



**ANALISIS BEBERAPA FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN AYAM
BAKAR PADA RUMAH MAKAN PONDOK LESEHAN
PAK DANI BTP, MAKASSAR**

SKRIPSI

YUN IRMA MULIANI P



PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS HASANUDDIN
Tgl. Terima	25-4-6
Aer. No.	Fale. peternakan
Bar. No.	1 (Satu) / 09
Harga	H
No. Invoice	314 / 25-4-6
Daftar	

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2006**

**ANALISIS BEBERAPA FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN AYAM
BAKAR PADA RUMAH MAKAN PONDOK LESEHAN
PAK DANI BTP, MAKASSAR**

YUN IRMA MULIANI P

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

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2006**



Judul Skripsi : Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Nama : YUN IRMA MULIANI P.

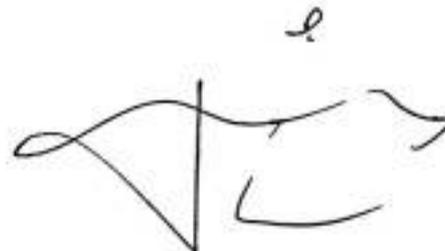
Stambuk : I 311 01 036

Jurusan : Sosial Ekonomi Peternakan

Skripsi Ini Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh:



Ir. Soevan Nurdin Kasim, M.Si
Pembimbing Utama

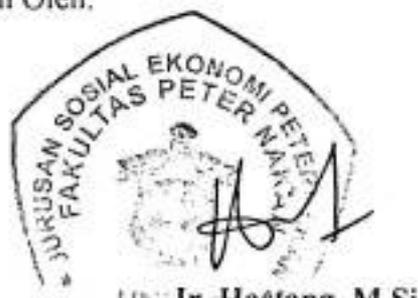


Ir. Veronica Sri Lestari, M.Ec
Pembimbing Anggota

Diketahui Oleh:



Prof. Dr. Ir. H. Basit Wello, M.Sc
Dekan



Ir. Hastang, M.Si
Ketua Jurusan

Tanggal Lulus : 15 Maret 2006

ABSTRAK

YUN IRMA MULIANI P . I 311 01 036. Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar. Di Bawah bimbingan Ir. Sofyan Nurdin Kasim, MS. selaku Pembimbing Utama dan Ir. Veronica Sri Lestari, M.Ec selaku Pembimbing Anggota.

Konsumsi daging ayam broiler menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi setiap tahunnya, hal ini tidak terlepas dari peningkatan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan konsumen, selera dan preferensi konsumen serta harga komoditi peternakan lainnya. Akan tetapi volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar mengalami fluktuasi setiap bulannya. Hal ini mungkin disebabkan oleh harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian mengenai "*Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar*".

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar, untuk melihat apakah faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan secara parsial maupun secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar, untuk mengetahui apakah secara parsial faktor harga jual ayam bakar lebih dominan mempengaruhi volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar, dan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi Rumah Makan Pondok Lesehan pak Dani BTP, Makassar mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan ayam bakar dan sebagai salah satu bahan acuan dalam meningkatkan volume penjualan ayam bakar dan pengembangan usaha Rumah Makan Pondok Lesehan pak Dani BTP, Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu mulai tanggal 1 November sampai dengan 31 Desember 2005 pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani Bumi Tamalanrea Permai (BTP), Makassar.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi. Data yang dibutuhkan adalah primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak pimpinan rumah makan yang meliputi musim permintaan, sedangkan data sekunder merupakan data hasil olahan yang meliputi volume penjualan ayam bakar, harga jual ayam bakar dan ketersediaan karkas ayam broiler.

Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah alat analisis data statistik inferen (induksi), dimana data yang diperoleh diolah dengan menggunakan rumus regresi linear berganda.

Secara parsial faktor harga jual ayam bakar mempunyai hubungan yang kuat dan negatif terhadap volume penjualan ayam bakar sedangkan faktor ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan (hari raya dan bulan wisuda) mempunyai hubungan yang lemah dan positif. Akan tetapi secara simultan faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan (hari raya dan bulan wisuda) mempunyai hubungan yang kuat dan positif. Secara parsial faktor harga jual ayam bakar dan bulan wisuda yang berpengaruh nyata (signifikan) terhadap volume penjualan ayam bakar sedangkan faktor ketersediaan karkas ayam broiler dan hari raya tidak berpengaruh nyata (signifikan). Akan tetapi secara simultan faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan (hari raya dan bulan wisuda) berpengaruh nyata (signifikan) terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,575 ini berarti bahwa persentase pengaruh harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar sebesar 57,50 % sementara sisanya 42,50 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang digunakan pada penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala Rahmat dan KaruniaNya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar" ini dengan baik pada waktunya.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua dosen pembimbing Bapak **Ir. Sofyan Nurdin Kasim, M.Si** sebagai pembimbing utama dan ibu **Ir. Veronika Sri Lestari, M.Ec** sebagai pembimbing anggota yang telah bersedia memberikan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari akan keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki sehingga skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan dan keterbatasannya, dengan senang hati penulis terbuka menerima segala saran dan kritik yang membangun demi kesempumaan skripsi ini.

Ada banyak kendala dan hambatan yang dihadapi selama penyusunan skripsi ini. Namun berkat bantuan serta dorongan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menghadapinya dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Kedua orangtua tercinta ayahanda G. Panggonti dan ibunda Y. Sandewah yang telah memberikan perhatian dan dukungan moril dan doa selama menjalani pendidikan hingga ke perguruan tinggi.

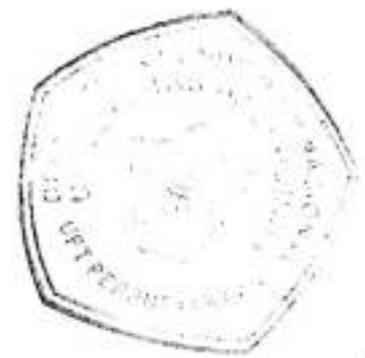
2. Penasehat Akademik Ibu **Ir. Veronika Sri Lestari , M. Ec** atas segala nasehat dan bimbingannya selama penulis menjalani perkuliahan di Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan.
3. Pimpinan Fakultas Peternakan, Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, dan segenap Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Peternakan.
4. Adik-adikku : "Epin, Ceci dan Deis" atas segala dukungan dan motivasinya.
5. Spesial sahabatku "Sunartha" yang telah banyak mendukung dan memberikan motivasi.
6. Teman-temanku Ana'KBMK : Enning (special makasih banyak atas segala bantuan dan kerjasamanya), kak Tina, Nova, Hesti, Lina, kak Selfi, kak Ronal, Juang, kak Dion dan teman-teman yang lain yang tidak sempat disebutkan namanya satu persatu "God Bless You Always".
7. Teman-temanku "Sensasi-01" : k' Aniek Muaniz, Astrid, Astree, Chece, Pardi, Inu', Hendrik, Igu', Uttank, Halim, Arno, Madi, Pipin, Titin, Janet, Adri, Pitte, Saidah, Ceni, Uja, Niar, Sri, Neni, Ewi, Chida dan semuanya tanpa kecuali.

Trima kasih atas segala bantuan dan kerjasamanya. Semoga Tuhan membalasnya dengan kebaikan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

YUN IRMA MULIANI P.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
Perumusan Masalah.....	5
Hipotesa.....	5
Tujuan Penelitian.....	6
Kegunaan Penelitian.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	
Tinjauan Umum Ayam Broiler.....	8
Pengolahan Daging Ayam.....	10
Pemasaran.....	11
Volume Penjualan.....	14
Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan	
A. Harga Jual.....	17
B. Ketersediaan Karkas Ayam Broiler.....	19
C. Musim Permintaan.....	21
Analisis Regresi dan Korelasi.....	23



METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat.....	25
Jenis Penelitian.....	25
Metode Pengumpulan Data.....	25
Jenis dan Sumber Data.....	26
Analisa Data.....	26
Konsep Operasional.....	28

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Singkat Perusahaan.....	30
Lokasi dan Luas Perusahaan.....	31
Keadaan Tenaga Kerja Perusahaan.....	33
Fasilitas Perusahaan.....	35

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Variabel Penelitian

Volume Penjualan (Y).....	37
Harga Jual (X_1).....	41
Ketersediaan Karkas Ayam Broiler (X_2).....	43
Musim Permintaan (Di).....	46
Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	49

KESIMPILAN DAN SARAN

Kesimpulan.....	56
Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Populasi Ternak Ayam Broiler di Sulawesi Selatan Tahun 1998-2003.....	1
2.	Konsumsi Daging Ayam Broiler di Makassar.....	2
3.	Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar Tahun 2005.....	3
4.	Komposisi Jabatan dan Jumlah Tenaga Kerja Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.....	34
5.	Fasilitas Usaha yang dimiliki Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.....	35
6.	Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Tabulasi Data Penelitian.....	60
2.	Volume Penjualan, Harga Jual, Ketersediaan Karkas Ayam Broiler Dan Musim Permintaan Pada RumahMakan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.....	62

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha peternakan ayam broiler merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki prospek usaha yang cukup potensial untuk dikembangkan. Hal tersebut dapat dilihat dari permintaan akan daging ayam broiler dari tahun ke tahun yang terus meningkat sekalipun daging ayam buras ikut meramaikan pasaran daging di Indonesia. Hal ini disebabkan karena rasa dan bentuk fisiknya yang khas dan telah melekat di lidah konsumen sejak ratusan tahun yang lalu (Rasyaf, 1996 :16).

Peningkatan permintaan tersebut tidak terlepas dari peningkatan jumlah penduduk yang tentunya akan berdampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat akan protein hewani. Adanya tuntutan akan pemenuhan kebutuhan protein hewani tersebut akan membuka peluang usaha bagi pengusaha ternak maupun hasil ternak.

Dewasa ini usaha peternakan ayam broiler di Sulawesi Selatan mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah populasi ternak ayam broiler yang semakin meningkat, seperti yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Populasi Ternak Ayam Broiler di Sulawesi Selatan Tahun 1998- Tahun 2003.

No	Tahun	Jumlah Populasi Ayam Broiler (ekor)
1.	1999	1.609.086
2	2000	1.774.021
3	2001	2.143650
4	2002	2.545.753
5	2003	3.131.201

Sumber : Statistik Peternakan Sulawesi Selatan, 2005.

Pada Tabel 1. terlihat bahwa populasi ternak ayam broiler di Sulawesi Selatan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dimana pada tahun 1999 berjumlah 1.699.068 ekor meningkat menjadi 3.131.201 ekor pada tahun 2003. Adanya peningkatan tersebut tidak terlepas dari peningkatan kebutuhan masyarakat akan produk tersebut.

Meningkatnya populasi ayam broiler tersebut merupakan salah satu indikator semakin meningkatnya konsumsi masyarakat akan daging ayam. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Konsumsi Daging Ayam Broiler di Makassar Tahun 1998- Tahun 2002.

No	Tahun	Konsumsi	Persentase
1.	1998	812.305	8,84
2	1999	901.039	9,81
3	2000	1.463.637	15,93
4	2001	2.942.909	32,03
5	2002	3.069.258	34,40
	Total	9.189.148	100,00
	Rata-rata	1.837.380	20,00

Sumber : Statistik peternakan makassar, 2005.

Pada Tabel 2. terlihat bahwa konsumsi daging ayam broiler di kota Makassar selama tahun 1998 sampai dengan tahun 2002 menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi setiap tahunnya. Dimana pada tahun 1998 konsumsi ayam broiler hanya sebesar 812.305 kg meningkat menjadi 3.069.258 kg pada tahun 2002. Hal ini tidak terlepas dari peningkatan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan konsumen, selera dan preferensi konsumen serta harga komoditi peternakan lainnya. Disamping itu, terjadi pergeseran permintaan konsumen akan komoditas peternakan dari yang siap untuk dimasak (*ready to cook*) kepada yang siap untuk dikonsumsi (*ready to eat*) (Saragih, 2000 :125).

Kondisi tersebut memberikan peluang yang besar bagi usaha jasa boga dalam hal ini rumah makan untuk mengembangkan usahanya. Di lain pihak dapat menimbulkan persaingan dan menjadi bahan pertimbangan bagi setiap rumah makan dalam menerapkan strategi pemasaran yang berhasil. Sebuah rumah makan harus mampu melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan peluang yang ada sehingga kedudukannya dapat dipertahankan sekaligus ditingkatkan.

Bisnis rumah makan yang menyajikan menu siap saji dari daging ayam banyak ditemui disepanjang jalan. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar. Rumah makan dengan menu khasnya ayam bakar dengan desain tempat duduk yang tradisional yaitu lesehan (duduk di lantai atau di ubin) ini, banyak diminati oleh konsumen terlihat dari jumlah konsumen yang mencapai rata-rata 150 orang perhari. Dengan banyaknya jumlah konsumen yang mengunjungi dan mengkonsumsi ayam bakar pada rumah makan tersebut, maka secara langsung akan mempengaruhi volume penjualan ayam bakar.

Adapun volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Volume Penjualan Ayam Bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar Tahun 2005.

No	Bulan	Volume Penjualan (Porsi/Bulan)	Persentase (%)
1	Mei	5280	15,02
2	Juni	5424	15,56
3	Juli	5616	16,07
4	Agustus	5760	16,48
5	September	7200	20,60
6	Oktober	5664	16,21
	Total	34.944	100
	Rata-rata	5824	16,67

Sumber : Data Sekunder Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar, 2005.

Pada Tabel 3. terlihat bahwa volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat bahwa pada bulan September mengalami penjualan tertinggi sebanyak 7200 porsi atau sebesar 20,60 %. Hal ini disebabkan karena pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan wisuda. Sedangkan pada bulan Mei mengalami volume penjualan terendah sebanyak 5280 porsi atau sebesar 15,02 %. Hal ini disebabkan oleh adanya kasus flu burung di Sulawesi Selatan dan secara khusus kota Makassar sehingga pasokan karkas ayam broiler dari peternak berkurang pula.

Kemudian dengan adanya kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak) pada bulan Oktober mengakibatkan pihak manajemen Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar menetapkan kenaikan harga jual ayam bakar yang sebelumnya Rp.5000 dinaikkan menjadi Rp.6000 per porsi. Hal ini menyebabkan pada bulan Oktober terjadi penurunan volume penjualan menjadi 5664 porsi atau sebesar 16,21%.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dilakukanlah suatu penelitian mengenai "*Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Ayam bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.*"



Perumusan Masalah

Masalah yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesahan Pak Dani BTP, Makassar.
2. Apakah faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan secara parsial maupun secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesahan Pak Dani BTP, Makassar.
3. Secara parsial, yang manakah diantara ketiga faktor tersebut yang lebih dominan mempengaruhi volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesahan Pak Dani BTP, Makassar.
4. Seberapa besar persentase pengaruh harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesahan Pak Dani BTP, Makassar.

Hipotesa Penelitian

Hipotesa yang dapat diajukan pada penelitian ini adalah :

1. Faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesahan Pak Dani BTP, Makassar.

2. Faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan secara parsial maupun secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.
3. Secara parsial, faktor harga jual ayam bakar lebih dominan mempengaruhi volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.
4. Persentase pengaruh harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar adalah $\pm 50\%$.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

- a. Untuk melihat apakah faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.
- b. Untuk melihat apakah faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan secara parsial maupun secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

- c. Untuk mengetahui apakah secara parsial faktor harga jual ayam bakar lebih dominan mempengaruhi volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar.
- d. Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani, BTP, Makassar.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Sebagai bahan informasi bagi Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan ayam bakar.
- b. Sebagai salah satu bahan acuan dalam peningkatan volume penjualan ayam bakar dan pengembangan usaha Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Ayam Broiler

Ayam broiler merupakan bagian dari peternakan secara umum dan merupakan benda hidup yang tidak lepas dari waktu. Kenyataannya ayam broiler dapat dijual setelah mengalami masa produksi selama lima minggu. Bahkan diantara beragamnya jenis unggas, hanya ayam broiler yang dapat memperpendek pengaruh waktu dalam produksi. Dengan memperpendek waktu berarti perputaran modal menjadi lebih cepat. Biaya yang dikeluarkan selama lima minggu waktu produksi akan cepat kembali. Inilah sebabnya sehingga usaha peternakan ayam broiler menarik perhatian banyak pemodal. (Rasyaf, 2000: 5)

Ayam broiler adalah jenis ayam jantan maupun betina muda berumur sekitar 6 - 8 minggu, yang dipelihara secara intensif guna memperoleh produksi daging yang optimal. Secara genetik ayam broiler sengaja diciptakan sedemikian rupa sehingga dalam waktu yang relatif singkat dapat segera dimanfaatkan hasilnya. Bahkan dewasa ini para peternak banyak memasarkan ayamnya lebih awal dari ketentuan umur 8 minggu. Mereka pada umumnya mulai menjual ayamnya sekitar 6 - 7 minggu guna memenuhi selera para konsumen (AAK, 1993: 9)

Ayam ras pedaging adalah ayam jantan dan betina muda yang berumur 8 minggu ketika dijual dengan bobot tertentu, mempunyai dada yang lebar dengan timbunan daging yang baik dan banyak. Ayam ras pedaging yang selama hidupnya berada dalam kandang memerlukan pakan yang diberikan secara terus

menerus dengan jumlah yang cukup. Pemberian makanan sebesar 60 – 70% dari biaya total produksi. Angka tersebut tentu saja menjadikan usaha ini rentan terhadap gejolak pasar. Ketika bangsa Indonesia dilanda krisis moneter, harga pakan meningkat sangat tajam, sebagai akibat depresiasi mata uang rupiah terhadap dollar Amerika (Ichwan, 2003:3)

Ditinjau dari segi mutu daging ayam memiliki nilai gizi yang cukup tinggi dibanding dengan daging ternak lainnya. Dagingnya lembut, warnanya terang, bersih dan menarik, memiliki asam amino yang lengkap serta mudah diolah. Ditinjau dari segi ekonomis, khususnya ayam ras potong atau ayam negeri yang sudah populer dengan ayam broiler ini, merupakan ayam yang biasa diusahakan secara efisien. Sebab broiler merupakan ternak potong yang paling cepat bisa dipotong dibandingkan ternak potong lainnya (AKK, 1993:19)

Ayam pedaging secara genetik memiliki kelebihan dalam tingkat pertumbuhannya bila dibandingkan dengan jenis ayam piaraan dalam spesifikasinya. Jenis ayam ini memiliki kecepatan yang tertinggi dalam pertumbuhannya, dimana hanya dalam waktu 8 minggu saja ayam pedaging sudah bisa dikonsumsi atau dipasarkan, padahal ayam jenis lainnya masih berupa anak ayam. Ayam pedaging (broiler) bila dikelola sampai umur 6 minggu, berat badan dapat mencapai 2 kg/ekor, yang tidak terdapat pada ternak lainnya yaitu waktu pemeliharaannya yang pendek dan pertumbuhannya yang cepat. Selain itu juga menghasilkan kotoran atau feses yang mempunyai nilai dwiguna yaitu sebagai pupuk kandang yang dapat dijual untuk menambah pendapatan atau menutupi ongkos produksi (Hartono, 1999:20)

Pengolahan Daging Ayam

Secara keseluruhan, pengelolaan pasca produksi mengandung arti tindakan untuk mengolah hasil-hasil produksi yang diproduksi oleh ternak untuk tujuan yang sudah ditetapkan dapat tercapai. Pada saat inilah peran kita untuk menentukan kualitas produk dapat diterima oleh konsumen. Dalam pengelolaan pasca produksi sudah pasti ternak tidak dilibatkan karena sudah berupa produk yang siap dipasarkan (Rasyaf, 1996 : 53).

Dalam kaitannya dengan perluasan kesempatan kerja, pengolahan daging ayam sangat potensial mulai dari jasa pemotongan ayam sampai menjadi produk yang siap saji dan ini tidak tertalu memerlukan modal yang terlalu besar. Contohnya seperti usaha rumah makan ayam goreng, sate ayam, *chicken nugget*, bakso ayam dan sebagainya, hal ini dapat dikelola secara industri rumah tangga (Rasyaf, 2000: 57)

Produk olahan daging ayam baik ayam ras maupun ayam buras dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi peternak dan nilai guna bagi produsen dan konsumen. Adapun beberapa produk olahan daging ayam tersebut antara lain *chicken nugget*, abon, ayam crispy, ayam bakar, bakso, sosis, ayam tepung beku, gelatin dan lain-lain. Produk olahan daging ayam merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan secara terintegrasi bagi para peternak ayam dan pengusaha bidang industri (Ikrawan, 2002 : 1).

Pengasapan daging ayam dikerjakan setelah di *kyuring*. *Kyuring* dikerjakan dengan cara perendaman dalam larutan bumbu-bumbu yang terdiri atas garam (NaCl), gula merah dan NaNO₂. Suhu untuk *kyuring* sebaiknya 4°C atau

rendah. Setelah itu baru diasap dengan cara pengasapan dingin apabila suhu pengasapan rendah ($30^{\circ}\text{C} - 40^{\circ}\text{C}$) atau dengan cara pengasapan panas apabila suhu pengasapan lebih tinggi ($70^{\circ}\text{C} - 90^{\circ}\text{C}$) (Hadiwiyanto, 1983 : 101).

Pemasaran

Pasar merupakan keadaan terbentuknya suatu harga dan terjadinya perpindahan hak milik produk-produk tertentu. Dalam definisi ini terjadinya perpindahan hak milik ini hanya dapat dilakukan, bila pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas pemasaran bersedia melepaskan hak miliknya dengan memperoleh sejumlah kompensasi tertentu (Sudiono, 2004 :3)

Selanjutnya dikatakan pula bahwa pemasaran pertanian adalah semua kegiatan dan aktivitas agen perdagangan yang menghubungkan pergerakan bahan pangan pertanian terolah dan bahan baku, serta permintaan atau penawarannya turunnya dari usaha tani sampai ke konsumen akhir, dimana aktivitas-aktivitas ini berpengaruh terhadap perani, pedagang perantara dan pengolahan, yang biasanya terjadi pada pemasaran industri.

Pemasaran adalah termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi. Sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu. Selain pemasaran, kegiatan lain yang dapat menciptakan nilai ekonomi adalah:

- a. Produksi yang memuat barang-barang
- b. Konsumen yang menggunakan barang-barang tersebut.

Pemasaran berada diantara produksi dan konsumsi ini berarti bahwa pemasaran menjadi penghubung antara kedua faktor tersebut (Swastha, 1997: 201).

Pemasaran berarti menjual barang dan mengumpulkan uang. Pemasaran juga berarti membangun hubungan dengan pelanggannya. Cara kedua perusahaan tersebut dalam menangani permintaan dua pelanggan yang sederhana ini mencerminkan pertanyaan yang semakin ditegaskan oleh para pelanggan dalam berinteraksi dengan segala jenis bisnis. Tujuan pemasaran sesungguhnya adalah untuk memiliki pasar tidak hanya untuk membuat atau menjual produk (Simamora, 2001 : 293).

Kotler (1998: 30) menyatakan bahwa anggota-anggota dalam saluran pemasaran melakukan sejumlah fungsi kunci dan perannya dalam aliran pemasaran adalah:

- a. Informasi meliputi pengumpulan dan penyebaran informasi, riset pemasaran tentang pelanggan, pesaing dan pemain serta kekuatan lain yang ada dan yang potensial dalam lingkungan pemasaran.
- b. Promosi meliputi pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif tentang desain tawaran untuk menarik konsumen.
- c. Negosiasi : usaha untuk mencapai persetujuan akhir tentang harga dan lain-lainnya supaya transfer kepemilikan atau kepunyaan dapat dipengaruhi.
- d. Pesanan : komunikasi kebelakang tentang maksud membeli oleh anggota-anggota saluran pemasaran kepada manufaktur.
- e. Pembiayaan : akuisisi dan alokasi dana yang diperlukan untuk membiayai persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda

- f. Pengambilan resiko : asumsi resiko yang berhubungan dengan kerja penyalur.
- g. Kepemilikan fisik : Penyimpanan dan perpindahan produk dari bahan baku sampai ke pelanggan terakhir.
- h. Pembayaran : Pembeli membayar tagihannya melalui bank dan lembaga keuangan lainnya kepada penjual.
- i. Hak : transfer aktual kepemilikan dari satu orang ke organisasi lainnya.

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan perencanaan pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pemasaran yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar serta menentukan harga, mengadakan komunikasi dan distribusi yang efektif untuk memberikan, mendorong serta melayani pasar (Sutojo, 1994 : 35).

Untuk mengembangkan suatu perencanaan produk dalam usaha meningkatkan penjualan maka ada dua faktor yang mempengaruhi yaitu faktor *ekstern* dan *intern*. Yang termasuk faktor *intern* adalah *produk, price, promotion, place* yang biasa dikenal dengan *marketing mix*. Sedangkan faktor *ekstern* meliputi lingkungan budaya, peraturan pemerintah, persaingan serta lingkungan ekonomi dan teknik. Selanjutnya dikatakan bahwa dari kedua faktor tersebut maka persaingan harga dan daya beli masyarakat serta kegiatan promosi merupakan faktor yang paling berpengaruh (Swastha, 1997 : 33)



Volume Penjualan

Dalam sistem agribisnis, usaha penjualan sebagai fungsi subsistem pemasaran menjadi sangat penting dalam upaya memperlancar aliran produk dari produsen ke tangan konsumen akhir. Usaha penjualan tersebut meliputi berbagai keputusan yang harus diambil, yakni 1) jenis produk apa yang akan dijual, 2) tingkat mutu produk yang bagaimana yang akan dijual, 3) berapa jumlah produk yang akan dijual, 4) kapan menjualnya, 5) dimana menjualnya dan 6) bagaimana cara menjualnya (Gumbira, 2001 :92).

Winardi (1998: 5) mengemukakan bahwa penjualan (*selling*) merupakan proses dimana penjual memastikan, mengaktivasi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli agar tercapai manfaat, baik bagi penjual maupun bagi pembeli yang berkelanjutan dan menjualkannya kedua belah pihak. Berhasil tidaknya sesuatu operasi bisnis, bergaantung pada bagaimana berhasilnya fungsi penjualan tersebut.

Tujuan penjualan berhubungan dengan volume penjualan barang dan jasa yang dijual oleh suatu retailer. Pertumbuhan, stabilitas, dan *market share* adalah tujuan penjualan yang paling sering dicari oleh para retailer. Tujuan penjualan dapat diekspresikan dalam rupiah dan volume. Untuk mencapai tujuan rupiah, maka suatu retailer dapat menggunakan suatu strategi harga penetrasi (harga yang rendah untuk unit penjualan yang tinggi), strategi menengah (harga menengah dan unit penjualan) atau suatu strategis prestisius (harga yang tinggi untuk unit penjualan yang rendah). Dalam jangka panjang, pemakaian unit-unit penjualan sebagai suatu indikator dari performans adalah penting. Nilai penjualan dalam

rupiah selama periode beberapa tahun akan sulit untuk dibandingkan karena perubahan harga retail dan tingkat inflasi, namun penjualan dan volume (unit-unit) relatif mudah dibandingkan dari tahun ke tahun (Thoyib, 1998: 39).

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, dimana faktor-faktor ini dapat meningkatkan volume penjualan. Faktor-faktor tersebut sebagai berikut : faktor kondisi dan kemampuan penjual, faktor keadaan pasar, faktor finansial, faktor organisasi perusahaan dan faktor promosi.

1. Faktor kondisi dan kemampuan penjual, yaitu bagaimana penjual harus dapat meyakinkan kepada pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dengan memahami :
 - Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
 - Harga produk
 - Syarat penjualan seperti pembayaran, pengantaran, garansi dan sebagainya.
2. Faktor keadaan pasar, dengan memperhatikan :
 - Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, industri, pasar penjual ataukah pasar pemerintah.
 - Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
 - Daya belinya
 - Frekuensi pembeliannya.
 - Keinginan dan kebutuhannya.
3. Faktor finansial, merupakan syarat mutlak untuk lebih memperlancar proses pengaliran barang kepada konsumen.

4. Kondisi organisasi perusahaan, pada perusahaan besar maupun kecil biasanya masalah penjualan langsung ditangani oleh bagian penjualan atau bisa juga dilakukan oleh lembaga-lembaga lain seperti agen atau pengecer.
5. Faktor promosi, dilakukan melalui periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan (Koeswara, 1995 : 45).

Analisis volume penjualan merupakan suatu studi mendalam tentang masalah penjualan bersih dari laporan rugi laba perusahaan (laporan operasi). Manajemen perlu menganalisis volume penjualan total dan juga volume itu sendiri. Analisis tersebut dapat didasarkan pada *product line* dan segmen pasar (territorial, kelompok pembeli dan sebagainya) (Swastha, 2001: 197).

Volume penjualan dapat didefinisikan sebagai jumlah barang untuk satu produk tertentu yang dapat dijual suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu pada tingkat usaha pemasaran tertentu. Nilainya adalah setelah dikalikan dengan harga produk itu sendiri. Proyeksi volume penjualan pada harga jual perunit untuk tiap jenis produksi yang dijual merupakan salah satu hal yang penting dalam penyusunan rencana laba tahunan suatu usaha (Winardi, 1998: 2).

Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan dari konsep pemasaran, artinya laba itu dapat diperoleh dengan melalui pemuasan konsumen. Dengan laba ini, perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar, dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar pada konsumen, serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. (Swastha, 2001: 16).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Didalam menyusun perkiraan penjualan hasil produksi, perusahaan yang bersangkutan, tidak hanya perlu memikirkan faktor apa yang mempengaruhi turun naiknya penjualan hasil produksi dimasa lampau, melainkan juga faktor-faktor apa yang diperkirakan dapat mempengaruhi kelancaran penjualan hasil produksi dimasa mendatang. Ada tiga hal yang dapat mempengaruhi perkembangan penjualan hasil produksi yaitu : harga, Hari Raya dan ketersediaan Produk (Swastha, 2001: 33).

A. Harga Jual

Suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pasar. Harga suatu produk mempengaruhi posisi persaingan dipasar penjualan, sehingga mempengaruhi volume penjualan. Oleh karena itu, harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan. Seperti diketahui bahwa harga adalah nilai suatu produk yang diukur dengan uang (*in money-term*), dimana berdasarkan nilai tersebut, penjual atau produsen bersedia melepaskan barang/jasa yang dimilikinya kepada pihak lain dengan memperoleh keuntungan tertentu (Prawirosentono, 1999: 157).

Harga merupakan nilai suatu produk dimata konsumen. Harga umumnya dijadikan sebagai salah satu atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Oleh sebab itu, maka setiap perusahaan penting untuk memperhatikan strategi penetapan harga jual produk sesuai dengan keinginan konsumen dengan tetap memperhatikan harga pokok penjualan. (Sukmawati, 2005 : 44).

Bagi pembeli harga memberikan dampak ekonomis dan psikologis. Dampak ekonomisnya berkaitan dengan daya beli, sebab harga merupakan biaya (*cost*) bagi pembeli, semakin tinggi harga semakin sedikit produk yang mereka beli. Sebaliknya semakin rendah harga semakin banyak produk yang mereka beli. Namun tidak otomatis semakin banyak produk yang dibeli, justru kadang-kadang harga memiliki efek psikologis, dimana harga tinggi mencerminkan kualitas tinggi dan harga rendah mencerminkan kualitas rendah pula. Kalau ini berlaku untuk suatu produk, menurunnya harga bisa berakibat menurunnya permintaan (Simamora, 2001:196)

Keputusan penetapan harga harus dihubungkan dengan tujuan perusahaan secara menyeluruh dan dengan strategi pemasaran yang bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Adapun tujuan dari penetapan harga jual adalah untuk (1) mencapai suatu target *return on investment* atau pengembalian atas investasi, (2) stabilitas harga dan margin (3) mencapai suatu target *market share* atau pangsa pasar, (4) mengatasi atau mencegah persaingan dan (5) memaksimalkan laba (Ali, 1999:13).

Permintaan atas berbagai barang berbeda sifatnya. Ada yang permintaannya tak berubah, walaupun harganya ditinggikan atau direndahkan. Untuk barang seperti ini produsen cenderung menetapkan harga barangnya pada tingkat yang lebih tinggi. Dalam keadaan sebaliknya yaitu apabila harga direndahkan akan menyebabkan tingkat pertambahan penjualan yang lebih besar dari tingkat penurunan harga, akan mendorong perusahaan untuk menetapkan harga yang relatif rendah (Sukirno, 2004:223)

Penetapan harga tertentu suatu jenis barang cenderung berorientasi pada perumusan dalam hal ini harga dapat ditentukan pada berbagai tingkat penjualan dengan faktor pertimbangan biaya. Jadi perubahan harga dapat terjadi akibat adanya perubahan permintaan dan penjualan. Dalam suatu perusahaan penetapan harga adalah harga yang dapat memberikan keuntungan dimana merupakan sumber penghasilan dari perusahaan tersebut. Untuk menjaga kontinuitas dari perusahaan maka penetapan harga dalam menghadapi persaingan perlu diperhatikan (Kotler, 1998 : 47).

B. Ketersediaan Karkas Ayam Broiler

Penawaran adalah kuantitas barang yang ingin dijual dan dapat ditawarkan, apabila hanya sekedar ingin dijual saja belum menghasilkan penawaran disebut sebagai penawaran semu produsen. Dalam hal ini penawaran mencerminkan hubungan antara harga jual ayam broiler, sehingga jumlah yang akan ditawarkan akan naik (Rasyaf, 1996: 68).

Penawaran produk pertanian menyatakan hubungan jumlah produk pertanian yang ditawarkan dengan berbagai variabel yang mempengaruhi penawaran seperti harga produk pertanian, harga input, musim, teknologi dan tujuan perusahaan (Sudiyono, 2004 :19)

Barang yang ditawarkan oleh penjual menurut hukum penawaran merupakan suatu pernyataan yang menjelaskan sifat perkaitan diantara harga suatu barang dengan jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh para penjual dan pada dasarnya makin tinggi harga suatu barang, makin banyak jumlah barang yang akan ditawarkan oleh para penjual, sebaliknya makin rendah harga suatu

barang makin sedikit jumlah yang ditawarkan. Jadi ketersediaan barang akan mempengaruhi banyaknya pembeli yang akan dilayani oleh penjual atau produsen yang bersangkutan (Sudarsono, 1995: 87).

Karkas ayam adalah daging ayam yang masih bersama kulitnya dipisahkan dari kepala, kaki dan sisi rongga perutnya. Produk ayam olahan beku semakin populer karena tuntutan perkembangan teknologi agar sumber protein hewani dapat diperoleh dengan mudah, praktis, gampang diolah, rasanya enak dan memiliki kandungan gizi yang baik (Winarno, 1993: 35).

Karkas ayam pedaging yang dipasarkan berupa ayam potong beku. Ayam potong segar dalam bentuk *whole chickens* (ayam bulat) dapat dipasarkan dipasar tradisional ataupun supermarket akhir-akhir ini, ada juga orang yang langsung memasok ayam potong segar dan ayam potong beku ke restoran ayam goreng (*fried chicken*) selain itu ayam dipasarkan dalam bentuk ayam potong goreng (*fried chicken*), sosis dan jenis makanan olahan lainnya (Suharno, 2000: 14).

Karkas ayam pedaging adalah bagian dari ayam pedaging hidup setelah dipotong dicabuti bulu-bulunya, jeroan dan lemak abdominalnya dikeluarkan, dipotong kepala dan leher serta kedua kakinya. Menurut cara penanganannya, karkas dapat dibedakan menjadi tiga bagian yaitu karkas segar yaitu karkas yang baru diproses tidak lebih dari enam jam dan tidak mengalami perlakuan lebih lanjut. Karkas dingin segar yaitu karkas segar yang mengalami proses pendinginan segera setelah diproses hingga suhu daging menjadi 4-5°C. Karkas beku yaitu karkas yang telah mengalami proses pembekuan, baik cepat maupun lambat dengan suhu penyimpanan 12-18°C (Iswanto, 2002 :72).

Unggas setelah disembeli tidak dikuliti, tetapi hanya dihilangkan bulunya, cara menghilangkan bulunya dengan mencelupkan ke dalam air mendidih selama beberapa menit. Dengan demikian bulu akan mudah dilepaskan atau dicabut dari kulit. Hewan mati setelah dipotong kepalanya dan kakinya serta diambil isi perutnya dan dikuliti atau dihilangkan bulunya (untuk unggas) disebut "karkas". Meskipun sewaktu hewan hidup sudah dilakukan pemeriksaan kesehatan, pada karkas juga masih harus dilakukan pemeriksaan untuk memastikan apakah karkas dan dagingnya benar-benar sehat dan dapat dikonsumsi (Hadiwiyanto, 1983 :102).

C. Musim Permintaan

Banyak deretan waktu ekonomis yang didasarkan pada data bulanan atau kuartalan menunjukkan pola musiman (gerakan ayunan teratur). Sebagai contohnya adalah penjualan toko swalayan pada saat Natal, permintaan akan uang (saldo kas) oleh rumah tangga pada waktu libur, permintaan untuk es krim dan minuman ringan (*soft drink*) selama musim panas dan harga hasil panen tepat setelah musim panen. Deretan waktu ekonomis yang penting, seperti indeks harga konsumen, indeks harga grosir, indeks produksi sektor industri, biasanya dipublikasikan dalam bentuk yang telah disesuaikan dari musim (Nakhrowi, 2002 : 275).

Pada dasarnya permintaan dapat didefinisikan sebagai kuantitas barang yang ada dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode waktu tertentu dan berdasarkan kondisi-kondisi tertentu. Permintaan suatu barang dan jasa pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga dari barang itu, pendapatan dan selera konsumen (Gasperz, 1996 :26).

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan komoditi pertanian terdiri dari : harga komoditi pertanian itu sendiri, harga komoditi lainnya (barang substitusi dan barang komplementer), pendapatan konsumen, selera dan preferensi konsumen, jumlah penduduk dan distribusi pendapatan (Sudiyono, 2004 :24)

Pemintaan pasar atas daging ayam pedaging meningkat dari tahun ke tahun sesuai dengan peningkatan jumlah penduduk dan peningkatan taraf hidup rakyat disertai dengan pengertian mengenai kepentingan pangan dan gizi. Biasanya permintaan pada setiap tahunnya bervariasi tergantung pada keperluan kebutuhan daging dipasaran. Hal tersebut sangat erat hubungannya dengan kehidupan sosial dan agama seperti Hari Raya Idul Adha, Hari Raya hajatan (pemikahan, dll), Hari Natal dan Tahun Baru, dan puncaknya adalah Idul Fitri (bulan Syawal). Pada Hari Raya yang terakhir inilah yang paling tinggi permintaan akan daging ayam pedaging. Sehingga, pada Hari Raya ini para peternak ayam pedaging dapat mengambil untung yang sebesar-besarnya (Darmono, 1993:84-85).

Seperti diketahui harga jual hasil ternak pada umumnya berfluktuasi dari waktu ke waktu. Hal ini wajar karena sangat dipengaruhi oleh kekuatan pasar yang berfluktuasi pula. Pada umumnya kekuatan pasar yang terbaik terbentuk pada hari-hari besar keagamaan. Pada masa ini peternak mendapat situasi yang menguntungkan (Cahyono, 2001: 78).



Analisis Regresi Dan Korelasi

Umar (1999 : 36) menyatakan, bahwa untuk memprediksi kasus-kasus seperti memprediksi dan meramalkan usaha untuk masa yang akan datang, apakah akan menguntungkan atau merugi atau apakah ada tidaknya hubungan antara kedua sebab akibat, bentuk hubungan seperti ini disebut regresi yang dinyatakan dalam persamaan matematis. Ada tiga macam bentuk yaitu : 1) Persamaan regresi linear sederhana, 2). Persamaan regresi berganda atau multipel dan 3). Persamaan regresi non linear.

Dalam analisa regresi akan tampak variabel bebas atau independent (yang mempengaruhi) yaitu variabel yang tidak bergantung pada variabel lain dan variabel terikat atau dependen (yang dipengaruhi) yaitu variabel yang tergantung pada variabel lain. Variabel yang mempengaruhi ini dalam analisa regresi disebut sebagai variabel prediktor dengan lambang X, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel kriterium dengan lambang Y

(Makridakis, 1993 :365)

Usman dan Akbar (1995 :14) mengemukakan, bahwa ada beberapa asumsi agar analisis regresi dapat digunakan antara lain :

1. Variabel yang dicari hubungan fungsionalnya mempunyai data yang berdistribusi 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 ratio.

Selanjutnya dikatakan bahwa analisis regresi berganda digunakan apabila kita ingin meramalkan pengaruh variabel dua buah variabel prediktor (X) atau lebih terhadap sebuah variabel kriterium (Y) atau untuk membuktikan bahwa terdapat atau tidaknya hubungan fungsional antara dua variabel bebas atau lebih dengan variabel terikat. Sedangkan hubungan antara regresi berganda dan korelasi ganda terdapat dalam pemakaian notasi R atau koefisien korelasi ganda didalam rumus-rumus regresi.

Sugiono (2005 :243) menyatakan bahwa korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Setiap regresi pasti ada korelasinya, tetapi korelasi belum tentu dilanjutkan dengan regresi. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi antara dua variable yang tidak mempunyai hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang dua variabel tersebut.

Korelasi adalah salah satu bentuk teknik analisis statistik yang paling banyak digunakan atau istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linear antara dua variabel atau lebih. Hubungan antara dua variabel di dalam korelasi bukanlah dalam arti hubungan sebab akibat (timbal balik) melainkan hanya merupakan hubungan searah saja, seperti tinggi badan menyebabkan berat badan bertambah pula. Akibatnya dalam korelasi dikenal penyebab akibatnya, dimana data penyebab atau yang mempengaruhi disebut variabel bebas, data akibat yang mempengaruhi disebut variabel terikat (Supranto, 1995 : 35).

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu mulai bulan November sampai dengan Desember 2005 pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani Bumi Tamalanrea Permai (BTP), Makassar.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi yaitu suatu jenis penelitian yang menjelaskan hubungan dan pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya dengan melakukan pengujian hipotesa. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Adapun data yang dikumpulkan berupa data time series (data bulanan) selama lima tahun terhitung mulai bulan Januari 2001 sampai dengan bulan Desember 2005.

Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian dalam hal inia Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar.
2. Wawancara, yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak pimpinan Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Data kuantitatif yaitu data yang berupa angka yang meliputi volume penjualan ayam bakar, harga jual ayam bakar dan ketersediaan karkas ayam broiler.
2. Data kualitatif yaitu data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar. Adapun data kualitatif tersebut yaitu musim permintaan. Data kualitatif atau musim permintaan ini dikuantitatifkan dengan memasukannya sebagai variabel dummy, dengan memberi angka 1 kalau terdapat hari raya dan wisuda dan angka 0 kalau tidak terdapat hari raya dan wisuda.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Data Primer yaitu suatu data mentah yang langsung diperoleh dari pihak pimpinan Rumah Makan berupa musim permintaan.
2. Data Sekunder yaitu suatu data hasil olahan yang meliputi volume penjualan ayam bakar, harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan gambaran umum perusahaan.

Analisa Data

Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah alat analisis data statistik inferen (induksi) dengan menggunakan rumus regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3D_1 + b_4D_2 + e \dots \text{ (Sugiono, 2005 : 257)}$$

Dimana :

Y = Volume Penjualan Ayam Bakar (Porsi/Bulan)

b_0 = Intersep

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi parsial untuk X_1, X_2, D_1, D_2

X_1 = Harga Jual ayam bakar (Rp/Porsi)

X_2 = Ketersediaan karkas ayam broiler (Ekor/Bulan)

D_1 = 1, kalau pada bulan tersebut terdapat hari raya

0, tidak terdapat hari raya

D_2 = 1, kalau pada bulan tersebut terdapat wisuda

0, kalau pada bulan tersebut tidak terdapat wisuda

e = Kesalahan Pengganggu.

- a. Untuk mengetahui kuatnya hubungan variabel harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) dan musim permintaan (D_i) secara simultan terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) digunakan uji R
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) dan musim permintaan (D_i) secara parsial terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) digunakan uji t.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) dan musim permintaan (D_i) secara simultan terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) digunakan uji F.
- d. Untuk mengetahui persentase pengaruh harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) dan musim permintaan (D_i) secara simultan terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) digunakan koefisien determinan regresi linear berganda (R^2).

Untuk memudahkan dalam analisis data maka pada penelitian ini digunakan bantuan komputer dengan menggunakan program *SPSS for Windows* versi 11.00 dengan dasar keputusannya yaitu:

- a. Jika T hitung $>$ T tabel maka faktor harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) dan musim permintaan (D_i) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar (Y).
- b. Jika F hitung $>$ F tabel maka faktor harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) dan musim permintaan (D_i) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume penjual ayam bakar (Y).

Konsep Operasional

1. Ayam bakar adalah salah satu jenis menu makanan di Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP Makassar, yaitu daging ayam broiler yang diolah dengan cara membakarnya.
2. Satu porsi adalah seperempat bagian ayam bakar yang dijual pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP Makassar.
3. Volume penjualan adalah banyaknya ayam bakar yang terjual pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar yang dinyatakan dalam porsi perbulan.
4. Harga jual adalah nilai tukar ayam bakar yang ditawarkan oleh Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar kepada konsumen yang dinyatakan dalam rupiah perporisi.
5. Karkas ayam adalah daging ayam yang masih bersama kulitnya dipisahkan dari kepala, kaki dan sisi rongga perutnya.

6. Ketersediaan karkas ayam broiler adalah banyaknya persediaan karkas ayam broiler pada Rumah Makan Pondok Lesehan BTP, Makassar yang dinyatakan dalam ekor perbulan.
7. Musim permintaan adalah waktu tertentu dimana terjadi peningkatan permintaan ayam bakar seperti pada hari raya keagamaan yaitu Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru dan bulan wisuda.

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Singkat Perusahaan

Rumah makan pondok Lesehan Pak Dani merupakan salah satu rumah makan yang terdapat di kota Makassar yang berlokasi di perumahan Bumi Tamalanrea Permai (BTP). Rumah makan ini memiliki desain tempat duduk yang tradisional yaitu lesehan, duduk di lantai atau di ubin yang merupakan ciri khas rumah makan ini.

Usaha Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani, BTP ini berdiri pada tanggal 7 juli 1997 dan berlokasi di Blok G Bumi Tamalanrea Permai (BTP) namun karena lokasi itu bukan milik pribadi atau masih dikontrak dan ruangnya yang mulai sempit karena semakin banyaknya pelanggan, maka pada tanggal 1 Januari 2000 Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani, BTP Makassar ini pindah ke lokasi baru di Blok C Bumi Tamalanrea Permai (BTP) dan sampai sekarang mengembangkan usahanya di tempat itu. Pemilik rumah makan ini terus mengembangkan usahanya dan sebagai ekspansi usahanya pada bulan Juli tahun 2005 membuka cabang baru yang berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan KM.9 Makassar.

Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Rais dengan nama "Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani, BTP Makassar". Pemberian nama ini diambil dari nama anak pertamanya Ari Annadani atau yang biasa disapa dengan "mas Dani". Beliau berasal dari Banyuwangi, Jawa Timur sehingga ciri khas masakan pada rumah makan ini adalah masakan asli dari Jawa Timur.

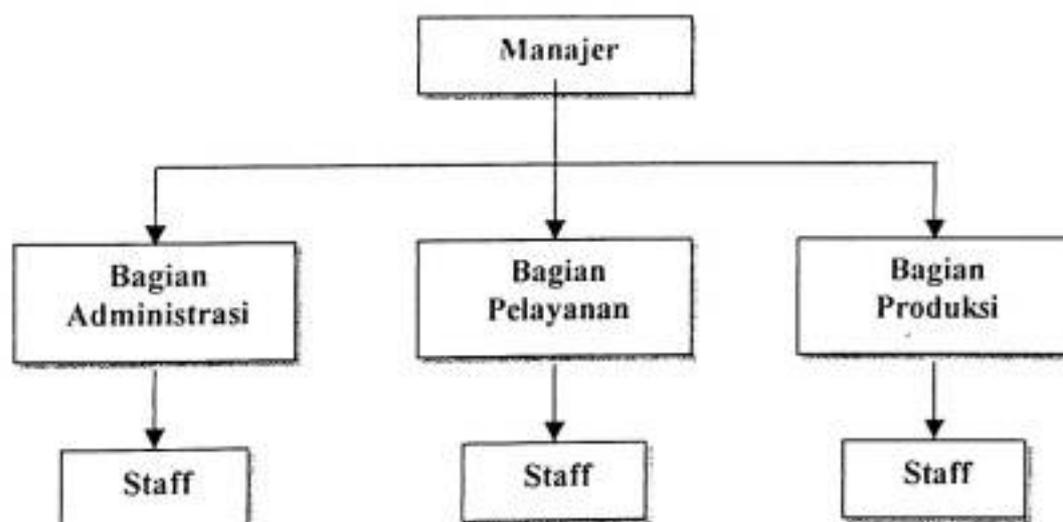
Letak Dan Luas Perusahaan

Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar terletak di Jalan Tamalanrea Raya Blok C No. 46-47 Bumi Tamalanrea Permai (BTP) Makassar. Rumah makan didirikan pada lahan atau lokasi seluas $17 \times 17 \text{ m}^2$.

Struktur organisasi Perusahaan

Salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan adalah kerja sama yang baik antara karyawan dimana setiap karyawan perlu mengetahui tugas dan wewenangnya sesuai dengan struktur organisasi yang ada.

Untuk memperlancar aktivitas usaha maka penting adanya struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Struktur organisasi yang terdapat pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar berbentuk lini. Adapun struktur organisasi yang terdapat di rumah makan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Organisasi Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Dari gambar diatas dapat diketahui garis wewenang fungsi dan tanggung jawab dari masing-masing lini organisasi yaitu sebagai berikut :

1. Manajer

Dalam tugasnya, manager bertanggung jawab penuh terhadap semua kegiatan yang dilakukan perusahaan, dalam hal ini manager membawahi beberapa bagian pelayanan dan beberapa bagian produksi yang kesemuanya ini berfungsi untuk mencapai tujuan perusahaan. Terlepas dari tugas tersebut manajer juga menangani administrasi atau pembukuan perusahaan dan sektor keuangan rumah makan tersebut.

2. Bagian Service

Bagian *Service* memiliki beberapa tugas yang antara lain yaitu:

- ✓ Menangani proses pelayanan terhadap konsumen
- ✓ Melayani pengiriman pesanan produk konsumen
- ✓ Perawatan dan kebersihan fasilitas perusahaan.

3. Bagian Produksi

Bagian produksi memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

- ✓ Bertanggung jawab terhadap proses produksi produk antara lain ayam bakar, ayam goreng dan lain-lain.
- ✓ Perawatan alat-alat produksi dan *stock* barang
- ✓ Pengadaan sarana produksi
- ✓ Bertanggung jawab terhadap pengawasan kualitas produk.



4. Bagian Administrasi

- ✓ Bertanggung jawab melayani pembayaran atau transaksi
- ✓ Bertanggung jawab terhadap kegiatan pembukuan
- ✓ Bertanggung jawab terhadap kegiatan administrasi lainnya.

Kedaaan Tenaga Kerja Perusahaan

Setiap perusahaan baik itu perusahaan besar maupun perusahaan kecil, faktor tenaga kerja atau karyawan sangat menentukan produktivitas dan efisiensi kerja pada perusahaan yang bersangkutan. Pemanfaatan tenaga kerja yang optimal akan memberikan kontribusi yang baik terhadap usaha yang dilakukan.

Tenaga kerja atau karyawan dalam suatu perusahaan sangat besar peranannya dalam menjalankan roda perusahaan. Potensi sumber daya manusia dalam suatu perusahaan dapat dilihat dari pengetahuan yang luas, pengalaman dan keterampilan yang dimiliki. Untuk itu, sebuah organisasi perlu membuat rencana yang sebaik-baiknya tentang pegawai yang dibutuhkan, tingkat pendidikannya, jumlah dan lain sebagainya.

Demikian pula halnya pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar keberadaan tenaga kerja dalam menjalankan usahanya sangat dibutuhkan. Adapun jumlah karyawan yang dimiliki oleh Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar yaitu sebanyak 25 orang yang masing-masing memiliki jabatan dan tugas yang telah ditetapkan.

Adapun jabatan dan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Komposisi Jabatan dan Jumlah Tenaga Kerja pada Rumah Makan Pondok Leschan BTP, Makassar.

No	Jenis Jabatan	Pendidikan	Jumlah (orang)
1.	Manajer	Diploma	1
2	Bagian Administrasi	SMK	1
3.	Bagian Pelayanan(Costumer service)	SMA/SMK	20
4..	Bagian Produksi	SMA/SMK	3
	Jumlah		25

Sumber : Data sekunder Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar, 2005.

Pada Tabel 4. terlihat bahwa Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar memiliki tenaga kerja sebanyak 25 orang dengan jabatan dan tugas yang berbeda. Pihak perusahaan Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar tidak terlalu banyak mempekerjakan karyawan yang terpenting adalah kualitas tenaga kerja dapat meningkatkan kemajuan dan kinerja perusahaan.

Adapun jumlah tenaga kerja terbanyak adalah tenaga kerja bagian pelayanan (custumer service) yang berjumlah 20 orang dengan tingkat pendidikan SMA/SMK. Secara umum tingkat pendidikan tenaga kerja pada rumah makan ini berada pada tingkat menengah dimana rata-rata tingkat pendidikannya adalah SMA/SMK dan hanya 1 orang tenaga kerja yang berpendidikan sampai pada tingkat diploma yaitu manajer.

Fasilitas Perusahaan

Untuk meningkatkan kelancaran usaha atau pekerjaan dibutuhkan fasilitas-fasilitas yang memadai yang merupakan salah satu faktor penunjang pelaksanaan pekerjaan dalam sebuah perusahaan. Keberadaan fasilitas usaha dalam sebuah perusahaan adalah mutlak demi tercapainya kelancaran aktivitasnya sehari-hari. Berkurangnya atau tidak lengkapnya fasilitas-fasilitas tersebut akan sangat berpengaruh terhadap proses produksi yang berarti pula akan berakibat pada terhambatnya pencapaian target dari perencanaan yang telah disusun. Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar dalam menjalankan usahanya sehari-hari ditunjang oleh beberapa fasilitas yang dimiliki rumah makan ini. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Fasilitas Usaha yang Dimiliki Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

No	Jenis Fasilitas	Jumlah (Unit)
1.	Ruang Manajer	1
2.	Ruang Administrasi	1
3.	Ruang Pelayanan	1
4.	Ruang Dapur	1
5.	Lemari Etalase	1
6.	Westafel	2
7.	Kulkas	2
8.	Kursi	20
9.	Meja	40

Sumber : Data Sekunder Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar, 2005.

Pada Tabel 5. terlihat bahwa fasilitas usaha yang dimiliki oleh Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar cukup mendukung kelancaran dari kegiatan rumah makan. Hal ini terlihat dari jumlah ruangan yang terpisah sebanyak 4 unit yang dipisahkan sesuai dengan fungsinya seperti ruang kerja manajer, ruang dapur untuk mengolah masakan, ruang pelayanan, meja dan kursi serta berbagai sarana lainnya yang dibutuhkan dalam melayani pelanggan. Adanya perbedaan jumlah meja dan kursi pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar karena rumah makan tersebut memiliki suasana yang tradisional yang sesuai dengan namanya Rumah Makan Lesehan, sehingga konsumen pada rumah makan ini mengkonsumsi produk yang dipasarkan dengan duduk dilantai (lesehan), namun pihak rumah makan tetap menyediakan kursi tetapi dalam jumlah yang terbatas. Disamping itu dengan adanya fasilitas penyimpanan bahan baku berupa lemari es atau kulkas yang berjumlah 2 unit sangat membantu kelancaran aktivitas usaha rumah makan ini dalam hal penyediaan bahan baku berbagai jenis masakan setiap harinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian

Volume Penjualan (Y)

Volume penjualan dapat didefinisikan sebagai jumlah barang untuk satu produk tertentu yang dapat dijual suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu pada tingkat usaha pemasaran tertentu (Winardi, 1998 : 2). Analisis volume penjualan merupakan suatu studi mendalam tentang masalah penjualan bersih dari laporan rugi laba perusahaan (laporan operasi). Manajemen perlu menganalisis volume penjualan total dan juga volume itu sendiri.

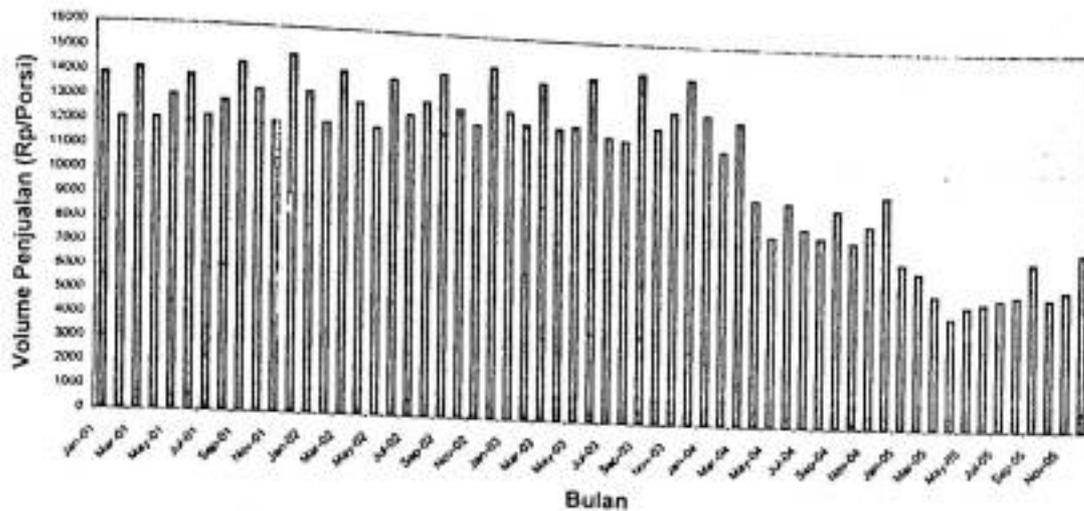
Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan dari konsep pemasaran, artinya laba itu dapat diperoleh dengan melalui pemuasan konsumen. Dengan laba ini, perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar, dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar pada konsumen dan dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Untuk memberikan kepuasan tersebut, perusahaan dapat menjual barang dan jasa yang paling baik dengan harga yang layak (Swasta,2001:16).

Seperti halnya pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar dimana volume penjualan yang dimaksudkan disini adalah jumlah atau banyaknya ayam bakar yang terjual setiap bulannya. Penjualan ayam bakar pada rumah makan ini dilakukan dalam bentuk porsi, yang jumlahnya disesuaikan dengan kebutuhan dan jumlah permintaan konsumen pada saat itu. Selain

melayani konsumen di rumah makan, pihak rumah makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar juga melakukan pengantaran pesanan kepada konsumen seperti pada acara syukuran, arisan dan seminar, dengan mengenakan biaya tambahan berupa biaya transpor sebesar Rp.3000 per porsi. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya memperlancar aliran produk dari rumah makan ke konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan Gumbira (2001 : 92) yang menyatakan bahwa usaha penjualan sebagai fungsi subsistem pemasaran menjadi sangat penting dalam upaya memperlancar aliran produk dari produsen ke tangan konsumen akhir. Usaha penjualan tersebut meliputi berbagai keputusan yang harus diambil, yakni 1) jenis produk apa yang akan dijual, 2) tingkat mutu produk yang bagaimana yang akan dijual, 3) berapa jumlah produk yang akan dijual, 4) kapan menjualnya, 5) dimana menjualnya dan 6) bagaimana cara menjualnya.

Berbagai usaha penjualan ini dilakukan pihak Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar dengan tujuan untuk mencapai volume penjualan yang maksimal sehingga memperoleh keuntungan seperti yang diharapkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Thoyib (1998 : 39) bahwa tujuan penjualan berhubungan dengan volume penjualan barang dan jasa yang dijual oleh suatu retailer. Tujuan penjualan ini dapat diekspresikan dalam rupiah dan volume.

Adapun perkembangan volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar dapat dilihat pada Gambar 2



Gambar 2. Perkembangan Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar Bulan Januari 2001-Desember 2005.

Pada Gambar 2. terlihat bahwa volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar sejak tahun 2001 sampai tahun 2005 mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan. Dimana pada bulan Januari 2001 volume penjualan ayam bakar sebanyak 13920 porsi menurun menjadi 7592 porsi pada bulan Desember 2005. Melihat kenyataan tersebut menunjukkan bahwa *omzet* penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar pada 5 tahun terakhir ini mengalami penurunan. Hal ini ditandai dengan semakin menurunnya angka volume penjualan ayam bakar setiap tahunnya. Padahal tujuan penjualan berhubungan dengan volume penjualan sehingga dapat mencapai pertumbuhan usaha, stabilitas dan *market share*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Thoyib (1998 : 19) bahwa pertumbuhan, stabilitas dan *market share* adalah tujuan penjualan yang paling

sering dicari oleh para retailer. Dalam jangka panjang, pemakaian unit-unit penjualan sebagai suatu indikator dari performans adalah penting. Nilai-nilai penjualan dalam rupiah selama periode beberapa tahun akan sulit untuk dibandingkan karena perubahan harga retail dan tingkat inflasi, namun penjualan dan volume (unit-unit) relatif mudah dibandingkan dari tahun ke tahun.

Penurunan volume penjualan ayam bakar pada 5 tahun terakhir ini tidak terlepas dari faktor keadaan pasar seperti banyaknya pesaing, daya beli konsumen yang semakin menurun, frekwensi pembelian yang semakin berkurang, perubahan keinginan dan kebutuhan konsumen serta faktor finansial yang merupakan syarat mutlak untuk memperlancar proses pengaliran barang dari produsen kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan Koeswara (1995 : 45) bahwa aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, dimana faktor-faktor ini dapat meningkatkan volume penjualan. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor kondisi dan kemampuan penjual, faktor keadaan pasar, faktor finansial, faktor organisasi perusahaan dan faktor promosi.

Adapun volume penjualan ayam bakar tertinggi terdapat pada bulan Desember 2001 yaitu sebanyak 14480 porsi. Tingginya volume penjualan pada bulan tersebut disebabkan karena pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan wisuda dan hari raya Idul Fitri dan Natal. Selain itu tingginya volume penjualan pada saat itu disebabkan oleh faktor keadaan pasar yang sangat mendukung seperti masih kurangnya pesaing dan daya beli serta frekwensi pembelian konsumen yang tinggi yang merupakan peluang bagi rumah makan untuk mencapai volume penjualan yang tinggi. Adapun volume penjualan terendah

terdapat pada bulan April 2005 yaitu sebanyak 4800 porsi. Rendahnya volume penjualan pada bulan ini disebabkan oleh adanya kasus flu burung di Sulawesi Selatan dan secara khusus kota Makassar. Hal ini menyebabkan penurunan permintaan konsumen akan ayam bakar yang disebabkan oleh menurunnya selera konsumen dalam mengkonsumsi ayam bakar. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sukmawati (2005 : 50) yang menyatakan bahwa faktor yang mendasari akan permintaan produk peternakan adalah faktor selera. Hal ini ternyata begitu besar peranannya bagi bangsa Indonesia. Selera dan cita rasa konsumen mungkin disebabkan oleh perubahan umur, perubahan pendapatan, perubahan lingkungan dan sebagainya. Perubahan tersebut dapat berupa meningkatkan kegemaran konsumen akan suatu barang atau jasa, dapat pula berupa menurunnya kegemaran tersebut.

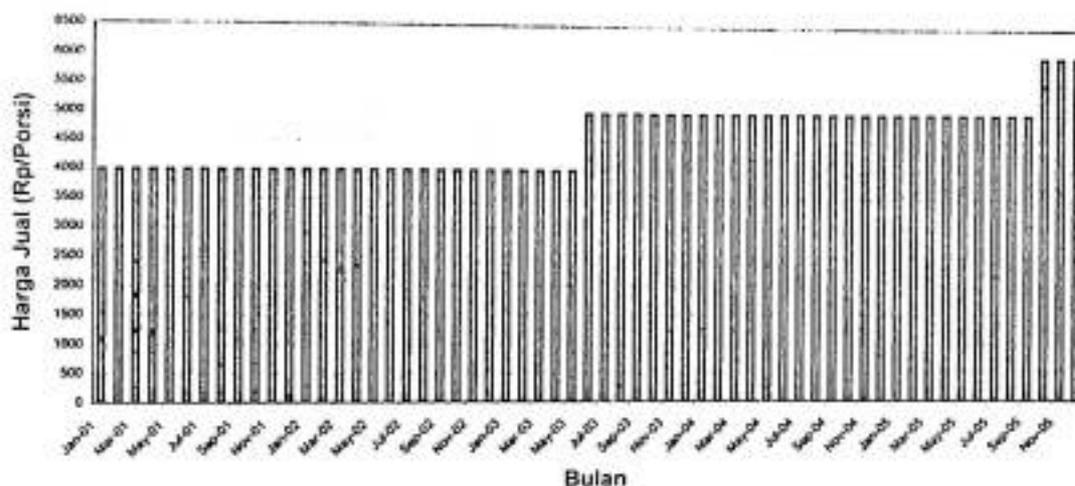
Harga Jual (X_1)

Harga suatu produk mempengaruhi posisi persaingan di pasar penjualan, sehingga mempengaruhi volume penjualan. Oleh karena itu, harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan. Seperti diketahui bahwa harga adalah nilai suatu produk yang diukur dengan uang (*in money-term*), dimana berdasarkan nilai tersebut, penjual atau produsen bersedia melepaskan barang/jasa yang dimilikinya kepada pihak lain dengan memperoleh keuntungan tertentu (Prawirosentono, 1999 :157)

Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar penetapan harga jual ayam bakar didasarkan pada harga yang berlaku dipasaran, dimana hal ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan rumah makan ini untuk dapat

mempertahankan eksistensi usahanya dalam menghadapi persaingan. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2001 : 196) yang menyatakan bahwa dalam suatu perusahaan penetapan harga adalah harga yang dapat memberikan keuntungan dimana merupakan sumber penghasilan dari perusahaan tersebut. Untuk menjaga kontinuitas dari perusahaan maka penetapan harga dalam menghadapi persaingan perlu diperhatikan.

Adapun perkembangan harga jual ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 3. Perkembangan Harga Jual Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar Bulan Januari 2001-Desember 2005.

Pada Gambar 3, terlihat bahwa harga jual ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar sejak tahun 2001 sampai pada tahun 2005 mengalami peningkatan dimana pada bulan Januari 2001 sebesar Rp.4000 perporisi meningkat menjadi Rp.6000 perporisi pada bulan Oktober 2005.. Perubahan harga atau kenaikan harga ayam bakar tersebut dipengaruhi oleh harga

pasar, dimana harga pasar tersebut dipengaruhi oleh kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak) yang secara tidak langsung menyebabkan kenaikan harga bahan baku dan biaya operasional yang digunakan pihak rumah makan. Untuk mempertahankan eksistensi usahanya maka pihak rumah makan menetapkan kenaikan harga jual ayam bakar untuk memperoleh keuntungan dari hasil penjualan produknya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler (1998 : 47) bahwa penetapan harga tertentu suatu jenis barang cenderung berorientasi pada perumusan dalam hal ini harga dapat ditentukan pada berbagai tingkat penjualan dengan faktor pertimbangan biaya. Dalam suatu perusahaan penetapan harga adalah harga yang dapat memberikan keuntungan dimana merupakan sumber penghasilan dari perusahaan tersebut. Untuk menjaga kontinuitas dari perusahaan maka penetapan harga dalam menghadapi persaingan perlu diperhatikan. Dan menurut Ali (1999 : 13) bahwa keputusan penetapan harga harus dihubungkan dengan tujuan secara menyeluruh dan dengan strategi pemasaran yang bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Adapun tujuan dari penetapan harga jual adalah untuk 1) mencapai suatu target *return on investment* atau pengembalian atas investasi, 2) stabilitas harga dan margin, 3) mencapai suatu target *market share* atau pangsa pasar, 4) mengatasi atau mencegah persaingan dan 5) memaksimalkan laba.

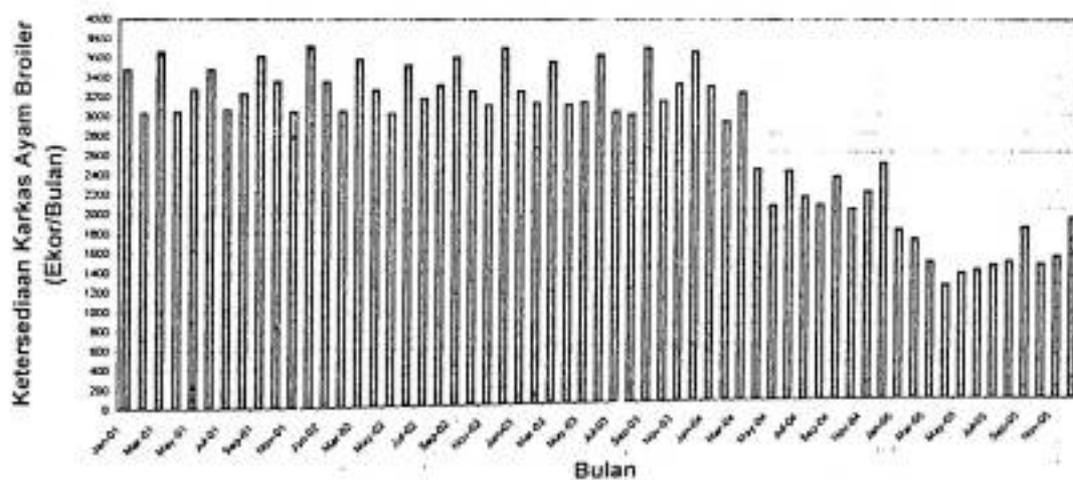
Ketersediaan Karkas Ayam Broiler (X₂)

Ketersediaan karkas ayam broiler adalah banyaknya persediaan karkas ayam broiler yang dimiliki oleh Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar yang dinyatakan dalam ekor perbulan. Ketersediaan produk merupakan

salah satu faktor yang turut mempengaruhi volume penjualan, artinya walaupun permintaan akan produk tersebut tinggi akan tetapi ketersediaan produk yang diminta kurang maka volume penjualan akan tetap rendah. Demikian halnya dengan Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar dimana dalam menjaga agar permintaan konsumen akan ayam bakar selalu terpenuhi, pihak rumah makan senantiasa memiliki persediaan karkas ayam broiler sebagai bahan mentah menu ayam bakar.

Untuk menjaga kontinuitas tersebut maka pihak rumah makan memiliki 2 unit pemasok tetap karkas ayam broiler. Adapun karkas ayam yang dimaksudkan disini adalah daging ayam yang sudah dicabuti bulu-bulunya dipisahkan dari kepala, kaki dan sisi rongga perutnya.

Adapun perkembangan ketersediaan karkas ayam broiler pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar dapat dilihat pada Gambar 4



Gambar 4 Perkembangan Ketersediaan Karkas Ayam Broiler Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar Bulan Januari 2001-Desember 2005.

Pada Gambar 4, terlihat bahwa ketersediaan karkas ayam broiler pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar sejak tahun 2001 sampai tahun 2005 mengalami mengalami fluktuasi dan cenderung menurun setiap tahunnya dimana pada bulan Januari 2001 banyaknya ketersediaan karkas ayam broiler sebesar 3484 ekor menurun menjadi 1901 ekor pada bulan Desember 2005. Penurunan jumlah ketersediaan karkas ayam broiler ini disebabkan oleh semakin menurunnya volume penjualan ayam bakar yang terjual yang disebabkan oleh faktor keadaan pasar yang semakin menurun sehingga untuk menghindari kerugian maka pihak rumah makan mengambil kebijakan untuk mengurangi jumlah ketersediaan karkas ayam broiler sesuai dengan kebutuhan kosumen setiap harinya.

Ketersediaan karkas ayam broiler tertinggi terdapat pada bulan Desember 2001 sebanyak 3727 ekor. Hal ini tidak terlepas dari banyaknya permintaan konsumen akan ayam bakar sehingga ketersediaan karkas ayam broiler juga mengalami peningkatan. Sedangkan ketersediaan karkas ayam broiler terendah terdapat pada bulan April 2005 yaitu sebanyak 1202 ekor. Rendahnya ketersediaan karkas ayam broiler pada bulan itu disebabkan oleh kasus flu burung yang menyerang unggas dalam hal ini ayam broiler untuk daerah Sulawesi Selatan secara khusus Kota Makassar sehingga pasokan karkas ayam broiler dari peternak berkurang. Hal tersebut juga menyebabkan permintaan konsumen akan produk peternakan menurun menyebabkan penurunan volume penjualan ayam bakar.

Musim Permintaan (Di)

Pada dasarnya permintaan dapat didefinisikan sebagai kuantitas barang yang ada dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode waktu tertentu dan berdasarkan kondisi-kondisi tertentu. Permintaan suatu barang dan jasa pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga barang itu sendiri, pendapatan dan selera konsumen (Gasperz, 1996 : 26).

Seperti halnya pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar dimana permintaan ayam bakar pada rumah makan ini dipengaruhi oleh kondisi-kondisi tertentu atau yang biasa disebut musim dimana musim permintaan yang dimaksudkan disini adalah waktu tertentu dimana terjadi peningkatan permintaan ayam bakar seperti pada hari raya keagamaan dan bulan wisuda.

a. Hari Raya

Hari raya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan masyarakat akan produk peternakan seperti halnya daging ayam atau aneka olahan makanan dari daging ayam. Variabel hari raya yang dimaksudkan disini adalah saat dimana masyarakat memperingati hari besar keagamaan, seperti hari raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru, dimana dengan peringatan hari raya tersebut konsumsi masyarakat akan produk peternakan meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Darmono(1993 : 84) yang mengatakan bahwa permintaan pada setiap tahunnya bervariasi tergantung pada keperluan kebutuhan daging dipasaran. Hal tersebut sangat erat hubungannya dengan kehidupan sosial dan agama seperti Hari Raya Idul Adha, Hari Raya hajatan (pemikahan, dll), Hari Natal dan Tahun Baru, dan puncaknya adalah Idul Fitri (bulan Syawal). Pada Hari Raya yang terakhir

inilah yang paling tinggi permintaan akan daging ayam pedaging. Sehingga, pada Hari Raya ini para peternak ayam pedaging dapat mengambil untung yang sebesar-besarnya.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar pada musim-hari menjelang Idul Fitri atau tepatnya pada bulan Ramadhan cenderung mengalami peningkatan. Dari hasil wawancara dengan pihak pimpinan bahwa pada hari raya seperti Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru permintaan akan ayam bakar meningkat sebesar 10 % dari bulan-bulan biasanya. Hal ini disebabkan karena adanya penambahan jam kerja dari hari-hari biasanya untuk melayani konsumen yang berbuka puasa ataupun makan sahur. Disamping itu adanya peningkatan volume penjualan ayam bakar pada bulan tersebut disebabkan oleh banyaknya pesanan yang masuk dari konsumen untuk acara buka puasa, syukuran Natal dan Tahun Baru.

b. Bulan Wisuda

Peningkatan volume penjualan pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar ini juga dipengaruhi oleh kegiatan-kegiatan atau acara-acara tertentu, salah satunya adalah acara wisuda. Variabel bulan wisuda yang dimaksudkan disini adalah saat dimana mahasiswa di beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Hasanuddin (Unhas), Universitas Kristen Indonesia Paulus (UKIP), Stimik Dipanegara dan Universitas Muslim Indonesia (UMI) melaksanakan wisuda atau peneguhan gelar sarjana.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa pada bulan wisuda volume penjualan ayam bakar cenderung mengalami peningkatan yaitu sebesar 20% dibandingkan bulan-bulan biasanya. Hal ini disebabkan karena pada pelaksanaan wisudanya, mahasiswa dari beberapa perguruan tinggi tersebut melaksanakan syukuran wisudanya pada Rumah Makan Pondok Leschan Pak Dani BTP, Makassar maka secara tidak langsung permintaan akan ayam bakar pada saat itu meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Darmono (1993 : 84) yang menyatakan bahwa permintaan daging setiap tahunnya bervariasi tergantung pada keperluan dan kebutuhan daging di pasaran hal tersebut erat kaitannya dengan kehidupan sosial dan keagamaan.

Pada umumnya mahasiswa yang merayakan syukuran wisudanya memilih rumah makan tersebut sebagai tempat yang tepat untuk memuaskan kebutuhannya dan keinginannya. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain menu yang ditawarkan adalah menu khas yang asli dari Jawa Timur. Disamping itu pula adanya desain rumah makan yang tradisional berupa leschan, dimana konsumen mengkonsumsi ayam bakar dengan duduk bersila, harga jual ayam bakar yang relatif murah dan pelayanan yang baik serta suasana rumah makan yang nyaman. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sukmawati (2005 : 2) bahwa konsumen dalam memilih rumah makan tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada rumah makan ini adalah adanya faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi selera konsumen terhadap produk ayam, sedang faktor eksternal meliputi harga, cita rasa, kepuasan pelayanan, desain rumah makan dan iklan atau promosi.

Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Adapun variabel penelitian yang digunakan yaitu untuk variabel bebas (independen) terdiri dari harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broler (X_2), hari raya (D_1) dan bulan wisuda (D_2) sedangkan untuk variabel terikat (dependen) yaitu volume penjualan ayam bakar (Y). Dari hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai-nilai variabel seperti yang terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Variabel Bebas	Koef. Regresi	Std. Error	T hit	Prob	r	r ²
Harga Jual (X_1)	-3,722	0,489	-7,617	0,000	-0,717	0,514
Ketersediaan Karkas(X_2)	0,181	0,203	0,890	0,377	0,119	0,014
Hari Raya (D_1)	1222,643	668,440	1,829	0,73	0,239	0,057
Bulan Wisuda (D_2)	1506,178	575,383	2,618	0,11	0,333	0,110
Constanta = 26.816,333				Probabilitas = 0,000		
Multiple R = 0,758				F Hitung = 18,600		
R Square = 0,575						

Sumber : Data Hasil Olahan, 2005.



Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan seperti yang terlihat pada Tabel 6 maka dapat dibuat suatu persamaan sebagai berikut :

$$Y = 26.816,333 - 3,722X_1 + 0,181X_2 + 1222,634D_1 + 1506,178D_2$$

- Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Volume Penjualan (Y)

Volume penjualan menunjukkan jumlah ayam bakar yang terjual yang dinyatakan dalam porsi perbulan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa konstanta dari persamaan sebesar 26.816,333 nilai tersebut menunjukkan bahwa jika harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2), hari raya (D_1) dan bulan wisuda (D_2) sama dengan nol maka volume penjualan ayam bakar (Y) akan bernilai 26.816,333 atau sebanyak 26.816 porsi.

b. Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Leshan Pak Dani BTP, Makassar.

Harga jual merupakan nilai tukar ayam bakar yang ditawarkan oleh rumah makan kepada konsumen. Harga suatu produk mempengaruhi posisi persaingan di pasar sehingga mempengaruhi volume penjualan oleh karena itu harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan.

Adapun besarnya koefisien regresi variabel harga jual ayam bakar (X_1) yaitu -3,722 nilai tersebut menunjukkan bahwa jika harga jual ayam bakar meningkat sebesar Rp.1000 per porsi maka volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Leshan Pak Dani BTP, Makassar akan menurun sebanyak 3722 porsi dengan asumsi variabel lain konstant (*ceteris paribus*).

Hasil analisis diperoleh nilai t_{hitung} variabel harga jual ayam bakar (X_1) sebesar -7,617 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,000 hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh lebih kecil dari nilai t_{tabel} maka berarti variabel harga jual ayam bakar (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Nilai koefisien korelasi parsial (r) variabel harga jual ayam bakar (X_1) terhadap variabel volume penjualan (Y) sebesar -0,717 hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel harga jual ayam bakar (X_1) terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) kuat dan negatif atau mempunyai hubungan linear sempurna tidak langsung/korelasi negatif karena nilai mendekati -1 dimana $-1 \leq r \leq +1$ menyatakan adanya hubungan linear sempurna secara tidak langsung/korelasi negatif. Nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 0,514 yang berarti bahwa besarnya sumbangan variabel harga jual ayam bakar (X_1) terhadap variasi naik turunnya volume penjualan ayam bakar (Y) sebesar 51,40 %

c. Pengaruh Ketersediaan Karkas Ayam Broiler (X_2) terhadap Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar

Ketersediaan karkas ayam broiler merupakan banyaknya persediaan karkas ayam broiler yang dimiliki oleh Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar yang dinyatakan dalam ekor perbulan. Ketersediaan produk mempengaruhi volume penjualan karena sekalipun permintaan tinggi namun produk yang tersedia kurang maka volume penjualan suatu produk akan tetap rendah.

Adapun besarnya koefisien regresi variabel ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) yaitu sebesar 0,181 nilai tersebut menunjukkan bahwa jika ketersediaan karkas ayam broiler meningkat sebanyak 1000 ekor maka volume penjualan ayam bakar akan meningkat sebanyak 181 porsi dengan asumsi variabel lain konstan (*Ceteris paribus*).

Hasil analisis diperoleh nilai t_{hitung} variabel ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) sebesar 0,890 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,000 hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh lebih kecil dari nilai t_{tabel} maka berarti variabel ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Nilai koefisien korelasi parsial (r) variabel ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) sebesar 0,119 ini menunjukkan bahwa hubungan variabel ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) lemah dan positif. Nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 0,014 yang berarti bahwa besarnya sumbangan variabel ketersediaan karkas ayam broiler (X_2) terhadap variasi naik turunnya volume penjualan ayam bakar (Y) sebesar 1,42 %.

d. Pengaruh Musim Permintaan (Di) Terhadap Volume Penjualan Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar

Permintaan menunjukkan banyaknya ayam bakar yang mampu dibeli konsumen selama periode waktu tertentu dan berdasarkan kondisi-kondisi tertentu. Dengan demikian pihak rumah makan harus mengetahui waktu dan kondisi tertentu tersebut sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

a. Hari Raya (D_1)

Adapun besarnya koefisien regresi variabel hari raya (D_1) yaitu sebesar 1222,643 nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila ada hari raya maka volume penjualan ayam bakar akan mengalami peningkatan sebanyak 1222 porsi dengan asumsi variabel lain konstan (*ceteris paribus*).

Hasil analisis diperoleh nilai t_{hitung} variabel hari raya (D_1) sebesar 1,829 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,000 hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} maka berarti variabel hari raya (D_1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Nilai koefisien korelasi parsial (r) variabel hari raya (D_1) terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) sebesar 0,239 hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel hari raya (D_1) terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) lemah dan positif. Nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 0,057 yang berarti bahwa besarnya sumbangan variabel hari raya (D_1) terhadap variasi naik turunnya volume penjualan ayam bakar (Y) sebesar 5,71 %.

b. Bulan Wisuda (D_2)

Adapun besarnya koefisien regresi variabel bulan wisuda (D_2) yaitu sebesar 1506,178 nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila ada wisuda maka volume penjualan ayam bakar akan mengalami peningkatan sebanyak 1506 porsi dengan asumsi variabel lain konstan (*ceteris paribus*).

Hasil analisis diperoleh nilai t_{hitung} variabel wisuda (D_2) sebesar 2,618 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,000 hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} maka berarti variabel bulan wisuda (D_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar.

Nilai koefisien korelasi parsial (r) variabel bulan wisuda (D_2) terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) sebesar 0,333 hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel bulan wisuda (D_2) terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) lemah dan positif. Nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 0,111 yang berarti bahwa besarnya sumbangan variabel bulan wisuda (D_2) terhadap variasi naik turunnya volume penjualan ayam bakar (Y) sebesar 11,10 %.

▪ **Pengaruh Variabel Harga Jual Ayam Bakar (X_1), Ketersediaan Karkas Ayam Broiler (X_2) dan Musim Permintaan (D_1) Secara Simultan Terhadap Volume Penjualan Ayam Bakar (Y)**

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 18,600 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,78 hal ini menunjukkan nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($18,600 > 2,78$) ini berarti bahwa harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2), hari raya (D_1) dan bulan wisuda (D_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar..

Selanjutnya untuk mengetahui kuatnya hubungan variabel harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2), hari raya (D_1) dan bulan wisuda (D_2) secara simultan terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar dapat dilihat dari nilai

koefisien korelasi berganda (R) yaitu sebesar 0,758 ini berarti bahwa variabel harga jual ayam bakar (X_1), ketersediaan karkas ayam broiler (X_2), hari raya (D_1) dan bulan wisuda (D_2) secara simultan memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap volume penjualan ayam bakar (Y). Sementara nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,575 hal ini berarti besarnya sumbangan variabel bebas terhadap variasi naik turunnya volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar sebesar 57,50% sementara sisanya sebesar 42,50% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang digunakan pada penelitian ini. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor kondisi dan kemampuan penjual, faktor keadaan pasar, faktor finansial, faktor organisasi perusahaan dan faktor promosi (Koeswara, 1995 : 45).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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

- a. Nilai Koefisien korelasi parsial (r) variabel harga jual ayam bakar = $-0,717$ dimana $r < -0,5$ sehingga diketahui bahwa hubungan variabel harga jual ayam bakar terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) adalah kuat dan negatif, sedangkan untuk variabel ketersediaan karkas ayam broiler = $0,119$, hari raya = $0,239$ dan bulan wisuda = $0,333$, dimana $r < 0,5$ sehingga diketahui bahwa hubungan variabel ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan (hari raya dan bulan wisuda) terhadap volume penjualan ayam bakar (Y) adalah lemah dan positif.
- b. Hasil analisis diperoleh t hitung variabel harga jual ayam bakar = $-7,617$ dan bulan wisuda = $2,6618$ sedangkan $t_{tabel} = 2,000$ dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga diketahui bahwa secara parsial variabel harga jual ayam bakar dan bulan wisuda berpengaruh nyata (signifikan) terhadap volume penjualan ayam bakar (Y). Sedangkan variabel ketersediaan karkas ayam broiler = $0,890$ dan hari raya = $1,829$ tidak berpengaruh nyata (signifikan) terhadap volume penjualan ayam bakar (Y), dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$. Akan tetapi, secara bersama-sama faktor harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas broiler dan musim permintaan (hari raya dan bulan wisuda) berpengaruh nyata (signifikan) terhadap volume penjualan ayam bakar

pada Rumah Makan Pondok Lesahan Pak Dani BTP, Makassar dimana $F_{hitung} (18,600) > F_{tabel} (2,78)$.

- c. Nilai koefisien determinasi parsial (r^2) variabel harga jual ayam bakar = 0,514, ketersediaan karkas ayam broiler = 0,0014, hari raya = 0,057 dan bulan wisuda = 0,110 sehingga diketahui bahwa secara parsial faktor yang lebih dominan mempengaruhi volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesahan Pak Dani BTP, Makassar adalah faktor harga jual ayam bakar.
- d. Persentase pengaruh harga jual ayam bakar, ketersediaan karkas ayam broiler dan musim permintaan (hari raya dan bulan wisuda) terhadap volume penjualan ayam bakar pada Rumah Makan Pondok Lesahan Pak Dani BTP, Makassar adalah 57,50 % sementara sisanya 42,50 % dipengaruhi faktor lain diluar model yang digunakan pada penelitian ini.

Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka disarankan agar pihak pimpinan Rumah Makan pondok Lesahan Pak Dani BTP, Makassar kiranya tetap memperhatikan sistem penetapan harga jual ayam bakar dan tetap memperhatikan situasi pasar dimana permintaan konsumen meningkat dalam hal ini pada bulan wisuda mengingat kedua faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ayam bakar, sehingga dapat mempertahankan kedudukannya di pasar sekaligus memenangkan persaingan dengan usaha sejenis di kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 1993. *Beternak Ayam Pedaging*. Kanisius, Yogyakarta
- Ali. 1999. *Strategi Harga Dalam Pemasaran*. PT Bina Aksara, Jakarta.
- Cahyono, B.T. 2001. *Ayam Buras Pedaging*. Penebar swadaya, Jakarta.
- Darmono. 1993. *Tatalaksana Ternak Potong*. Kanisius, Jakarta.
- Gasperz, V. 1996. *Ekonomi Manajerial : Penerapan Konsep-konsep Ekonomi Dalam Manajemen Bisnis Total*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gumbira, E.S. dan A.Harizi Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia, Indonesia.
- Hartono, S.H. 1999. *Beternak Ayam Pedaging Super*. PT Gunung Mas, Pekalongan.
- Hadiwiyanto, S. 1983. *Hasil-hasil Olahan Susu, Ikan, Daging dan Telur*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Ichwan, M. 2003. *Membuat Pakan Ayam Pedaging*. Agro Media Pustaka,
- Iswanto, H. 2002. *Ayam kampung Pedaging*. Agromedia Pustaka, Jakarta. I
- Ikrawan, Y. 2002. *Aneka Olahan Ayam Tingkatkan Nilai Tambah Ekonomi*. UNPAS, Bandung.
- Kotler, P. 1998. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Edisi Revisi Jilid Kedua. Prehalindo, Jakarta.
- Koeswara, S. 1995. *Manajemen Pemasaran Industri*. Djambatan, Jakarta.
- Makridakis, S. Wheelwright, S.C. dan Mc. GEE, V.E. 1993. *Metode dan Aplikasi Peramalan*. Erlangga, Jakarta.
- Nakhrowi, N.J. 2002. *Penggunaan Teknik Informatika*. PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Prawirosentono, S. 1999. *Kebijakan Kinerja karyawan*. BPFE, Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1996. *Memasarkan Hasil Peternakan*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- _____. 2000. *Manajemen Peternakan Ayam Broiler*. Penebar Swadaya, Jakarta

- Saragih, B. 2000. *Agribisnis Berbasis Peternakan*. PT. Loji Grafika Griya Sarana, Bogor.
- Simamora, H. 2001. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhamadiyah, Malang.
- Sudarsono. 1995. *Ilmu Ekonomi Mikro*. Erlangga, Jakarta.
- Sugiono. 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. ALFA BETA, Bandung.
- Suharno, B. 1995. *Agribisnis Ayam Ras*. Penebar Wsabaya, Jakarta.
- Sukimo. 2004. *Pengantar Mikro Ekonomi*. Edisi II. PT. Grafindo Persada, Jakarta.
- Supranto, J. 1995. *Metode Ramalan Kuantitatif*. Bineka Cipta, Jakarta.
- Sutojo, S. 1994. *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*. Edisi II. PT. Aksara Perkasa, Jakarta.
- Sukmawati, S. 2005. *Beberapa Faktor Yang Mendorong Konsumen Melakukan Pembelian Ayam Bakar Pada Rumah Makan Pondok Lesehan Pak Dani BTP, Makassar*. Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Swasta, B. dan Ikrawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Liberty Offset, Yogyakarta.
- _____. B. 2001. *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*. BPFE, Yogyakarta.
- Thoyib, U. 1998. *Manajemen Perdagangan Eceran. Retail Manajemen Satu*. Ekonesia, Fakultas Ekonomi UIN, Yogyakarta.
- Umar, H. 1999. *Metode Penelitian Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Usman, H dan Akbar, P.S. 1995. *Pengantar Statistik*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Winardi. 1998. *Pengantar Manajemen Penjualan (Sales Management)*. PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Winarno, F.G. 1993. *Pangan : Gizi, Teknologi dan Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Malang.

Lampiran 1. Tabulasi Data Penelitian

No	Y	X1	X2	Di	
				D1	D2
1	13920	4000	3484	1	0
2	12144	4000	3038	0	0
3	14200	4000	3555	0	1
4	12160	4000	3047	0	0
5	13120	4000	3283	0	0
6	13920	4000	3485	0	1
7	12280	4000	3074	0	0
8	12920	4000	3235	0	0
9	14480	4000	3623	0	1
10	13424	4000	3362	0	0
11	12160	4000	3046	0	0
12	14880	4000	3727	1	1
13	13400	4000	3356	1	0
14	12192	4000	3056	0	0
15	14320	4000	3584	0	1
16	13060	4000	3269	0	0
17	12080	4000	3024	0	0
18	14080	4000	3524	0	1
19	12680	4000	3173	0	0
20	13240	4000	3314	0	0
21	14400	4000	3603	0	1
22	13000	4000	3255	0	0
23	12400	4000	3108	0	0
24	14800	4000	3706	1	1
25	13000	4000	3252	1	0
26	12496	4000	3128	0	0
27	14240	4000	3562	0	1
28	12400	4000	3107	0	0
29	12520	4000	3135	0	0
30	14520	5000	3633	0	1
31	12120	5000	3038	0	0
32	12000	5000	3007	0	0
33	14800	5000	3703	0	1
34	12560	5000	3142	0	0
35	13280	5000	3327	1	0
36	14640	5000	3664	1	1
37	13160	5000	3298	1	0
38	11696	5000	2927	0	0
39	12900	5000	3228	0	1
40	9672	5000	2425	0	0
41	8148	5000	2041	0	0
42	9600	5000	2403	0	1
43	8520	5000	2134	0	0

44	8160	5000	2046	0	0
45	9344	5000	2339	0	1
46	8000	5000	2004	0	0
47	8700	5000	2178	1	0
48	9920	5000	2484	1	1
49	7100	5000	1780	1	0
50	6720	5000	1685	0	0
51	5760	5000	1448	0	1
52	4800	5000	1202	0	0
53	5280	5000	1326	0	0
54	5424	5000	1361	0	1
55	5616	5000	1410	0	0
56	5760	5000	1448	0	0
57	7200	5000	1804	0	1
58	5664	6000	1421	0	0
59	6000	6000	1502	1	0
60	7592	6000	1901	1	1

Keterangan:

- Y = Volume Penjualan Ayam Bakar (Ekor/Bulan)
- X₁ = Harga Jual (Rp/Porsi)
- X₂ = Ketersediaan Karkas Ayam Broiler (Ekor/Bulan)
- D₁ = Hari Raya (Variabel dummy)
- D₂ = Bulan Wisuda (Variabel dummy)

Lampiran 2. Volume Penjualan, Harga Jual, Ketersediaan Karkas Ayam Broiler dan Musim Permintaan

Bulan	Volume Penjualan (porsi/bulan)	Harga Jual (Rp/porsi)	Ketersediaan Karkas (Ekor/bulan)	Musim Permintaan	
				Hari Raya (D1)	Bulan wisuda (D2)
Jan-01	13920	4000	3484	1	0
Feb-01	12144	4000	3038	0	0
Mar-01	14200	4000	3555	0	1
Apr-01	12160	4000	3047	0	0
May-01	13120	4000	3283	0	0
Jun-01	13920	4000	3485	0	1
Jul-01	12280	4000	3074	0	0
Aug-01	12920	4000	3235	0	0
Sep-01	14480	4000	3623	0	1
Oct-01	13424	4000	3362	0	0
Nov-01	12160	4000	3046	0	0
Dec-01	14880	4000	3727	1	1
Jan-02	13400	4000	3356	1	0
Feb-02	12192	4000	3056	0	0
Mar-02	14320	4000	3584	0	1
Apr-02	13060	4000	3269	0	0
May-02	12080	4000	3024	0	0
Jun-02	14080	4000	3524	0	1
Jul-02	12680	4000	3173	0	0
Aug-02	13240	4000	3314	0	0
Sep-02	14400	4000	3603	0	1
Oct-02	13000	4000	3255	0	0
Nov-02	12400	4000	3108	0	0
Dec-02	14800	4000	3706	1	1
Jan-03	13000	4000	3252	1	0
Feb-03	12496	4000	3128	0	0
Mar-03	14240	4000	3562	0	1
Apr-03	12400	4000	3107	0	0
May-03	12520	4000	3135	0	0
Jun-03	14520	5000	3633	0	1
Jul-03	12120	5000	3038	0	0
Aug-03	12000	5000	3007	0	0
Sep-03	14800	5000	3703	0	1
Oct-03	12560	5000	3142	0	0
Nov-03	13280	5000	3327	1	0
Dec-03	14640	5000	3664	1	1
Jan-04	13160	5000	3298	1	0
Feb-04	11696	5000	2927	0	0
Mar-04	12900	5000	3228	0	1
Apr-04	9672	5000	2425	0	0
May-04	8148	5000	2041	0	0
Jun-04	9600	5000	2403	0	1

Jul-04	8520	5000	2134	0	0
Aug-04	8160	5000	2046	0	0
Sep-04	9344	5000	2339	0	1
Oct-04	8000	5000	2004	0	0
Nov-04	8700	5000	2178	1	0
Dec-04	9920	5000	2484	1	1
Jan-05	7100	5000	1780	1	0
Feb-05	6720	5000	1685	0	0
Mar-05	5760	5000	1448	0	1
Apr-05	4800	5000	1202	0	0
May-05	5280	5000	1326	0	0
Jun-05	5424	5000	1361	0	1
Jul-05	5616	5000	1410	0	0
Aug-05	5760	5000	1448	0	0
Sep-05	7200	5000	1804	0	1
Oct-05	5664	6000	1421	0	0
Nov-05	6000	6000	1502	1	0
Dec-05	7592	6000	1901	1	1
Total	668.572	274.000	167.416	13	20
Rata-Rata	11.142	4500	2790	0,2	0,3

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Volume Penjualan (Porsi/Bulan)	11120.97	3102.6093	60
Harga Jual (Rp/Porsi)	4566.6667	592.8005	60
Ketersediaan Karkas (Ekor/Bulan)	2965.2000	1404.0799	60
Hari Raya (Dummy)	.2167	.4155	60
Wisuda (Dummy)	.3333	.4754	60

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Wisuda (Dummy), Ketersediaan Karkas (Ekor/Bulan), Hari Raya (Dummy), Harga Jual (Rp/Porsi)		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Volume Penjualan (Porsi/Bulan)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	Sig. F Change		
1	.758 ^a	.575	.544	2094.9951	18.600	4	55	.000	.312

a. Predictors: (Constant), Wisuda (Dummy), Ketersediaan Karkas (Ekor/Bulan), Hari Raya (Dummy), Harga Jual (Rp/Porsi)

b. Dependent Variable: Volume Penjualan (Porsi/Bulan)

