



**ANALISIS HUBUNGAN HARGA JUAL PAKAN
AYAM RAS PETELUR FASE LAYER (SF 136)
TERHADAP KEUNTUNGAN PERUSAHAAN TRI DHARMA KARYA
KECAMATAN MARITENGGAE KABUPATEN SIDRAP**

S K R I P S I

N U R S A M

PERPUSWAKRAFASIA FISIPET UNIV. HASANUDDIN

25-7-2000

Fak. Peternakan

1. EXP.

20 07 25 93.

11923



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2000

ANALISIS HUBUNGAN HARGA JUAL PAKAN
AYAM RAS PETELUR FASE LAYER (SF 136)
TERHADAP KEUNTUNGAN PERUSAHAAN TRI DHARMA KARYA
KEC. MARITENGGAE KAB. SIDRAP

Oleh :

N U R S A M

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Utama Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin
Makassar*

FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR

2000



Judul Penelitian : Analisis Hubungan Harga Jual Pakan Ayam Ras Petelur Fase Layer (SF 136) Terhadap Keuntungan Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap.

Nama Peneliti : Nursam

Nomor Pokok : I 311 94 187

Skripsi Telah Diperiksa
Dan disetujui Oleh :

Ir. Abd. Hamid Hoddi, MS.
Pembimbing Utama

Ir. Martha B. Rombe
Pembimbing Anggota

Prof. DR. Ir. M.S. Effendi Abustam, M.Sc.
Dekan Fakultas Peternakan



Ir. Muhammad Djufri Palli
Ketua Jurusan Sosek

Tanggal Lulus : 22 April 2000

RINGKASAN

Ketergantungan bahan baku pakan dalam industri makanan ternak saat ini, banyak disoroti sebagai penyebab utama terjadinya krisis di bidang perunggasan. Tingginya persentase impor bahan baku pakan menyebabkan ongkos produksi menjadi tidak seimbang dengan harga outputnya.

Adanya situasi dan ketidakpastian ekonomi yang dihadapi juga mengakibatkan perusahaan menghadapi berbagai resiko dan kelangkaan pakan di pasar, karena pabrik mengalami penurunan kapasitas usaha. Oleh karena itu, salah satu alternatif pemecahan masalah yang dilakukan adalah menggalakkan industri pakan berbasis bahan baku lokal.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimanakah hubungan antara harga jual pakan ayam ras petelur dengan keuntungan perusahaan pada pabrik pakan ternak Tri Dharma Karya.

Dari hasil analisa regresi diperoleh persamaan : $Y = -40.814,0108 + 0,5633 X$.

- ☒ Perubahan nilai keuntungan penjualan pakan lokal ayam ras petelur pada perusahaan sebesar 0,5633 sebagai akibat dari perubahan setiap nilai harga jualnya.
- ☒ Terdapat hubungan yang positif dan cukup kuat antara harga jual pakan dengan keuntungan perusahaan, ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi sederhana (r) sebesar 0,8234, maksudnya adalah bila terjadi kenaikan harga jual pakan, maka akan diikuti dengan kenaikan keuntungan perusahaan.
- ☒ Nilai koefisien determinasi (r^2) untuk pakan jenis SF 136 sebesar 0,6780. Ini berarti bahwa pengaruh variasi (naik turunnya) harga jual pakan terhadap keuntungan perusahaan sebesar 67,80%.

Oleh karena itu pihak perusahaan hendaknya betul-betul mempertimbangkan berbagai hal dalam menghadapi berbagai perubahan harga jual pakan ayam, sehingga keuntungan yang diperoleh dapat ditingkatkan dengan menyusun dan memperbaiki strategi pemasarannya.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah dan limpahan rahmat, hidayah dan anugrahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “**Analisis Hubungan Harga Jual Pakan Ayam Ras Petelur Fase Layer (SF 136) Terhadap Keuntungan Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap**”.

Suatu kehormatan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

- Bapak **Ir. Abd. Hamid Hoddi, MS** sebagai pembimbing utama dan Ibu **Ir. Martha B. Rombe** sebagai pembimbing anggota, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran hingga selesainya skripsi ini.
- Bapak **Prof. Dr. Ir. M. S. Effendi Abustam, M.Sc** sebagai Dekan Fakultas Peternakan, Bapak **Ir. Muhammad Djufri Palli** sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, seluruh staf dosen khususnya Jurusan Sosial Ekonomi dan pegawai yang telah banyak memberikan bantuan, dorongan dan bimbingan selama menempuh pendidikan di Fakultas Peternakan.
- Ibu **Ir. Hastang, M.Si** sebagai Penasehat Akademik yang telah banyak memberikan dorongan dan nasehat selama penulis mengikuti kegiatan akademik.

- Bapak Pimpinan, seluruh staf dan karyawan perusahaan Tri Dharma Karya Sereang, yang banyak membantu dalam penelitian ini.
- Sahabat-sahabatku: **Asni, Indri, Eda, Yuli, Lina, Harmina, Lia, Amma, Yos, Rina, Yudi, Ibe, Rahmat, Herman, Acak, Rijal**, dan rekan SENSASI '94 dan segenap warga HIMSENA atas kebersamaan dan dukungan selama ini.
- Teman-teman khususnya **Kak Lia, Tarmat, Enal, Enny, Emmy, Ajeng** atas dukungan dan bantuannya selama ini.
- Terkhusus kepada **Ayahanda Abd. Rahim Gella dan Ibunda Madduwero**, saudaraku **Kak Yamin, Kak Dali, Adik Arifuddin** dan seluruh keluarga atas segala doa restu, motivasi dan pengorbanan baik moril maupun materiil yang diberikan selama penulis dalam masa studi.
- Semua pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan didalamnya, namun tetap mengharapkan semoga tulisan ini dapat bermanfaat kepada almamater, masyarakat, bangsa dan negara. Semoga Allah SWT, senantiasa meridhoi dan memberikan rahmatNya untuk kita semua. Amin.

Wassalam

N u r s a m

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Hipotesa.....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Kegunaan Penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Umum Peternakan Ayam Ras Petelur.....	4
2.2. Pakan Ayam Ras Petelur.....	5
2.3. Biaya-Biaya Produksi.....	6
2.4. Harga.....	8
2.5. Penerimaan dan Pendapatan.....	10
2.6. Teori Regresi.....	11
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	14
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	14

3.3. Sumber Data	14
3.4. Analisa Data	14
3.5. Konsep Operasional	16

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan	17
4.2. Letak dan Luas Lokasi Perusahaan	18
4.3. Struktur Organisasi	19
4.4. Keadaan dan Jumlah Karyawan	22
4.5. Fasilitas-fasilitas Perusahaan	24

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Harga Jual, Volume Penjualan dan Penerimaan Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur SF 136	26
5.2. Total Biaya Untuk Pakan Ayam Ras Petelur SF 136	29
5.3. Keuntungan dari Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur	31
5.4. Analisis Hubungan Harga Jual Pakan Terhadap Keuntungan Penjualan Pakan SF 136	34
5.5. Pengaruh Harga Jual Pakan Terhadap Volume Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur SF 136	39

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	42
6.2. Saran	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Tingkat Pendidikan Karyawan pada Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap	23
2.	Susunan Jabatan dan Jumlah Karyawan pada Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap	23
3.	Fasilitas yang Dimiliki Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap	25
4.	Harga Jual, Volume Penjualan dan Penerimaan Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur SF 136	27
5.	Total Biaya yang Dikeluarkan untuk Menghasilkan Pakan Ayam Ras Petelur SF 136	31
6.	Keuntungan dari Penjualan Pakan SF 136 pada Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap	33
7.	Keuntungan Per Zak dari Penjualan Pakan SF 136 pada Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap	35
8.	Hasil Analisa Hubungan Harga Jual Pakan SF 136 terhadap Keuntungan Per Zak Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap	36
9.	Hasil Analisa Hubungan Harga Jual Pakan SF 136 terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap	39

DAFTAR GAMBAR

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1	Struktur Organisasi Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap.	20
2	Grafik Hubungan Harga Jual Pakan SF 136 dengan Keuntungan per Zak Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap	38

DAFTAR LAMPIRAN

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Harga dan Volume Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur SF 136 Periode Oktober 1998 smpai dengan September 1999	46
2.	Data Harga Jual Pakan SF 136 dan Keuntungan Per Zak Perusahaan Tri Dharma Karya	47
3.	Daftar Komposisi Kandungan Zat Jenis Pakan Ayam Ras Petelur SF 136 Fase Layer	48
4.	Hasil Analisa Regresi Harga Jual Pakan SF 136 dan Keuntungan Per Zak Perusahaan Tri Dharma Karya Kab. Sidrap	49
5.	Hasil Analisa Regresi Harga Jual Pakan SF 136 dengan Volume Penjualan pada Tri Dharma Karya	50

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Tujuan pembangunan peternakan sebagai bagian integral dari pembangunan pertanian adalah untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani peternak khususnya dan masyarakat pada umumnya, melalui peningkatan produksi peternakan baik kualitas maupun kuantitas. Selain itu juga diutamakan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi. Dalam rangka mencapai sasaran pembangunan swasembada pangan di sub sektor peternakan, utamanya di dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, maka pembangunan peternakan tersebut diarahkan pada pengembangan peternakan yang lebih maju melalui penerapan teknologi yang lebih canggih dan tepat guna. Dalam dunia peternakan, keberhasilan usaha beternak sangat bergantung pada faktor bibit, pakan, tatalaksana, dan sanitasi. Faktor pakan merupakan faktor yang terbanyak menyerap biaya produksi, yaitu sekitar 70% dari total biaya produksi (Poultry Indonesia Edisi Januari, 1997).

Sub sektor peternakan yang merupakan bagian penting dari sektor pertanian diakui memiliki peranan yang besar di dalam upaya meningkatkan kualitas sumberdaya manusia. Namun situasi ekonomi yang dihadapi sekarang adalah adanya ketidakpastian ekonomi yang mengakibatkan perusahaan menghadapi berbagai resiko, bagaimana memproduksi barang seefisien mungkin sekaligus dihadapkan pada masalah apakah barang-barang yang telah diproduksi tersebut dapat terjual di pasaran, atau dengan kata lain bagaimana

memasarkan barang tersebut. Pada taraf inilah pemasaran dijadikan pokok perhatian bagi para manajemen perusahaan.

Adanya krisis moneter juga mengakibatkan kelangkaan pakan di pasar karena pabrik mengalami penurunan kapasitas usaha. Menghadapi kenyataan ini, salah satu alternatif pemecahan yang dilakukan adalah menggalakkan industri pakan berbasis bahan baku lokal. Upaya ini, dengan pembinaan mutu dan manajemen usaha, akan dapat menjadi suatu usaha pakan ternak berskala besar dan tangguh, serta tidak terlalu bergantung pada bahan baku impor.

Ketergantungan bahan baku pakan dalam industri pakan ternak saat ini banyak disoroti sebagai penyebab utama terjadinya krisis di bidang perunggasan. Tingginya persentase impor bahan baku pakan menyebabkan ongkos produksi peternakan menjadi tidak seimbang dengan harga outputnya (Poultry Indonesia Edisi Desember, 1998). Ketergantungan atas bahan baku impor yang demikian parah seperti itu membuat industri pakan sangat rawan terhadap setiap gejolak.

Oleh karena itu, salah satu perusahaan pabrik pakan ternak yaitu Tri Dharma Karya, dimana produksinya telah sampai ke peternak yang lokasinya jauh dari lokasi perusahaan. Di sini tentunya pihak perusahaan harus jeli melihat kondisi terutama dalam menghadapi setiap perubahan harga pakan yang dipasarkan untuk tetap menarik pelanggan atau peternak yang menggunakan produknya tanpa mengabaikan kondisi perusahaan itu sendiri agar tetap memperoleh keuntungan khususnya dalam meningkatkan volume penjualan

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

- Bagaimana hubungan antara harga jual pakan ayam ras petelur dengan keuntungan perusahaan pada pabrik pakan ternak Tri Dharma Karya?

1.3. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dikemukakan suatu hipotesis sebagai berikut:

- Diduga bahwa hubungan antara harga jual pakan ayam ras petelur adalah positif terhadap keuntungan perusahaan pada pabrik pakan ternak Tri Dharma Karya.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga jual pakan ayam ras petelur dengan keuntungan pada perusahaan Tri Dharma Karya.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan informasi bagi perusahaan di dalam menghadapi perubahan-perubahan harga jual pakan ayam, sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk memperoleh keuntungan yang lebih baik.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum Peternakan Ayam Ras Petelur

Ayam ras petelur adalah jenis-jenis ayam yang sangat efisien dalam menghasilkan telur. Ayam tipe petelur ini mempunyai temperamen: mudah kaget, (nervous), badan relatif kecil dan bentuknya langsing, cepat dewasa, kemampuan bertelur tinggi (telur banyak dan besar), sifat pengeraman umumnya sudah tidak ada karena kecil, dan jumlah makanan yang dimakan sedikit (Wiharto, 1986).

Usaha ayam ras petelur telah berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: meningkatnya efisiensi dan keterampilan peternak dalam menerapkan teknologi maju seiring dengan perkembangan zaman. Dengan adanya dorongan dan pembinaan pemerintah dan semakin tingginya permintaan komoditas telur serta pesatnya perkembangan perusahaan pembibitan ayam. Hal lainnya adalah karena banyaknya berkembang pabrik-pabrik makanan ternak serta obat-obatan dalam negeri (Yassin dan Indarsih, 1988).

Agar usaha peternakan bisa menguntungkan, maka segi-segi ekonomi harus dipertanggungjawabkan secara ekonomis. Segi-segi ekonomis yang dimaksud adalah cara pemberian makanan yang betul, lingkaran produksi, tenaga kerja, biaya pencegahan penyakit, biaya makanan, pengaturan udara dalam kandang dan sistem kandang (Anonim, 1989). Selanjutnya dikatakan, bahwa untuk mencapai sejumlah keuntungan dan manfaat tertentu dalam usaha

ayam ras petelur, harus memiliki syarat teknis dan pengelolaan sebagaimana mestinya. Syarat yang dimaksud adalah breeding, feeding, dan manajemen serta pemberantasan penyakit.

2.2. Pakan Ayam Ras Petelur

Usaha peternakan ayam ras petelur merupakan industri biologis, dimana keberhasilannya ditentukan oleh pengadaan sarana produksi, makanan ternak, serta ketepatan manajemen dan kelancaran usaha pemasaran hasil produksi. Namun demikian komponen pakan ternak memegang peranan penting dalam menjamin kelangsungan hidup suatu usaha peternakan, hal ini dapat dilihat pada usaha peternakan ayam ras petelur yang 60-70% dari seluruh biaya produksi adalah biaya pakan. Dengan demikian komponen pakan sangat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha peternakan (Rasyaf, 1993).

Wahyu (1988) menyatakan, bahwa ternak mempergunakan makanan tidak lain untuk kebutuhan energi yang dibutuhkan oleh fungsi-fungsi tubuh untuk melancarkan reaksi-reaksi sintesa dalam tubuh. Selanjutnya dikatakan bahwa energi merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam penyusunan ransum.

Kebutuhan protein dan asam amino pada unggas dipengaruhi oleh beberapa faktor meliputi umur, pertumbuhan, reproduksi, cuaca, tingkat energi ransum, penyakit dan bangsa ayam. Protein adalah zat organik yang mengandung nitrogen, karbon, hidrogen, oksigen, sulfur dan fosfor. Zat tersebut merupakan zat makanan utama yang esensial bagi kehidupan karena zat tersebut

merupakan protoplasma yang aktif dalam semua sel hidup. Protein merupakan struktur yang sangat penting untuk pertumbuhan jaringan lemak dalam tubuh hewan seperti urat daging, tenunan pengikat, kolagen, kulit, rambut, kuku, bulu, dan bagian paruh (Rasyaf, 1996).

Anggorodi (1985) menyatakan, bahwa dalam memilih bahan makanan yang akan digunakan untuk tujuan tertentu pula diperhatikan ketersediaan bahan makanan, nilai pelengkap bila diberikan dalam bentuk kombinasi, harga serta cara pemberian makanan tersebut. Selanjutnya dikatakan oleh Rasyaf (1996), bahwa secara garis besar asal bahan makanan dibagi atas dua sumber. Sumber pertama yaitu sumber nabati atau bahan makanan yang berasal dari tanaman pangan seperti: jagung, sorghum, gandum, jawawut, jagung putih, jagung merah, kacang hijau, kacang tanah. Sumber kedua adalah bahan makanan asal hewan seperti: udang, ikan, dan serangga.

2.3. Biaya-Biaya Produksi

Biaya usahatani diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang relatif tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang diperoleh, dan biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh (Soekartawi, 1995).

Hernanto (1989) menyatakan, bahwa biaya variabel yang dikeluarkan selama masa proses produksi sampai menjadi produk disebut biaya produksi. Selanjutnya biaya dapat dibagi dalam empat kategori yaitu biaya tetap, biaya variabel, biaya tunai, dan biaya bukan tunai.

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan ada atau tidaknya ayam dalam kandang. Sekalipun peternakan dalam keadaan kosong, biaya harus dikeluarkan. Biaya-biaya tetap terdiri dari biaya total dan biaya tetap operasional, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berhubungan langsung dengan jumlah ayam yang dipelihara. Semakin banyak jumlah ayam yang dipelihara semakin besar pula biaya variabel atau sebaliknya. Biaya variabel terdiri dari biaya pakan, bibit, biaya pemeliharaan, dan biaya kesehatan (Rasyaf, 1995).

Mubyarto (1989) menyatakan, bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk produksi. Dalam waktu penggunaannya biaya dapat dibagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang timbul karena adanya faktor-faktor produksi tetap yang dapat digunakan untuk beberapa produksi. Sedangkan biaya variabel timbul yaitu karena adanya faktor produksi yang variabel, yaitu faktor produksi yang dikeluarkan untuk satu kali proses produksi.

Pengelolaan biaya produksi dilakukan berdasarkan sifat-sifatnya yaitu biaya tetap, adalah biaya yang tidak ada kaitannya dengan jumlah barang yang diproduksi atau biaya yang tidak tergantung pada kebutuhan perusahaan, dan biaya tidak tetap adalah biaya yang dikeluarkan dan tergantung pada kapasitas produksi yang bersangkutan, sedangkan komponen biaya ini adalah bibit, pakan, pemeliharaan, dan kesehatan. Besar kecilnya biaya tergantung pada besar kecilnya ternak yang memakan pakan tersebut (Soekartawi, 1994).

Biaya tetap adalah jenis-jenis biaya selama satu periode kerja adalah tetap jumlahnya dan tidak mengalami perubahan, sedangkan biaya variabel adalah jenis-jenis biaya yang naik turun bersama dengan volume kegiatan (Sigit, 1994).

2.4. Harga

Harga adalah salah satu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan karena harga akan langsung mempengaruhi volume penjualan dan laba yang dicapai oleh perusahaan. Selanjutnya dikatakan bahwa harga merupakan variabel controlable yang menentukan diterima tidaknya barang oleh konsumen, harga semata-mata tergantung pada kebijakan produsen tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah dan mahalnya suatu barang sangat relatif sifatnya dan untuk mengetahuinya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga barang serupa yang diproduksi atau dijual oleh perusahaan lain (Asri, 1991).

Faktor yang sangat menentukan tingkat harga suatu barang di pasar adalah tingkat harga umum (General Price Level). Harga dari setiap produk cenderung mengikuti pergerakan tingkat harga umum. Bila tingkat harga umum rendah maka harga produk tersebut cenderung rendah, dan bila tingkat harga umum tinggi, maka harga produk tersebut cenderung tinggi. Penawaran dan permintaan akan suatu produk menentukan besarnya suatu harga dari produk itu berada di atas atau di bawah tingkat harga umum. Jika penawaran dan permintaan akan keseluruhan produk akan mendekati tingkat yang sama dari



keseluruhan produk, maka harga-harga dari setiap produk akan mendekati tingkat yang sama dari seluruh harga. Akan tetapi jika penawaran di suatu produk, maka harga-harga dari setiap produk akan mendekati tingkat yang sama dari seluruh harga. Akan tetapi jika penawaran di suatu produk tertentu relatif besar dari suatu permintaan, maka harga dari barang tersebut relatif akan berada di bawah tingkat harga umum. Dan sebaliknya apabila penawaran dari suatu produk barang relatif kecil daripada permintaan, maka harga barang tersebut secara relatif akan berada di atas tingkat harga umum (Saefuddin dan Hanafiah, 1986).

Di dalam keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, yang terutama sangat terasa dalam pasar pembeli (buyer market), peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar yang tercermin dalam share pasar perusahaan, di samping untuk penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan perkataan lain penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen (Assauri, 1996).

Apabila harga suatu barang yang dibeli konsumen sangat memberikan hasil yang sangat memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah sehingga dapat menciptakan langganan (Swastha, 1996).

Teori ekonomi menerangkan manusia sebagai seorang pembeli rasional yang mempunyai informasi sempurna tentang pasar, hal mana yang

dimanfaatkannya untuk mencapai nilai optimum untuk biaya pembelian dan uang yang dikeluarkannya. Harga dianggap sebagai motivasinya yang paling kuat, ia membandingkan semua harga penawaran pihak saingan dan oleh karena tidak adanya perbedaan antara mereka, ia akan membeli pada harga yang rendah (Winardi, 1991).

2.5. Penerimaan dan Pendapatan

Penerimaan adalah suatu keterkaitan produksi dimana terdapat suatu rantai yang sangat menentukan keseluruhan proses. Penerimaan adalah suatu variabel yang terdiri dari bermacam unit dan fungsi menentukan selisih antara output dan input yang telah dijalankan. Penerimaan ini dapat mewakili suatu selisih antara biaya produksi dalam menentukan laba (Sukotjo, 1989).

Soekartawi (1995) mengatakan, bahwa penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan seluruh biaya. Sedangkan biaya adalah seluruh pengeluaran yang digunakan dalam usahatani. Selanjutnya dikatakan bahwa penerimaan diperoleh dari produksi fisik dikalikan dengan harga produksi. Total pendapatan bersih diperoleh dari total penerimaan dikurangi dengan total biaya dalam suatu proses produksi.

Income statement adalah suatu ringkasan dari pendapatan dan pengeluaran dalam jangka waktu tertentu yang dapat berfungsi sebagai alat kontrol atau alat evaluasi dari suatu kegiatan usaha yang sedang kita jalankan (Prawirokusumo, 1990).

Pengertian pendapatan dalam usahatani ada dua macam yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih (keuntungan). Pendapatan kotor usahatani yaitu keseluruhan hasil atau nilai uang dari hasil usahatani. Pendapatan bersih usahatani yaitu jumlah pendapatan kotor usahatani dikurangi dengan biaya atau keseluruhan jumlah korbanan atau merupakan selisih antara biaya produksi tingkat petani dengan harga pokok yang dikalikan dengan jumlah produk usahatani (Cahyono, 1994).

Keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya-biaya. Biaya-biaya ini dalam banyak kenyataan, dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap atau BT (seperti sewa tanah, pembelian alat pertanian), dan biaya tidak tetap atau BTT (seperti biaya yang dikeluarkan untuk membeli bibit, obat-obatan, pembayaran tenaga kerja) (Soekartawi, 1994).

Kerugian atau keuntungan dapat diperoleh dari hasil pengurangan total revenue dan total cost ($TR - TC$) (Kertasapoetra, 1988).

Soekartawi (1995), bahwa analisis biaya usahatani meliputi komponen-komponen biaya variabel dan biaya tetap, sedangkan analisis pendapatan meliputi total atau pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Hubungan antara penerimaan dengan biaya usaha dianalisis dengan menggunakan analisis biaya dan pendapatan.

2.6. Teori Regresi

Analisis regresi berkenaan dengan proses studi ketergantungan dari satu variabel yang disebut dengan variabel tak bebas (dependent variabel), pada satu

atau lebih variabel yaitu variabel yang menerangkan dengan tujuan untuk memperkirakan dan atau menerangkan nilai rata-rata dari variabel tak bebas apabila nilai variabel yang menerangkan sudah diketahui. Variabel yang menerangkan sering disebut variabel bebas (independent variabel) atau explanatory variables (Supranto, 1983).

Analisis regresi adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan kemungkinan bentuk dari hubungan antara variabel-variabel. Tujuan pokok dalam penggunaan metode ini adalah untuk meramalkan atau memperkirakan nilai satu variabel dalam hubungan dengan variabel yang lain diketahui (Iswardono, 1981).

Usman dan Akbar (1995) menyatakan, bahwa analisis regresi berguna untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya, begitu pula sebaliknya. Agar analisis regresi dapat digunakan, maka harus memenuhi persyaratan-persyaratan sebagai berikut:

1. Variabel yang dicari hubungan fungsionalnya mempunyai data yang terdistribusi normal.
2. Variabel X tidak acak, sedangkan variabel Y harus acak.
3. Variabel yang dihubungkan mempunyai pasangan sama dari subyek yang sama pula.
4. Variabel yang dihubungkan mempunyai data interval atau rasio.

Selanjutnya dikatakan, bahwa makna persamaan analisis regresi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel kriterium

X = Variabel prediktor

a = bilangan konstanta

b = koefisien arah regresi linear

METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada pabrik pakan ternak Tri Dharma Karya di Jalan Koperasi Desa Sereang Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Dilaksanakan pada Bulan September 1999 sampai Nopember 1999.

3.2. Metode Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (Purposive Sampling) yaitu pada pabrik pakan ternak Tri Dharma Karya yang bergerak dalam bidang usaha pakan ternak.

3.3. Sumber Data

Pengambilan data dalam penelitian ini diperoleh dengan dua cara, yaitu:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian berupa pengamatan langsung dan wawancara atau pengajuan pertanyaan kepada staf karyawan Tri Dharma Karya.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak perusahaan dan instansi yang terkait dengan penelitian ini.

3.4. Analisa Data

1. Untuk menghitung keuntungan perusahaan tersebut dapat dianalisa berdasarkan persamaan yang dikemukakan oleh Soekartawi (1995) sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

dimana : π = Keuntungan Perusahaan (Rp)

TR = Total Revenue (Rp)

TC = Total Cost (Rp)

2. Untuk mengetahui hubungan harga jual pakan ayam ras petelur terhadap keuntungan perusahaan, maka data dianalisis dengan regresi linear sederhana yang dilanjutkan dengan analisa korelasi seperti yang dikemukakan Supranto (1995):

$$Y = a + bX$$

dimana: Y = Keuntungan Perusahaan (Rp/Zak)

X = Harga Pakan (Rp/ Zak)

a = bilangan konstanta

b = koefisien arah regresi linear

Untuk menghitung nilai a dan b:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \cdot \sum X^2 - [\sum X]^2} \text{ dan } b = \frac{n \cdot \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

3. Untuk mengetahui besarnya hubungan ketergantungan antara harga jual pakan ayam ras petelur dengan keuntungan perusahaan maka digunakan rumus korelasi sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{n \sum X_i^2 (\sum X_i)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2}}$$

3.5. Konsep Operasional

Dalam penelitian ini ditetapkan batasan-batasan pengertian sebagai berikut:

- Pakan lokal adalah pakan atau makanan ayam ras petelur yang diproduksi untuk kebutuhan lokal dengan menggunakan bahan baku sebagian besar dari bahan baku lokal (Sul-Sel) yang disusun berdasarkan standar kebutuhan nutrisi.
- Biaya pakan adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh Tri Dharma Karya untuk menghasilkan pakan lokal ayam ras petelur setiap terjadi perubahan penjualan dihitung dalam rupiah.
- Harga jual pakan ayam ras petelur adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atau dibayarkan untuk mendapatkan barang (pakan ternak ayam ras petelur) dihitung dalam rupiah per zak.
- Produsen adalah perusahaan pakan ternak (Tri Dharma Karya) yang melakukan aktivitas menghasilkan pakan dan melakukan penawaran pakan ayam ras petelur.
- Konsumen adalah peternak ayam ras petelur yang membeli pakan ternak ayam ras petelur dari Tri Dharma Karya.
- Penerimaan adalah keseluruhan nilai produksi yang diterima dari penjualan pakan ternak ayam ras petelur dihitung dalam rupiah.
- Keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya total yang dikeluarkan oleh perusahaan dihitung dalam rupiah per zak.

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan Tri Dharma Karya sebagai perusahaan menengah hasil industri makanan ternak merupakan industri pakan lokal ternak seperti pakan ayam ras pedaging, petelur, dan babi. Pada mulanya perusahaan ini didirikan pada tahun 1990 sebagai usaha peternakan ayam ras petelur oleh tiga putra Padde yang dipimpin Muh. Yuddin Padde. Perusahaan yang pada awalnya bernama Arta Satwa Farm mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan jumlah populasi saat itu 22.000 ekor. Pada tahun yang sama pula didirikan Tri Daya PS yang bergerak di bidang distributor pakan dan sarana produksi peternakan.

Tri Dharma Karya merupakan satu-satunya industri pakan yang sudah dikelola dengan manajemen modern di Kabupaten Sidrap. Tri Dharma Group yang merupakan induk cabang dari Tri Dharma Karya, resmi berbadan hukum dengan Surat Izin Tempat Usaha (SITU) No. 103/SITU/VII/1994 dengan beroperasi dengan baik pada tahun 1995. Pengembangan perusahaan Tri Dharma Group pada akhir tahun 1996 setelah didirikannya Limantra Agung Multi yang bergerak dalam bidang kontraktor, divisi pakan ternak Tri Dharma Karya juga mengalami perluasan sampai ke Sulawesi Tengah.

Pada tahapan perkembangan selanjutnya, yaitu tanggal 1 Juni 1998, industri pakan ditingkatkan lagi dengan menggunakan nama Sanfarmer

(Sereang Alltek Nutrition). Pada tahapan ini dilakukan perbaikan dan penyempurnaan manajemen dan proses pengelolaan produksi. Namun di akhir tahun 1998 Sanfarmer berubah nama kembali menjadi Tri Dharma Karya. Tri Dharma Karya semakin memantapkan diri di bidang pakan lokal ternak dengan daerah pemasaran meliputi Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, dan Kalimantan Timur. Untuk pakan ternak ayam ras petelur, pemasarannya mencakup daerah Palu, Pinrang, Sidrap, Pangkep, Soppeng, Wajo, Sinjai dan Bone. Untuk pakan ternak ayam potong mencakup daerah Balikpapan, Maros, Gowa. Sedangkan untuk pakan babi dipasarkan di daerah Toraja.

Industri pakan ternak Tri Dharma Karya senantiasa melalui kerjasama dengan Fakultas Peternakan Unhas sebagai Quality Control (QC) sehingga jaminan kualitas/mutu pakan ternak yang dihasilkan dapat dipertahankan dan dipertanggungjawabkan sebagai wujud semboyan "Pakan Ternak Unggul".

4.2. Letak dan Luas Lokasi Perusahaan

Perusahaan Tri Dharma Karya di Jalan Koperasi Sipatuo Sereang Desa Konre Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap dengan batas-batas desa sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Timoreng Panua Kec. Pancarijang
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Sereang
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kec. Watang pulu
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kec. Akkae.

Lokasi perusahaan ini sangat strategis karena merupakan jalanan poros/jalanan propinsi sehingga proses pendistribusian pakan menjadi lancar. Di lokasi yang menempati areal tanah seluas 1,5 Ha tersebut, didirikan bangunan yang digunakan sebagai kantor, pabrik, gudang dan pemondokan karyawan. Kemudian pada perusahaan ini terdapat sarana dan prasarana yang memadai yang dapat menunjang kegiatan produksi yang dilakukannya: seperti aliran listrik, sumber air bersih, telekomunikasi dan lain-lain, sehingga dapat memperlancar aktivitas perusahaan utamanya dalam pemasaran produk.

4.3. Struktur Organisasi

Dalam pencapaian tujuan suatu perusahaan, struktur organisasi perusahaan merupakan pedoman atau acuan perusahaan dalam melaksanakan sistem informasi manajemen sehingga kegiatan dalam perusahaan dapat terlaksana dengan baik, keberadaan struktur organisasi akan memberi petunjuk dalam pelaksanaan tugas dan wewenang serta tanggung jawab kepada masing-masing personil dalam perusahaan. Adanya struktur organisasi perusahaan Tri Dharma Karya diharapkan dapat menciptakan iklim kerja yang baik dan sistematis yang diberikan kepada seluruh karyawan dan perusahaan.

Adapun struktur organisasi industri pakan Tri Dharma Karya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang
Kec. Maritengngae Kab. Sidrap

Melihat struktur organisasi perusahaan Tri Dharma Karya di atas, dapat dikatakan bahwa struktur organisasi perusahaan ini mengikuti prinsip organisasi lini dan staf, dimana tidak terdapat pengawasan secara langsung dalam spesialisasi perusahaan, yang dengan demikian setiap manajer bertanggung jawab terhadap kegiatan yang membawahi wewenangnya dan mendelegasikan tugas kepada staf atau karyawan yang membawahi bawahannya (Swastha dan Sukotjo, 1982).

Dalam kegiatan mereka telah ditetapkan pelaksanaan tugas dan tanggung jawab masing-masing yaitu :

1. Direktur bertugas sebagai pemimpin perusahaan dan bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan perusahaan sekaligus pemilik perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kabupaten Sidrap.

2. General manager bertugas memberikan arahan kepada bawahannya secara langsung seperti production manager, marketing manager, distribution manager dan cost control manager dan bertanggung jawab kepada direktur atas kegiatan bawahannya.
3. Production manager, bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan produksi dengan mengawasi dan mengarahkan bawahannya seperti :
 - a. Produksi, bertanggung jawab kepada production manager atas pelaksanaan proses produksi pakan lokal ternak dan membawahi langsung Raw Material administration yang bertugas mencatat ketersediaan bahan baku.
 - b. Work Shop, bertugas dalam pemeliharaan alat produksi pakan ternak dan mengkoordinasikan tugasnya kepada kualiti kontrol.
 - c. Kualiti kontrol, bertugas mengontrol dan menganalisa bahan baku yang akan diolah menjadi pakan lokal ternak. Dalam hal ini dilaksanakan di laboratorium industri makanan ternak Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
4. Marketing manager, bertanggung jawab kepada general manager tentang semua kegiatan pemasaran pakan lokal ternak dan mengkoordinir bawahannya, yaitu :
 - a. Technical sales representatif, bertugas mendata pelanggan dan menginventarisasi masalah dari belakang serta berperan aktif dalam pemasaran pakan.

- b. Sales supervisor, bertugas mempersiapkan dan mengatur penjualan serta memberikan pengarahan kepada pelanggan tentang produk perusahaan.
5. Distribution manager, bertanggung jawab terhadap semua kegiatan pendistribusian produk dan membawahi bagian yaitu :
- a. Distribution supervisor bertugas mengatur pendistribusian produk perusahaan.
 - b. Collector, berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan para pelanggan.
6. Cost control manager bertugas mengatur dan mengontrol laporan keuangan dan membawahi langsung bagian yaitu :
- a. Kasir, bertugas mengatur keuangan perusahaan seperti pengeluaran dan pemasukan keuangan perusahaan.
 - b. Audit, bertugas memeriksa pengeluaran keuangan perusahaan.

Kedudukan karyawan dalam perusahaan disesuaikan dengan keterampilan dan profesionalisme masing-masing. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja masing-masing karyawan perusahaan.

4.4. Keadaan dan Jumlah Karyawan

Karyawan atau tenaga kerja suatu perusahaan sangat menentukan produktifitas dan keberhasilan dalam suatu perusahaan yang bersangkutan. Tri Dharma Karya dalam memanfaatkan sumber daya manusia menyesuaikan jumlah karyawannya menurut kebutuhan dan skala usaha perusahaan.

Adapun keadaan dan kualifikasi tenaga kerja yang mengabdikan pada perusahaan ini, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tingkat Pendidikan Karyawan Pada Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)
1.	Sarjana lengkap (S1)	3
2.	SLTA / Sederajat	5
3.	SLTP dan SD / Sederajat	2

Sumber : Data Sekunder perusahaan Tri Dharma karya Sereang Kecamatan Maritengngae Kab. Sidrap, 1999.

Sedangkan pendistribusian tenaga kerja berdasarkan wewenang dan tanggung jawab pada Tri Dharma Karya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Susunan Jabatan dan Jumlah Karyawan pada Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab.Sidrap.

No.	Jabatan	Jumlah Karyawan (orang)
1.	Direktur	1 orang
2.	General Manager	1 orang
3.	Production Manager	1 orang
4.	Marketing Manager	1 orang
5.	Distribution Manager	1 orang
6.	Cost Control Manager	1 orang
7.	Produksi	Merangkap
8.	Work Shop	Merangkap
9.	Quality control	1 orang
10.	Sales Supervisor	Merangkap
11.	Technical sales representatif	1 orang
12.	Distribution supervisor	Merangkap
13.	Colector	1 orang
14.	Kasir	Merangkap
15.	Audit	

Sumber : Data Sekunder Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap, 1999.

Dari Tabel 1 dan Tabel 2, kualifikasi jumlah karyawan yang bekerja pada Tri Dharma Karya terdapat kebutuhan kerja yang merangkap, ini disebabkan karena penurunan jumlah karyawan dibanding tahun-tahun sebelumnya yang dengan perubahan struktur organisasi dan perubahan nama dari industri pakan tersebut. Untuk meningkatkan kemampuan sumber daya karyawannya, perusahaan senantiasa mengikutsertakan karyawan-karyawannya mengikuti kegiatan-kegiatan yang dapat menopang peningkatan sumber daya manusia, seperti pendidikan dan latihan kewirausahaan, kursus mekanik dan lain-lain.

Untuk kesejahteraan karyawan, Tri Dharma Karya rutin melakukan penilaian prestasi kerja karyawannya seperti masalah kerajinan, kedisiplinan, loyalitas, yang kesemuanya dilakukan untuk mempertimbangkan kenaikan gaji karyawannya, selain itu perusahaan juga merencanakan kenaikan gaji karyawan sekian persen apabila target penjualan melebihi titik sasaran.

4.5. Fasilitas-Fasilitas Perusahaan

Untuk menunjang kelancaran aktifitas perusahaan maka tentunya dibutuhkan fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung aktivitas-aktivitas perusahaan tersebut. Begitupula halnya dengan perusahaan Tri Dharma Karya memiliki fasilitas-fasilitas pengoperasian perusahaan yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Fasilitas-Fasilitas yang Dimiliki oleh Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

No.	Jenis Fasilitas	Jumlah
1.	Air condition	2 buah
2.	Cash Register	1 buah
3.	File cabinet	1 buah
4.	Grinder	1 buah
5.	Gudang	1 buah
6.	Gurinda	2 buah
7.	Komputer	2 buah
8.	Kompressor	1 buah
9.	Kursi Tamu	11 buah
10.	Mesin ketik	2 buah
11.	Meja	13 buah
12.	Mobil dan Truk	2 buah
13.	Mesin hitung	5 buah
14.	Mixer pakan	1 buah
15.	Mini Mixer	1 buan
16.	Motor	1 buah
17.	Oven	2 buah
18.	Pompa Air	2 buah
19.	Stempel Prusahaan	2 buah
20.	Telepon	1 buah
21.	Timbangan	2 buah

Sumber : Data Sekunder Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap, 1999.

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Harga Jual, Volume Penjualan dan Penerimaan Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur

Salah satu faktor yang sangat menentukan tingkat harga suatu barang di pasar adalah tingkat harga umum dimana harga dari setiap produk cenderung mengikuti pergerakan tingkat harga umum (Saefuddin dan Hanafia, 1986). Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimilikinya dengan orang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Asri (1991), bahwa harga merupakan variabel controlable yang menentukan diterima tidaknya barang oleh konsumen. Begitu pula halnya dengan perusahaan Tri Dharma Karya dalam menetapkan harga jual pakan lokalnya, sangat memperhatikan berbagai hal, dengan melakukan langkah-langkah tertentu antara lain:

1. Mengumpulkan data dan informasi pasar
2. Mengolah dan menganalisa data dan informasi
3. Menetapkan harga jual pakan lokal.

Adapun harga jual, volume penjualan dan penerimaan penjualan pakan ayam ras petelur dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Harga Jual, Volume Penjualan dan Penerimaan Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur SF 136 pada Perusahaan Tri Dharma Karya Kec. Maritengngae, Sidrap Periode Oktober 1998 s/d September 1999.

No.	Periode Bulan	Harga Jual (Rp/Zak)	Volume Penjualan (Zak)	Penerimaan (Rp)
1.	Oktober 1998	96.000	449	43.104.000,-
2.		102.450	170	17.416.500,-
3.		120.650	50	6.032.500,-
4.	Nopember 1998	102.450	160	16.392.000,-
5.		120.650	55	6.637.750,-
6.		137.950	80	11.036.000,-
7.	Desember 1998	137.950	83	11.036.000,-
8.	Januari 1999	137.950	79	10.898.050,-
9.		110.360	145	16.002.200,-
10.	Pebruari 1999	137.950	77	10.622.150,-
11.		130.000	43	5.590.000,-
12.	Maret 1999	130.000	47	6.110.000,-
13.	April 1999	130.000	49	6.370.000,-
14.	Mei 1999	130.000	45	5.850.000,-
15.	Juni 1999	116.562	125	14.570.250,-
16.	Juli 1999	113.049	150	16.957.350,-
17.	Agustus 1999	106.000	447	47.382.000,-
18.	September 1999	106.000	289	30.634.000,-
	TOTAL		2543	283.054.600,-

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1999

Dari Tabel 4, terlihat bahwa selama bulan Oktober 1998 sampai September 1999, pakan lokal ini mempunyai harga yang bervariasi dan volume penjualan yang berbeda-beda. Harga jual yang bervariasi ini tergantung pada kebijakan produsen dengan mempertimbangkannya berbagai hal seperti mencari informasi pasar, sehingga harga jual yang ditetapkan tersebut sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan disamping untuk penjualan dan keuntungan perusahaan. Terjadinya kesalahan dalam penentuan harga jual akan berakibat buruk bagi yang bersangkutan dalam persaingan dengan perusahaan lain di pasar. Oleh karena itu diperlukan perhitungan yang cermat dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Assauri (1996) bahwa peranan harga sangat penting untuk menjaga posisi perusahaan atau dengan kata lain penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

Seperti yang terlihat pada Tabel 4, volume penjualan juga berbeda-beda, ini kemungkinan disebabkan oleh konsumen yang membeli pakan ini, artinya tergantung pada permintaan konsumen. Selain kualitas, harga juga merupakan salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut. Dari periode bulan Oktober 1998 sampai September 1999, volume penjualan tertinggi yaitu pada bulan Oktober 1998 sebanyak 449 zak dengan tingkat harga Rp. 96.000,- sedangkan penjualan terendah yaitu pada bulan Pebruari 1999 yang hanya terjual 43 zak dengan harga Rp. 130.000,-. Hal ini dapat diketahui bahwa konsumen akan membeli banyak pakan pada tingkat harga yang rendah. Hal ini sejalan dengan pendapat Winardi

(1991), bahwa sebagai seorang pembeli rasional yang mempunyai informasi sempurna tentang pasar, hal mana yang dimanfaatkan untuk mencapai nilai optimum untuk biaya pembelian dan uang yang dikeluarkan dengan membagikan semua harga penawaran pihak saingan dan oleh karena tidak adanya perbedaan antara mereka, maka ia akan membeli pada harga yang rendah. Dan dari keadaan ini dapat dijabarkan bahwa pada dasarnya pada tingkat harga yang lebih tinggi permintaan atas barang tersebut akan berkurang, demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga rendah permintaan atas barang tersebut akan meningkat. Hal ini didukung oleh pendapat Downey dan Ericson (1992), bahwa bila harga naik maka jumlah barang yang ingin dibeli konsumen cenderung berkurang.

5.2. Total Biaya Untuk Pakan Ayam Ras Petelur SF 136

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan selama masa proses produksi. Biaya produksi dibagi atas dua bagian utama, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap diartikan sebagai biaya yang tetap dikeluarkan untuk perusahaan meskipun tidak berlangsung proses produksi dan tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap produksi, sedangkan biaya variabel diartikan sebagai biaya yang dikeluarkan untuk perusahaan selama berlangsungnya proses produksi dan secara langsung berpengaruh terhadap produksi yang dihasilkan.

Biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan Tri Dharma Karya untuk menghasilkan pakan ayam ras petelur SF 136 meliputi biaya pakan, biaya tenaga kerja, biaya packing, biaya penyimpanan, biaya listrik, biaya telepon, gaji karyawan dan biaya penyusutan. Dari jenis biaya produksi yang dikeluarkan, proporsi biaya

terbesar yang dikeluarkan adalah biaya pakan. Adanya biaya yang begitu besar kemungkinan disebabkan pada harga pokok dari bahan baku pakan tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Rasyaf (1993), bahwa komponen pakan ternak memegang peranan penting dalam menjamin kelangsungan hidup suatu usaha peternakan, dimana 60 – 70% dari seluruh biaya produksi adalah biaya pakan. Besarnya biaya baik biaya variabel maupun biaya tetap dapat dilihat pada Tabel 5.

No.	PERIODE BULAN	JUMLAH PAKAN (ZAK)	BIAYA PAKAN (Rp)	BIAYA T. KERJA (Rp)	BIAYA PACKING (Rp)	BIAYA PENYIMPANAN (Rp)	GAJI KARYAWAN (Rp)	BIAYA LISTRIK (Rp)	BIAYA TELEPON (Rp)	BIAYA PENYUSUTAN (Rp)	TOTAL BIAYA (Rp)
1.	OKTOBER 1998	449	31.386.878,04	449.000	1.010.250	89.800	2.587.832,5120	796.256,1576	296.384,2365	150.330,0660	36.766.731,010
2.		170	11.883.673,20	170.000	382.500	34.000	979.802,9557	301.477,8325	112.216,7488	56.917,8423	13.920.588,580
3.		50	3.495.198,00	50.000	112.500	10.000	288.177,3399	88.669,9507	33.004,9261	16.740,5418	4.094.290,759
4.	NOPEMBER	160	12.431.913,60	160.000	360.000	32.000	1.043.478,2640	303.232,9989	122.185,0613	60.166,8115	14.513.426,730
5.	1998	55	4.273.470,30	55.000	123.750	11.000	358.695,6522	104.236,3434	42.001,1148	20.837,0289	4.988.990,439
6.		80	6.215.956,80	80.000	180.000	16.000	521.79,1304	151.616,4994	61.092,5306	30.308,4058	7.256.713,366
7.	DESEMBER 1998	83	7.269.136,68	83.000	186.750	16.600	933.750,0000	239.423,0769	71.826,9230	54.242,5750	8.854.729,255
8.	JANUARI 1999	79	6.895.037,84	79.000	177.750	15.800	543.705,8824	155.211,7647	48.794,1176	31.584,4788	7.946.884,084
9.		145	12.655.449,20	145.000	326.250	29.000	997.941,1765	284.882,3529	89.558,8235	57.971,5117	14.586.053,070
10.	PEBRUARI 1999	77	6.694.261,42	77.000	173.250	15.400	648.129,4964	166.187,0504	48.194,2446	37.650,5625	7.860.072,740
11.		43	3.738.353,78	43.000	96.750	8.600	361.942,4460	92.805,7554	26.913,6690	21.025,6388	4.389.391,289
12.	MARET 1999	47	3.714.690,12	47.000	105.750	9.400	606.953,6424	134.878,5872	39.944,8123	35.258,6114	4.693.875,773
13.	APRIL 1999	49	3.919.434,54	49.000	110.250	9.800	599.686,1925	151.561,7155	45.617,1548	34.836,4372	4.920.186,040
14.	MEI 1999	45	3.574.168,20	45.000	101.250	9.000	615.070,0935	136.682,2430	36.799,0654	35.730,1051	4.553.699,707
15.	JUNI 1999	125	9.430.620,00	125.000	281.250	25.000	1.037.234,0430	269.503,5461	79.787,2340	60.254,0780	11.308.648,900
16.	JULI 1999	150	11.035.569,00	150.000	337.500	30.000	1.222.144,8470	319.220,0557	94.011,14206	70.995,7520	13.259.440,800
17.	AGUSTUS 1999	447	32.508.057,12	447.000	1.005.750	89.400	2.628.090,4520	853.567,8392	393.090,4523	152.668,6945	38.077.624,560
18.	SEPTEMBER 1999	289	20.773.163,94	289.000	650.250	57.800	1.899.606,7420	600.730,3371	259.775,2809	110.350,2663	24.640.676,570
	TOTAL	2.543	191.895.031,80	2.543.000	5.721.750	508.600	17.873.980,8700	5.150.144,1070	1.901.197,5380	1.038.319,4080	222.533.723,700



Pada Tabel 5 tersebut, proporsi biaya terbesar yang dikeluarkan perusahaan Tri Dharma Karya, yaitu pada bulan Oktober 1998, ini juga disebabkan karena banyaknya jumlah pakan yang diproduksi pada bulan tersebut sesuai dengan jumlah permintaan konsumen.

Sementara biaya terendah yang dikeluarkan yaitu pada bulan Pebruari 1999 dengan volume penjualan terendah pula yaitu hanya 43 zak. Adanya perbedaan biaya tersebut kemungkinan disebabkan oleh harga pokok dari bahan baku pakan tersebut.

5.3. Keuntungan dari Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur SF 136

Setiap perusahaan yang menghasilkan suatu produk, tentu akan mengadakan pemasaran terhadap produk yang dihasilkannya. Perusahaan dapat melakukan tugas pemasarannya seefektif mungkin untuk mendapatkan tingkat volume penjualan yang lebih maksimal dan menguntungkan, artinya laba itu dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Dengan laba ini perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar atau perusahaan dapat memperkuat posisinya dalam membina kelangsungan hidupnya sehingga lebih leluasa menyediakan barang dan jasa yang dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar kepada konsumen. Dengan mengkombinasikan keempat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yakni : produk, promosi, harga, dan distribusi.

Begitu pula halnya dengan perusahaan Tri Dharma Karya, dalam melakukan penyediaan barang kepada konsumen melalui produk yang dihasilkan, penetapan

harga jual, dan sistem promosi yang dilakukan akan memberikan keuntungan seperti pada Tabel 6.

Tabel 6. Keuntungan Perusahaan Tri Dharma Karya Kecamatan Maritengngae Kab. Sidrap Periode Oktober 1998-September 1999.

No.	Periode Bulan	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Total Keuntungan (Rp)
1.	Oktober 1998	43.104.000,-	36.766.731,010	6.337.268,990
2.		17.416.500,-	13.920.588,580	3.495.911,420
3.		6.032.500,-	4.094.290,759	1.938.209,241
4.	November 1998	16.392.000,-	14.513.426,730	1.878.573,270
5.		6.637.750,-	4.988.990,439	1.648.759,561
6.		11.036.000,-	7.256.713,366	3.779.286,634
7.	Desember 1998	11.036.000,-	8.854.729,255	2.595.120,745
8.	Januari 1999	10.898.050,-	7.946.884,084	2.951.165,916
9.		16.002.200,-	14.586.053,070	1.416.146,930
10.	Pebruari 1999	10.622.150,-	7.860.072,740	2.762.077,226
11.		5.590.000,-	4.389.391,289	1.200.608,711
12.	Maret 1999	6.110.000,-	4.693.875,773	1.416.124,227
13.	April 1999	6.370.000,-	4.920.186,040	1.449.813,960
14.	Mei 1999	5.850.000,-	4.553.699,707	1.296.300,293
15.	Juni 1999	14.570.250,-	11.308.648,900	3.261.601,100
16.	Juli 1999	16.957.350,-	13.259.440,800	3.697.909,200
17.	Agustus 1999	47.382.000,-	38.077.624,560	9.304.375,940
18.	September 1999	30.634.000,-	24.640.676,570	5.993.323,430
	TOTAL	283.054.600,-	222.533.723,700	56.422.576,290

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1999.

Dalam kurun waktu bulan Oktober 1998 sampai dengan September 1999, total keuntungan yang diperoleh dari hasil pengurangan antara penerimaan total dengan biaya-biaya, baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap. Hal ini sejalan dengan pendapat Soekartawi (1994), bahwa keuntungan adalah selisih antara penerimaan dengan biaya-biaya atau dengan kata lain kerugian atau keuntungan dapat diperoleh dari hasil pengurangan total revenue dengan total cost.

Dari Tabel 6 di atas, terlihat bahwa total keuntungan tertinggi yaitu sebesar Rp. 9.304.375,44,- pada bulan Agustus 1999 dengan nilai penjualan sebanyak 447 zak dan harga jual Rp. 106.000,-. Sementara pada volume penjualan tertinggi yaitu 449 zak, keuntungan yang diperoleh Rp. 6.337.268,91,-. Hal ini disebabkan karena harga jual pakan pada saat itu Rp. 96.000,- dan pada bulan itu sudah terjadi tiga kali perubahan harga, sehingga total keuntungan yang diperoleh juga bervariasi sesuai dengan harga dan jumlah pakan yang terjual.

5.4. Analisis Hubungan Harga Jual Pakan Terhadap Keuntungan Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur SF 136

Pakan jenis SF 136 merupakan salah satu jenis pakan yang berbentuk konsentrat. Jenis pakan ini diberikan pada ayam petelur berumur 18 minggu sampai afkir atau untuk ayam petelur fase layer.

Untuk melihat bagaimana hubungan harga jual pakan yang ditetapkan Tri Dharma Karya dengan keuntungan per zak dari penjualan pakan ayam ras petelur SF 136 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Keuntungan Per Zak dari Penjualan Pakan SF 136 pada Tri Dharma Karya Kec. Maritengngae Kab. Sidrap.

No.	Periode Bulan	Volume Penjualan (Zak)	Total Keuntungan (Rp)	Keuntungan Per Zak (Rp/Zak)
1.	Oktober 1998	449	6.337.268,990	14.114,18483
2.		170	3.495.911,420	20.564,18482
3.		50	1.938.209,241	38.764,18482
4.	Nopember 1998	160	1.878.573,270	11.741,08294
5.		55	1.648.759,561	29.977,44656
6.		80	3.779.286,634	47.241,08293
7.	Desember 1998	83	2.595.120,745	31.266,51500
8.	Januari 1999	79	2.951.165,916	37.356,53058
9.		145	1.416.146,930	9.766,53055
10.	Pebruari 1999	77	2.762.077,226	35.871,13281
11.		43	1.200.608,711	27.921,13281
12.	Maret 1999	47	1.416.124,227	30.130,30270
13.	April 1999	49	1.449.813,960	29.588,04000
14.	Mei 1999	45	1.296.300,293	28.806,67318
15.	Juni 1999	125	3.261.601,100	26.092,80880
16.	Juli 1999	150	3.697.909,200	24.652,72800
17.	Agustus 1999	447	9.304.375,940	20.815,15758
18.	September 1999	289	5.993.323,430	20.738,14336
	TOTAL		56.422.576,290	485.407,86090

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1999.

Pada Tabel 7, terlihat bahwa keuntungan per zak dari penjualan pakan tertinggi yaitu Rp. 47,241/zak dengan harga jual yang tertinggi pula yaitu Rp. 137.950,-. Dari analisa untuk pakan SF 136 diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Analisa Hubungan Harga Jual Pakan SF 136 Terhadap Keuntungan Per Zak Perusahaan Tri Dharma Karya Kec. Maritengngae Kab. Sidrap.

No	Koefisien Regresi	r^2	r
Const.	0,5633 -40814,0108	0,6780	0,8234

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1999.

Dari hasil perhitungan yang dilakukan, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -40814,0108 + 0,5633 X$$

Angka-angka yang diperoleh dari hasil perhitungan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

Nilai b yang merupakan koefisien arah regresi pada persamaan di atas menunjukkan bahwa keuntungan per zak dari penjualan pakan jenis SF 136 pada Tri Dharma Karya sebesar 0,5633 sebagai akibat dari perubahan harga jualnya, hal ini berarti bahwa setiap kenaikan harga pakan sebesar Rp. 1 diikuti dengan kenaikan keuntungan sebesar Rp. 0,5633. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh kurangnya barang substitusi dari produk ini (jenis SF 136), sehingga bila terjadi pelonjakan harga, para peternak tidak mempunyai pilihan lain untuk mencari jenis pakan lain sebagai substitusi yang bisa dijangkau dan tidak merugikan atau memberi dampak negatif pada ternak yang dipeliharanya. Hal ini menyebabkan peternak tetap memesan jenis pakan ini pada Tri Dharma Karya, sehingga perusahaan Tri Dharma Karya

Tabel 8. Hasil Analisa Hubungan Harga Jual Pakan SF 136 Terhadap Keuntungan Per Zak Perusahaan Tri Dharma Karya Kec. Maritengngae Kab. Sidrap.

No	Koefisien Regresi	r ²	r
Const.	0,5633 -40814,0108	0,6780	0,8234

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1999.

Dari hasil perhitungan yang dilakukan, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -40814,0108 + 0,5633 X$$

Angka-angka yang diperoleh dari hasil perhitungan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

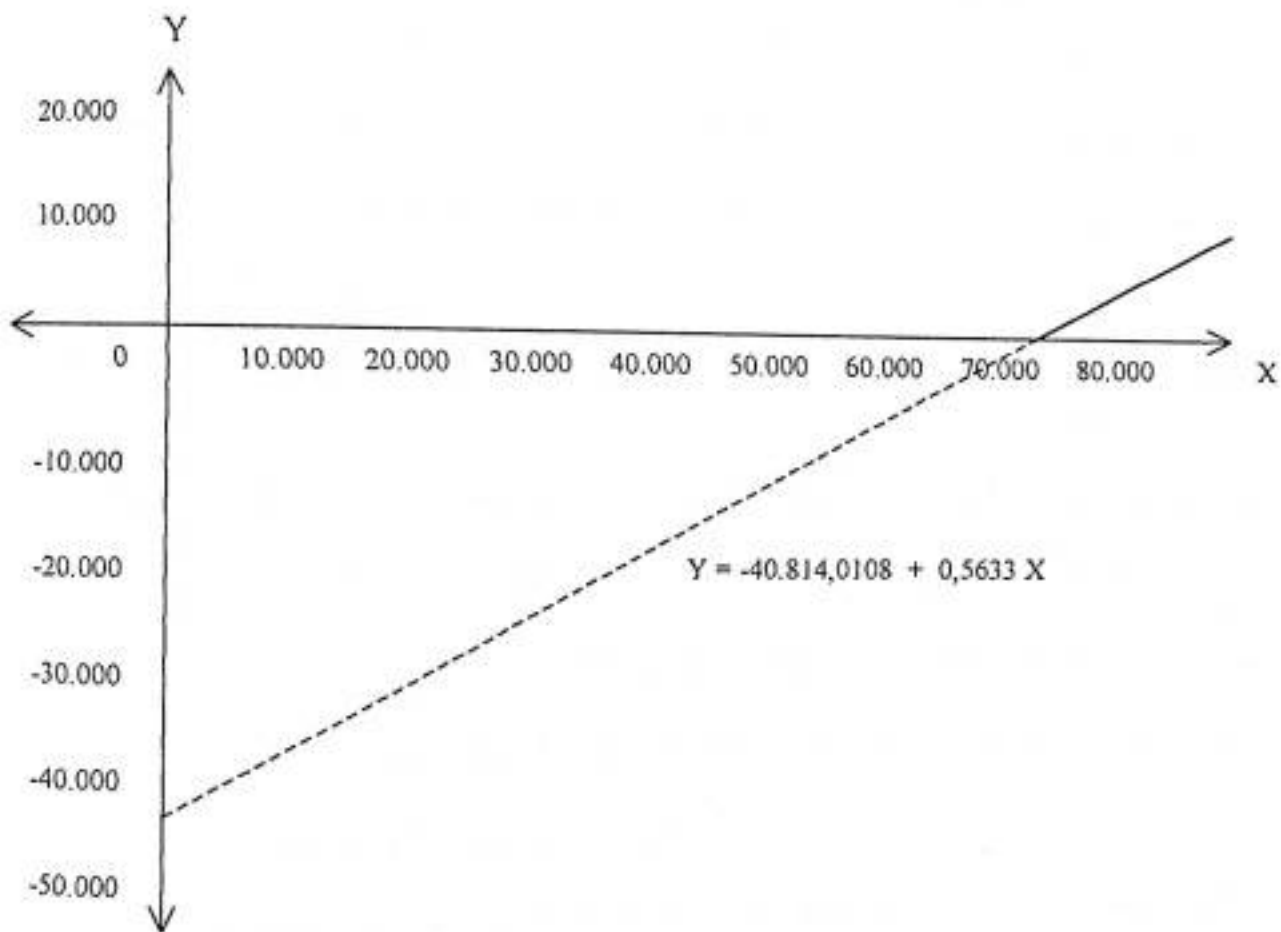
Nilai b yang merupakan koefisien arah regresi pada persamaan di atas menunjukkan bahwa keuntungan per zak dari penjualan pakan jenis SF 136 pada Tri Dharma Karya sebesar 0,5633 sebagai akibat dari perubahan harga jualnya, hal ini berarti bahwa setiap kenaikan harga pakan sebesar Rp. 1 diikuti dengan kenaikan keuntungan sebesar Rp. 0,5633. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh kurangnya barang substitusi dari produk ini (jenis SF 136), sehingga bila terjadi pelonjakan harga, para peternak tidak mempunyai pilihan lain untuk mencari jenis pakan lain sebagai substitusi yang bisa dijangkau dan tidak merugikan atau memberi dampak negatif pada ternak yang dipeliharanya. Hal ini menyebabkan peternak tetap memesan jenis pakan ini pada Tri Dharma Karya, sehingga perusahaan Tri Dharma Karya

tetap memproduksi pakan sesuai dengan permintaan konsumen. Hal ini didukung oleh pendapat Winardi (1992), bahwa permintaan agak berkurang elastis dalam kondisi-kondisi sebagai berikut: (1) terdapat sedikit atau tidak ada substitusi atau pesaing, (2) para pembeli tidak mengetahui adanya kenaikan harga tersebut, (3) para pembeli lambat sekali dalam merubah kebiasaan-kebiasaan membeli mereka guna mencari harga-harga yang lebih rendah, dan (4) pembeli mengira bahwa harga-harga lebih tinggi, dibenarkan oleh adanya perbaikan-perbaikan kualitas, inflasi normal dan sebagainya.

Dari Tabel 8 juga dilihat bahwa nilai koefisien korelasi sederhana (r) sebesar 0,8234, ini berarti bahwa terdapat hubungan positif antara kedua variabel tersebut, maksudnya bahwa bila terjadi kenaikan harga pakan, maka akan diikuti dengan kenaikan keuntungan perusahaan atau dengan kata lain, harga jual pakan SF 136 mempunyai keeratan hubungan dengan keuntungan per zak perusahaan sebesar 82,34%

Berdasarkan Tabel 8, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (r^2) adalah sebesar 0,6780, ini menunjukkan bahwa pengaruh harga jual yang ditetapkan perusahaan terhadap keuntungan per zak sebesar 67,80%, sedangkan sisanya sebesar 32,20% adalah pengaruh variabel lain yang tidak diamati.

Untuk melihat grafik hubungan harga jual pakan SF 136 dengan keuntungan per zak perusahaan dapat dilihat pada Gambar 2.



Keterangan : X = Harga jual pakan per zak
Y = Keuntungan per zak

Gambar 2. Grafik Hubungan Harga Jual Pakan SF 136 dengan Keuntungan Perusahaan Tri Dharma Karya Sereang Kec. Maritengngae Kab. Sidrap



Dari grafik tersebut, dapat dijabarkan bahwa nilai a yang merupakan intercept yaitu jarak dari titik asal ke titik perpotongan antara garis regresi dengan sumbu tegak. Dari persamaan garis regresi tersebut, jika $X = 0$ maka $Y = -40814,0108$ yang merupakan nilai konstantanya. Sebaliknya, jika $Y = 0$ maka $X = 72455,19404$, artinya bahwa keuntungan bisa dicapai jika perusahaan menetapkan harga jual pakannya di atas Rp. 72455,19404.

5.5. Pengaruh Harga Jual Pakan Terhadap Volume Penjualan Pakan Ayam Ras Petelur SF 136

Harga jual pakan yang ditetapkan perusahaan Tri Dharma Karya mempengaruhi volume penjualan pakan lokal ayam ras petelus. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan analisa regresi linear sederhana, dimana harga jual pakan lokal ayam ras petelur sebagai variabel bebas "X" dan volume penjualan pakan lokal ayam ras petelur sebagai variabel yang dijelaskan "Y".

Dengan menggunakan analisa regresi untuk pakan SF 136 diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Analisa Hubungan Harga Jual Pakan SF 136 Terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Tri Dharma Karya Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

No.	Koefisien Regresi	r^2	r
Constant	-0,0067 947,6822	0,5517	-0,7428

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1999.

Dari hasil perhitungan yang dilakukan, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = 947,6822 - 0,0067 X$$

Angka-angka yang diperoleh dari hasil perhitungan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

Nilai b yang merupakan koefisien arah regresi pada persamaan diatas menunjukkan bahwa volume penjualan pakan jenis SF 136 pada Tri Dharma Karya adalah 0,0067 sebagai akibat dari perubahan harga jualnya. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan harga jual pakan sebesar Rp. 1 mengakibatkan volume penjualan pakan menurun sebesar Rp. 0,0067.

Untuk mengetahui keeratan hubungan harga jual pakan dengan volume penjualan pakan lokal ayam ras petelur dipergunakan analisa koefisien korelasi. Harga jual pakan mempunyai keeratan hubungan dengan volume penjualan sebesar 74,28 % ($r = -0,7428$), sedangkan tanda negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah yaitu bila terjadi kenaikan harga jual pakan yang ditetapkan perusahaan, maka volume penjualan pakan lokal ayam ras petelur akan mengalami penurunan, sebaliknya bila terjadi penurunan harga jual pakan maka volume penjualan pakan akan mengalami kenaikan. Hal ini sesuai dengan pendapat Downey dan Ericson (1992), bahwa bila harga naik maka jumlah barang yang ingin dibeli konsumen cenderung berkurang. Dan dari keadaan ini dapat dijabarkan bahwa pada dasarnya pada tingkat harga yang lebih tinggi permintaan atas barang tersebut akan

berkurang, demikian pula sebaliknya pada tingkat harga yang rendah permintaan atas barang tersebut akan meningkat.

Selanjutnya dengan menggunakan koefisien determinasi (r^2) dapat diperoleh persentase pengaruh harga jual yang ditetapkan terhadap volume penjualan sebesar 55,17% ($r \text{ squared} = 0,5517$). Sedangkan sisanya sebesar 44,83% adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (1997), bahwa tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Perubahan nilai keuntungan penjualan pakan lokal ayam ras petelur pada perusahaan Tri Dharma Karya sebesar 0,5633 sebagai akibat dari perubahan setiap nilai harga jualnya.
- Terdapat hubungan yang positif dan cukup kuat antara harga jual pakan dengan keuntungan perusahaan, ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi sederhana (r) untuk pakan jenis SF 136 sebesar 0,8234
- Nilai koefisien determinasi (r^2) untuk pakan jenis SF 136 sebesar 0,6780. Ini berarti bahwa pengaruh variasi (naik turunnya) harga jual pakan terhadap keuntungan perusahaan sebesar 67,80%.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan pada perusahaan Tri Dharma Karya Kec. Maritengngae Kab. Sidrap, maka disarankan bahwa:

- Pihak Tri Dharma Karya hendaknya betul-betul mempertimbangkan berbagai hal dalam menghadapi perubahan-perubahan harga jual pakan ayam, sehingga keuntungan yang diperoleh dapat ditingkatkan dengan menyusun dan memperbaiki strategi pemasarannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggorodi, R. 1985. *Kemajuan Mutakhir Dalam Ilmu Makanan Unggas*. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- Anonim. 1989. *Pedoman Beternak Ayam Negeri*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Asri, M. 1981. *Marketing*. Cetakan Kedua. Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta.
- Assauri, S. 1996. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama Cetakan Kelima. Rajawali Press, Jakarta.
- Cahyono, B. 1994. *Beternak Ayam Ras Petelur Dalam Kandang Baterai*. CV. Aneka, Solo.
- Downey, W.D, dan Ericson. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Edisi Kedua. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hernanto, F. 1989. *Ilmu Usaha Tani*. Penerbar Swadaya, Jakarta.
- Iswardono. 1981. *Sekelumit Analisa Regresi dan Korelasi*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Kertasapoetra. 1986. *Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian*. Gadjah Mada Press, Yogyakarta.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES, Jakarta.
- Prawirokusumo, S. 1990. *Ilmu Usaha Tani*. Edisi I. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1993. *Beternak Ayam Petelur*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- _____. 1995. *Pengelolaan Usaha Peternakan Ayam Pedaging*. Penerbit Kanisius, Jakarta.
- _____. 1996. *Beternak Ayam Pedaging*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Saefuddin, A.M. dan Hanafiah, A.M. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia Press, Jakarta.

- Sigit, S. 1994. *Azas-azas Akuntansi*. Edisi Pertama. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Sukotjo. 1989. *Pengantar Teori Ekonomi*. LPFE-UI, Jakarta.
- Swastha, B. 1996. *Azas-azas Marketing*. Edisi Ketiga. Cetakan Kedua. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Soekartawi, A. 1994. *Teori Ekonomi Produksi*. Penerbit Rajawali Press, Yogyakarta.
- _____. 1995. *Analisis Usaha Tani*. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Supranto, J. 1995. *Ekonometrik Buku I*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wahyu, J. 1988. *Ilmu Nutrisi Unggas*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Wiharto. 1986. *Petunjuk Beternak Ayam*. Lembaga Penerbitan Universitas Brawijaya, Malang.
- Winardi. 1991. *Marketing dan Prilaku Konsumen*. Mandar Maju, Bandung.
- _____. 1992. *Harga dan Penetapan Harga Dalam Bidang Pemasaran*. Edisi Revisi. PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung.
- Yassin dan Indarsih. 1988. *Seluk Beluk Peternakan*. Sebuah Bunga Rampai Penerbit Anugerah Karya, Jakarta.