

SALURAN DAN MARGIN TATANIAGA AYAM BURAS DARI DESA  
BONTOLEBANG KECAMATAN GALESONG UTARA KABUPATEN  
TAKALAR KE KOTAMADYA UJUNG PANDANG

SKRIPSI

PERPUSSTAKAWAN UNIV. HASANUDDIN	
Tgl. terbit	07-07-1994
Asal dari	-
Jumlahnya	1 (satu)
Harga	H
No. Inventaris	95 09 05 199
No. Kas	

Oleh  
SUMIATI



FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERIKANAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
UJUNG PANDANG

1994

## RINGKASAN

SUMIATI. Saluran dan Margin Tataniaga Ayam Buras dari Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar ke Kotamadya Ujung Pandang. (ABDUL HAMID HODDI sebagai ketua, MUHAMMAD AMINAWAR dan MARTHA B. ROMBE masing-masing sebagai anggota).

Karena jumlah ternak ayam buras yang diproduksi relatif kecil sehingga tidak efisien untuk dibawa langsung ke pasar untuk dijual, menyebabkan peternak produsen menjual ayamnya melalui pedagang perantara. Dengan demikian diperlukan adanya perbaikan sistem tataniaga yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, yaitu dengan tingkat harga yang diterima peternak dapat menguntungkan, dan tidak merugikan lembaga perantara yang terlibat didalamnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran tataniaga dan besarnya margin yang diterima oleh setiap lembaga tataniaga yang terlibat pada proses penyaluran ayam buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bontolebang kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, mulai tanggal 1 Desember 1993 sampai dengan tanggal 31 Januari 1994.

Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif (sengaja) dengan pertimbangan bahwa Desa Bontolebang merupakan salah satu daerah yang populasi ayam burasnya cukup banyak, yang mana merupakan suatu komoditi yang sangat potensial untuk dikembangkan. Disamping itu, di daerah ini juga terdapat banyak pedagang pengumpul desa yang mengumpulkan ayam buras dari peternak produsen yang merupakan mata pencaharian tambahan.

Data diambil melalui wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan sebagai acuan. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja dengan jumlah keseluruhan responden 57 orang dengan perincian sebagai berikut: Peternak produsen 30 orang, pedagang pengumpul I 15 orang, pedagang pengumpul II 6 orang dan pedagang pengecer 6 orang.

Data yang diperoleh dari penelitian ini kemudian ditabulasi untuk selanjutnya dianalisa secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

1. Saluran tataniaga ayam buras dari Desa Bontolebang ke kotamadya Ujung Pandang ada 3 (tiga) model saluran, yaitu :

Saluran I = Dari produsen ke pedagang pengumpul I ke pedagang pengumpul II ke pedagang pengecer ke konsumen.

Saluran II = Dari produsen ke pedagang pengumpul I ke pedagang pengumpul II ke konsumen.

Saluran III = Dari produsen ke pedagang pengumpul I ke pedagang pengecer ke konsumen.

2. Besarnya margin yang diterima oleh tiap lembaga tataniaga pada setiap saluran tataniaga, yaitu :

a. Pada tingkat pedagang pengumpul I, margin yang tertinggi ada pada saluran tataniaga III yaitu sebesar Rp. 703,13 per ekor. Sedangkan margin pada saluran tataniaga I dan II sama, yaitu Rp. 387,51 per ekor.

b. Pada tingkat pedagang pengumpul II, margin yang tertinggi ada pula pada saluran tataniaga I yaitu sebesar Rp. 335,3 per ekor, sedangkan pada saluran tataniaga II marginnya sebesar Rp. 312,5 per ekor.

c. Pada tingkat pedagang pengecer, margin pada saluran tataniaga I dan III sama, yaitu Rp. 642,2 per ekor.

**SALURAN DAN MARGIN TATANIAGA AYAM BURAS DARI DESA  
BONTOLEBANG KECAMATAN GALESONG UTARA KABUPATEN  
TAKALAR KE KOTAMADYA UJUNG PANDANG**

*OLEH*

**SUMIATI**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

pada

**Fakultas Peternakan dan Perikanan Universitas Hasanuddin**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN  
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERIKANAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
UJUNG PANDANG**

**1994**

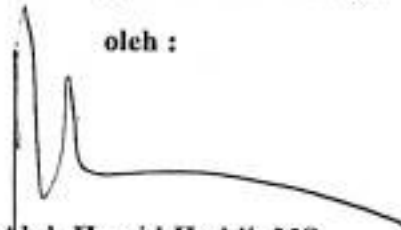
Judul Penelitian : Saluran dan margin tataniaga Ayam Buras dari Desa  
Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten  
Takalar ke Kotamadya Ujung Pandang

Nama : Sumiati

Nomor Pokok : 88 06 045

Skripsi Telah diperiksa dan disetujui

oleh :



Ir. Abd. Hamid Hoddi, MS

Pembimbing Utama



Ir. Muh. Aminawar

Pemb. Anggota



Ir. Martha B. Rombe

Pemb. Anggota



DR. Ir. H. Abd. Fachman Laiding, MSc      DR. H. Muchsin Rahim, SE, MSc.

Dekan

Ketua Jurusan

Tanggal Lulus : 1 September 1994

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wataala atas Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul "Saluran dan Margin Tataniaga Ayam Buras dari Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar ke Kotamadya Ujung Pandang" yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan pada Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan dari pihak lain. Olehnya itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Bapak Ir. Abdul Hamid Hoddi, M.S sebagai pembimbing utama, Bapak Ir. Muhammad Aminawar dan Ibu Ir. Martha B. Rombe sebagai pembimbing anggota, yang telah meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing penulis sejak persiapan penelitian hingga selesainya penulis skripsi ini.

Kepada yang terhormat Bapak Dekan Fakultas Peternakan dan Perikanan Universitas Hasanuddin serta staf dosen dan karyawan yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan selama pendidikan, penulis tak lupa ucapkan banyak terima kasih.

Pada kesempatanini pul penulis ucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Kepala Desa Bontolebang beserta segenap warganya yang telah banyak membantu dalam memberikan informasi selama penelitian ini.

Kekharibaan Ayahanda H. Ambo Emme dan Ibunda Hj. Walinono sebagai orang yang paling berjasa, do'a, petuah dan dorongan serta kasih sayang yang dilimpahkannya

yang tiada tara dari siapapun juga di muka bumi ini, sepatutnyalah skripsi ini kupersembahkan sebagai ungkapan rasa cinta, tanda hormat dan terima kasih penulis.

Kepada Kakak-kakakku H. Nurhayati, H. Harisanuddin, Mintasari, Baso Aliy Umar, BA. dan Adik-adikku Muhammad Idrawis, Muhammad Yunadi, Muhammad Heri dan Herawati atas segala dorongan dan do'anya penulis ucapkan banyak terima kasih.

Kepada sahabat-sahabatku Ote, Nita, Meyti dan Ita yang telah banyak membantu penulis baik berupa bantuan tenaga maupun berupa dorongan moril tak lupa penulis ucapkan terima kasih. Dan juga kepada teman-teman warga Ramsis Putri Unhas utamanya warga Blok 3F penulis ucapkan pula terima kasih atas dorongan morilnya.

Kepada Allah Subhanahu Wata'ala kita berserah diri dan dengan Rahmat dan Karunia-Nyalah kita dapat melaksanakan sesuatu yang telah direncanakan. A m i n.

**S u m i a t i**

## DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang .....	1
Perumusan Masalah .....	2
Hipotesis .....	3
Tujuan Penelitian .....	3
Kegunaan Penelitian .....	3
TINJAUAN PUSTAKA .....	4
Ayam Buras .....	4
Tataniaga .....	7
Saluran Tataniaga .....	9
Margin, Biaya dan Keuntungan Tataniaga .....	9
Lembaga Tataniaga .....	11
METODE PENELITIAN .....	13
Tempat dan Waktu Penelitian .....	13
Pengambilan Data .....	13
Pengambilan Sampel .....	13
Analisa Data .....	14
Konsep Operasional .....	15
KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	16
Letak Geografis dan Wilayah .....	16
Penduduk dan Tingkat Kepadatan .....	17
Pembagian Penduduk Berdasarkan Tingkat Kepadatan .....	19



Sarana Perhubungan dan Pengangkutan .....	20
Sarana Perekonomian .....	21
Sarana Pendidikan .....	22
Sarana Sosial Budaya .....	23
Kedaaan Peternakan .....	24
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
Saluran Tataniaga .....	26
Pedagang Pengumpul I .....	28
Pedagang Pengumpul II .....	29
Pedagang Pengecer .....	30
Margin Tataniaga .....	31
Margin Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul I .....	32
Margin Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul II .....	33
Margin Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengecer .....	33
Biaya Tataniaga .....	34
Biaya Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul I .....	35
Biaya Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul II .....	36
Biaya Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengecer .....	37
Keuntungan Tataniaga .....	37
Keuntungan Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul I .....	38
Keuntungan Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul II .....	38
Keuntungan Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengecer .....	39
<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>41</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>44</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	
1.	Pembagian Wilayah Dusun, RW, RT Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993 .....	
2.	Pembagian Penduduk Menurut Usia di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993 .....	
3.	Pembagian Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993.....	
4.	Sarana Komunikasi dan Angkutan di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993 .....	21
5.	Sarana Perekonomian di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993 .....	22
6.	Sarana Pendidikan di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993 .....	23
7.	Sarana Ibadah dan Sarana Kesehatan di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993.....	24
8.	Perkembangan Ternak di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1991 - 1993.....	25
9.	Margin Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul I untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	32
10.	Margin Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul II untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	33
11.	Margin Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengecer Untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	34
12.	Biaya Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul I untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	35

13. Biaya Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul II untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	36
14. Biaya Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengecer untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	37
15. Keuntungan Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul I untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	38
16. Keuntungan Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul II untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	39
17. Keuntungan Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengecer untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	39

### Lampiran

1. Rata-rata Harga Pembelian Ayam Buras oleh Setiap Lembaga pada Tiap Model Saluran Tataniaga, 1993 .....	44
2. Rata-rata Harga Penjualan Ayam Buras oleh Setiap Lembaga pada Tiap Model Saluran Tataniaga, 1993 .....	45
3. Perhitungan Margin Tataniaga pada Setiap Saluran Tataniaga, 1993.....	46
4. Daftar Responden Pedagang Pengumpul I dari Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993 .....	48
5. Biaya Tempat Kurungan Ayam yang Digunakan Oleh Pedagang Pengumpul I untuk Mengangkut Ayam, 1993 .....	49
6. Daftar Responden Pedagang Pengumpul II dari Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993 .....	50
7. Biaya Kurungan Ayam yang Dipakai Untuk Mengangkut Ayam Oleh Pedagang Pengumpul II. 1993 .....	51
8. Biaya Kurungan Ayam yang Dipakai Untuk Menampung Ayam Oleh Pedagang Pengumpul II. 1993 .....	52
9. Daftar Responden Pedagang Pengecer di Ujung Pandang, 1993.....	53

10. Perhitungan Biaya tataniaga Setiap Lembaga pada Tiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	54
11. Perhitungan Keuntungan Lembaga Tataniaga pada Setiap Saluran Tataniaga, 1993 .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Bentuk Saluran Tataniaga Ayam Buras dari Desa Bontolebang Ke Kotamadya Ujung Pandang .....	27
2.	Peta Desa ebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993 .....	58

## PENDAHULUAN



### Latar Belakang

Pembangunan peternakan yang tangguh sebagai bagian integral dari pembangunan pertanian dan pembangunan nasional pada umumnya telah memperlihatkan hasil yang cukup menggembirakan, terutama dari segi peningkatan populasi. Populasi yang ada sudah merupakan modal dasar untuk pengembangan selanjutnya, selain itu pembangunan peternakan juga perlu memperlihatkan sumbangannya pada nilai gizi dan pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan masyarakat.

Dalam rangka mencapai sasaran pembangunan jangka panjang menuju swasembada pangan di sub-sektor peternakan utamanya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, maka pembangunan peternakan diarahkan pada pengembangan peternakan yang lebih maju melalui penerapan teknologi yang lebih canggih dan tepat guna.

Pertambahan jumlah penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya protein hewani bagi kehidupannya, mengakibatkan kebutuhan akan protein hewani menjadi semakin besar. Padahal pertambahan peayediaan protein hewani tidak secepat pertambahan akan permintaannya. Untuk menutupi kekurangan ini, maka salah satu cara yang dianjurkan pemerintah adalah pengembangan usaha ternak ayam buras. Peningkatan budi-daya ayam buras, disamping sebagai sumber protein hewani akan merupakan pula usaha pelestarian sumber daya alam dan peningkatan pendapatan masyarakat (Boer, 1987).

Pembangunan peternakan meliputi : Pengembangan ternak unggas, ternak kecil dan ternak besar yang diharapkan dapat mencapai tujuan dan sasaramnya dalam rangka meme-

nuhi kebutuhan manusia akan bahan-bahan yang dihasilkan oleh ternak yang meliputi daging, telur dan susu.

Ayam buras sejak lama dikenal dan dipelihara oleh masyarakat di desa walaupun hanya merupakan usaha sampingan dengan sistem pemeliharaan yang sangat sederhana. Hal ini dapat dimaklumi karena beternak ayam buras merupakan salah satu usaha yang sederhana bagi penduduk, lebih-lebih bagi petani peternak dipedesaan, baik ditinjau dari segi biaya, lokasi dan waktu pemeliharaannya. Juga jika ditinjau dari sudut usaha komersil, maka usaha beternak ayam buras merupakan usaha yang sangat komersil.

Dalam usaha meningkatkan komoditi ayam buras, pemerintah telah menempuh berbagai usaha yang pada pokoknya digolongkan pada usaha intensifikasi dan ekstensifikasi peternakan. Usaha-usaha tersebut perlu disertai dengan usaha yang bersifat merangsang untuk memperbesar produksi seperti kebijaksanaan harga, penyediaan saran produksi dan perbaikan sistem tataniaga yang diharapkan dapat memperbaiki dan memperbesar pendapatan yang diterima oleh peternak.

Karena jumlah ternak ayam yang diproduksi relatif kecil sehingga tidak efisien untuk dibawa langsung ke pasar untuk dijual, menyebabkan peternak menjual ayamnya kepada pedagang pengumpul yang berada di daerah peternak untuk kemudian dibawa ke Ujung Pandang, yang selanjutnya dijual kepada pedagang pengecer sebelum sampai ke tangan konsumen.

Dengan adanya perbaikan sistem tataniaga yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan peternak, yaitu dengan tingkat harga yang diterima peternak dapat menguntungkan, serta tidak merugikan lembaga perantara yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu penelitian ini dilaksanakan untuk melihat hal-hal tersebut.

### **Perumusan Masalah**

1. Berapa banyak saluran tataniaga yang ada dalam proses penyaluran ayam buras dari

Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang.

2. Adakah perbedaan margin yang diterima oleh setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses penyaluran ayam buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang.

### Hipotesis

1. Terdapat beberapa saluran tataniaga dalam proses penyaluran ayam buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang.
2. Diduga ada perbedaan margin yang diterima oleh setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses penyaluran ayam buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang.

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran tataniaga ayam buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang.
2. Untuk mengetahui besarnya margin yang diterima oleh setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses penyaluran ayam buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang.

### Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi peneliti dalam mengetahui saluran tataniaga ayam buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang.
2. Penelitian ini juga diharapkan berguna sebagai bahan informasi bagi para pelaku atau lembaga-lembaga tataniaga dalam melakukan kegiatan pemasaran diwaktu yang akan datang.



## TINJAUAN PUSTAKA

### Ayam Buras

Ayam kampung adalah ayam asli Indonesia. Dulunya berasal dari ayam hutan dan dijinakkan. Sebutan ayam kampung diberikan sekedar untuk membedakan dari ayam-ayam lain. Lebih lanjut dikatakan bahwa ayam kampung dapat kita lihat berkeliaran dimana-mana dan merupakan barang dagangan yang banyak di pasar (Siradjudin dan Siddik, 1985).

Menurut Sarwono (1988), bahwa ayam kampung atau ayam buras dikenal juga dengan sebutan ayam sayur, karena ayam muda dari unggas ini sangat laku dijual sebagai ayam potong. Diduga ayam kampung merupakan hasil penjinakan ayam hutan selama berabad-abad.

Soepadi (1989) mengemukakan, bahwa pada umumnya petani peternak memelihara ayam buras secara tradisional atau ekstensif, artinya tatalaksana atau sistem pemeliharaannya belum menggunakan keterampilan secara khusus dimana ayam dilepas begitu saja sepanjang hari untuk mencari makan sendiri, makanan sisa dapur, gabah yang tercecer, serangga, rerumputan dan limbah pertanian yang terbuang. Sehingga makanannya tidak teratur, sedangkan pemiliknya biasanya tidak kontinyu memberikan makanan.

Umumnya ayam itu dipelihara secara ekstensif, dibiarkan lepas bebas berkeliaran di halaman rumah, lapangan, kebun dan tempat-tempat lain di sekitar kampung atau daerah pemukiman manusia. Karena tempat hidup dan mencari makannya itulah lalu namanya disebut ayam kampung. Setelah cara pemeliharaan ayam kampung diperbarui dan ada perhatian dalam budidaya, serta ada arah untuk mengembangkannya secara komersial, disebutlah ayam kampung itu ayam buras (bukan ras), untuk membedakan

dengan ayam ras asal luar negeri yang sebelumnya telah berkembang jadi usaha komersil pada peternakan di Indonesia (Sarwono, 1993).

Ayam kampung atau ayam sayur yang sekarang ini dikenal dengan istilah ayam buras (bukan ras), sangat baik dikembangkan sebab mempunyai beberapa kelebihan antara lain : Jumlah populasinya yang cukup besar, menyebar merata di seluruh pelosok tanah air dan telah beradaptasi dengan lingkungan setempat, sehingga lebih tahan terhadap penyakit dibanding dengan ternak ayam ras (Sukardi dan Mufti, 1989).

Kemal (1984) mengemukakan, bahwa ayam dipelihara dalam berbagai tujuan, ada untuk hiasan sabungan, sumber pendapatan dan sebagai sumber pangan bergizi. Sumber pangan adalah daging dan telurnya, yang bila dijual akan menjadi sumber pendapatan. Selanjutnya dikatakan pula, kelebihan ayam kampung mudah dalam pengelolaannya dan modal awalnya relatif kecil. Karena peternak kecil modalnya sedikit dan kemampuan teknisnya yang relatif masih rendah.

Menurut Sujionohadi (1993), bahwa ayam kampung warna bulunya bervariasi, ada yang putih, kuning, kuning kemerahan, hitam dan lain-lain. Yang banyak adalah kombinasi variasi warna tersebut. Jenis ayam ini mudah dibedakan dari ayam ras berdasarkan warna bulunya yang beraneka ragam, sosoknya yang lebih kecil, dan penampilannya yang lebih lincah. Pada umur yang sama jenis ayam ini mempunyai bobot yang lebih rendah dari ayam ras. Dengan pemeliharaan yang intensif pada umur satu bulan ayam ras biasanya sudah mencapai berat sekitar 250 gram, sedangkan ayam kampung baru mencapai 150 gram. Namun, pada umur empat bulan perbandingan beratnya tidak terlalu jauh, ayam ras mencapai bobot sekitar 1.570 gram, sedangkan ayam kampung sekitar 1.400 gram.

Menurut Rasyaf (1992), bahwa badan ayam kampung kecil, mirip dengan badan ayam ras petelur tipe ringan. Baik itu penghasil telur maupun daging, badannya tidak dapat dibedakan. Ayam kampung memang tidak dibedakan atas penghasil daging atau

telur, sebagaimana layaknya ayam ras. Umur empat bulan, badan ayam kampung mirip dengan badan ayam petelur tipe medium umur dua setengah bulan. Badan ayam kampung yang benar-benar telah dewasa akan dapat dilihat pada bobot yang telah tiga-empat kali mengeramkan telur.

Ayam kampung banyak dijumpai di daerah pedesaan. Hampir setiap rumah tangga dipedesaan memeliharanya. Hal ini disebabkan karena latar belakang pemeliharannya adalah sekedar sebagai usaha sampingan (subsistence), tujuannya adalah untuk diambil daging dan telurnya serta dijual pada waktu membutuhkan uang. Dengan kata lain, usaha ini hanya berupa pelengkap, tanpa didorong oleh manfaat lain dari hasil ternak tersebut. Selanjutnya dilaporkan pula, bahwa tingkat pertumbuhan ayam kampung relatif lambang dan ini berpengaruh nyata pada produksi telurnya yang sangat rendah ( $\pm$  45 butir/tahun), sedangkan produksi ayam ras dapat mencapai 200 - 300 butir/tahun (Handojo dan Sogiharti, 1986).

Kecilnya pemilikan ayam buras, selain karena dijual/dikonsumsi, juga karena tingginya angka kematian akibat berbagai penyakit. Selanjutnya dikatakan pula, peningkatan populasi ayam buras dapat dilakukan dengan jalan memperpendek waktu pengasuhan anak oleh induknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika rata-rata anak ayam yang ditetaskan dari setiap penetasan berjumlah 10 ekor, maka dalam setahun dari setiap induk akan diperoleh anak ayam sejumlah 30 ekor bagi yang diasuh oleh induk sampai induk bertelur lagi, tetapi 60 ekor bagi yang tidak diasuh oleh induknya (Anonim, 1985).

Motif pemeliharaan ayam buras oleh petani peternak berbeda-beda, tergantung pada kondisi sosial ekonomi yang dimiliki dan lingkungannya. Pengaruh lingkungan ini akan berinteraksi membentuk kreatifitas peternak dalam menentukan sikapnya, misalnya petani peternak yang memiliki latar belakang yang berpendidikan tinggi, tentu motif

pemeliharaannya dan perhitungannya baik bila dibandingkan dengan petani peternak yang berlatar belakang pendidikan yang lebih rendah (Sodjono, dkk., 1980). Selanjutnya dilaporkan pula, bahwa motif pemeliharaan ternak secara garis besar dapat dibagi atas motif ekonomi (sebagai sumber penghasilan) dan motif non ekonomi, dimana dari hasil pengamatannya petani peternak yang bermotifasi ekonomi sekitar 14 % sedangkan yang bermotifasi non ekonomi sekitar 86 %.

Menurut Soedirdjoatmojo (1986), bahwa pemasaran produk ayam kampung hidup (daging) atau telur ayam kampung harus menjadi perhatian pokok bagi para pengelola peternak ayam kampung. Lebih lanjut dikatakan, bahwa faktor pemasaran janganlah dikalahkan oleh perhatian kita pada faktor lainnya seperti ransum, kandang, penetasan dan sebagainya. Memasarkan ayam kampung sangat berlainan dengan memasarkan produk ayam ras.

### Tataniaga

Istilah tataniaga di negara kita diartikan sama dengan pemasaran atau distribusi yaitu suatu macam kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen (Mubyarto, 1987).

Menurut Kartasapoetra (1986), bahwa pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang diperlukan agar barang-barang hasil produksi dimungkinkan mengalir secara lancar ke sektor konsumsi. Selanjutnya dikatakan, bahwa agar usaha pemasaran dapat berlangsung baik, lancar dan tidak merugikan produsen, maka produsen harus memperhatikan segi mental dan segi fisik dengan maksud agar tercapai keseimbangan antara penawaran dan permintaan dipasaran.

Sejalan dengan hal tersebut di atas, Nitisemito (1991) mengatakan, bahwa pemasaran dapat didefinisikan sebagai semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar

arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif.

Di Indonesia kelemahan dalam sistem pemasaran disebabkan kurangnya perhatian dalam bidang pemasaran, dimana fungsi-fungsi pemasaran seperti pembelian, penjualan, penyebaran, pengangkutan sering tidak berjalan seperti yang diharapkan sehingga efisiensi pemasaran menjadi lemah (Soekartawi, 1988). Selanjutnya dikatakan, bahwa beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran, yaitu (1) keuntungan pemasaran (2) harga yang diterima konsumen (3) tersedianya fasilitas fisik pemasaran (4) persaingan pasar.

Menurut Assauri (1987), bahwa pemasaran adalah prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirkan barang dari produsen ke konsumen dengan melibatkan perantara.

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Swastha, 1984).

Asri (1986) mengemukakan, bahwa pemasaran (marketing) menyangkut perencanaan secara efisien penggunaan sumber-sumber dan pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga tujuan kedua pihak (produsen dan konsumen) tercapai. Lebih tegas dikatakan bahwa pemasaran menunjukkan performan kegiatan bisnis yang menyangkut penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen, untuk memuaskan konsumen dan mencapai tujuan produsen.

### Saluran Tataniaga

Pemilihan saluran pemasaran yang tepat merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen. Meskipun barang yang disalurkan sudah sesuai dengan selera konsumen tetapi bila saluran yang digunakan tidak mempunyai kemampuan, kegiatan, inisiatif serta kreatif dan kurang bertanggung jawab, maka usaha penyaluran barang akan mengalami hambatan dan kemacetan (Nitisemito, 1991).

Menurut Radiosunu (1986), bahwa apabila kita berbicara mengenai pemasaran maka yang terkait di dalamnya adalah arus barang yang nantinya akan membicarakan sistem pemasaran dan harga. Lebih lanjut dikatakan, bahwa sistem pemasaran adalah suatu kumpulan jalur yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang dan faktor lingkungan yang saling mempengaruhi hubungan antara peternak dengan pasarnya, yang dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya.

Soekartawi (1993) mengemukakan, bahwa saluran pemasaran dapat berbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit sekali. Hal demikian tergantung dari macam komoditi lembaga pemasaran dan sistem pasar. Sistem pasar yang monopoli mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana dibandingkan dengan sistem pasar yang lain. Komoditi pertanian yang lebih cepat ke tangan konsumen dan yang tidak mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana.

Menurut Swastha (1984), bahwa saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai.

### Margin, Biaya dan Keuntungan Tataniaga

Margin adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang

dibayarkan kepada penjual pertama dan harga yang dibayarkan oleh pembeli akhir (Hanafiah dan Saefuddin, 1983).

Menurut Saefuddin (1986), bahwa umumnya margin pemasaran dapat berubah menurut waktu dan keadaan ekonomi, dan bergantung kepada yang dibayar konsumen. Bila harga konsumen itu kecil, turun atau berkurang, maka produsen akan menerima harga relatif lebih kecil. Lebih lanjut dikatakan bahwa untuk mengurangi atau memperkecil margin pemasaran, dapat ditempuh dengan mengurangi biaya pemasaran, memperbaiki keterangan pasar, memperkuat kedudukan tawar-menawar dari produsen dan stabilitasi harga barang.

Sedangkan keuntungan lembaga yang merupakan bagian dari margin pemasaran ditentukan oleh faktor-faktor :

- (1). Harga modal dari barang.
- (2). Sifat barang yang diperdagangkan
- (3). Laba yang diperhitungkan sebagai cadangan penanggungan resiko.

Mengurangi biaya pemasaran dapat ditempuh dengan cara mengoptimumkan jumlah dan besarnya lembaga pemasaran yang menyelenggarakan fungsi-fungsi pemasaran, memperbaiki cara kerja dari setiap lembaga pemasaran dan iklan yang baik, dan dengan menyederhanakan sistem distribusi barang.

Menurut Soekartawi (1993), bahwa biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, pungutan retribusi, dan lain-lain. Biaya pemasaran ini berbeda satu sama lain disebabkan karena :

- (1). Macam komoditi
- (2). Lokasi pemasaran, dan
- (3). Macam lembaga pemasaran dan efektifitas pemasaran yang dilakukan.

Lebih lanjut dikatakan bahwa selisih harga yang dibayarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen disebut "**Keuntungan pemasaran**" atau marketing margin. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan pemasaran.

Winardi (1980) mengemukakan, bahwa biaya tataniaga adalah seluruh pengeluaran yang digunakan selama transaksi pemindahan barang dari produsen ke konsumen. Selanjutnya dilaporkan pula, bahwa faktor yang mempengaruhi biaya tataniaga adalah panjangnya rantai tataniaga, biaya pengangkutan, biaya pengepakan dan pajak pasar.

Menurut Mubyarto (1987), bahwa tataniaga memerlukan biaya, dan biaya ini makin besar dengan berkembangnya pertanian dan makin kompleksnya tataniaga. Komoditi yang lekas rusak atau yang memakan tempat besar untuk mengangkut dan menyimpannya juga akan memakan biaya tataniaga yang relatif tinggi dibanding dengan komoditi yang tahan lama atau ringkas.

### Lembaga Tataniaga

Cara yang paling umum di tempuh oleh produsen dalam mengeluarkan produk mereka ke konsumen adalah dengan melalui lembaga pemasaran (Kartasapoetra, 1986). Selanjutnya Hanafiah dan Saefuddin (1983) mengatakan, bahwa lembaga pemasaran adalah badan-badan atau perseorangan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi-fungsi pemasaran dalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen.

Menurut Hamid (1972), bahwa lembaga-lembaga yang terlibat berdasarkan tahap-tahap dalam proses pemasaran adalah sebagai berikut :

- (1). Pedagang pengumpul (*local assemblers*), merupakan pedagang yang membeli hasil pertanian dari produsen dan mengumpulkan pada suatu tempat atau beberapa tempat kemudian menjualnya ke pedagang lain.



- (2). Pedagang penerima dan penyebar (*Wholesaler*) adalah pedagang yang membeli barang dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul atau petani kemudian menjualnya ke pedagang lain.
- (3). Pedagang pengecer (*retailer*) adalah pedagang yang menjual secara langsung atau mengecerkkan ke konsumen.
- (4). Makelar adalah pedagang perantara yang menghubungkan pihak penjual dan pembeli. Umumnya makelar ini mendapat komisi dari pemilik barang (penjual) dan kadang-kadang menerima komisi dari pembeli.
- (5). Komisioner adalah pedagang perantara yang diberikan kepercayaan untuk menjual belikan suatu barang dan dari hasil usahanya ia mendapat komisi.
- (6). Pelelang adalah pedagang perantara yang memberikan tempat dan kesempatan kepada pembeli dan penjual barang.
- (7). Peddler adalah pedagang pengecer keliling.

Keuntungan menggunakan lembaga tataniaga yaitu mengurangi tugas-tugas produsen dalam kegiatan distribusi untuk mencari konsumen, dapat membantu menyediakan peralatan dan jasa yang dibutuhkan, membantu bidang keuangan dengan menyediakan sejumlah dana untuk melakukan pembelian secara tunai dari produsen. Keuntungan lain yang diharapkan dari lembaga ini adalah membantu dalam pencarian konsumen, kegiatan promosi, penyediaan informasi, pengepakan, pembungkusan serta penyortiran (Swastha dan Irawan, 1983).

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, mulai tanggal 1 Desember 1993 sampai dengan tanggal 31 Januari 1994.

Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif (sengaja) dengan pertimbangan bahwa Desa Bontolebang merupakan salah satu daerah yang populasi ayam burasnya cukup banyak, yang mana merupakan suatu komoditi yang sangat potensial untuk dikembangkan. Disamping itu, di daerah ini juga banyak terdapat pedagang pengumpul desa yang mengumpulkan ayam buras dari petani peternak yang merupakan mata pencaharian tambahan.

### Pengambilan Data

Untuk mengetahui saluran tataniaga ayam buras, dilakukan pendekatan serba lembaga dan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan petani peternak dan lembaga perantara pada setiap saluran tataniaga ayam buras. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

### Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, sampel diambil secara purposif (sengaja) baik pada petani peternak maupun pada setiap lembaga perantara. Adapun jumlah responden yang diambil yaitu :

- Petani Peternak : 30 orang

- Pedagang Pengumpul I	:	15 orang
- Pedagang Pengumpul II	:	6 orang
- Pedagang Pengecer	:	6 orang
		<hr/>
Jumlah	:	57 orang

### Analisis Data

1. Untuk menghitung margin tataniaga pada setiap lembaga digunakan rumus yang dikemukakan oleh Hanafiah dan Saefuddin (1983) sebagai berikut :

$$M = Hp - Hb$$

dimana :

M	=	Margin tataniaga
Hp	=	Harga Penjualan
Hb	=	Harga Pembelian

2. Untuk menghitung keuntungan setiap lembaga digunakan rumus yang dikemukakan oleh Soekartawi (1989) sebagai berikut :

$$X = Mn - Bp$$

dimana :

X	=	Keuntungan
Mn	=	Margin tataniaga
Bp	=	Biaya pemasaran

### Konsep Operasional

- Ayam buras adalah ayam bukan ras atau ayam kampung yang dipelihara oleh masyarakat secara turun-temurun untuk diambil daging dan telurnya.
- Peternak produsen ayam buras adalah peternak yang memelihara ayam buras dengan tujuan untuk dikonsumsi dan dijual.
- Tataniaga/pemasaran adalah semua aktivitas yang dilakukan dengan tujuan untuk menyalurkan ayam buras dari produsen ke konsumen
- Lembaga tataniaga adalah orang atau badan perusahaan yang ikut menyalurkan ayam buras dari produsen sampai ke konsumen.
- Biaya tataniaga adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga dalam menyalurkan ayam buras.
- Margin tataniaga adalah perbedaan harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dengan harga yang dibayarkan oleh pembeli terakhir.
- Pedagang pengumpul I adalah pedagang pengumpul yang membeli ayam buras langsung dari peternak produsen.
- Pedagang pengumpul II adalah pedagang pengumpul yang membeli ayam buras dari pedagang perantara yang menjual ayamnya secara eceran.
- Kelas ayam adalah tingkatan ayam yang dijual di lokasi penelitian dengan kelas :
  - Ayam kecil sekali : yaitu kelas ayam yang beratnya antara 0,6 kg - 0,75 kg. 000
  - Ayam kecil : yaitu kelas ayam yang beratnya antara 0,76 kg - 0,90 kg.
  - Ayam sedang : yaitu kelas ayam yang beratnya antara 0,91 kg - 1,20 kg.
  - Ayam besar : yaitu kelas ayam yang beratnya 1,21 ke atas.

## KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### Letak Geografis dan Wilayah

Wilayah Desa Bontolebang terletak pada ibukota Kecamatan Galesong Utara. Jarak dari Ibukota Kabupaten Takalar 32 km serta 27 km dari Ibukota Propinsi Sulawesi Selatan. Menurut data statistik, Desa Bontolebang berada pada daerah daratan dengan ketinggian 1 meter di atas permukaan laut.

Desa Bontolebang dengan luas wilayah 3,2 km<sup>2</sup> terdiri dari 4 dusun, yaitu Dusun Bonto Pajang, Dusun Tabaringan, Dusun Majannang dan Dusun Talak. Sedangkan RW ada 10 buah, dan RT berjumlah 23 buah. Untuk lebih jelasnya tentang pembagian wilayah ini, dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Pembagian Wilayah Dusun, RW, RT Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993. \*)

No.	Wilayah	Banyaknya (buah)
1.	Dusun	4
2.	Rukun Warga (RW)	10
3.	Rukun Tetangga (RT)	23

\* Sumber : Monografi Desa Bontolebang, 1993

Adapun batas-batas wilayah Desa Bontolebang sebagai berikut :

- Sebelah utara berbatasan dengan Desa Bonto Lanra
- Sebelah timur berbatasan dengan Desa Monco Bacang

- Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Persiapan Tamasaju
- Sebelah barat berbatasan dengan Desa Tamalate.

### Penduduk dan Tingkat Kepadatan

Penduduk di Desa Bontolebang berdasarkan data tahun 1993 berjumlah 3681 jiwa, dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 795 kepala keluarga. Bila dibandingkan dengan luas wilayah Desa Bontolebang, maka kepadatan penduduk adalah 970,7 jiwa per kilometer persegi, dengan jumlah anggota keluarga rata-rata ada 5 orang tiap kepala keluarga.

Data lain menunjukkan bahwa, di Desa Bontolebang perbandingan antara penduduk perempuan dan laki-laki memperlihatkan jumlah yang hampir sama. Dimana jumlah penduduk perempuan 1844 jiwa dan laki-laki sebanyak 1837 jiwa atau sekitar 50 persen baik jumlah penduduk perempuan maupun jumlah penduduk laki-laki.

Pada tabel 2 terlihat bahwa, kelompok umur 45 - 48 tahun memperlihatkan jumlah yang terbanyak, dibandingkan dengan kelompok umur yang lainnya, yaitu 377 jiwa, kemudian kelompok umur 41 - 44 tahun dengan jumlah 346 jiwa, disusul oleh kelompok umur 21 - 24 tahun dengan jumlah 207 jiwa. Kelompok umur tersebut tergolong produktif. Jumlah penduduk yang tergolong produktif yaitu 2503 jiwa atau sekitar 68 persen.

Perlu diketahui bahwa kelompok umur 13 -16 tahun dan 56 - 60 tahun masih ada umur produktif yang tidak diketahui dengan jelas. Karena umur produktif yang diperhitungkan adalah 15 - 59 tahun (Pollard, dkk., 1984).

Tabel 2. Pembagian Penduduk Menurut Usia di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993. \*)

No.	Tingkat Umur (th)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	0 - 4	204	5,54
2.	5 - 8	206	5,59
3.	9 - 12	279	7,58
4.	13 - 16	246	6,68
5.	17 - 20	302	8,20
6.	21 - 24	307	8,34
7.	25 - 28	284	7,72
8.	29 - 32	231	6,28
9.	33 - 36	288	7,82
10.	37 - 40	273	7,42
11.	41 - 44	346	9,40
12.	45 - 48	377	10,24
13.	49 - 55	236	6,41
14.	56 - 60	61	1,66
15.	61 - 70	29	0,79
16.	71 - ke atas	12	0,33
Jumlah		3681	100,00

\*) Sumber : Monografi Desa Bontolebang, 1993

### Pembagian Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Pencapaian tujuan dan cita-cita nasional yang makmur dan merata di daerah pedesaan, yang paling mendasar harus dikokolikan adalah mentalitas manusianya, kemudian pendapatan penduduk sebagai penunjang perlu terus dibina dan dikembangkan demi menjawab tantangan dimasa mendatang.

Mata pencaharian merupakan faktor yang sangat menentukan tingkat kesejahteraan keluarga seseorang. Karena dari mata pencaharian itulah orang dapat mempertahankan hidupnya. Mata pencaharian penduduk suatu wilayah sangat dipengaruhi oleh kondisi daerah yang bersangkutan, begitu pula dengan penduduk yang bermukim di Desa Bontolebang.

Dari tabel 3 terlihat, bahwa mata pencaharian penduduk adalah peternak, yaitu 1118 jiwa atau sekitar penduduk 519 jiwa atau sekitar 27,58 persen. Walaupun jumlah penduduk yang bermata pencaharian di bidang peternak lebih besar, akan tetapi hanyalah merupakan usaha sampingan. Sedangkan penduduk menurut mata pencaharian yang lain hanya mencatat angka dibawah 5 persen, masing-masing buruh bangunan 4,78 persen, pedagang 3,56 persen, nelayan 2,98 persen, buruh pelabuhan 0,64 pers, PNS 0,48 persen, ABRI 0,37 dan pengrajin/industri kecil 0,21 persen.

Walaupun Desa Bontolebang bukan daerah nelayan, tetapi di daerah ini tercatat sekitar 2,98 persen penduduknya yang bermata pencaharian sebagai nelayan. Hal ini disebabkan karena Desa Bontolebang berbatasan dengan desa yang merupakan daerah nelayan.



Tabel 3. Pembagian Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993. \*)

No.	Mata Pencapaian	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase (%)
1.	Sektor Pertanian	519	27,58
2.	Nel	56	2,98
3.	Pengrajin/industri kecil	4	0,21
4.	Buruh bangunan	90	4,78
5.	Pedagang	67	3,56
6.	PNS	9	0,48
7.	ABRI	7	0,37
8.	Buruh pelabuhan	12	0,64
9.	Peternak	1118	59,40
Jumlah		1882	100,00

\*) Sumber : Monografi Desa Bontolebang, 1993

#### Sarana Perhubungan dan Pengangkutan

Dalam melakukan aktifitas sehari-hari, manusia senantiasa berinteraksi antara sesamanya dengan perantara komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara langsung yaitu manusia berhubungan langsung dengan perantara bahasa secara tertulis, seperti surat menyurat, media cetak, media visual dan lain-lain.

Sedangkan sarana angkutan diperlukan untuk memudahkan perhubungan antara suatu tempat atau suatu daerah. Sarana angkutan ini juga sangat penting dalam usaha

Tabel 4. Sarana Komunikasi dan Angkutan di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993. \*)

No.	Jenis Saran	Jumlah (buah)
1.	Mobil penumpang umum	8
2.	Mobil angkutan umum	11
3.	Sepeda motor	581
4.	Becak	14
5.	Kantor pos	1
6.	Televisi	72
7.	Radio	182
Jumlah		869

\*) Sumber : Monografi Desa Bontolebang, 1993

Pada tabel 4 terlihat, bahwa sarana komunikasi yang ada di Desa Bontolebang yaitu, kantor pos 1 buah, televisi 72 buah dan radio 182 buah. Sedangkan sarana angkutan yang paling umum digunakan dan paling banyak dimiliki oleh penduduk di desa ini adalah kendaraan beroda dua yaitu sepeda motor dengan jumlah 581 buah, kemudian kendaraan beroda empat yaitu mobil penumpang umum sebanyak 8 buah, mobil angkutan umum 11 buah dan becak sebanyak 14 buah.

#### Sarana Perekonomian

Dengan adanya kemajuan dalam bidang transportasi dan komunikasi, maka dengan sendirinya akan mendukung kelancaran kegiatan pada sektor-sektor lain, seperti perekonomian dan industri.

### Sarana Perekonomian

Dengan adanya kemajuan dalam bidang transportasi dan komunikasi, maka dengan sendirinya akan mendukung kelancaran kegiatan pada sektor-sektor lain, seperti perekonomian dan industri.

Untuk membantu perkembangan unit-unit usaha yang dikelola oleh warga masyarakat di Desa Bontolebang, khususnya dibidang usaha tani dan peternakan, maka dibentuklah berbagai macam sarana-sarana yang mendukung kegiatan ekonomi, seperti koperasi, bank dan kios-kios. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5, yang memperlihatkan sarana perekonomian yang terdapat di Desa Bontolebang yaitu, koperasi simpan pinjam sebanyak 2 buah, KUD 1 buah, BPP KUD 1 buah, koperasi konsumsi 1 buah, Bank 1 buah dan kios/warung sebanyak 15 buah.

Tabel 5. Sarana perekonomian di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993. \*)

No.	Jenis Sarana	Jumlah (buah)
1.	Koperasi simpan pinjam	2
2.	Koperasi Unit Desa (KUD)	1
3.	BPP KUD	1
4.	Koperasi Komsumsi	1
5.	Bank	1
6.	Kios/warung	15
Jumlah		21

\*) Sumber : Monografi Desa Bontolebang, 1993.

### Sarana Pendidikan

Dalam rangka pengembangan dan peningkatan sumber daya manusia, maka perlu didukung fasilitas dan sarana yang memadai, antara lain adalah sarana pendidikan.

Tabel 6. Sarana Pendidikan di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993. \*)

No.	Jenis Sekolah	Jumlah		
		Sekolah (buah)	Siswa (jiwa)	Guru/Pengajar (jiwa)
1.	Taman Kanak-kanak	1	20	2
2.	Sekolah Dasar Negeri	5	250	12
3.	Sekolah Dasar Inpres	3	347	21
4.	SLTP	1	-	-
Jumlah		10	617	35

\*) Sumber : Monografi Desa Bontolebang, 1993.

Pada tabel 6 terlihat, bahwa jumlah sekolah yang ada di Desa Bontolebang sebanyak 10 buah, terdiri dari TK 1 buah, SD negeri 5 buah, SD Inpres 3 buah dan SLTP 1 buah. Sedangkan jumlah siswa dan guru dari ketiga jenis dan 35 orang tenaga guru/pengajar. Dari 617 siswa itu terdiri atas : Murid TK 20 orang, dan murid SD 597 orang. Sedangkan untuk tenaga pengajar/guru terdiri dari 2 guru TK, 33 orang guru SD, sedangkan untuk SLTP, baik jumlah murid maupun tenaga pengajar/guru tidak tercatat.

### Sarana Sosial Budaya

Disamping sarana pendidikan, sarana ibadah dan sarana kesehatan juga sangat

penting peranannya dalam rangka pengembangan dan peningkatan sumber daya manusia. Data untuk sarana ibadah dan kesehatan dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Sarana Ibadah dan Sarana Kesehatan di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1993. \*)

No.	Jenis Sarana	Jumlah (buah)
1.	Mesjid	4
2.	Surau	2
3.	Puskesmas	1

\*) Sumber : Monografi Desa Bontolebang, 1993.

Pada tabel 7 terlihat, bahwa jumlah sarana ibadah yang ada di Desa Bontolebang sebanyak 6 buah, terdiri dari mesjid 4 buah dan surau 2 buah. Sarana kesehatan yang ada hanya 1 buah, yaitu Puskesmas.

### Keadaan Peternakan

Penduduk di Desa Bontolebang selain berusaha dibidang pertanian, juga berusaha dibidang peternakan, pemeliharaan ternak ini hanya sebagai usaha sampingan saja, yang mana dapat digunakan sebagai hewan potong atau dijual agar mendapat nilai ekonomi dan juga dibutuhkan tenaganya seperti sapi dan kerbau.

Data yang diperoleh mengenai keadaan ternak di Desa Bontolebang dapat dilihat pada tabel 8. Dimana terlihat, ternak yang ada di daerah ini terbagi atas tiga golongan yaitu : Ternak besar, seperti sapi dan kerbau ; Ternak kecil, seperti kambing ; Serta ternak unggas, seperti ayam dan itik.

Perkembangan ternak dari tahun 1991 sampai dengan tahun 1993 mengalami

peningkatan jumlah populasi tiap jenis ternak, kecuali pada tahun 1992 terjadi penurunan jumlah populasi untuk jenis ternak sapi dan kambing.

Tabel 8. Perkembangan Ternak di Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, 1991 - 1993. \*)

No.	Jenis Ternak	Tahun (ekor)		
		1991	1992	1993
1.	Ayam buras (ayam kampung)	11.853	11.887	12.172
2.	Itik	1.138	1.247	1.450
3.	Kambing	63	23	50
4.	Sapi	28	13	15
5.	Kerbau	84	84	101

\*) Sumber : Monografi Desa Bontolebang, 1993.

Dari tahun 1991 sampai dengan tahun 1993, populasi ternak ayam buras memperlihatkan jumlah yang cukup menggemirakan. Hal ini disebabkan karena keadaan di Desa Bontolebang yang cukup mendukung untuk perkembangan ayam buras, antara lain tersedianya sisa hasil pertanian berupa dedak padi, yang merupakan bahan makanan yang diberikan pada ternak ayam buras disamping sisa-sisa makanan sehari-hari. Mengenai pemasaran ayam buras, di Desa Bontolebang tidak mengalami kesulitan karena pemasaran ayam buras di Desa Bontolebang sangat lancar dan baik ayam yang masih kecilpun sudah laku apabila akan dijual yang harganya cukup memuaskan bagi penduduk di desa ini. Dengan demikian menyebabkan penduduk di desa ini mempunyai kemauan untuk memelihara ayam buras yang bukan hanya untuk dikonsumsi tetapi juga untuk dijual.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

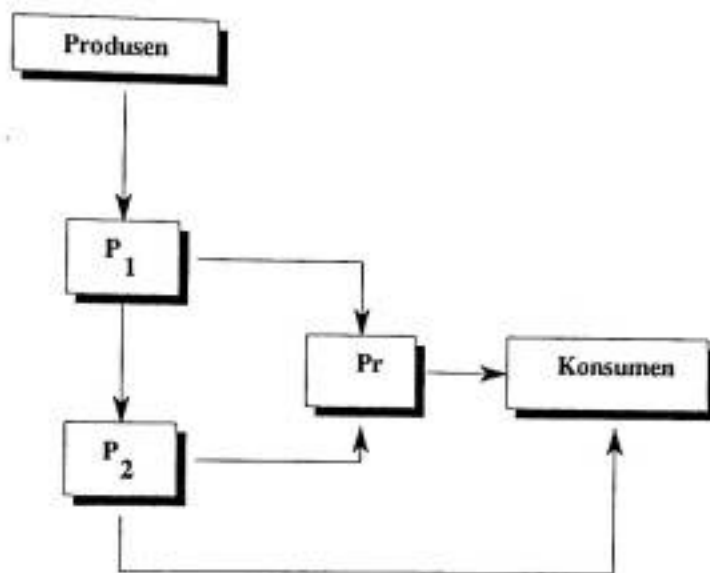
### Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga adalah keseluruhan atau rangkaian lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

Untuk kelancaran arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak dapat diabaikan adalah memilih dengan tepat saluran tataniaga yang digunakan. Penetapan saluran pemasaran sangat mempengaruhi kelancaran penjualan, tingkat keuntungan, jumlah modal yang digunakan dan risiko kerugian (Nitisemito, 1991).

Adapun bentuk saluran tataniaga ayam buras yang dijumpai di lapangan dapat dilihat pada gambar 1. Pada gambar 1 terlihat adanya 3 (tiga) saluran tataniaga ayam buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang, yaitu : (1) Dari produsen ke pedagang pengumpul I ke pedagang pengumpul II ke pedagang pengecer ke konsumen; (2) Dari produsen ke pedagang pengumpul I ke pedagang Pengumpul II ke konsumen; (3) Dari produsen ke pedagang pengumpul I ke pedagang pengecer ke konsumen.

Pada gambar 1, terlihat adanya tiga jenis lembaga tataniaga yang terlibat, yakni pedagang pengumpul I, pedagang pengumpul II dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul I yang dimaksud di sini adalah pedagang yang membeli atau mengumpulkan ayam buras dari peternak produsen yang kemudian ada yang menjual kepada pedagang pengumpul II dan ada juga yang menjual langsung kepada pedagang pengecer. Pedagang pengumpul II adalah pedagang yang membeli ayam buras dari pedagang pengumpul I dan menjual ayamnya kepada pedagang pengecer dan konsumen. Skala usahanya lebih besar



Keterangan :

P1 = Pedagang Pengumpul I

P2 = Pedagang Pengumpul II

Pr = Pedagang Pengecer

Gambar 1. Bentuk Saluran Tataniaga Ayam Buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang.



daripada skala usaha pedagang pengumpul I. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli ayam buras dari pedagang pengumpul I dan pedagang pengumpul II yang kemudian dijual secara eceran kepada konsumen dalam jumlah yang relatif sedikit.

Dengan adanya perbedaan kegiatan ini, maka biaya dan keuntungan tataniaga menjadi berbeda di tiap tingkatan lembaga tataniaga, yang menyebabkan harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga juga berbeda.

Untuk mengetahui proses pembelian dan penjualan yang dilakukan oleh setiap lembaga tataniaga, besarnya margin, biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh dapat dilihat pada uraian selanjutnya. Sedangkan besarnya tingkatan harga pada masing-masing lembaga dapat dilihat pada lampiran.

#### **Pedagang Pengumpul I**

Pedagang pengumpul I adalah pedagang perantara yang bertempat tinggal di daerah, dan membeli ayam langsung dari peternak produsen. Dalam usaha membeli ayam buras dari peternak produsen, dilakukan dengan cara mendatangi rumah-rumah peternak produsen. Setelah terjadi kesepakatan harga yang didasarkan atas ukuran besar dan jenis kelamin ayam, kemudian pedagang pengumpul I membeli ayam tersebut.

Jumlah ayam yang dibeli oleh pedagang pengumpul I tergantung dari banyaknya ayam yang akan dijual oleh peternak produsen dan juga jumlah uang tunai yang dimilikinya. Dalam mencari dan menjual ayamnya, pedagang pengumpul I menggunakan sepeda sebagai alat transportasi sehingga tidak ada biaya transportasi yang dikeluarkan. Tempat ayam yang digunakan sebagai kurungan ayam terbuat dari bambu yang ukuran panjang dan lebarnya 80 cm x 60 cm. Juga terdapat plastik pada bagian atasnya untuk mencegah agar ayam tidak terkena hujan.

Dalam menjual ayamnya, pedagang pengumpul I terbagi atas dua macam, yaitu pedagang pengumpul I yang menjual ayamnya kepada pedagang pengumpul II dan pedagang pengumpul I yang menjual ayamnya langsung kepada pedagang pengecer.

Pada saluran I dan II, ayam yang sudah dibeli oleh pedagang pengumpul I dibawa ke tempat pedagang pengumpul II pada sore harinya. Sehingga dengan demikian tidak ada biaya makanan yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul I. Hal ini disebabkan karena makanan yang diberikan pada ternak hanya berupa sisa makanan atau dedak padi yang jumlah pemberiannya sedikit.

Pada saluran III, ayam yang sudah dibeli oleh pedagang pengumpul I ditampung dulu selama 2 - 3 hari sebelum dijual kepada pedagang pengecer. Jadi pada saluran tataniaga III, pedagang pengumpul I mengeluarkan biaya untuk makanan ternak dan biaya retribusi yang dibayar di Sungguminasa dan di pasar-pasar dimana ayam tersebut dijual.

### **Pedagang Pengumpul II**

Pedagang pengumpul II adalah pedagang perantara yang juga tinggal di daerah, dan ayam diperoleh dari pedagang pengumpul I yang datang ke tempatnya. Jumlah ayam yang dibeli tiap hari tidak tetap, tergantung dari berapa jumlah ayam yang akan dijual oleh pedagang pengumpul I dan juga berapa harga kesepakatan mereka. Harga ditetapkan berdasarkan ukuran besar dan jenis kelamin ayam.

Pada saluran I, ayam yang sudah dibeli oleh pedagang pengumpul II kemudian dimasukkan ke dalam kurungan ayam yang terbuat dari bambu yang dilengkapi dengan tempat makan dan minum. Ayam yang sudah terkumpul kemudian diberi makan berupa jagung dan dedak padi yang dicampur dengan nasi yang sengaja dibuatkan. Keesokan harinya sebelum diangkut ke Ujung Pandang, terlebih dahulu diberi makan lagi seperti pada saat ayam baru terkumpul.

Tempat kurungan yang digunakan dalam mengangkut ayam terbuat dari bambu yang berukuran 80 cm x 60 cm yang dilengkapi dengan plastik pada bagian atasnya untuk mencegah ayam tidak terkena hujan. Adapun jenis kendaraan yang digunakan untuk mengangkut ayam adalah sepeda dan motor.

Disamping pedagang pengumpul II sendiri yang membawa ayamnya ke Ujung Pandang, ada juga pedagang pengumpul II yang menggunakan jasa orang lain untuk mengangkut ayamnya, dengan besarnya komisi Rp. 7.000,- tiap kali ke Ujung Pandang. Jika selama dalam perjalanan ada ayam yang mati, maka itu merupakan resiko yang ditanggung sendiri oleh pedagang pengumpul II. Selain biaya transportasi dan makanan ternak, jenis biaya lain yang dikeluarkan yaitu biaya retribusi sebesar Rp. 200,- dan pajak untuk tiap-tiap pasar yang ditempati menjual ayam.

Pada saluran II, ayam yang sudah dibeli oleh pedagang pengumpul II kemudian dimasukkan ke dalam kurungan untuk sementara sebelum ayam tersebut dijual kepada konsumen yang datang langsung ke tempat pedagang pengumpul II. Ayam yang dibeli oleh konsumen ini adalah ayam yang masih kecil yang beratnya sekitar 0,6 kg sampai 0,75 kg yang dikenal dilokasi penelitian dengan istilah ayam kios. Pada saluran ini, pedagang pengumpul II tidak mengeluarkan biaya.

### Padagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang perantara yang menjual ayamnya secara eceran. Pedagang pengecer memperoleh ayam dari pedagang pengumpul I dan Pedagang Pengumpul II yang datang langsung ke tempat menjual pedagang pengecer.

Pada saluran tataniaga I, pedagang pengecer membeli ayam buras dari pedagang pengumpul II. Sebelum ayam dibeli, terlebih dahulu diadakan tawar menawar dengan pedagang pengumpul II yang harganya didasarkan atas ukuran besar dan jenis kelamin

ayam. Jumlah ayam yang dibeli tiap hari tidak tetap, tergantung situasi permintaan ayam buras di pasar. Sistem pembayaran secara tunai yang langsung diberikan kepada pedagang pengumpul II setelah transaksi jual-beli.

Sedangkan pada saluran tataniaga III, pedagang pengecer membeli ayam buras langsung dari pedagang pengumpul I. Adapun proses jual-beli pada saluran ini sama dengan proses jual beli pada saluran tataniaga I.

Pedagang pengecer menjual ayamnya kepada konsumen, baik dalam jumlah sedikit maupun dalam jumlah yang banyak. Disamping konsumen biasa, yaitu konsumen yang tidak setiap hari membeli ayam kepada pedagang pengecer tersebut, ada juga konsumen yang setiap hari membeli ayam buras kepada pedagang pengecer tersebut yang disebut langganan tetap.

Karena ayam yang ada tidak langsung habis terjual dalam satu hari dan untuk menjaga agar kondisi ayam tetap baik, maka ayam yang ada diberi makan dengan jagung sebanyak 2 - 3 kali sehari.

Tiap-tiap pedagang pengecer mendapat tempat kurungan ayam sebanyak 2 - 3 tempat yang tiap hari dikenakan biaya retribusi sebesar Rp. 200,- untuk tiap tempat.

### Margin Tataniaga

Margin adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan antara harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dengan harga yang dibayarkan oleh pembeli akhir (Hanafiah dan Saefuddin, 1983). Perbedaan harga ini disebabkan karena setiap lembaga mengeluarkan biaya dan menginginkan keuntungan.

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa saluran tataniaga yang digunakan dalam proses penyaluran ayam buras ada tiga macam model saluran. Adapun margin tataniaga pada tiap lembaga tataniaga untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada uraian berikut :

### Margin Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul I

Besarnya margin pada tingkat pedagang pengumpul I untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada tabel 9 yang perhitungannya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 9. Margin Tataniaga per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul I untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993. \*)

Saluran Tataniaga	Tingkatan Ayam (Rp)				
	Kecil Sekali	Kecil	Sedang	Besar	Rata-rata
I	350,1	366,6	400	433,35	387,51
II	350,1	366,6	400	433,35	387,51
III	625	625	875	687,50	703,13

\*) Sumber : Data Primer Setelah Diolah

Pada tabel 9 terlihat, besarnya margin yang diperoleh pedagang pengumpul I pada saluran tataniaga I dan II sama. Hal ini disebabkan karena pedagang pengumpul I yang terlibat pada saluran tataniaga I dan II adalah orang yang sama dan mereka menjual ayamnya juga kepada orang yang sama, yang dalam hal ini adalah kepada pedagang pengumpul II. Sedangkan pada saluran tataniaga III terlihat margin yang diperoleh pedagang pengumpul I lebih besar daripada margin yang diperoleh pedagang pengumpul I pada saluran tataniaga I dan II, hal ini disebabkan karena pedagang pengumpul I pada saluran tataniaga III langsung menjual ayamnya kepada pedagang pengecer yang harga jualnya lebih tinggi daripada harga jual pada tingkat pedagang pengumpul II.

Pada saluran tataniaga III juga terlihat, margin untuk tingkatan ayam sedang lebih tinggi daripada margin untuk tingkatan ayam yang lain. Hal ini disebabkan karena di satu

pihak, pedagang pengumpul I membeli ayam sedang dengan harga yang relatif lebih rendah, kemudian dilain pihak pedagang pengumpul I menjualnya dengan harga yang relatif lebih tinggi.

### Margin Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul II

Besarnya margin pada tingkat pedagang pengumpul II untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada tabel 10 yang diperhitungannya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 10. Margin Tataniaga per Ekor pada Tingkat Pedagang pengumpul II untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993. \*)

Saluran Tataniaga	Tingkatan Ayam (Rp)				
	Kecil Sekali	Kecil	Sedang	Besar	Rata-rata
I	312,5	316,5	354,2	358	335,3
II	312,5	-	-	-	312,5

\*) Sumber : Data Primer Setelah Diolah

Pada tabel 10 terlihat, besarnya margin yang diperoleh pedagang pengumpul II pada saluran tataniaga II hanya ada pada tingkatan ayam kios saja, karena pada saluran ini tingkatan ayam yang langsung dijual kepada konsumen hanya tingkatan ayam kios.

### Margin Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengecer

Besarnya margin pada tingkat pedagang pengecer untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada tabel 11 yang perhitungannya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 11. Margin Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengecer untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993. \*)

Saluran Tataniaga	Tingkatan Ayam (Rp)				
	Kecil Sekali	Kecil	Sedang	Besar	Rata-rata
I	375	395,8	989,75	808,3	642,2
III	375	395,8	989,75	808,3	642,2

\*) Sumber : Data Primer Setelah Diolah

Pada tabel 11 terlihat, margin pada saluran tataniaga I dan III sama. Hal ini disebabkan karena harga yang dibelikan oleh pedagang pengecer dari pedagang pengumpul I dan pedagang pengumpul II adalah sama dan besarnya harga jual ayam oleh pedagang pengecer baik yang dibeli dari pedagang pengumpul I maupun dari pedagang pengumpul II juga sama, sehingga margin yang diperoleh juga sama.

Margin pada tingkatan ayam sedang lebih tinggi dari pada margin pada tingkatan ayam yang lain disebabkan karena untuk semua tingkatan ayam, yang paling laris dibeli oleh konsumen adalah tingkatan ayam sedang sehingga pedagang pengecer dapat lebih kuat kedudukan tawar-menawarnya pada tingkatan ayam sedang dibanding tingkatan ayam yang lain.

### Biaya Tataniaga

Biaya tataniaga adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari produsen sampai ke konsumsi. Besar kecilnya biaya tergantung dari kegiatan lembaga tataniaga dan jumlah fasilitas yang digunakan. Biaya tataniaga pada tiap tingkatan lembaga untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada uraian berikut :

### Biaya Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul I

Besarnya biaya tataniaga pada tingkat pedagang pengumpul I untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Biaya Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul I untuk Setiap Saluran tataniaga, 1993. \*)

Saluran Tataniaga	Jenis Biaya (Rp)					
	Makanan Ternak	Retribusi P. Pasar	Transport	Upah T. K	Penyusutan alat	Jumlah
I	-	-	-	-	0,34	0,34
II	-	-	-	-	0,34	0,34
III	72,27	15,63	-	-	1,30	89,20

\*) Sumber : Data Primer Setelah Diolah

Pada tabel 12 terlihat, besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul I pada saluran tataniaga I dan II hanya penyusutan alat, sedangkan biaya untuk makanan ternak, retribusi dan pajak pasar, transportasi serta upah tenaga kerja tidak ada. Hal ini disebabkan karena selang waktu dari membeli ayam kemudian makanan yang diberikan sedikit dan biasanya diberi makan dari sisa makanan sehari-hari. Biaya transportasi, retribusi dan pajak pasar juga tidak ada karena ayamnya dijual kepada pedagang pengumpul II yang berlokasi di tempat yang sama.

Sedangkan pada saluran tataniaga III terlihat besarnya biaya yang dikeluarkan adalah Rp. 89,2 per ekor. Dari ketiga jenis biaya yang dikeluarkan, yang paling tinggi adalah biaya makanan ternak yaitu sebesar Rp. 72,27 per ekor. Tingginya biaya makanan ternak karena pedagang pengumpul I menampung ayamnya selama 2 - 3 hari sebelum dijual, sehingga biaya untuk makanan ternak menjadi lebih tinggi.



### Biaya Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul II

Besarnya biaya tataniaga pada tingkat pedagang pengumpul II untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Biaya Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul II Untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993. \*)

Saluran Tataniaga	Jenis Biaya (Rp)					
	Makanan ternak	Retribusi + P. Psr	Transport	Upah T.K	Penyusutan alat	Jumlah
I	5,69	7,43	47,46	-	0,23	60,81
II	-	-	-	-	-	-

\*) Sumber : Data primer Setelah Diolah

Pada tabel 13 terlihat besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul II pada saluran tataniaga I sebesar Rp. 60,81 per ekor. Masing-masing biaya untuk makanan ternak sebesar Rp. 5,69 per ekor, Rp. 7,43 per ekor untuk retribusi dan pajak pasar, Rp. 47,46 per ekor untuk transportasi dan Rp. 0,23 per ekor untuk penyusutan alat. Dari ke empat jenis biaya di atas, yang paling tinggi yaitu biaya untuk transportasi. Hal ini disebabkan karena tingginya komisi yang dikeluarkan dan biaya untuk membeli minyak bensin untuk keperluan kendaraan bermotor yang digunakan. Sedangkan pada saluran tataniaga II tidak ada biaya yang dikeluarkan, karena pada saluran ini konsumen yang datang langsung ke tempat pedagang pengumpul II dan pada waktu ayam belum diberi makanan.

### Biaya Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengecer

Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Biaya Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengecer Untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993. \*)

Saluran Tataniaga	Jenis Biaya					
	Makanan Ternak (Rp)	Retribusi + P. Pasar (Rp)	Transport (Rp)	Upah T.K (Rp)	Peny Alat (Rp)	Jumlah (Rp)
I	2877	667	-	2778	-	6322
III	2877	667	-	2778	-	6322

\*) Sumber : Data Primer Setelah Diolah

Pada tabel 14 terlihat besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer pada saluran tataniaga I dan III sama, yaitu sebesar Rp. 63,22 per ekor. Hal ini disebabkan karena pedagang pengecer pada saluran tataniaga I dan III adalah orang yang sama. Dari ketiga jenis biaya yang dikeluarkan, yang paling tinggi adalah biaya untuk makanan ternak yaitu sebesar Rp. 28,77 per ekor. Hal ini disebabkan karena jenis makanan yang diberikan berupa jagung yang diberikan 2 - 3 kali sehari.

### Keuntungan Tataniaga

Keuntungan yaitu margin yang diperoleh dikurangi dengan biaya tataniaga. Untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh masing-masing pedagang perantara pada setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada uraian berikut :

### Keuntungan Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul I

Keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul I untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada tabel 15 yang perhitungannya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 15. Keuntungan Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul I Untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993. \*)

Saluran Tataniaga	Tingkatan Ayam (Rp)				
	Kecil sekali	Kecil	Sedang	Besar	Rata-rata
I	349,76	366,26	399,66	433,01	387,17
II	349,76	366,26	399,66	433,01	387,17
III	535,8	535,8	785,8	596,3	613,93

\*) Sumber : Data Primer Setelah Diolah

Pada tabel 15 terlihat besarnya keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul I pada saluran tataniaga I dan II sama, hal ini disebabkan karena pedagang pengumpul I yang terlibat pada saluran tataniaga I dan II adalah orang yang sama. Sedangkan pada saluran tataniaga III, besarnya keuntungan yang diperoleh lebih tinggi daripada keuntungan pada saluran tataniaga I dan II. Hal ini disebabkan karena pedagang pengumpul I pada saluran tataniaga III langsung menjual ayamnya kepada pedagang pengecer yang harga jualnya lebih tinggi sehingga diperoleh margin yang lebih tinggi pula.

### Keuntungan Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengumpul II

Besarnya keuntungan tataniaga pada tingkat pedagang pengumpul II untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada tabel 16 yang perhitungannya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 16. Keuntungan Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengumpul II untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993. \*)

Saluran Tataniaga	Tingkatan Ayam (Rp)				
	Kecil sekali	Kecil	Sedang	Besar	Rata-rata
I	251,69	255,69	293,39	297,19	274,49
II	312,5	-	-	-	312,5

\*) Sumber : Data Primer Setelah Diolah

Pada tabel 16 terlihat, keuntungan pada saluran tataniaga II lebih besar daripada saluran tataniaga I karena pada saluran tataniaga II tidak ada biaya yang dikeluarkan.

#### Keuntungan Tataniaga pada Tingkat Pedagang Pengecer

Besarnya keuntungan tataniaga pada tingkat pedagang pengecer untuk setiap saluran tataniaga dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 17. Keuntungan Tataniaga Per Ekor pada Tingkat Pedagang Pengecer untuk Setiap Saluran Tataniaga, 1993. \*)

Saluran Tataniaga	Tingkatan Ayam (Rp)				
	Kecil sekali	Kecil	Sedang	Besar	Rata-rata
I	311,78	332,58	926,53	745,08	578,99
II	311,78	332,58	926,53	745,08	578,99

\*) Sumber : Data Primer Setelah Diolah

Pada tabel 17 terlihat, keuntungan yang tertinggi yaitu pada tingkatan ayam sedang. Hal ini disebabkan karena diantara semua tingkatan ayam yang ada, yang paling banyak dibeli oleh konsumen adalah tingkatan ayam sedang sehingga pedagang pengecer dapat lebih mempertahankan harga atau lebih kuat kedudukan tawar-menawarnya dibanding tingkatan ayam yang lain.



## KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan dari penelitian dan hasil yang diperoleh selama penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan :


1. Saluran tataniaga ayam buras dari Desa Bontolebang ke Kotamadya Ujung Pandang ada 3 (tiga) model saluran, yaitu :
  - I. Dari produsen ke pedagang pengumpul I ke pedagang pengumpul II ke pedagang pengecer ke konsumen.
  - II. Dari produsen ke pedagang pengumpul I ke pedagang pengumpul II ke konsumen.
  - III. Dari produsen ke pedagang pengumpul I ke pedagang pengecer ke konsumen.
2. Besarnya margin yang diterima oleh tiap tingkatan lembaga pada setiap saluran tataniaga, yaitu :
  - a. Pada tingkat pedagang pengumpul I, margin yang tertinggi ada pada saluran tataniaga III yaitu sebesar Rp. 703,13 per ekor. Sedangkan margin pada saluran tataniaga I dan II sama, yaitu sebesar Rp. 387,51 per ekor.
  - b. Pada tingkat pedagang pengumpul II, margin yang tertinggi ada pada saluran tataniaga I yaitu sebesar Rp. 335,3 per ekor, sedangkan margin pada saluran tataniaga II sebesar Rp. 312,5 per ekor.
  - c. Pada tingkat pedagang pengecer, besarnya margin pada saluran tataniaga I dan III sama yaitu Rp. 642,2 per ekor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 1985. Peningkatan Ayam Buras di Pedesaan. Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Vol 7 No 6. Departemen Pertanian Republik Indonesia.
- Asri, M. 1986. Marketing. Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. BPFE, Yogyakarta.
- Assauri, S. 1987. Manajemen Produksi. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Boer, M. 1987. Manajemen Produksi. Penerbit Tarsito, Bandung.
- Hamid, A.K. 1972. Tataniaga Pertanian. Lembaga Penerbit Universitas Hasanuddin, Ujung Pandang.
- Hanafiah, A.M., dan A.M. Saefuddin. 1983. Tataniaga Hasil Perikanan. Penerbit Universitas Indonesia.
- Handoyo, Dj. D., dan Sugiharti, E. 1986. Beternak Ayam Kampung. CV. Simplex, Jakarta.
- Kartasapoetra, G. 1986. Marketing Produk Pertanian dan Industri yang Diterapkan di Indonesia. Bina Aksara, Jakarta.
- Kemal, I. 1984. Kelebihan Beternak Ayam. Majalah Ayam dan Telur, No 06. Thn XII.
- Mubyato. 1987. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES Jakarta.
- Nitisemito, A.S. 1991. Marketing. Ghalia, Jakarta.
- Radiosunu. 1986. Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan Analisis Edisi Kedua). Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1992. Beternak Ayam Kampung. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Saefuddin, A.M. 1986. Harga dan Margin Pemasaran. Majalah Pertanian No. 2. Departemen Pertanian, Jakarta.
- Sarwono, B. 1988. Ragam Ayam Piaraan. Penebar Swadaya Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1993. Beternak Ayam Buras. Penebar Swadaya Jakarta.

- Siradjudin dan Siddik. 1985. Pendidikan Keterampilan Sub Bidang Peternakan. CV. Rosda, Bandung.
- Soedirdjoatmojo, M.D.S. 1986. Beternak Ayam Kampung Sebagai Usaha. Jilid I. Badan Penerbit Karya Bani, Jakarta.
- Soekartawi. 1988. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian. Teori dan Aplikasinya. CV. Rajawali Press, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1989. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasi. CV. Rajawali Press, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1993. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasi (Edisi Revisi). PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soedjono, H., dkk. 1980. Motif Pemeliharaan Ayam Sayur Pada Petani Peternak di Kecamatan Ciamis. Proceedings Seminar Penelitian dan Pengembangan Peternakan. P3S, Bogor.
- Sujionohadi, K., dan Ade, I.S. 1993. Ayam Kampung Petelur. Perencanaan dan Pengelolaan Usaha Skala Rumah Tangga. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sukardi, D., dan Mufti. 1989. Penampilan Prestasi Ayam Buras di Kabupaten Banyumas dan Pengembangannya. Proceedings Seminar Nasional Ternak Unggas Lokal. Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Swastha, B. 1984. Azas-azas Marketing. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, B., dan Irawan. 1983. Manajemen Pemasaran Modern. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Winardi. 1980. Azas-azas Marketing. Alumni, Bandung.





LAMP IRAN

Lampiran 1. Rata-rata Harga Pembelian Ayam Buras Oleh Setiap Lembaga pada Tiap Model Saluran Tataniaga, 1993.

ST	L. Tataniaga	Tingkatan Ayam (Rp/ekor)			
		Kios	Kecil	Sedang	Besar
I	P. Produsen	-	-	-	-
	P. Pengumpul I	2.316,6	3.250	4.200	5.783,3
	P. Pengumpul II	2.687,5	3.537,5	4.541,6	6.125
	P. Pengecer	3.000	3.812,5	4.708	6.525
II	P. Produsen	-	-	-	-
	P. Pengumpul I	2.316,6	3.250	4.200	5.783,3
	P. Pengumpul II	2.687,5	3.537,5	4.541,6	6.125
III	P. Produsen	-	-	-	-
	P. Pengumpul I	2.375	3.250	4.125	5.625
	P. Pengecer	3.000	3.812,5	4.708	6.525

Keterangan : ST - Saluran Tataniaga

Sumber : Diolah dari Data Primer, 1993

Lampiran 2. Rata-rata Harga Penjualan Ayam Buras Oleh Setiap Lembaga pada Tiap Model Saluran Tataniaga, 1993.

ST	L. Tataniaga	Tingkatan Ayam (Rp/ekor)			
		Ransum	Kecil	Sedang	Besar
I	P. Produsen	2.382	3.267,8	4.166,6	5.729
	P. Pengumpul I	2.666,7	3.616,6	4.600	6.216,65
	P. Pengumpul II	3.000	3.854	4.895,8	6.483
	P. Pengecer	3.375	4.208,3	5.697,75	7.333,3
II	P. Produsen	2.382	3.267,8	4.166,6	5.729
	P. Pengumpul I	2.666,7	3.616,6	4.600	6.216,65
	P. Pengumpul II	3.000	-	-	-
III	P. Produsen	2.382	3.267,8	4.166,6	5.729
	P. Pengumpul I	3.000	3.875	5.000	6.312,5
	P. Pengecer	3.375	4.208,3	5.697,75	7.333,3

Keterangan : ST = Saluran Tataniaga

Sumber : Diolah dari Data Primer, 1993.

Lampiran 3. Perhitungan Margin Tataniaga pada Setiap Saluran Tataniaga, 1993.

Margin tataniaga adalah selisih harga penjualan dan harga pembelian ( $M = H_p - H_b$ )

a. Margin tataniaga pada saluran tataniaga I

- Untuk pedagang pengumpul I pada tingkatan ayam :

Kecil sekali	$M = \text{Rp. } 2.666,7$	- Rp.	2.316,6	= Rp. 350,1
Kecil	$M = \text{Rp. } 3.616,6$	- Rp.	3.250	= Rp. 366,6
Sedang	$M = \text{Rp. } 4.600$	- Rp.	4.200	= Rp. 400
Besar	$M = \text{Rp. } 6.216,65$	- Rp.	5.783,3	= Rp. 433,35

- Untuk pedagang pengumpul II pada tingkatan ayam :

Kecil sekali	$M = \text{Rp. } 3.000$	- Rp.	2.687,5	= Rp. 312,5
Kecil	$M = \text{Rp. } 3.854$	- Rp.	3.537,5	= Rp. 316,5
Sedang	$M = \text{Rp. } 4.895,8$	- Rp.	4.541,6	= Rp. 354,2
Besar	$M = \text{Rp. } 6.483$	- Rp.	6.125	= Rp. 358

- Untuk pedagang pengecer pada tingkatan ayam :

Kecil sekali	$M = \text{Rp. } 3.375$	- Rp.	3.000	= Rp. 375
Kecil	$M = \text{Rp. } 4.208,3$	- Rp.	3.812,5	= Rp. 395,8
Sedang	$M = \text{Rp. } 5.697,75$	- Rp.	4.708	= Rp. 989,8
Besar	$M = \text{Rp. } 7.333,3$	- Rp.	6.525	= Rp. 808,3

b. Margin tataniaga pada saluran tataniaga II

- Untuk pedagang pengumpul I pada tingkatan ayam :

Kecil sekali	$M = \text{Rp. } 2.666,7$	- Rp.	2.316,6	= Rp. 350,1
Kecil	$M = \text{Rp. } 3.616,6$	- Rp.	3.250	= Rp. 366,6
Sedang	$M = \text{Rp. } 4.600$	- Rp.	4.200	= Rp. 400
Besar	$M = \text{Rp. } 6.216,65$	- Rp.	5.783,3	= Rp. 433,35

- Untuk pedagang pengumpul II pada tingkatan ayam :

Kecil sekali	M = Rp. 3.000	- Rp.	2.687,5	= Rp. 312,5
--------------	---------------	-------	---------	-------------

c. Margin tataniaga saluran tataniaga III

- Untuk pedagang pengumpul I pada tingkatan ayam :

Kecil sekali	M = Rp. 3.000	- Rp.	2.375	= Rp. 625
--------------	---------------	-------	-------	-----------

Kecil	M = Rp. 3.875	- Rp.	3.250	= Rp. 625
-------	---------------	-------	-------	-----------

Sedang	M = Rp. 5.000	- Rp.	4.125	= Rp. 875
--------	---------------	-------	-------	-----------

Besar	M = Rp. 6.312,5	- Rp.	5.625	= Rp. 687,5
-------	-----------------	-------	-------	-------------

- Untuk pedagang pengecer pada tingkatan ayam :

Kecil sekali	M = Rp. 3.375	- Rp.	3.000	= Rp. 375
--------------	---------------	-------	-------	-----------

Kecil	M = Rp. 4.208,3	- Rp.	3.812,5	= Rp. 395,8
-------	-----------------	-------	---------	-------------

Sedang	M = Rp. 5.697,75	- Rp.	4.708	= Rp. 989,8
--------	------------------	-------	-------	-------------

Besar	M = Rp. 7.333,3	- Rp.	6.525	= Rp. 808,3
-------	-----------------	-------	-------	-------------

Lampiran 4. Daftar responden Pedagang Pengumpul I Dari Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara, 1993.

No.	Nama Responden	Jumlah Pembelian/hari(ekor)	Jenis Biaya (Rp)		
			Makanan Ternak/hari	Retrebusi	P. Pasar
1.	Herman	17	-	-	-
2.	Ambo	13	-	-	-
3.	Dg. Sese	14	-	-	-
4.	Gassing	12	-	-	-
5.	Dg. Bunga	13	425	200	300
6.	Dg. Nauring	18	500	200	300
7.	Rahim	12	-	-	-
8.	Tawang	16	-	-	-
9.	Baso Ropo	9	-	-	-
10.	Agus	14	-	-	-
11.	Dg. Nambang	12	-	-	-
12.	Mansur	15	-	-	-
13.	Hama	10	-	-	-
14.	Liwang	15	-	-	-
15.	Lati	11	-	-	-

- Keterangan :
- Nomor responden 5 dan 6 langsung menjual ayamnya ke pedagang pengecer.
  - Rata-rata jumlah ayam yang dibeli oleh P. Pengumpul I yang langsung ke P.P II adalah 13 ekor/hari.
  - Rata-rata jumlah ayam yang dibeli oleh P. Pengumpul I yang langsung ke Pedagang pengecer adalah 16 ekor/hari.

Lampiran 5. Biaya Tempat Kurungan Ayam yang Digunakan oleh Pedagang Pengumpul I Untuk Mengangkut Ayam, 1993.

No. Resp.	Nilai Baru (Rp)	Nilai Sekarang (Rp)	Lama pakai	Penyusutan	
				Pertahun (Rp)	Perhari (Rp)
1.	7.500	2.500	3	1.666	4,63
2.	5.000	2.000	2	1.500	4,17
3.	5.000	3.000	1	2.000	5,55
4.	6.000	2.000	2	2.000	5,55
5.	5.000	2.000	3	2.000	5,55
6.	5.000	3.000	1	4.000	11,11
7.	6.000	2.000	2	2.000	5,55
8.	6.000	4.000	2	1.000	2,78
9.	6.000	3.000	3	1.000	2,78
10.	5.000	2.000	3	1.000	2,78
11.	5.000	2.000	1	3.000	8,33
12.	5.000	2.000	2	1.500	4,17
13.	5.000	2.000	3	1.000	2,78
14.	6.000	3.000	2	1.500	4,17
15.	5.000	2.000	2	1.500	4,17
Rata-rata					4,42

Sumber : Diolah dari data primer, 1993

Keterangan : Untuk nomor responden 5 dan 6, rata-rata biaya penyusutan perhari adalah Rp. 8,33

Lampiran 6. Daftar Responden Pedagang Pengumpul II Dari Desa Bontolebang Kecamatan Galesong Utara, 1993.

No.	Nama Responden	Rata-rata jumlah pembelian/ penjualan perhari	Jenis Biaya (Rp)		
			Makanan ternak/hari	Retribusi + P. Pasar	Transportasi
1.	Dg. Sampe	60 ekor	214	500	2.000
2.	Dg. Gassing	48 ekor	556,6	500	-
3.	Collong	210 ekor	1.000	1.500	15.600
4.	Madu	120 ekor	200	500	7.000
5.	Dahlan	48 ekor	200	500	-
6.	Marsahib	66 ekor	971,4	600	1.600
Rata-rata		92 ekor	5236	6833	3.5

Sumber : Diolah dari Data Primer, 1993.



Lampiran 7. Biaya Kurungan Ayam yang Dipakai untuk Mengangkut Ayam oleh Pedagang Pengumpul II, 1993.

No.	Jumlah Kurungan (buah)	Harga Baru (Rp)	Harga Sekarang (Rp)	Lama Pakai (tahun)	Penyusutan (Rp)		
					Pertahun	Perhari	
1.	1	7.500	5.000	1	2.500	6,94	
2.	1	6.000	2.000	2	2.000	5,56	
3.	3	6.000	4.000	1	6.000	16,67	
4.	2	5.000	2.000	2	3.000	8,33	
5.	1	5.000	2.000	2	1.500	4,17	
6.	1	7.500	5.000	1	2.500	13,88	
Rata-rata							9,26

Sumber : Diolah dari Data Primer, 1993



Lampiran 8. Biaya Kurungan Ayam yang Dipakai untuk Menampung Ayam oleh Pedagang Pengumpul II, 1993.

No.	Jumlah Kurungan (buah)	Harga Baru (Rp)	Harga Sekarang (Rp)	Lama Pakai (tahun)	Penyusutan (Rp)	
					Pertahun	Perhari
1.	2	10.000	5.000	3	3.332	9,25
2.	1	6.000	2.000	2	2.000	5,56
3.	3	10.000	7.500	1	7.500	20,83
4.	2	5.000	5.000	2	5.000	13,88
5.	1	5.000	2.000	2	1.500	4,17
6.	1	7.500	5.000	1	2.500	13,88
Rata-rata						11,26

Sumber : Diolah dari Data Primer, 1993.

Lampiran 9. Daftar Responden Pedagang Pengecer di Ujung Pandang, 1993.

No.	Nama Responden	Jumlah Penjualan (ekor/hari)	Jenis Biaya (Rp)		
			Makanan Temak	Retrebusi	Upah T.K.
1.	Dg. Sorro	72	1.400	400	-
2.	Saleman	63	1.400	400	-
3.	Kahar	78	1.750	400	3.000
4.	Bombong	84	2.100	600	3.000
5.	Rahman	82	2.800	600	3.000
6.	Sampara	72	3.500	600	3.500
Rata-rata		75	2.158	500	2.08333

Sumber : Diolah dari Data Primer, 1993.

Lampiran 10. Perhitungan Biaya Tataniaga Setiap Lembaga pada tiap Saluran, 1993.

a. Biaya tataniaga pada saluran tataniaga I :

- Untuk pedagang pengumpul I :


- Makanan ternak = 0
- Retribusi dan p. pasar = 0
- Transportasi = 0
- Penyusut alat = Rp. 4,42/13 ekor  
= Rp. 0,34/ekor

- Untuk Pedagang pengumpul II :

- Makanan ternak = Rp. 523,6/92 ekor  
= Rp. 5,69/ekor
- Retribusi dan p. pasar = Rp. 683,3/ekor  
= Rp. 5,69/ekor
- Transportasi = Rp. 4.366,67/92 ekor  
= Rp. 47,46/ekor
- Penyusutan alat = Rp. 20,52/92 ekor  
= Rp. 0,23/ekor

- Untuk pedagang pengecer :

- Makanan ternak = Rp. 2.158/75 ekor  
= Rp. 28,77/ekor
- Retribusi dan P. pasar = Rp. 500/75 ekor  
= Rp. 6,67/ekor

- 
- Upah tenaga kerja = Rp. 2.083,33/75 ekor
  - = Rp. 27,78/ekor

b. Biaya tataniaga pada saluran tataniaga II :

- Untuk pedagang pengumpul I : Sama dengan biaya tataniaga pada saluran tataniaga I.
- Untuk pedagang pengumpul II : Tidak ada biaya yang dikeluarkan.

c. Biaya tataniaga pada saluran tataniaga III :

- Untuk pedagang pengumpul I :
  - Makanan ternak = Rp. 925/32 ekor
  - = Rp. 28,91/ekor
  - Retribuasi dan p. pasar = Rp. 500/32 ekor
  - = Rp. 15,63/ekor
  - Penyusutan alat = Rp. 20,825/16 ekor
  - = Rp. 1,3/ekor
- Untuk pedagang pengecer : Sama dengan biaya tataniaga pada saluran tataniaga I.



Lampiran 11. Perhitungan Keuntungan Lembaga Tataniaga pada setiap Saluran Tataniaga, 1993.

Keuntungan tataniaga adalah margin tataniaga dikurangi biaya tataniaga

$$(X = Mn - Bp)$$

a. Keuntungan tataniaga pada saluran tataniaga I :

- Untuk pedagang pengumpul I pada tingkatan ayam :

$$\text{Kecil sekali } X = \text{Rp. } 350,1 - \text{Rp. } 0,34 = \text{Rp. } 349,76$$

$$\text{Kecil } X = \text{Rp. } 366,6 - \text{Rp. } 0,34 = \text{Rp. } 366,26$$

$$\text{Sedang } X = \text{Rp. } 400 - \text{Rp. } 0,34 = \text{Rp. } 399,66$$

$$\text{Besar } X = \text{Rp. } 433,35 - \text{Rp. } 0,34 = \text{Rp. } 433,01$$

- Untuk pedagang pengumpul II pada tingkatan ayam :

$$\text{Kecil sekali } X = \text{Rp. } 312,5 - \text{Rp. } 60,81 = \text{Rp. } 251,69$$

$$\text{Kecil } X = \text{Rp. } 316,5 - \text{Rp. } 60,81 = \text{Rp. } 255,69$$

$$\text{Sedang } X = \text{Rp. } 354,2 - \text{Rp. } 60,81 = \text{Rp. } 293,39$$

$$\text{Besar } X = \text{Rp. } 358 - \text{Rp. } 60,81 = \text{Rp. } 297,19$$

- Untuk pedagang pengecer pada tingkatan ayam :

$$\text{Kecil sekali } X = \text{Rp. } 375 - \text{Rp. } 63,22 = \text{Rp. } 311,78$$

$$\text{Kecil } X = \text{Rp. } 395,8 - \text{Rp. } 63,22 = \text{Rp. } 332,58$$


$$\text{Sedang } X = \text{Rp. } 989,75 - \text{Rp. } 63,22 = \text{Rp. } 926,53$$

$$\text{Besar } X = \text{Rp. } 808,3 - \text{Rp. } 63,22 = \text{Rp. } 745,08$$

b. Keuntungan tataniaga pada saluran tataniaga II

- Untuk pedagang pengumpul I : sama dengan keuntungan pada saluran tataniaga I

- Untuk pedagang pengumpul II pada tingkatan ayam :



$$\begin{aligned} \text{Kecil sekali } X &= \text{Rp. } 312,5 - 0 && = \text{Rp. } 312,5 \\ X &= \text{Rp. } \quad \quad - \text{Rp.} && = \text{Rp.} \end{aligned}$$

c. Keuntungan tataniaga pada saluran tataniaga III :

- Untuk pedagang pengumpul I pada tingkatan ayam :

$$\text{Kecil sekali } X = \text{Rp. } 625 - \text{Rp. } 72,27 = \text{Rp. } 535,8$$

$$\text{Kecil } X = \text{Rp. } 625 - \text{Rp. } 72,27 = \text{Rp. } 535,8$$

$$\text{Sedang } X = \text{Rp. } 875 - \text{Rp. } 72,27 = \text{Rp. } 785,8$$

$$\text{Besar } X = \text{Rp. } 687,5 - \text{Rp. } 72,27 = \text{Rp. } 589,3$$

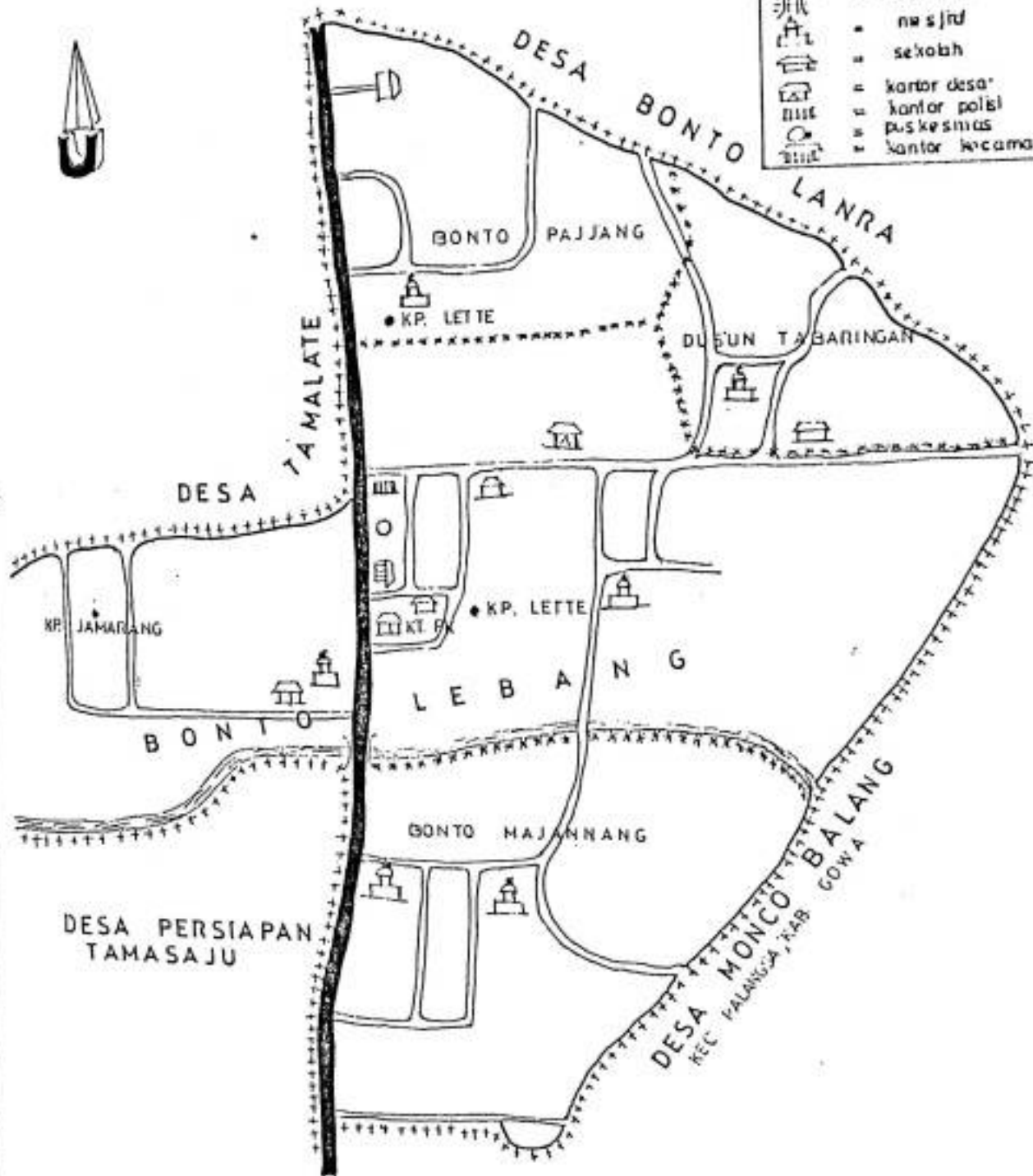
- Untuk pedagang pengecer : Sama dengan keuntungan pada saluran tataniaga I

Lampiran 12. Peta Desa Bontolebang Kecamatan Gelesong  
Utara Kabupaten Takalar, 1993.

# PETA DESA BONTO LEBANG

## KETERANGAN :

++++	• Batas desa
....	• Batas dusun
==	• Jalan daerah
---	• Jalan desa & dusun
~	• sungai
≡	• jembatan
⚤	• mesjid
⚥	• sekolah
⚦	• kantor desa
⚧	• kantor polisi
⚨	• puskesmas
⚩	• kantor kecamatan





## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama SUMIATI lahir di Jambi pada tanggal 17 September 1969, anak ke 3 dari 7 bersaudara, dari Ayah H. Ambo Emme dan Ibu Hj. Walinono.

Jenjang pendidikan yang telah ditempuh adalah :

1. Menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 1982 pada Sekolah Dasar Inpres3, pomalaa Kabupaten Kolaka.
2. Menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama tahun 1985 pada Sekolah Menengah Pertama Negeri Pomalaa, Kabupaten Kolaka.
3. Menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas tahun 1988 pada Sekolah Menengah Atas Negeri Antam Pomalaa, Kabupaten Kolaka.

Dan pada tahun 1988, terdaftar sebagai mahasiswa Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan dan Perikanan Universitas Hasanuddin, dengan melalui jalur Penelusuran Minat dan Bakat.