 3 orang sebanyak 48,39 %. Asal daerah pedagang telur ayam ras yaitu sebagian besar berasal dari luar Kota Makassar yakni Kabupaten Sidrap sebanyak 38,71 %.

Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar

Pola kerja pedagang telur ayam ras adalah cara kerja setiap pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yang meliputi : jumlah tenaga kerja, jam kerja, jumlah hari kerja, masa kerja, jarak antara rumah dengan lokasi usaha, jumlah modal dan pendapatan. Gambaran tentang pola kerja pedagang telur ayam ras adalah sebagai berikut :

a. Jumlah tenaga kerja

Pada usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar, umumnya pedagang menggunakan tenaga kerja keluarga. Hal ini disebabkan karena sebagian besar pedagang telur ayam ras memiliki anggota keluarga yang dapat bekerja di usaha pemasaran telur ayam ras tersebut. Tenaga kerja tersebut adalah anak atau istri pedagang, tenaga kerja ini disebut dengan tenaga kerja dalam keluarga. Salah satu alasan penggunaan tenaga kerja keluarga, adalah karena usaha pemasaran telur ayam ras yang digeluti tersebut masih bersifat kecil. Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2004 : 90) bahwa pertanian atau peternakan rakyat yang sering dikenal dengan usaha tani kecil, sering menggunakan tenaga anak dan tenaga wanita atau ibu.

Adapun pola kerja pedagang telur ayam ras berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan pada usaha pemasaran telur ayam ras dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jumlah tenaga Kerja yang Dimiliki Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1	26	83,87
2.	2	4	12,90
3.	3	1	3,23
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 9, terlihat bahwa pola kerja pedagang telur ayam ras berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan pada pemasaran telur ayam ras oleh pedagang di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu sebanyak 1 sampai dengan 3 orang setiap pedagang telur ayam ras. Adapun jumlah terbanyak yaitu sebanyak 26 pedagang telur ayam ras atau 83,87 % yang memiliki tenaga kerja sebanyak 1 orang (pedagang telur ayam ras itu sendiri) dan hanya terdapat sebanyak 1 orang atau 3,23 % pedagang telur ayam ras yang memiliki tenaga kerja sebanyak 3 orang yaitu pedagang telur ayam ras itu sendiri serta 2 orang anggota keluarganya. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa usaha pemasaran telur ayam ras tidaklah membutuhkan tenaga kerja yang besar apalagi jika usaha tersebut masih bersifat skala kecil.

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh pedagang telur ayam ras dalam usaha pemasaran telur ayam ras maka dapat dikatakan bahwa usaha tersebut berada pada kategori usaha kecil yaitu jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang. Hal ini sesuai dengan pendapat Alma (2002 : 56) bahwa usaha kecil usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 1 sampai dengan 5 orang.

b. Jam kerja

Jam kerja seorang pedagang telur ayam ras dalam usaha memasarkan telur ayam ras dapat diketahui sejak pedagang tersebut memulai usaha tersebut sampai dengan menutup usahanya dalam satu hari. Adapun pola kerja pedagang telur ayam ras berdasarkan jumlah jam kerja yang digunakan dalam sehari untuk memasarkan telur ayam ras dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jam Kerja yang Dimiliki Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Jam Kerja (Jam/Hari)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	10 – 11	6	19,35
2.	12 – 13	22	70,97
3.	14 – 15	2	6,45
4.	16 – 17	1	3,23
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 10. terlihat bahwa pola kerja pedagang telur ayam ras berdasarkan rata-rata jam kerja yang digunakan dalam memasarkan telur ayam ras yaitu berkisar antara 10 sampai dengan 17 jam per hari. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu pedagang dengan jam kerja rata-rata per hari antara 12 sampai dengan 13 jam sebanyak 22 orang atau 70,97 % dan hanya terdapat sebanyak 1 orang atau 3,23 % yang memiliki jam kerja rata-rata antara 16 sampai dengan 17 jam per hari. Melihat rata-rata jam yang digunakan pedagang telur ayam ras dalam usaha memasarkan telur ayam ras tersebut maka dapat dikatakan bahwa jam kerja yang digunakan cukup tinggi.

Tingginya jam kerja yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras yaitu disebabkan karena umumnya pedagang memulai membuka usahanya sekitar pukul 06.00 atau 07.00 pagi hari dan menutup usahanya sekitar pukul 06.00 sampai dengan 07.00 malam. Adapun yang menggunakan jam kerja sekitar 16 sampai dengan 17

jam disebabkan karena mereka umumnya bertempat tinggal di sekitar Pusat Niaga Daya Makassar tersebut.

c. Jumlah hari kerja

Gambaran pola kerja pedagang telur ayam ras berdasarkan jumlah hari kerja yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras dapat dihitung berdasarkan jumlah hari dalam seminggu yang digunakan untuk bekerja. Adapun keseluruhan pedagang menggunakan 7 hari dalam seminggu untuk memasarkan telur ayam ras. Hal ini disebabkan karena permintaan telur ayam ras selalu ada setiap hari sehingga untuk mendapatkan penghasilan yang lebih banyak maka pedagang menggunakan waktu semaksimal mungkin yaitu 7 hari dalam seminggu.

d. Masa kerja

Masa kerja menunjukkan lama kerja pedagang telur ayam ras menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yang dinyatakan dalam tahun. Adapun pola kerja pedagang telur ayam ras berdasarkan masa kerja dapat dilihat pada Tabel 11.

Pada Tabel 11. terlihat bahwa pola kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berdasarkan masa kerja yang telah digunakan yaitu berkisar antara 1 sampai dengan 8 tahun. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu pedagang dengan masa kerja antara 3 sampai dengan 4 tahun sebanyak 15 orang atau 48,39 % dan hanya terdapat sebanyak 2 orang atau 6,45 % yang memiliki masa kerja antara 7 sampai dengan 8 tahun. Melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar pedagang tersebut memiliki masa kerja yang cukup

lama dan bahkan terdapat beberapa pedagang telur ayam ras yang memulai usahanya sejak awal beroperasinya Pusat Niaga Daya Makassar tersebut.

Tabel 11. Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Berdasarkan Masa Kerja di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Masa Kerja (Thn)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1 – 2	10	32,26
2.	3 – 4	15	48,39
3.	5 – 6	4	15,90
4.	7 – 8	2	6,45
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Masa kerja yang dimiliki oleh setiap pedagang telur ayam ras tersebut tentunya akan dapat berpengaruh terhadap pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras. Seseorang yang memiliki masa kerja yang lama akan lebih mengenal kondisi persaingan antar pedagang telur ayam ras. Selain hal tersebut, mereka yang memiliki masa kerja yang lama umumnya telah memiliki banyak pelanggan tetap.

e. Jarak antara rumah dengan lokasi usaha

Faktor lokasi usaha juga merupakan salah satu indikator yang membedakan pola kerja antara satu pedagang dengan pedagang lainnya. Lokasi usaha dapat dilihat dari jarak antara rumah dengan lokasi usaha dalam hal ini Pusat Niaga Daya Makassar. Adapun pola kerja pedagang telur ayam ras berdasarkan jarak antara rumah dengan Pusat Niaga Daya Makassar dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jarak Antara Rumah dengan Lokasi Usaha di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Jarak Rumah dengan Lokasi Kerja (Km)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	0 – 10	28	90,32
2.	11 – 20	1	3,23
3.	> 20	2	6,45
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 12. terlihat bahwa jarak antara rumah pedagang telur ayam ras dengan lokasi usaha yaitu Pusat Niaga Daya Makassar cukup bervariasi antara 0 sampai dengan lebih dari 20 km. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu mereka yang memiliki jarak rumah dengan Pusat Niaga Daya Makassar sekitar 0 sampai dengan 10 km sebanyak 28 orang atau 90,32 % dan hanya terdapat sebanyak 1 orang atau 3,23 % yang memiliki jarak rumah dengan Pusat Niaga Daya Makassar sekitar 11 sampai dengan 20 km. Melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa jarak antara rumah dengan Pusat Niaga Daya Makassar cukup dekat.

f. Permodalan

Permodalan atau pembelanjaan maksudnya ialah bagaimana usaha dari suatu perusahaan untuk mencari dana atau kekayaan guna kelancaran jalannya perusahaan tersebut. Sebelum dicari maka disusun dahulu anggaran untuk apa dana itu digunakan. Setelah dana diperoleh, baru diinvestasikan kedalam barang-barang

modal. Misalnya seorang pedagang ingin membuka usaha pertokoan. Dia harus merencanakan kira-kira apa keperluan yang akan dibelanjai misalnya, mendirikan bangunan, mengontrak toko, membeli peralatan toko membeli barang dagangan dan sebagainya (Alena, 2002 : 228).

Adapun pola kerja pedagang telur ayam ras berdasarkan jenis modal yang digunakan dalam usaha pemasaran telur ayam di Pusat Niaga Daya Makassar dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras Menurut Jenis Modal yang Dimiliki Di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Jenis Modal	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Sendiri	20	64,52
2.	Pinjaman	2	6,45
3.	Sendiri dan Pinjaman	9	29,03
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 13. terlihat bahwa pola kerja pedagang telur ayam ras berdasarkan pada jenis model yang digunakan di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu terdiri atas modal sendiri, pinjaman dan gabungan antara modal sendiri dengan pinjaman. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu pedagang yang menggunakan modal sendiri dalam usaha pemasaran telur ayam ras sebanyak 20 orang atau 64,52 % dan terdapat sebanyak 2 orang atau 6,45 % yang menggunakan modal pinjaman. Melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa dalam

usaha pemasaran telur ayam ras tidak hanya menggunakan modal sendiri akan tetapi juga dapat menggunakan modal pinjaman:

Adapun modal pinjaman yang umumnya digunakan oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu berasal dari kerabat dan lembaga keuangan seperti koperasi.

g. Pendapatan

Pendapatan pedagang telur ayam ras diperoleh setelah total penerimaan yang diperoleh oleh pedagang telur ayam ras selama sebulan dikurangi dengan total biaya yang telah dikeluarkan oleh pedagang telur ayam ras tersebut. Jika penerimaan lebih besar dari pada biaya maka usaha penjualan telur ayam ras tersebut untung sebaliknya jika biaya yang dikeluarkan lebih besar dari pada total penerimaan yang diperoleh maka usaha tersebut mengalami kerugian atau pedagang telur ayam ras tersebut rugi. Hal ini sesuai dengan pendapat Sodiq dan Abidin (2002 : 58) bahwa pendapatan atau keuntungan merupakan tujuan setiap usaha. Keuntungan dapat dicapai jika jumlah penerimaan yang diperoleh dari usaha tersebut lebih besar daripada jumlah pengeluarannya. Semakin tinggi selisih tersebut, semakin meningkatkan keuntungan yang bisa diperoleh. Bisa diartikan pula bahwa secara ekonomi usaha tersebut layak dipertahankan atau ditingkatkan. Jika situasinya terbalik, usaha tersebut mengalami kerugian, dan secara ekonomi tidak layak dilanjutkan.

Penerimaan yang diperoleh oleh pedagang telur ayam ras berasal dari hasil penjualan telur ayam ras tersebut selama sebulan, sedangkan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang telur ayam ras terdiri atas biaya sewa tempat (los atau toko), biaya pembelian telur, biaya retribusi, tenaga kerja dan lain-lain. Adapun besarnya pendapatan yang diperoleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Pendapatan Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Pendapatan (Rp/Bln)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1.000.000 – 2.000.000	9	29,03
2.	2.000.001 – 3.000.000	16	51,61
3.	> 3.000.000	6	19,35
Total		31	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2006.

Pada Tabel 14. terlihat bahwa pendapatan yang diperoleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berkisar antara Rp. 1.000.000,- sampai dengan lebih dari Rp. 4.000.000,- per bulan. Adapun jumlah pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu pedagang yang memiliki jumlah pendapatan antara Rp. 2.000.001,- sampai dengan Rp. 3.000.000,- per bulan sebanyak 16 orang atau 51,61 % dan terdapat sebanyak 6 orang atau 19,35 % yang memperoleh pendapatan lebih dari Rp. 4.000.000,- per bulan. Adapun rata-rata pendapatan yang diperoleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu sebesar

Rp. 2.627.758,06 per bulan. Melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa usaha pemasaran telur ayam ras yang digeluti oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar merupakan usaha yang menguntungkan.

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas maka dapat diketahui pola kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar sebagai berikut : Pola kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu jumlah tenaga kerja yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras dalam usaha pemasaran telur ayam ras yaitu sebanyak 1 sampai dengan 3 orang. Jam kerja yang digunakan pedagang telur ayam ras untuk pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu 12 sampai dengan 13 jam per hari. Jumlah hari kerja yang digunakan pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar dalam seminggu yaitu sebanyak 7 hari. Masa kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu 1 sampai dengan 8 tahun. Jarak antara rumah dengan lokasi usaha pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu 0 sampai dengan 10. Modal yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar adalah modal sendiri, pinjaman dan gabungan antara modal sendiri dan modal pinjaman dari lembaga keuangan seperti koperasi. Pendapatan yang diperoleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar setiap bulannya berkisar antara Rp. 1.000.000,- sampai dengan lebih dari Rp. 4.000.000,- per bulan, dengan rata-rata sebesar Rp. 2.627.758,06 per bulan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Karakteristik umur pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu berada pada usia produktif antara 21 sampai dengan 56 tahun. Jenis kelamin pedagang telur ayam ras yaitu sebagian besar (87,10 %) adalah laki-laki. Status pekerja pedagang telur ayam ras tersebut merupakan usaha tetap atau merupakan pekerjaan utama pedagang telur ayam ras. Pendidikan pedagang sudah cukup baik, karena sebagian besar pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar berpendidikan Sekolah Menengah Atas (41,94 %). Pengalaman usaha yang dimiliki pedagang telur ayam ras sebagian besar berpengalaman antara 6 – 11 tahun yaitu sebanyak 35,48 %. Jumlah tanggungan keluarga pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu 2 sampai dengan 3 orang sebanyak 48,39 %. Asal daerah pedagang telur ayam ras yaitu sebagian besar berasal dari luar Kota Makassar yakni Kabupaten Sidrap sebanyak 38,71 %.
- b. Pola kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu jumlah tenaga kerja yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras dalam usaha pemasaran telur ayam ras yaitu sebanyak 1 sampai dengan 3 orang. Jam kerja yang digunakan pedagang telur ayam ras untuk pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu 12 sampai dengan 13 jam per

hari. Jumlah hari kerja yang digunakan pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar dalam seminggu yaitu sebanyak 7 hari. Masa kerja pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar yaitu 1 sampai dengan 8 tahun. Jarak antara rumah dengan lokasi usaha pedagang telur ayam ras terbanyak yaitu 0 sampai dengan 10. Modal yang digunakan oleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar adalah modal sendiri, pinjaman dan gabungan antara modal sendiri dan modal pinjaman dari lembaga keuangan seperti koperasi. Pendapatan yang diperoleh pedagang telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar setiap bulannya berkisar antara Rp. 1.000.000,- sampai dengan lebih dari Rp. 4.000.000,- per bulan, dengan rata-rata sebesar Rp. 2.627.758,06 per bulan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian disarankan kepada pihak pedagang telur ayam ras untuk lebih memperhatikan mengenai pengelolaan usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar karena usaha tersebut merupakan usaha yang sangat menguntungkan, khususnya mengenai pola kerja yang lebih baik melalui penerapan manajemen usaha yang baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alena, M.P. 2002. Pengantar Pembiayaan. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Basrah, S. 2003. Studi Karakteristik dan Pola Kerja Tenaga Kerja Sektor Informal di Kecamatan Bantimurung. Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Daniel, M. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta.
- Fuad, M. Christine, H. Nurlela, Sugiarto dan Paulus, Y.E.F. 2005. Pengantar Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hanafiah, A.M dan A.M, Saefuddin. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Irawan, Wjaya, F dan Sudjoni. 2001. Pemasaran, Prinsip dan Kasus. Edisi kedua. BPFE- UGM, Yogyakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 1997. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi bahasa Indonesia. Prenhalindo, Jakarta.
- Manullang, M. 2002. Pengantar Bisnis. Edisi pertama. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Nasir, M. 1999. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Partomo, T.S. dan Soejoedo, A.R. 2002. Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rantung, E. 2003. Karakteristik Pelaku Sektor Informal di Kawasan Wisata Pesisir Pantai Tumbelaka Kota Palu. Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Rasyaf, M. 1996. Memasarkan Hasil Peternakan. PT. Penebar Swadaya, Jakarta.
- _____. 1999. Manajemen Usaha Peternakan Ayam Petelur. Penebar Swadaya, Jakarta.
- _____. 2005. Pengelolaan Produksi Telur. Edisi Baru. Kanisius, Yogyakarta.

- Sumarni, M dan Soeprihanto, J. 1997. Pengantar Bisnis. Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan. Liberty, Yogyakarta.
- Sudaryani, T. 1999. Kualitas Telur. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sugiono. 2002. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.
- Swastha dan Sukotjo. 1993. Pengantar Bisnis modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern. Edisi ke 3. Liberty, Yogyakarta.
- Tambunan, T.TH. 2002. Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. Beberapa Isi Penting. Salemba Empat, Jakarta.
- Thoyib, U. 1998. Manajemen Perdagangan Eceran. Retail Manajemen I. Ekonesia, Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.
- Widayat dan Amirullah. 2002. Riset Bisnis. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Yogi. 2004. Ekonomi Manajerial, Pendekatan Analisis Praktis. Prenada Media, Jakarta.

Lampiran 1. Identitas Responden Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Nama	Umur (Thn)	Pendidikan	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Pengalaman Usaha (Thn)	Asal Daerah	Tanggungjawab Keluarga (Orang)
1	Mansyur	56	SMP	L	Tetap	25	Makassar	7
2	Abdullah	43	SMP	L	Tetap	25	Gowa	4
3	H. Basri	50	SMP	L	Tetap	20	Sidrap	4
4	Kube	46	SMA	L	Tetap	15	Soppeng	6
5	Suarni	38	SD	P	Tetap	6	Sidrap	4
6	Arwin	23	SMA	L	Tetap	3	Soppeng	3
7	Rudi	35	SMP	L	Tetap	7	Gowa	3
8	Ewing	32	SMA	L	Tetap	4	Belawa	3
9	Mustafa	29	SD	L	Tetap	6,5	Soppeng	5
10	Bahar	42	SMA	L	Tetap	8	Pangkep	2
11	Dg. Taba	54	SMP	L	Tetap	17	Gowa	4
12	H. Nursia	35	SMA	P	Tetap	19	Maros	4
13	Burhanuddin	46	SMP	L	Tetap	12	Sidrap	6
14	Karim	40	SMP	L	Tetap	22	Barru	4
15	Iafar	35	SMA	L	Tetap	3	Sidrap	4
16	Ahmad	27	SMA	L	Tetap	6	Sidrap	3
17	Anwar	33	SMP	L	Tetap	13	Bone	2
18	Bahtiar	39	SMA	L	Tetap	5	Sidrap	5
19	Ahmad	31	Diploma	L	Tetap	2	Sidrap	3
20	Jamal	28	SMA	L	Tetap	4	Polewali	2
21	Suri	21	SMA	P	Tetap	2	Sidrap	2
22	Muktar	40	SD	L	Tetap	7	Gowa	3
23	Abd. Wahab	21	SMA	L	Tetap	3	Soppeng	2
24	Ibu Ela	40	SI	P	Tetap	9	Sidrap	4
25	Saharuddin	32	SMA	L	Tetap	5	Sidrap	2
26	Bahrul Efendi	24	SMP	L	Tetap	8	Belawa	2
27	Ambo Tang	43	SD	L	Tetap	12	Bone	3
28	Sulaiman	49	SMP	L	Tetap	9	Sidrap	7
29	Runtan	30	SMP	L	Tetap	10	Maros	7
30	Akir	25	SMA	L	Tetap	6	Makassar	2
31	Hasan Basri	29	SMP	L	Tetap	4	Sidrap	4

Lampiran 2. Tabulasi Data Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Tenaga Kerja (Org)	Jam Kerja (Jam/Hari)	Hari Kerja (Hari/Minggu)	Nasa Kerja (Thn)	Jarak Rumah dengan Lokasi (Km)	Sumber Modal
1	1	13	7	5	6	Sendiri
2	1	12	7	2	20	Pinjaman
3	1	13	7	4	5	Sendiri
4	1	12,5	7	2	6	Sendiri
5	1	13	7	3	3	Sendiri/Koperasi
6	1	13	7	3	3	Sendiri
7	1	13	7	4	5	Sendiri
8	1	12	7	4	1	Sendiri
9	3	10	7	5	3	Sendiri
10	1	10	7	2	1	Sendiri
11	1	10	7	7	23	Sendiri/Koperasi
12	1	11	7	7	1	Sendiri/Bri
13	1	12	7	4	5	Sendiri
14	1	12	7	3	2	Sendiri
15	2	14	7	3	0,5	Sendiri/Koperasi
16	1	12	7	2	4	Sendiri
17	1	12	7	2	2	Sendiri
18	1	12	7	3	3	Sendiri/Koperasi
19	1	12	7	2	7	Sendiri/Pinjaman
20	1	13	7	4	3	Pinjaman
21	1	16	7	2	0	Sendiri
22	1	13	7	3	2	Sendiri/Koperasi
23	2	11	7	4	3	Sendiri
24	1	11	7	3	5	Sendiri
25	1	13	7	5	7	Sendiri/Koperasi
26	1	12	7	1	10	Sendiri
27	1	13	7	3	9	Sendiri/Koperasi
28	2	12	7	2	10	Sendiri
29	1	13	7	5	25	Sendiri
30	1	12	7	2	8	Sendiri
31	2	14	7	4	0	Sendiri/Koperasi

Lampiran 3. Biaya Sewa Tempat Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Sewa Tempat (Rp/Tahun)	Lama Pakai (Bln)	Sewa Tempat (Rp/Bln)
1	3.000.000,00	12	250.000,00
2	3.000.000,00	12	250.000,00
3	3.000.000,00	12	250.000,00
4	3.500.000,00	12	291.666,67
5	3.500.000,00	12	291.666,67
6	3.000.000,00	12	250.000,00
7	3.500.000,00	12	291.666,67
8	3.000.000,00	12	250.000,00
9			
10	3.000.000,00	12	250.000,00
11	3.000.000,00	12	250.000,00
12			
13	3.500.000,00	12	291.666,67
14	3.000.000,00	12	250.000,00
15	24.000.000,00	12	2.000.000,00
16	4.000.000,00	12	333.333,33
17	3.500.000,00	12	291.666,67
18	3.500.000,00	12	291.666,67
19	3.000.000,00	12	250.000,00
20	3.500.000,00	12	291.666,67
21	3.500.000,00	12	291.666,67
22	3.000.000,00	12	250.000,00
23			
24	3.000.000,00	12	250.000,00
25			
26			
27	3.500.000,00	12	291.666,67
28	3.000.000,00	12	250.000,00
29			
30	3.000.000,00	12	250.000,00
31	7.500.000,00	12	625.000,00
Total	106.000.000,00	300,00	8.833.333,33
Rata-rata	4.240.000,00	12,00	353.333,33

Lampiran 4. Biaya Penyusutan Peralatan Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Pengadaan Peralatan (Rp/Thn)	Lama Pakai (Bln)	Penyusutan Peralatan (Rp/Thn)
1	300.000,00	24	12.500,00
2	250.000,00	24	10.416,67
3	350.000,00	24	14.583,33
4	250.000,00	24	10.416,67
5	300.000,00	24	12.500,00
6	350.000,00	24	14.583,33
7	250.000,00	24	10.416,67
8	300.000,00	24	12.500,00
9	1.000.000,00	24	41.666,67
10	350.000,00	24	14.583,33
11	350.000,00	24	14.583,33
12	250.000,00	24	10.416,67
13	300.000,00	24	12.500,00
14	350.000,00	24	14.583,33
15	700.000,00	24	29.166,67
16	300.000,00	24	12.500,00
17	350.000,00	24	14.583,33
18	250.000,00	24	10.416,67
19	350.000,00	24	14.583,33
20	250.000,00	24	10.416,67
21	300.000,00	24	12.500,00
22	350.000,00	24	14.583,33
23	250.000,00	24	10.416,67
24	200.000,00	24	8.333,33
25	350.000,00	24	14.583,33
26	300.000,00	24	12.500,00
27	250.000,00	24	10.416,67
28	400.000,00	24	16.666,67
29	300.000,00	24	12.500,00
30	250.000,00	24	10.416,67
31	500.000,00	24	20.833,33
Total	10.600.000,00	744,00	441.666,67
Rata-rata	341.935,48	24,00	14.247,31

Lampiran 5. Biaya Retribusi Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Retribusi (Rp/Hari)	Retribusi (Rp/Bln)
1	1500,00	45000,00
2	1500,00	45000,00
3	1500,00	45000,00
4	1500,00	45000,00
5	1500,00	45000,00
6	1500,00	45000,00
7	1500,00	45000,00
8	1500,00	45000,00
9	1500,00	45000,00
10	1500,00	45000,00
11	1500,00	45000,00
12	1500,00	45000,00
13	1500,00	45000,00
14	1500,00	45000,00
15	1500,00	45000,00
16	1500,00	45000,00
17	1500,00	45000,00
18	1500,00	45000,00
19	1500,00	45000,00
20	1500,00	45000,00
21	1500,00	45000,00
22	1500,00	45000,00
23	1500,00	45000,00
24	1500,00	45000,00
25	1500,00	45000,00
26	1500,00	45000,00
27	1500,00	45000,00
28	1500,00	45000,00
29	1500,00	45000,00
30	1500,00	45000,00
31	1500,00	45000,00
Total	46.500,00	1.395.000,00
Rata-rata	1.500,00	45.000,00

Lampiran 6. Biaya Listrik Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Biaya Listrik (Rp/Bln)
1	30.000,00
2	35.000,00
3	25.000,00
4	30.000,00
5	28.000,00
6	24.000,00
7	25.000,00
8	35.000,00
9	30.000,00
10	25.000,00
11	25.000,00
12	29.000,00
13	32.000,00
14	30.000,00
15	65.000,00
16	35.000,00
17	25.000,00
18	30.000,00
19	28.000,00
20	35.000,00
21	25.000,00
22	30.000,00
23	35.000,00
24	30.000,00
25	30.000,00
26	28.000,00
27	27.500,00
28	25.000,00
29	35.000,00
30	30.000,00
31	25.000,00
Total	941.500,00
Rata-rata	30.370,97

Lampiran 7. Total Biaya Tetap Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Sewa Tempat (Rp/Bln)	Penyusutan Peralatan (Rp/Bln)	Retribusi (Rp/Bln)	Biaya Listrik (Rp/Bln)	Total Biaya Tetap (Rp/Bln)
1	250.000,00	12.500,00	45000,00	30.000,00	337.500,00
2	250.000,00	10.416,67	45000,00	35.000,00	340.416,67
3	250.000,00	14.583,33	45000,00	25.000,00	334.583,33
4	291.666,67	10.416,67	45000,00	30.000,00	377.083,33
5	291.666,67	12.500,00	45000,00	28.000,00	377.166,67
6	250.000,00	14.583,33	45000,00	24.000,00	333.583,33
7	291.666,67	10.416,67	45000,00	25.000,00	372.083,33
8	250.000,00	12.500,00	45000,00	35.000,00	342.500,00
9		41.666,67	45000,00	30.000,00	116.666,67
10	250.000,00	14.583,33	45000,00	25.000,00	334.583,33
11	250.000,00	14.583,33	45000,00	25.000,00	334.583,33
12		10.416,67	45000,00	29.000,00	84.416,67
13	291.666,67	12.500,00	45000,00	32.000,00	381.166,67
14	250.000,00	14.583,33	45000,00	30.000,00	339.583,33
15	2.000.000,00	29.166,67	45000,00	65.000,00	2.139.166,67
16	333.333,33	12.500,00	45000,00	35.000,00	425.833,33
17	291.666,67	14.583,33	45000,00	25.000,00	376.250,00
18	291.666,67	10.416,67	45000,00	30.000,00	377.083,33
19	250.000,00	14.583,33	45000,00	28.000,00	337.583,33
20	291.666,67	10.416,67	45000,00	35.000,00	382.083,33
21	291.666,67	12.500,00	45000,00	25.000,00	374.166,67
22	250.000,00	14.583,33	45000,00	30.000,00	339.583,33
23		10.416,67	45000,00	35.000,00	90.416,67
24	250.000,00	8.333,33	45000,00	30.000,00	333.333,33
25		14.583,33	45000,00	30.000,00	89.583,33
26		12.500,00	45000,00	28.000,00	85.500,00
27	291.666,67	10.416,67	45000,00	27.500,00	374.583,33
28	250.000,00	16.666,67	45000,00	25.000,00	336.666,67
29		12.500,00	45000,00	35.000,00	92.500,00
30	250.000,00	10.416,67	45000,00	30.000,00	335.416,67
31	625.000,00	20.833,33	45000,00	25.000,00	715.833,33
Total	8.833.333,33	441.666,67	1.395.000,00	941.500,00	11.611.500,00
Rata-rata	353.333,33	14.247,31	45.000,00	30.370,97	374.564,52

Lampiran 8. Biaya Pengadaan Telur Ayam Ras pada Pedagang di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Biaya Pengadaan (Rp/Bln)		
	Jumlah (Rak/Bln)	Harga (Rp/Rak)	Total (Rp/Bln)
1	1.800	13.500	24.300.000,00
2	1.800	13.500	24.300.000,00
3	2.400	13.500	32.400.000,00
4	1.650	13.500	22.275.000,00
5	1.800	13.500	24.300.000,00
6	2.100	13.500	28.350.000,00
7	1.500	13.500	20.250.000,00
8	1.800	13.500	24.300.000,00
9	6.000	13.000	78.000.000,00
10	1.800	13.500	24.300.000,00
11	1.800	13.500	24.300.000,00
12	1.500	13.500	20.250.000,00
13	2.250	13.300	29.925.000,00
14	1.800	13.500	24.300.000,00
15	4.500	13.000	58.500.000,00
16	1.800	13.500	24.300.000,00
17	1.200	13.500	16.200.000,00
18	1.800	13.500	24.300.000,00
19	1.800	13.500	24.300.000,00
20	1.800	13.500	24.300.000,00
21	1.800	13.500	24.300.000,00
22	1.500	13.500	20.250.000,00
23	3.000	13.000	39.000.000,00
24	18.000	13.500	24.300.000,00
25	1.950	13.500	26.325.000,00
26	1.800	13.500	24.300.000,00
27	2.400	13.000	31.200.000,00
28	4.500	13.000	58.500.000,00
29	1.800	13.500	24.300.000,00
30	1.800	13.500	24.300.000,00
31	3.750	13.500	50.625.000,00
Total	85.200,00	415.800,00	920.850.000,00
Rata-rata	2.748,39	13.412,90	29.704.838,71

Lampiran 9. Biaya Tenaga Kerja pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Jumlah Tenaga Kerja (Org)	Upah Tenaga Kerja (Rp/Bln)	Total Biaya Tenaga Kerja (Rp/Bln)
1	1	300.000,00	300.000,00
2	1	450.000,00	450.000,00
3	1	300.000,00	300.000,00
4	1	300.000,00	300.000,00
5	1	300.000,00	300.000,00
6	1	300.000,00	300.000,00
7	1	450.000,00	450.000,00
8	1	300.000,00	300.000,00
9	3	600.000,00	1.800.000,00
10	1	450.000,00	450.000,00
11	1	600.000,00	600.000,00
12	1	300.000,00	300.000,00
13	1	300.000,00	300.000,00
14	1	300.000,00	300.000,00
15	2	600.000,00	1.200.000,00
16	1	450.000,00	450.000,00
17	1	300.000,00	300.000,00
18	1	300.000,00	300.000,00
19	1	450.000,00	450.000,00
20	1	300.000,00	300.000,00
21	1	450.000,00	450.000,00
22	1	300.000,00	300.000,00
23	2	300.000,00	600.000,00
24	1	600.000,00	600.000,00
25	1	450.000,00	450.000,00
26	1	600.000,00	600.000,00
27	1	300.000,00	300.000,00
28	2	500.000,00	1.000.000,00
29	1	600.000,00	600.000,00
30	1	600.000,00	600.000,00
31	2	300.000,00	600.000,00
Total	37,00	12.650.000,00	15.550.000,00
Rata-rata	1,19	408.064,52	501.612,90

Lampiran 10. Biaya Pengadaan Plastik dan Tali pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Biaya Pembelian Kantungan Plastik/Tali (Rp/Blo)
1	20000
2	26000
3	25000
4	20000
5	25000
6	25000
7	30000
8	25000
9	30000
10	30000
11	25000
12	20000
13	25000
14	30000
15	25000
16	26000
17	31000
18	25000
19	30000
20	20000
21	25000
22	25000
23	20000
24	25000
25	20000
26	25000
27	25000
28	30000
29	25000
30	30000
31	30000
Total	790.000,00
Rata-rata	25.483,87

Lampiran 11. Total Biaya Variabel pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Biaya Pembelian Telur (Rp/Bln)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/Bln)	Biaya Pembelian Kantongan Plastik/Tali (Rp/Bln)	Total Biaya Variabel (Rp/Bln)
1	24.300.000,00	300.000,00	20.000,00	24.620.000,00
2	24.300.000,00	450.000,00	25.000,00	24.775.000,00
3	32.400.000,00	300.000,00	23.000,00	32.723.000,00
4	22.275.000,00	300.000,00	20.000,00	22.595.000,00
5	24.300.000,00	300.000,00	25.000,00	24.625.000,00
6	28.350.000,00	300.000,00	25.000,00	28.675.000,00
7	20.250.000,00	450.000,00	30.000,00	20.730.000,00
8	24.300.000,00	300.000,00	25.000,00	24.625.000,00
9	78.000.000,00	1.800.000,00	30.000,00	79.830.000,00
10	24.300.000,00	450.000,00	30.000,00	24.780.000,00
11	24.300.000,00	600.000,00	25.000,00	24.925.000,00
12	20.250.000,00	300.000,00	20.000,00	20.570.000,00
13	29.925.000,00	300.000,00	25.000,00	30.250.000,00
14	24.300.000,00	300.000,00	30.000,00	24.630.000,00
15	58.500.000,00	1.200.000,00	25.000,00	59.725.000,00
16	24.300.000,00	450.000,00	26.000,00	24.776.000,00
17	16.200.000,00	300.000,00	31.000,00	16.531.000,00
18	24.300.000,00	300.000,00	25.000,00	24.625.000,00
19	24.300.000,00	450.000,00	30.000,00	24.780.000,00
20	24.300.000,00	300.000,00	20.000,00	24.620.000,00
21	24.300.000,00	450.000,00	25.000,00	24.775.000,00
22	20.250.000,00	300.000,00	25.000,00	20.575.000,00
23	39.000.000,00	600.000,00	20.000,00	39.620.000,00
24	24.300.000,00	600.000,00	25.000,00	24.925.000,00
25	26.325.000,00	450.000,00	20.000,00	26.795.000,00
26	24.300.000,00	600.000,00	25.000,00	24.925.000,00
27	31.200.000,00	300.000,00	25.000,00	31.525.000,00
28	58.500.000,00	1.000.000,00	30.000,00	59.530.000,00
29	24.300.000,00	600.000,00	25.000,00	24.925.000,00
30	24.300.000,00	600.000,00	30.000,00	24.930.000,00
31	50.625.000,00	600.000,00	30.000,00	51.255.000,00
Total	920.850.000,00	15.550.000,00	790.000,00	937.190.000,00
Rata-rata	29.704.838,71	501.612,90	25.483,87	30.231.935,48

Lampiran 12. Total Biaya yang Dikeluarkan pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Biaya Tetap (Rp/Bln)	Biaya Variabel (Rp/Bln)	Total Biaya (Rp/Bln)
1	337.500,00	24.620.000,00	24.957.500,00
2	340.416,67	24.775.000,00	25.115.416,67
3	334.583,33	32.723.000,00	33.057.583,33
4	377.083,33	22.595.000,00	22.972.083,33
5	377.166,67	24.625.000,00	25.002.166,67
6	333.583,33	28.675.000,00	29.008.583,33
7	372.083,33	20.730.000,00	21.102.083,33
8	342.500,00	24.625.000,00	24.967.500,00
9	116.666,67	79.830.000,00	79.946.666,67
10	334.583,33	24.780.000,00	25.114.583,33
11	334.583,33	24.925.000,00	25.259.583,33
12	84.416,67	20.570.000,00	20.654.416,67
13	381.166,67	30.250.000,00	30.631.166,67
14	339.583,33	24.670.000,00	24.969.583,33
15	2.139.166,67	59.725.000,00	61.864.166,67
16	425.833,33	24.776.000,00	25.201.833,33
17	376.250,00	16.531.000,00	16.907.250,00
18	377.083,33	24.625.000,00	25.002.083,33
19	337.583,33	24.780.000,00	25.117.583,33
20	382.083,33	24.620.000,00	25.002.083,33
21	374.166,67	24.775.000,00	25.149.166,67
22	339.583,33	20.575.000,00	20.914.583,33
23	90.416,67	39.620.000,00	39.710.416,67
24	333.333,33	24.925.000,00	25.258.333,33
25	89.583,33	26.795.000,00	26.884.583,33
26	85.500,00	24.925.000,00	25.010.500,00
27	374.583,33	31.525.000,00	31.899.583,33
28	336.666,67	59.520.000,00	59.866.666,67
29	92.500,00	24.925.000,00	25.017.500,00
30	335.416,67	24.930.000,00	25.265.416,67
31	715.833,33	51.255.000,00	51.970.833,33
Total	11.611.500,00	937.190.000,00	948.801.500,00
Rata-rata	374.564,52	30.231.935,48	30.606.500,00

Lampiran 13. Total Penerimaan Penjualan pada Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Penerimaan Penjualan Telur Ayam Ras (Rp/Bln)												Total Penerimaan (Rp/Bln)			
	Besar			Agak Besar			Sedang			Agak Sedang				Kecil		
	Jumlah (Rak)	Harga (Rp/Rak)		Jumlah (Rak)	Harga (Rp/Rak)		Jumlah (Rak)	Harga (Rp/Rak)		Jumlah (Rak)	Harga (Rp/Rak)			Jumlah (Rak)	Harga (Rp/Rak)	
1	390,00	17.000,00		360,00	16.000,00		750,00	14.500,00		180,00	13.500,00		120,00	12.000,00		27.135.000,00
2	390,00	17.000,00		300,00	16.000,00		900,00	14.500,00		210,00	13.500,00					27.315.000,00
3	540,00	16.500,00		600,00	15.750,00		690,00	14.500,00		330,00	13.500,00		240,00	12.000,00		35.700.000,00
4	390,00	17.000,00		300,00	16.000,00		600,00	14.500,00		240,00	13.500,00		120,00	12.000,00		24.810.000,00
5	450,00	17.000,00		300,00	16.000,00		750,00	14.500,00		300,00	13.500,00					27.375.000,00
6	390,00	17.000,00		660,00	16.000,00		750,00	14.500,00		210,00	13.500,00		90,00	12.000,00		31.980.000,00
7	450,00	17.000,00					750,00	14.500,00					300,00	12.000,00		22.125.000,00
8	300,00	17.000,00		480,00	16.000,00		750,00	14.500,00		150,00	13.500,00		120,00	12.000,00		27.120.000,00
9	1.500,00	16.500,00		900,00	16.000,00		2.700,00	14.000,00		600,00	13.000,00		300,00	12.000,00		88.350.000,00
10	390,00	17.000,00		450,00	16.000,00		750,00	14.500,00		210,00	13.000,00					27.435.000,00
11	450,00	16.500,00		510,00	16.000,00		600,00	14.500,00		240,00	13.000,00					27.405.000,00
12	450,00	17.000,00					900,00	14.000,00		150,00	13.000,00					22.200.000,00
13	450,00	16.500,00		600,00	16.000,00		900,00	14.000,00		210,00	13.500,00		90,00	12.000,00		33.540.000,00
14	300,00	17.000,00		450,00	16.000,00		750,00	14.500,00		240,00	13.500,00		60,00	12.000,00		27.135.000,00
15	900,00	16.500,00		1.050,00	15.700,00		2.100,00	14.000,00		300,00	13.500,00		150,00	12.000,00		66.585.000,00
16	450,00	17.000,00		300,00	16.000,00		750,00	14.500,00		210,00	13.500,00		90,00	12.000,00		27.240.000,00
17	390,00	17.000,00					660,00	14.500,00		150,00	13.500,00					18.225.000,00
18	300,00	17.000,00		315,00	16.000,00		690,00	14.500,00		375,00	13.500,00		120,00	12.000,00		26.647.500,00
19	300,00	17.000,00		313,00	16.000,00		827,00	14.500,00		360,00	13.000,00					26.779.500,00
20	450,00	17.000,00		310,00	16.000,00		700,00	14.500,00		210,00	13.500,00		130,00	12.000,00		27.155.000,00
21	600,00	16.500,00					900,00	14.500,00		300,00	13.500,00					27.000.000,00

22	300,00	17.000,00	270,00	16.000,00	600,00	14.500,00	330,00	13.000,00			22.410.000,00
23	600,00	16.500,00	750,00	16.000,00	1.200,00	14.000,00	300,00	13.500,00	150,00	12.000,00	44.550.000,00
24	390,00	17.000,00	600,00	16.000,00	600,00	14.500,00	210,00	13.000,00			27.660.000,00
25	450,00	16.500,00	540,00	16.000,00	690,00	14.500,00	270,00	13.000,00			29.580.000,00
26	390,00	17.000,00	450,00	16.000,00	600,00	14.500,00	240,00	13.500,00	120,00	12.000,00	27.210.000,00
27	450,00	17.000,00	600,00	16.000,00	900,00	14.000,00	300,00	13.500,00	150,00	12.000,00	35.700.000,00
28	750,00	16.500,00	900,00	16.000,00	2.100,00	14.000,00	450,00	13.500,00	150,00	12.000,00	64.050.000,00
29	300,00	17.000,00	450,00	16.000,00	600,00	14.500,00	300,00	13.500,00	150,00	12.000,00	26.850.000,00
30	450,00	16.500,00	390,00	16.000,00	750,00	14.500,00	210,00	13.000,00			27.270.000,00
31	900,00	16.500,00	750,00	16.000,00	1.500,00	14.000,00	450,00	13.500,00	150,00	12.000,00	55.725.000,00
Total	7.470,00	521.500,00	13.898,00	447.450,00	28.707,00	445.500,00	8.235,00	400.500,00	2.800,00	228.000,00	1.030.262.000,00
Rata-rata	490,65	16.822,58	514,74	15.980,36	926,03	14.370,97	274,50	13.350,00	147,37	12.000,00	33.234.258,06

Lampiran 14. Pendapatan Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar.

No	Total Penecimaan (Rp/Blu)	Total Biaya (Rp/Blu)	Pendapatan (Rp/Blu)
1	27.135.000,00	24.957.500,00	2.177.500,00
2	27.315.000,00	25.115.416,67	2.199.583,33
3	35.700.000,00	33.057.583,33	2.642.416,67
4	24.810.000,00	22.972.083,33	1.837.916,67
5	27.375.000,00	25.002.166,67	2.372.833,33
6	31.980.000,00	29.008.583,33	2.971.416,67
7	22.125.000,00	21.102.083,33	1.022.916,67
8	27.120.000,00	24.967.500,00	2.152.500,00
9	88.350.000,00	79.946.666,67	8.403.333,33
10	27.435.000,00	25.114.583,33	2.320.416,67
11	27.405.000,00	25.259.583,33	2.145.416,67
12	22.200.000,00	20.654.416,67	1.545.583,33
13	33.540.000,00	30.631.166,67	2.908.833,33
14	27.135.000,00	24.969.583,33	2.165.416,67
15	66.585.000,00	61.864.166,67	4.720.833,33
16	27.240.000,00	25.201.833,33	2.038.166,67
17	18.225.000,00	16.907.250,00	1.317.750,00
18	26.647.500,00	25.002.083,33	1.645.416,67
19	26.779.500,00	25.117.583,33	1.661.916,67
20	27.155.000,00	25.002.083,33	2.152.916,67
21	27.000.000,00	25.149.166,67	1.850.833,33
22	22.410.000,00	20.914.583,33	1.495.416,67
23	44.550.000,00	39.710.416,67	4.839.583,33
24	27.660.000,00	25.258.333,33	2.401.666,67
25	29.580.000,00	26.884.583,33	2.695.416,67
26	27.210.000,00	25.010.500,00	2.199.500,00
27	35.700.000,00	31.899.583,33	3.800.416,67
28	64.050.000,00	59.866.666,67	4.183.333,33
29	26.850.000,00	25.017.500,00	1.832.500,00
30	27.270.000,00	25.265.416,67	2.004.583,33
31	55.725.000,00	51.970.833,33	3.754.166,67
Total	1.030.262.000,00	948.801.500,00	81.460.500,00
Rata-rata	33.234.258,06	30.606.500,00	2.627.758,06

Kuesioner Penelitian

Deskripsi Karakteristik dan Pola Kerja Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga Daya Makassar

No :

Nama Pedagang :

A. Karakteristik Pedagang

1. Umur :Tahun
2. Jenis Kelamin :
3. Pendidikan :
4. Pengalaman usaha : Bln/Tahun *)
5. Asal daerah/suku :/.....
6. Status pekerjaan :
7. Jumlah tanggungan keluarga :

B. Pola Kerja

1. Apakah anda menggunakan tenaga kerja (selain pedagang telur ayam ras) pada usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?
.....
.....
2. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan pada usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?
.....
.....
3. Dari mana anda memperoleh sumber tenaga kerja tersebut ?
.....
.....
4. Berapa besar upah yang anda berikan kepada tenaga kerja anda ?

.....
.....
5. Berapa jam kerja yang anda gunakan setiap hari untuk memasarkan telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?

.....
.....
6. Berapa hari dalam seminggu yang anda gunakan setiap hari untuk memasarkan telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?

.....
.....
7. Sejak kapan anda menggeluti usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?

.....
.....
8. Berapa jarak rumah anda dengan Pusat Niaga Daya Makassar ?

.....
.....
9. Berapa besar modal yang anda gunakan pada usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?

.....
.....
10. Dari mana sumber modal yang anda gunakan pada usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?

.....
.....
11. Berapa perkiraan rata-rata pendapatan yang anda peroleh dari usaha pemasaran telur ayam ras di Pusat Niaga Daya Makassar ?

Perhitungan Besarnya Pendapatan

A. Penerimaan

No	Ukuran	Harga Jual (Rp/Btr)	Jumlah (Butir)
1.	Besar		
2.	Kecil		
3.	Sedang		

B. Biaya Pemasaran

➤ Biaya Pengadaan

No	Ukuran	Harga Beli (Rp/Btr)	Jumlah (Butir)
1.	Besar		
2.	Kecil		
3.	Sedang		

➤ Biaya Penyimpanan

1. Biaya peralatan :

No	Jenis Peralatan	Harga Beli (Rp/unit)	Lama pakai (Bln/Thn)
1.			
2.			
3.			

2. Sewa Tempat : Rp./bulan

➤ Biaya tenaga kerja

- Jumlah Tenaga Kerja :.....Orang

- Upah : Rp...../orang/hari/bulan*).

➤ **Biaya Retribusi**

Rp...../hari

➤ **Biaya Transportasi**

Rp...../hari/bulan*).

Makassar, Oktober 2005

Responden

Terima Kasih Atas bantuan dan kerja Sama Anda

RIWAYAT HIDUP



MUH. ISMAIL JUFRI, S.Pt. Lahir 27 Maret 1982 di Ujung Pandang (sekarang berganti nama Makassar) Sulawesi Selatan. Anak dari Pasangan Muh. Jufri dan Hasiah. Mulai mengikuti Pendidikan Formal pada tahun 1987 di Taman Kanak-Kanak Aisyiyah hingga tahun 1988. Sekolah Dasar (SD) Negeri

Mappala pada tahun 1988-1994. Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) Ujung Pandang pada tahun 1994-1997. Dan melanjutkannya ke Sekolah Menengah Umum (SMU) Muhammadiyah 3 Makassar pada tahun 1997-2000. Pada tahun 2000 memutuskan untuk mengikuti UMPTN (Ujian Masuk Perguruan Tinggi Negeri) di Universitas Hasanuddin Makassar dan Teregistrasi sebagai Mahasiswa di Universitas Hasanuddin Fakultas Peternakan Jurusan Sosial Ekonomi pada Tahun 2000 menyelesaikan Studi pada tanggal 26 Januari 2007 dan berhak menyandang gelar S.Pt (Sarjana Peternakan).

Sewaktu masih Mahasiswa, selain mengikuti Kegiatan Akademik di Universitas Hasanuddin Penulis juga aktif di kegiatan Organisasi Internal Kampus dan Organisasi Eksternal Kampus.

BIODATA

N a m a : **Muh. ISMAIL JUFRI**

Nomor Pokok : 1311 00 046

Tempat Tgl. Lahir : Ujung Pandang / 27 Maret 1982

Alamat : Jl. Tidung IX Stapak 6 Blok 10 / 122

Jurusan : Sosial Ekonomi Peternakan

Program Studi : Sosial Ekonomi Peternakan

Tanggal Lulus : 26 Januari 2007

Nomor Alumni : 3310

Nilai Ujian Skripsi / Tugas Akhir : A

Predikat Kelulusan : Sangat Memuaskan

Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,03

Jumlah SKS : 155

Judul Skripsi / Tugas Akhir : **Deskripsi Karakteristik dan Pola Kerja
Pedagang Telur Ayam Ras di Pusat Niaga
Daya Makassar**