

METODE PENETAPAN HARGA JUAL AYAM GORENG PADA  
RUMAH MAKAN SARI WANGI DI KOTA MAKASSAR  
(STUDI KASUS DI KOTA MAKASSAR)



No. 1	21-08-2001
No. 2	fak peternakan
No. 3	1 RXP
No. 4	Hadiah
No. 5	010821 99
No. 6	15124



FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2001



**METODE PENETEPAN HARGA JUAL AYAM GORENG PADA  
RUMAH MAKAN SARI WANGI DI KOTA MAKASSAR  
(STUDI KASUS DI KOTA MAKASSAR)**

Oleh

**AGUNG KARTIKA**

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

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2000**

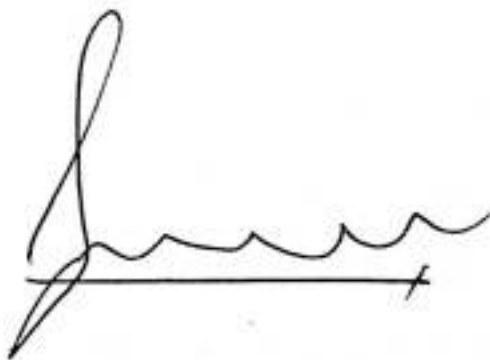
Judul Skripsi : **METODE PENETAPAN HARGA JUAL AYAM GORENG  
PADA RUMAH MAKAN SARI WANGI DI KOTA  
MAKASSAR  
(STUDI KASUS DI KOTA MAKASSAR)**

Nama : AGUNG KARTIKA

Nomor Pokok : 1311 93 173

Skripsi Telah Diperiksa

dan Disetujui oleh :



Dr. Ir. H. Ahmad R. Siregar, MS  
Pembimbing Utama



Ir Muh. Aminawar  
Pembimbing Anggota

Diketahui oleh :



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



Ir. Muh. Djufri Palli  
Ketua Jurusan

Tanggal lulus 28 Agustus 2000

## KATA PENGATAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat ratmat-Nya lah sehingga skripsi yang berjudul **Metode Penetapan Harga Jual Ayam Goreng pada Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar** dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan segenap daya karya dan karsa penulis mencoba menerapkan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan untuk menuangkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi guna melengkapi tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.

Dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis namun semua itu menjadi motivasi dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis untuk menghadapi masa-masa yang akan datang sehingga nantinya penulis bisa bersikap lebih dewasa.

Sebagai bagian dari suatu perjalanan yang masih panjang penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan yang terdapat dalam tulisan ini namun demikian penulis tetap optimis untuk menggunakan kesempatan selanjutnya untuk berbuat yang lebih baik.

Pada kesempatan ini dengan penuh rasa hormat penulis haturkan terima kasih yang setulus-tulusnya dengan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :



- DR. Ir. H. Ahmad. R. Siregar, MS. Selaku “Pembimbing Utama” yang telah memberikan ide dan meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam membuat dan menyelesaikan skripsi ini.
- Bapak Ir. Muhammad Aminawar, sebagai Pembimbing Anggota dan sebagai Penasehat Akademik atas segala motivasi dan bimbingan serta pengarahan yang diberikan sejak awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
- Ibu Prof. DR. Drh. Lucia Muslimin, MSc , sebagai Pembantu Dekan I Fakultas Peternakan.
- Bapak Ir. Muh. Djufri Palli, sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan yang telah banyak membantu penulis selama berada di bangku perkuliahan.
- Bapak dan Ibu Dosen serta Asisten yang telah banyak membantu dan membekali penulis dengan ilmu pengetahuan.
- Seluruh staf di lingkungan Fakultas Peternakan yang telah banyak membantu dalam administrasi selama perkuliahan.
- Bapak Slamet Waluyo sebagai Manajer perusahaan rumah makan Sari Wangi.
- Rekan-rekan karyawan rumah makan Sari Wangi
- Ayah A. Agung Ngurah Oka dan Ibu Agung Ayu Karya yang telah memberikan kasih sayang yang tulus mulai dalam kandungan sampai terselesaikannya skripsi ini.
- Saudara-saudara penulis : A. Agung Gede Agung, A. Agung Mahardika, A. Agung Sana, A. Agung Suasana, A. Agung Santa, A. Agung Sugianta.
- Rekan-rekan mahasiswa : Rande, Tarmat, Sultra, Munawir, Jabal, Eki, dan yang lainnya.

- Rekan-Rekan Asrama Pelajar Mahasiswa Bali.
- Teristimewa kepada adik Sudastr Ni Made Ari Cahyani yang telah memotivasi dan mendampingi penulis dalam penyelesaian skripsi ini .

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan dan memberikan sumbangan yang berarti namun penulis tetap berharap semoga apa yang penulis kerjakan selama ini dapat memberikan bekal untuk masa depan serta bernilai dharma bagi penulis .

Semoga apa yang penulis lakukan dapat berguna dihari esok bagi agama, masyarakat keluarga dan penulis sendiri. Di akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan anugrah kepada penulis.

Makassar, 2000



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
DAFTAR TABEL .....	iv
DAFTAR SKEMA .....	v
DAFTAR LAMPIRAN .....	vi
<b>PENDAHULUAN</b>	
- Latar Belakang .....	1
- Rumusan Masalah .....	4
- Hipotesis .....	4
- Tujuan dan Kegunaan .....	5
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
- Ayam Ras Pedaging Sebagai Sumber Gizi .....	7
- Pemasaran .....	8
- Penetapan Harga Jual .....	11
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
- Waktu dan Tempat Penelitian .....	18
- Metode Pengambilan Data .....	18
- Sumber Data .....	18
- Analisis Data .....	19
- Konsep Operasional .....	20

<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
- Sejarah Singkat Perusahaan .....	21
- Struktur Organisasi Perusahaan .....	22
- Tenaga Kerja Perusahaan .....	24
- Proses Produksi .....	25
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
- Metode Penetapan Harga Jual .....	27
- Analisis Volume Penjualan, Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan .....	31
- Analisis Hubungan Antara Volume Penjualan dan Pendapatan .....	40
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
- Kesimpulan .....	43
- Saran .....	44
DAFTAR PUSTAKA .....	45
LAMPIRAN .....	47



## DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1.	Data Jabatan Karyawan, Tingkat Pendidikan dan Jumlah pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar .....	25
2.	Volume Penjualan Ayam Goreng Maret dan April pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar .....	31
3.	Volume Penjualan Ayam Goreng selama satu tahun pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar .....	33
4.	Biaya Dalam Proses Produksi Maret dan April pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar .....	35
5.	Biaya-biaya Dalam Proses Produksi pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar pada Bulan Mei 1999 sampai April 2000 .....	35
6.	Penerimaan Dari Hasil Penjualan Ayam Goreng Maret dan April pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar .....	37

7. Penerimaan Dari Hasil Penjualan Ayam Goreng pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar Bulan Mei 1999 – April 2000 .....	38
8. Pendapatan Bulan Maret dan April pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar .....	39
9. Pendapatan pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Kota Makassar Bulan Mei 1999 – April 2000 .....	40

## DAFTAR SKEMA

No	Teks	Halaman
1.	Struktur Organisasi pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi .....	23

## DAFTAR SKEMA

No	Teks	Halaman
1.	Struktur Organisasi pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi .....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

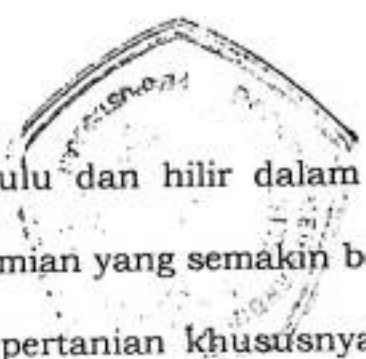


No	Teks	Halaman
1.	Volume penjualan bulan Maret 2000 .....	47
2.	Volume penjualan harian bulan April 2000 .....	48
3.	Perhitungan biaya-biaya dalam mengolah satu ekor ayam broiler .....	49
3.	Perhitungan penyusutan investasi pada perusahaan rumah makan Sari Wangi .....	50
4.	Perincian biaya tetap per bulan untuk ayam goreng pada perusahaan rumah makan Sari Wangi .....	51
5.	Analisis hubungan volume penjualan dengan pendapatan pada rumah makan Sari wangi di kota Makassar .....	52

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Pembangunan peternakan merupakan salah satu bagian dari pembangunan sektor pertanian yang merupakan bagian integral dari pembangunan Nasional, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia. Hal tersebut dapat tercapai melalui pembangunan dengan meningkatkan kesejahteraan sosial maupun ekonomi. Kesejahteraan sosial dapat dicapai dengan pemenuhan kebutuhan pokok, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Dari segi kuantitas adalah terpenuhinya kebutuhan pokok dalam jumlah sedangkan dari segi kualitas terpenuhinya kebutuhan pokok ditinjau dari kandungan gizi berupa protein hewani yang sangat berguna bagi kebutuhan tubuh. Kesejahteraan ekonomi berarti peningkatan kesejahteraan masyarakat dan perluasan kesempatan kerja. Dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperluas kesempatan kerja, pemerintah telah banyak memberikan bantuan seperti pemberian Kredit Usaha Tani dan kemudahan-kemudahan lainnya dalam pendirian usaha sehingga nantinya perusahaan-perusahaan tersebut terus berkembang dan memberikan peluang terhadap peningkatan penyerapan tenaga kerja pada masyarakat luas.



Melihat perkembangan industri hulu dan hilir dalam usaha pertanian serta arus globalisasi perekonomian yang semakin bersaing dalam pemasaran produk-produk hasil pertanian khususnya hasil-hasil peternakan, keberhasilan usaha bukan saja tergantung dari efisiensi produksi dan pemasaran tetapi juga tergantung pada usaha-usaha untuk menciptakan nilai tambah dari produk yang dihasilkan, sehingga dengan menciptakan nilai tambah dari produksi tersebut pendapatan akan semakin bertambah, memperluas kesempatan berusaha, memperluas lapangan kerja serta memperluas pasar baik pasar dalam negeri maupun untuk ekspor.

Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil jika ditunjang dengan suatu pemasaran yang baik sebab jika produksi berlimpah tanpa disertai dengan kemampuan untuk memasarkannya akan mengakibatkan kesulitan bagi perusahaan tersebut. Oleh karena itu bagi setiap perusahaan harus mempunyai strategi tertentu dalam memasarkan produksinya. Misalnya menjalin kerja sama dengan perusahaan lain seperti perusahaan pengolahan yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi menjadi bahan yang siap dikonsumsi oleh masyarakat.

Perusahaan yang sesuai saat ini dalam situasi usaha yang penuh resiko dan ketidakpastian adalah bagaimana meningkatkan

kontribusi margin atau meningkatkan pendapatan, hal ini dapat ditunjang dengan penentuan harga jual yang direncanakan semaksimal mungkin karena penentuan harga jual merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan disamping faktor yang lainnya.

Dalam melaksanakan kegiatan usahanya para pengusaha harus pandai-pandai melihat situasi pasar dimana riset pasar sangat dibutuhkan, melalui riset pasar perusahaan dapat merencanakan pemasaran produksinya dengan tepat. Seperti halnya dengan rumah makan Sari Wangi yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan dan jasa pelayanan keberhasilan usahanya sangat tergantung dari permintaan konsumen oleh karena itu metode penetapan harga jual produk dan pelayanan menjadi prioritas utama dalam keberhasilan usahanya.

Melihat semakin banyaknya perusahaan yang berorientasi pada pemasaran Ayam Goreng, Sudah tentu akan menyebabkan persaingan dalam usaha tersebut akan semakin ketat, dan mungkin pula keuntungan yang diperoleh perusahaan akan semakin berkurang. Tetapi yang menarik di sini adalah mengapa masih banyak perusahaan yang mau menginvestasikan modalnya dalam usaha tersebut, kemungkinan hal tersebut tidak terlepas dari minat



masyarakat atau permintaan konsumen dari produk yang ditawarkan produsen. Hal ini menuntut masing-masing perusahaan mempunyai strategi khusus yang diterapkan dalam pengelolaan usahanya, sehingga perusahaan yang bersangkutan mampu mengelola usahanya lebih efisien dan menguntungkan. Hal inilah yang membuat peneliti ingin mengkaji lebih jauh strategi dan metode yang diterapkan perusahaan Ayam Goreng Sari Wangi dalam menetapkan harga jual Produknya.

### **Perumusan Masalah**

Sehubungan dengan latar belakang tersebut di atas maka timbul permasalahan sebagai berikut :

- Metode apakah yang diterapkan dan yang menjadi pertimbangan rumah makan Sari Wangi dalam menetapkan harga jual produknya.
- Apakah Volume penjualan Ayam Goreng memberikan pengaruh terhadap besarnya pendapatan yang diperoleh rumah makan Sari Wangi

### **Hipotesis**

Berdasarkan perumusan masalah dan pengamatan sementara serta telaah kepustakaan maka hipotesis permasalahannya adalah :

- Diduga bahwa metode yang diterapkan rumah makan Sari Wangi adalah *Metode Cost Plus Pricing Method*/metode yang dapat memberikan keuntungan yang memadai.
- Diduga bahwa volume penjualan memberikan pengaruh terhadap besarnya pendapatan yang diperoleh rumah makan Sari Wangi

### **Tujuan dan Kegunaan**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui metode yang diterapkan dan yang menjadi pertimbangan rumah makan Sari Wangi dalam menetapkan harga jual Ayam Goreng.
2. Untuk mengetahui apakah volume penjualan memberikan pengaruh terhadap besarnya pendapatan yang diperoleh rumah makan Sari Wangi.

Sedangkan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan rumah makan Sari Wangi dalam mengambil keputusan sehubungan dalam penetapan harga jual produknya, khususnya Ayam Goreng.
2. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi perusahaan sejenis dalam penetapan harga jual produknya.

3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi fakultas khususnya Fakultas Peternakan tentang penetapan harga jual Ayam Goreng.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Ayam Ras Pedaging Sebagai Sumber Gizi

Menurut **Rasyaf (1993)** bahwa makanan yang berasal dari ternak (seperti daging) mengandung zat makanan (zat gizi) yang berkualitas tinggi.

Daging adalah salah satu hasil ternak yang hampir tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Selain penganekaragaman sumber pangan, daging dapat menimbulkan kepuasan atau kenikmatan bagi yang memakannya karena kandungan gizinya lengkap sehingga keseimbangan gizi untuk hidup dapat terpenuhi. **Soeparno (1992).**

**Campa (1993)** menyatakan bahwa di dalam memilih daging yang baik adalah sangat penting, tetapi merupakan pekerjaan yang tidak mudah. Kreteria yang dapat digunakan untuk memilih daging yang bermutu baik adalah :

1. Daging tampak mengkilat, warnanya cerah, tidak pucat.
2. Tidak berbau busuk.
3. Daging masih kenyal dan tidak kaku.
4. Apabila dipegang daging tidak merasa lekat dan masih terasa basah.

**Soeparno (1992)** Menyatakan bahwa protein adalah suatu komponen bahan kering yang terbesar dari daging. Nilai nutrisi daging yang tinggi disebabkan karena daging mengandung asam-amino essensial yang lengkap dan seimbang. Selain protein, daging mengandung air, lemak, karbohidrat dan komponen organik lainnya. Secara relatif kandungan kandungan gizi daging dari beberapa bangsa ternak dan ikan berbeda tetapi setiap 100 gram daging dapat memenuhi kebutuhan gizi seorang dewasa setiap hari sekitar 10 persen kalori, 50 persen protein, 35 persen zat besi.

**Fuad (1992)** menyatakan bahwa yang dimaksud dengan ayam potong atau ayam jenis pedaging yang lebih populer disebut broiler adalah ayam ras yang produksi utamanya adalah daging dan umumnya dipotong pada umur 6 sampai 8 minggu dengan berat badan sekitar 1,7 kg berat hidup.

### Pemasaran

**Erickson (1989)** menyatakan bahwa pemasaran didefinisikan sebagai telaah terhadap aliran produk secara fisis dan ekonomik, dari prosedur melalui pedagang perantara ke konsumen. Pemasaran melibatkan banyak pihak yang berbeda, yang menambah nilai produk saat produk bergerak melalui sisten tersebut. Sistem

pemasaran dalam pelaksanaannya berkaitan dengan persaingan dimana beberapa pengecualian, sistem ini menawarkan produk yang lebih bermutu dan beraneka ragam daripada yang ditawarkan oleh perusahaan lain.

**Swastha (1993)** menyatakan bahwa pemasaran dan produksi merupakan fungsi pokok dari perusahaan, dan termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Selanjutnya dikatakan bahwa proses pemasaran ini terjadi atau mulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi. Keputusan dalam pemasaran ini harus dibuat untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya dan promosinya.

**Taylor (1996)** menyatakan bahwa dalam menjalankan usahanya para pengusaha mempunyai tujuan yang berbeda seperti maksimisasi profit, maksisasi kemakmuran, maksimisasi penjualan, pendapatan sebagai suatu prosentase pengembalian modal, produksi sejumlah output tertentu dengan biaya minimum, maksimisasi output dengan pengeluaran biaya tertentu atau maksimisasi fungsi utilitas.

**Nitisemito (1986)** menyatakan bahwa pemasaran adalah semua kegiatan atau aktifitas untuk memperlancar arus barang atau

jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud menciptakan permintaan efektif.

**Sutojo (1988)** menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu usaha menjuruskan dana dan daya milik perusahaan ke arah pemberian kepuasan kepada pembeli, dengan maksud agar perusahaan dapat menjual hasil produksi, memperoleh laba dan mencapai tujuan perusahaan.

**Rasyaf (1995)** menyatakan bahwa pemasaran ayam pedaging mempunyai tiga fungsi yaitu :

1. Fungsi pengolahan, merupakan fungsi pertama yang dipegang oleh peternak sebagai produsen ayam pedaging.
2. Fungsi pengangkutan yaitu perpindahan produk dari sisi produksi ke sisi penjualan atau konsumen akhir dengan waktu yang tepat dan cepat.
3. Fungsi penyimpanan yaitu berkaitan dengan tindakan untuk menyesuaikan harga pasar dengan harga harapan yaitu untuk memperoleh harga pasar yang mendekati harga harapan agar ada kesempatan paling tidak untuk kembali modal.

**Suharno, (1997)** menyatakan bahwa rantai pemasaran ayam broiler secara sederhana dikelompokkan menjadi dua jalur yaitu :

1. Peternakan bentuk industri umumnya memasok ayam untuk konsumsi segmen menengah sampai atas, seperti pasar swalayan, hotel, instansi perusahaan besar dan restoran.
2. Para peternak rakyat pada umumnya memelihara ayam dalam ukuran kecil sebagaimana yang diminta oleh segmen menengah ke bawah. Para peternak tidak langsung menjual ayamnya ke pasar atau memotong sendiri melainkan menjual ke *poultry shop*, perusahaan inti, atau kelompok peternak.

### **Penetapan Harga Jual**

**Winardi (1991)** menyatakan bahwa makin intensif persaingan, makin banyak perhatian harus dicurahkan oleh perusahaan yang bersangkutan untuk menyusun penentuan harga. Makin besar persamaan produk suatu perusahaan dan produk pihak saingannya makin tergantung perusahaan itu pada harga untuk menjual hasil produknya.

**Sutojo (1988)** menyatakan bahwa tingkat harga yang diputuskan oleh pengusaha yang bersangkutan dapat berada di bawah, sama atau lebih tinggi dari harga pasar, hal ini digunakan



oleh para pengusaha dalam rangka menyesuaikan diri menghadapi atau mencegah timbulnya persaingan lebih lanjut.

**Kotler (1990)** menyatakan bahwa bila produk perusahaan ternyata serupa dengan sebagian besar produk pesaing, maka perusahaan harus memasang harga yang mendekati harga jual pesaing, sebaiknya bila produk perusahaan unggul jelas perusahaan dapat menetapkan harga jual yang lebih mahal. Pada hakekatnya perusahaan akan menggunakan harga jualnya dalam usaha, menempatkan produknya di pasar, terhadap tawaran yang diberikan para pesaing.

**Taylor (1996)** menyatakan bahwa ada empat kekuatan yang berorientasi dalam menentukan masimisasi *profit* perusahaan yaitu : Pengetahuan teknis, permintaan produk, suplai faktor dan suplai kapital. Keempat kekuatan itu mempengaruhi keputusan pengusaha terhadap apa yang harus diproduksi dan metode apa yang harus digunakan.

**Winardi (1991)** menyatakan bahwa permintaan perlu dimasukkan ke dalam analisis guna mengembangkan sebuah stuktur harga yang berorientasi pada harga. Pendekatan yang langsung mempertimbangkan permintaan dinamakan "*demand backward pricing*," di mana harga ditetapkan pada tingkat harga penjualan

eceran, dan kemudian kualitas produk serta biaya-biaya pemasaran disesuaikan dengan harga-harga tersebut.

**Kotler (1990)** menyatakan bahwa setiap harga yang ditetapkan oleh pengusaha akan menarik sejumlah permintaan yang berlainan sehingga dengan demikian akan membawa akibat yang berbeda pada sasaran-sasaran pemasaran. Hubungan antara harga jual dengan jumlah permintaan dikenal dengan apa yang disebut "kurva permintaan". Kurva ini menggambarkan jumlah produk yang akan dibeli di pasar dalam periode tertentu pada berbagai tingkat harga. Hubungan antara permintaan dengan harga jual biasanya berbanding berbalik yaitu makin tinggi harga makin kecil jumlah permintaan demikian pula sebaliknya. Namun demikian terkadang pula kurva permintaan bergerak searah di mana semakin tinggi permintaan semakin tinggi harga.

**Kartasapoetra (1984)** menyatakan bahwa banyak atau sedikitnya permintaan akan dipengaruhi faktor-faktor sebagai berikut: Harga komoditi yang bersangkutan, harga komoditi yang erat kaitannya, pendapatan rata-rata rumah tangga, Selera, distribusi pendapatan diantara rumah tangga dan jumlah penduduk.

**Ali (1987)** menyatakan bahwa penetapan harga jual bertujuan untuk :mencapai suatu target *return on investment* (pengembalian atas investasi)

1. Stabilitas harga dan margin
2. Mencapai suatu target *market share* (bagian pasar)
3. Mengatasi atau mencegah persaingan, dan
4. Memaksimumkan laba.

**Swastha (1993)** menyatakan bahwa setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya, tujuan yang hendak dicapai oleh suatu perusahaan dalam penetapan harga suatu produk yaitu laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, dan kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

**Swastha (1989)** menyatakan bahwa kebanyakan perusahaan mempunyai tujuan tertentu dalam menetapkan kebijaksanaan harganya, oleh karena itu perlu diketahui apa yang menjadi tujuannya. Adapun tujuan tersebut antara lain :

1. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan
2. Mencegah atau mengurangi persaingan
3. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*
4. Memaksimumkan laba.

**Erickson (1989)** menyatakan bahwa ada beberapa metode yang lazim digunakan dalam penetapan harga yaitu ;

1. Penetapan harga berdasarkan biaya, merupakan cara penetapan harga yang sederhana yaitu hanya menambahkan *margin* tetap kepada biaya dasar masing-masing produk.
2. Penetapan harga berdasarkan ROI (pengembalian atas investasi) yaitu dimulai dengan penetapan biaya produk yang dilanjutkan dengan penambahan suatu jumlah yang memadai.
3. Penetapan harga bersaing, yaitu penetapan harga dengan melihat kondisi pasar artinya harga produk perusahaan mendekati harga rata-rata yang berlaku di pasar.
4. Penetapan harga berdasarkan KTO (kontribusi terhadap *overhead*) yaitu biaya *overhead* akan dibebankan kepada proyeksi penjualan normal, sehingga apabila produk tambahan dapat terjual di atas biaya variabel maka akan menghasilkan laba tambahan.
5. Penetapan biaya penetrasi yaitu menawarkan produk dengan harga rendah untuk membuka pasar seluas mungkin.

**Swastha (1993)** menyatakan bahwa ada dua pendekatan pokok penentuan harga jual yaitu :

1. Pendekatan biaya (penetapan harga biaya *plus*, penetapan harga *mark-up* dan penetapan harga *break even*).
2. Pendekatan pasar atau persaingan (harga ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing).

**Radiosum (1987)** menyatakan bahwa metode penetapan harga jual suatu produk didasarkan tiga macam yaitu :

1. Harga Jual yang ditetapkan berdasarkan biaya
2. Harga jual yang ditetapkan berdasarkan permintaan
3. Harga jual yang ditetapkan berdasarkan saingan.

**Kotler (1985)** menyatakan bahwa penetapan harga tertentu suatu jenis barang cenderung pada berorientasi dalam perumusan harga. Dalam hal ini harga dapat ditentukan pada berbagai tingkat penjualan dengan faktor pertimbangan biaya.

**Downey dan Erickson (1989)** menyatakan bahwa penetapan harga merupakan keputusan pemasaran yang sangat menentukan karena berpengaruh besar terhadap hasil penjualan. Pengaruh tersebut berlangsung dengan dua cara yaitu :

1. Harga sesuai dengan komponen persamaan pendapatan.
2. Tingkat harga berpengaruh terhadap kontinuitas penjualan.

**Winardi (1991)** menyatakan bahwa faktor yang dipertimbangkan oleh penjual dalam hal membuat keputusan penetapan harga adalah :

1. Biaya produk yang bersangkutan
2. Sasaran perusahaan
3. Ciri-ciri sang pembeli
4. Banyaknya pihak saingan
5. Kualitas produk yang ada

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 1 Maret sampai 30 April 2000, pada rumah makan Sari Wangi di kota Makassar.

### **Metode Pengambilan Data**

Pada penelitian ini menggunakan stady kasus dengan metode pengambilan data secara *purposive sampling* yaitu pengambilan data dilakukan secara sengaja dengan cara wawancara langsung dengan *Manager* perusahaan rumah makan Sari Wangi dan pengamatan langsung pada pembeli Ayam Goreng di perusahaan rumah makan Sari Wangi.

### **Sumber Data**

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data, yaitu :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan *Manager* perusahaan rumah makan Sari Wangi.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data hasil penelitian dan instansi terkait.

## Analisis Data

Analisis data yang digunakan terdiri dari :

1. Analisis deskriptif, untuk menjelaskan metode yang digunakan dalam penetapan harga jual Ayam Goreng.
2. Analisis Kwantitatif, untuk mengetahui pengaruh volume penjualan Ayam Goreng terhadap pendapatan dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana. (Sudjana, 1992).

$Y = a + bx$ , dimana:

$Y$  = Pendapatan.

$x$  = Volume penjualan

$a$  dan  $b$  adalah parameter yang ditaksir dihitung dengan

rumus:

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$
$$a = y - bx$$

Dan untuk mengetahui hubungan antara volume penjualan dan pendapatan digunakan nilai koefisien korelasi :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

( Sudjana, 1992)



### Konsep Operasional

- Ayam goreng adalah daging ayam jenis broiler yang diolah sedemikian rupa (sesuai dengan resep perusahaan) dan dijual untuk dikonsumsi oleh konsumen.
- Harga jual ayam goreng adalah nilai tukar suatu barang (Ayam Goreng) yang dinyatakan dalam satuan rupiah per bulan
- Penetapan harga jual adalah harga yang diputuskan oleh perusahaan terhadap konsumen setelah melalui berbagai pertimbangan dan tujuan yang diinginkan perusahaan .
- Permintaan adalah tolak ukur atas jumlah produk dan jasa yang bersedia dibeli oleh konsumen pada berbagai harga hal ini menunjukkan hubungan antara harga dengan kuantitas permintaan.
- Metode penentuan harga adalah suatu cara yang diterapkan oleh perusahaan dalam memutuskan harga terhadap konsumen.
- Volume penjualan adalah banyaknya produk (ayam goreng) yang terjual yang diukur dalam satuan rupiah per bulan.
- Pendapatan adalah total penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan ayam goreng dikurangi total biaya.

## **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

### **Sejarah Singkat Perusahaan**

Dalam pertumbuhan perkembangan perusahaan dewasa ini untuk tingkat persaingan dalam menarik konsumen sangatlah ketat khususnya dalam usaha pemasaran ayam goreng di kawasan kota Makassar. Salah satu perusahaan yang beroperasi dalam bidang tersebut yaitu perusahaan ayam goreng Sari Wangi. Perusahaan ayam goreng sari wangi didirikan melalui beberapa proses penting untuk diakui sebagai perusahaan yang bonafit dan terpercaya dalam pemasaran ayam goreng.

Untuk setiap pendirian perusahaan secara umum haruslah memiliki surat izin dari pemerintah daerah hal ini bertujuan sebagai legalitas suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya. Sesuai dengan tujuan pemerintah daerah dalam menggalakkan pariwisata daerah terkhusus lagi dalam pengenalan makanan khas masyarakat Kota Makassar.

Untuk Perusahaan ayam goreng Sari Wangi memiliki izin yang dikeluarkan pada tanggal 14 juli 1997 sesuai dengan SK No 21863/C/V/C/PREK/1997. Dari beberapa tahapan persiapan pemasaran ayam goreng tersebut perusahaan membutuhkan beberapa bulan untuk dibukanya perusahaan ayam goreng

tersebut, Pada tanggal 5 Pebruari 1998 perusahaan ayam goreng Sari Wangi mulai beroperasi di kawasan Makassar tepatnya terletak pada jalan Lasinrang No. 26 Makassar.

Dalam beberapa waktu saja perusahaan ini sudah bisa dikatakan layak dalam operasi pemasaran ayam goreng. Sebab jika dilihat dari animo masyarakat dalam mengkonsumsi ayam gorang pada rumah makan tersebut cukup besar sehingga tingkat keuntungan perusahaan cukup besar.

### **Struktur Organisasi Perusahaan**

Tiap perusahaan dalam menjalankan usahanya haruslah memiliki manajemen yang baik, hal ini bertujuan dalam pencapaian tujuan perusahaan yang diharapkan.

Rumah makan Sari Wangi dalam menjalankan usahanya memiliki beberapa konsep manajemen pengembangan dalam hal ini tidak terlepas dengan struktur organisasi perusahaan tersebut, hal ini dapat dilihat pada Skema 1.

**Skema 1. Struktur Organisasi Rumah Makan Sari Wangi.**



Sumber : Data Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi di Makassar,2000

Berdasarkan skema 1. Struktur Organisasi rumah makan Sari Wangi dapat dijelaskan sesuai dengan tanggung jawab dan fungsi mereka masing-masing antara lain:

### ***Manager***

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

### ***Bagian Service***

Bagian *Service* memiliki beberapa tugas yang antara lain yaitu menangani proses pelayanan terhadap konsumen dan sekaligus penanganan kebersihan dan perawatan perusahaan.

### ***Bagian Produksi***

Pada bagian produksi bertanggung jawab terhadap proses produksi ayam goreng sekaligus dalam perawatan alat-alat produksi dan stock barang.

### **Tenaga Kerja Perusahaan**

Pada rumah makan Sari wangi dalam menjalankan usahanya memiliki beberapa karyawan, hal ini bertujuan untuk membantu perusahaan dalam pencapaian tujuan yang diinginkan. Tenaga kerja sebagai sumber daya manusia yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan haruslah memiliki potensi yang baik, dalam hal ini sistem kerja bagus dan pengefisienan waktu yang digunakan. Untuk itu perusahaan mempekerjakan 22 karyawan antara lain dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Jabatan Karyawan Tingkat Pendidikan Dan Jumlah Di Rumah Makan Sari Wangi Kota Makasar.

NO	JABATAN KARYAWAN	TINGKAT PENDIDIKAN	JUMLAH
1.	Manager	Diploma Tiga	1
2.	Bagian Service	SMU/Sederajat	11
3.	Bagian Produksi	SMU/Sederajat	10

Sumber : Data Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi, 2000.

Setelah melihat tabel 1 terlihat bahwa dalam perekrutan karyawan, perusahaan tersebut lebih mengutamakan kualitas tenaga kerja bukan kuantitasnya karena dalam perusahaan tidak merekrut terlalu banyak karyawan.

### **Proses Produksi**

Proses produksi ayam goreng adalah segala kegiatan dalam proses menciptakan dan menambah nilai guna dari sajian ayam. Untuk menunjang proses tersebut diperlukan faktor-faktor produksi berupa tanah, modal, tenaga kerja dan skil yang dikombinasikan sedemikian rupa guna menghasilkan out put (ayam goreng) yang berkualitas, memiliki cita rasa dan daya saing yang tinggi.

Pada rumah makan Sari Wangi proses produksi dapat dikelompokkan dalam beberapa bagian :

1. Pembelian bahan baku dari produsen yaitu ayam broiler dalam bentuk karkas dengan berat rata-rata 0,65 kg.
2. Setiap Ayam dipotong menjadi empat bagian dan kemudian dimasak dengan air sampai matang lalu ditiriskan.
3. Jika ada pesanan dari konsumen ayam yang telah ditiriskan digoreng kembang dan ditambah dengan berbagai bumbu yang telah disiapkan ala rumah makan Sari Wangi dan
4. Ayam goreng siap disajikan pada konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Metode Penetapan Harga Jual

Proses penetapan harga jual yang diterapkan di perusahaan rumah makan Sari Wangi berdasarkan pada perhitungan seluruh biaya yang digunakan untuk mengolah satu ekor ayam broiler ( sudah termasuk bahan baku utama yaitu ayam broiler) dan ditambah dengan persentase keuntungan yang ditargetkan oleh perusahaan rumah makan Sari Wangi, dngan persentase keuntungan yang ditargetkan adalah 27 % dari harga jual per *pieces* ayam goreng.

$$\text{Total Biaya} + \left( \frac{\text{PersentaseKeuntungan}}{27 \% / \text{pieces ayam goreng}} \right) = \text{Harga Jual}$$

Keuntungan yang ditargetkan 27 % dimaksudkan agar harga jual yang diputuskan terhadap konsumen setelah dijumlahkan dengan seluruh biaya yang digunakan dalam proses produksi memperoleh harga yang sesuai dengan pasar sasaran.

Berdasarkan hal tersebut di atas dapat dikatakan bahwa metode yang diterapkan perusahaan rumah makan Sari Wangi dalam menetapkan harga jual produk menggunakan *metode cost plus pricing methode* (metode penetapan harga berdasarkan *biaya plus*).

Biaya yang dimaksud adalah total biaya yang digunakan untuk memproduksi satu *pieces* ayam goreng, dan *plus* yang



dimaksudkan adalah tambahan keuntungan yang ditargetkan perusahaan rumah makan Sari Wangi, dengan tambahan keuntungan yaitu seperti yang telah diungkapkan di atas.


Dalam proses menetapkan harga jual produknya perusahaan banyak memiliki variasi-variasi pengembangan, sesuai dengan kondisi perusahaan tersebut hal ini sesuai yang dikemukakan oleh Erickson (1989) yang menyatakan bahwa dalam proses penetapan harga, perusahaan memiliki beberapa metode secara singkat seperti berikut ini :

1. Penetapan harga jual berdasarkan biaya yang ditetapkan oleh perusahaan dalam proses produksi.
2. Penetapan harga jual berdasarkan pengambilan atas investasi, baik biaya produk maupun penambahan suatu jumlah yang memadai.
3. Penetapan harga berdasarkan persaingan, dimana dengan melihat kondisi pasar dalam artian disesuaikan dengan harga rata-rata pasaran yang berlaku.
4. Penetapan harga yang berdasarkan kontribusi terhadap *Overhead* (biaya yang tidak langsung berkaitan dengan jumlah Ayam Goreng yang diproduksi) dimana biaya dibebankan pada proyeksi penjualan normal.

5. Penetapan harga sesuai dengan biaya penetrasi, dimana menawarkan produk dengan harga rendah untuk membuka pasar seluas mungkin.

Berdasarkan teori tersebut maka wajarlah suatu perusahaan dalam penetapan harga disesuaikan dengan kondisi perusahaan tersebut, baik itu pada sektor biaya bahan baku, biaya operasional maupun biaya pemasaran pada perusahaan tersebut. Salah satu sasaran utama dalam penetapan harga ini adalah untuk menyesuaikan tingkat keuntungan yang diperoleh, kemampuan daya beli masyarakat dan nilai persaingan pasar dalam menarik konsumen.

Proses penetapan harga yang dipergunakan pada perusahaan rumah makan Sari Wangi memiliki proses tersendiri dalam penetapan harga. Untuk hal ini lebih mengacu pada poin pertama pada teori diatas dimana dalam proses penetapan harga ditentukan sesuai dengan biaya yang digunakan dalam produksi, ditambah dengan persentase keuntungan yang ditetapkan perusahaan, dari hasil tersebut dapat ditentukan harga jual perusahaan, yang mana didalamnya sudah ditambah dengan persentase biaya tetap yang dibebankan pada suatu produk perusahaan, dalam hal ini ayam goreng



Di samping itu rumah makan sari wangi mempunyai strategi tersendiri dalam menetapkan harga jual produknya, yaitu berusaha menekan biaya produksi semaksimal mungkin dalam arti biaya produksi dirancang sedemikian rupa agar nantinya harga jual yang akan diputuskan terhadap konsumen tidak terlalu tinggi namun tidak mengurangi cita rasa dari produk yang dihasilkan. Sehingga, konsumen akan mendapat kepuasan tersendiri dalam menikmati produk yang ditawarkan perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mencapai suatu target *market share* yang ditetapkan perusahaan yang akhirnya akan mempermudah pencapaian tujuan perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha (1989), yang menyatakan setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya. Tujuan yang hendak dicapai oleh suatu perusahaan dalam penetapan harga suatu produk yaitu : Laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar dan kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu. Hal ini juga ditegaskan oleh pendapat Ali (1987), yang menyatakan bahwa penetapan harga jual bertujuan untuk :

1. Mencapai suatu target *return of investment* (pengembalian atas investasi).
2. Stabilitas harga dan margin.

3. Mencapai suatu target market share (bagian pasar)
4. Mengatasi atau mencegah persaingan dan
5. Memaksimumkan laba

### Analisis volume penjualan, Biaya, Penerimaan dan Pendapatan

#### Ayam Goreng Pada Rumah Makan Sari Wangi

##### Volume Penjualan

Volume penjualan bulan Maret dan April tahun 2000 pada perusahaan rumah makan Sari Wangi dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Volume Penjualan Ayam Goreng Bulan Maret dan April Pada rumah makan Sari Wangi di Kota Makassar

NO	BULAN	VOLUME PENJUALAN (KG)	VOLUME PENJUALAN (EKOR)	VOLUME PENJUALAN (PIECES)
1	MARET	935	1440	5760
2	APRIL	986	1517	6068
<b>JUMLAH</b>		<b>1921</b>	<b>2957</b>	<b>11828</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>960,5</b>	<b>1478,5</b>	<b>5914</b>

Sumber : Data Penelitian setelah diolah, 2000.

Volume penjualan Ayam Goreng selama dua bulan yaitu pada bulan Maret sampai bulan April tahun 2000 pada perusahaan rumah makan Sari Wangi tahun berturut-turut adalah 5760 *pieces* pada bulan Maret dan 6068 *pieces* pada bulan April dengan rata-rata

5914 *pieces*. Hal ini menunjukkan bahwa selama dua bulan tersebut volume penjualan mengalami peningkatan. Bila dilihat dari data harian volume penjualan selama dua bulan tersebut, dari hari kehari volume penjualan tidak selalu mengalami peningkatan, melainkan dipengaruhi oleh situasi dan kondisi konsumen, misalnya pada hari minggu dan hari-hari libur volume penjualan mengalami peningkatan bila dibandingkan dengan hari-hari lainnya. Untuk lebih jelasnya mengenai volume penjualan harian pada bulan Maret dan bulan April dapat dilihat pada (lampiran 1 dan lampiran 2).

Perusahaan rumah makan Sari Wangi yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan dan jasa pelayanan memiliki strategi pemasaran tersendiri dalam peningkatan volume penjualannya yaitu berusaha menekan biaya produksi semaksimal mungkin sehingga harga jual yang akan diputuskan terhadap konsumen dapat terjangkau. Disamping itu perusahaan juga meningkatkan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen sehingga konsumen akan mendapat kepuasan tersendiri. Hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan dan keuntungan perusahaan sehingga eksistensi dan kontinuitas perusahaan dapat terjamin. Untuk mengetahui lebih

jauh mengenai volume penjualan selama satu tahun ayam goreng pada rumah makan Sari Wangi dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Volume Penjualan Ayam Goreng Pada rumah makan Sari Wangi di kota Makassar.

NO	BULAN	VOLUME PENJUALAN (KG)	VOLUME PENJUALAN (EKOR)	VOLUME PENJUALAN (PIECES)
1	MEI	878	1351	5404
2	JUNI	921	1417	5668
3	JULI	1056	1625	6500
4	AGUSTUS	1242	1911	7644
5	SEPTEMBER	919	1414	5656
6	OKTOBER	1123	1728	6912
7	NOPEMBER	1209	1860	7440
8	DESEMBER	2100	3231	12924
9	JANUARI	1128	1735	6940
10	PEBRUARI	1075	1654	6616
11	MARET	935	1440	5760
12	APRIL	986	1517	6068
<b>JUMLAH</b>		<b>13572</b>	<b>20883</b>	<b>83512</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>1131</b>	<b>1740,25</b>	<b>6959,33</b>

Sumber : Data Penelitian setelah diolah, 2000.

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa volume penjualan Ayam Goreng selama satu tahun yaitudari bulan Mei 1999 sampai April 2000 menunjukkan volume penjualan yang bervariasi untuk setiap bulannya, hal ini sangat tergantung dari permintaan konsumen seperti halnya pada bulan Desemberterjadi peningkatan volume penjualan sampai 100% dibandingkan dengan bulan-bulan lain.

Hal tersebut disebabkan karena pada bulan tersebut adalah bulan menjelang Hari Raya Idul Fitri sehingga permintaan konsumen mengalami peningkatan yang pesat. Pada tabel 3 juga terdapat adanya perubahan volume penjualan dalam setiap bulannya yaitu dari kilogram menjadi ekor dari ekor menjadi pieces. Hal tersebut merupakan data hasil konversi yang bertujuan untuk memudahkan perhitungan biaya-biaya yang digunakan untuk memproduksi satu pieces Ayam Goreng. Karena volume penjualan yang terhitung adalah dalam bentuk pieces, sedangkan bahan baku (Ayam) yang dibeli dari distributor terhitung dalam kilogram dengan berat rata-rata dalam setiap ekornya yaitu 0,65 kg. Sedangkan untuk menghasilkan satu pieces Ayam Goreng, satu ekor Ayam dipotong menjadi empat bagian. Sehingga diperoleh hasil konversi volume penjualan dalam setiap bulan seperti pada tabel 3 di atas.

### **Biaya**

Besarnya biaya produksi pada bulan Maret dan April tahun 2000 pada perusahaan rumah makan Sari Wangi dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Biaya Produksi Ayam Goreng Bulan Maret dan April pada rumah makan Sari Wangi di Makassar

No	BULAN	VOLUME PENJUALAN (PIECES)	BIAYA TETAP (Rp)	BIAYA VARIABEL (Rp)	PPN (10 %/Pcs)	TOTAL BIAYA (Rp)
1	MARET	5760	2285000	11232000	2016000	15533000
2	APRIL	6068	2285000	11832600	2123800	16241400
<b>JUMLAH</b>		<b>11828</b>	<b>4570000</b>	<b>23064600</b>	<b>4139800</b>	<b>31774400</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>5914</b>	<b>2285000</b>	<b>11532300</b>	<b>2069900</b>	<b>15887200</b>

Sumber : Data Penelitian setelah diolah, 2000

Besarnya biaya produksi ayam goreng rata-rata bulkan Maret dan April masing-masing besarnya Rp. 15.533.000 dan Rp. 162.414.000 pada perusahaan rumah makan Sari Wangi dan untuk mengetahui biaya produksi selama satu tahun dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Biaya-biaya dalam Proses Produksi Ayam Goreng pada rumah makan Sari Wangi di Makassar pada bulan Mei 1999 sampai April 2000

No	BULAN	VOLUME PENJUALAN (PIECES)	BIAYA TETAP (Rp)	BIAYA VARIABEL (Rp)	PPN (10 %/Pcs)	TOTAL BIAYA (Rp)
1	MEI	5404	2285000	10537800	1891400	14714200
2	JUNI	5668	2285000	11052600	1983800	15321400
3	JULI	6500	2285000	12675000	2275000	17235000
4	AGUSTUS	7644	2285000	14905800	2675400	19866200
5	SEPTEMBER	5656	2285000	11029200	1979600	15293800
6	OKTOBER	6912	2285000	13478400	2419200	18182600
7	NOVEMBER	7440	2285000	14508000	2604000	19397000
8	DESEMBER	12924	2285000	25201800	4523400	32010200
9	JANUARI	6940	2285000	13533000	2429000	18247000
10	PEBRUARI	6616	2285000	12901200	2315600	17501800
11	MARET	5760	2285000	11232000	2016000	15533000
12	APRIL	6068	2285000	11832600	2123800	16241400
<b>JUMLAH</b>		<b>83512</b>	<b>27420000</b>	<b>162887400</b>	<b>29236200</b>	<b>219513400</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>6959,33</b>	<b>2285000</b>	<b>13573950</b>	<b>2436350</b>	<b>18292800</b>

Sumber : Data penelitian setelah diolah, 2000.



Pada tabel 5 dapat terlihat pengeluaran-pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan rumah makan Sari Wangi dalam memproduksi produknya, hal ini dapat terlihat tiap bulannya dalam melakukan produksi selalu mengalami perubahan terutama pada biaya variabel yang sangat dipengaruhi oleh jumlah ayam goreng yang diproduksi dalam tiap bulannya. Jika produksi ayam goreng tinggi maka jumlah biaya variabel yang dikeluarkan juga besar. Besarnya biaya variabel untuk mengolah satu ekor ayam menjadi ayam goreng yaitu Rp. 7800, kemudian biaya ini dibagi empat untuk memperoleh biaya variabel per pieces. Dan biaya variabel per pieces ayam goreng yaitu Rp. 1950 setelah itu dikalikan dengan volume penjualan ayam goreng dalam setiap bulannya maka diperoleh biaya variabel seperti pada tabel 5 diatas. Untuk lebih jelasnya mengenai perincian biaya variabel yang digunakan untuk mengolah satu ekor ayam broiler serta bahan-bahannya dapat dilihat pada (lampiran 3).

Sedangkan untuk biaya tetap ayam goreng pada perusahaan rumah makan Sari Wangi dala setiap bulan diperoleh angka Rp. 2.285.000,- nilai ini diperoleh dengan cara membebankan 20 % dari total biaya tetap perusahaan dalam setiap bulanya. Yang termasuk biaya tetap adalah biaya gaji. Biaya listrik dan air. Serta penyusutan. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai perhitungan

biaya tetap Ayam Goreng dalam satu bulan dapat dilihat pada lampiran 4.

Sedangkan untuk pajak dikenakan tersendiri pada tiap produk yang terjual tiap pecesnya 10 % dari harga jual. Untuk itu jumlah total pajak tiap bulannya sangat tergantung pada volume penjualan tiap bulannya.

### **Penerimaan**

Penerimaan pada bulan Maret dan April dari hasil penjualan ayam goreng dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Penerimaan dari hasil penjualan Ayam Goreng bulan Maret dan April pada rumah makan Sari Wangi di Kota Makassar

<b>NO</b>	<b>BULAN</b>	<b>VOLUME PENJUALAN (PIECES)</b>	<b>HARGA JUAL (Rp/pieces)</b>	<b>PENERIMAAN (Rp)</b>
1	MARET	5760	3500	20160000
2	APRIL	6068	3500	21238000
<b>JUMLAH</b>		<b>11828</b>	<b>7000</b>	<b>41398000</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>5914</b>	<b>3500</b>	<b>20699000</b>

Sumber : Data penelitian setelah diolah, 2000.

Rata-rata penerimaan pada bulan maret dan april masing-masing sebesar Rp.20160000 dan Rp. 21238000. Pada proses pemasaran hal yang terpenting adalah bagaimana perusahaan dapat memperoleh penerimaan secara optimal, hal ini sesuai dengan tujuan

perusahaan. Pada perusahaan rumah makan Sari Wangi dalam proses pemasaran ayam gorengnya juga berlaku seperti tersebut. Untuk lebihjelas mengenai penerimaan yang diperoleh rumah makan Sari Wangi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Penerimaan dari hasil penjualan Ayam Goreng pada rumah makan Sari Wangi dalam bulan Meri 1999 sampai April 2000 di Kota Makassar.

NO	BULAN	VOLUME PENJUALAN (PIECES)	HARGA JUAL (Rp/pieces)	PENERIMAAN (Rp)
1	MEI	5404	3500	18914000
2	JUNI	5668	3500	19838000
3	JULI	6500	3500	22750000
4	AGUSTUS	7644	3500	26754000
5	SEPTEMBER	5656	3500	19796000
6	OKTOBER	6912	3500	24192000
7	NOPEMBER	7440	3500	26040000
8	DESEMBER	12924	3500	42234000
9	JANUARI	6940	3500	24290000
10	PEBRUARI	6616	3500	23156000
11	MARET	5760	3500	20160000
12	APRIL	6068	3500	21238000
<b>JUMLAH</b>		<b>83512</b>	<b>42000</b>	<b>292348000</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>6959,33</b>	<b>3500</b>	<b>24362333,33</b>

Sumber : Data penelitian setelah diolah, 2000.

Pada Tabel 7. tersebut terlihat dalam tiap bulannya volume penjualan selalu mengalami perubahan, hal ini sangat berpengaruh terhadap penerimaan perusahaan,jika volume penjualan besar maka

penerimaan juga besar, dimana penerimaan diperoleh dari total penjualan per bulan dikalikan harga per pieces.

### **Pendapatan**

Pendapatan bulan Maret dan April pada perusahaan rumah makan Sari Wangi dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini :

Tabel 8. Pendapatan dari Penjualan Ayam Goreng bulan Maret dan April di Kota Makassar.

<b>NO</b>	<b>BULAN</b>	<b>VOLUME PENJUALAN (PIECES)</b>	<b>PENERIMAAN (Rp)</b>	<b>TOTAL BIAYA (Rp)</b>	<b>PENDAPATAN (Rp)</b>
1	MARET	5760	20160000	15533000	4627000
2	APRIL	6068	21238000	16241400	4996600
<b>JUMLAH</b>		<b>11828</b>	<b>41398000</b>	<b>31774400</b>	<b>9623600</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>5914</b>	<b>2069900</b>	<b>15887200</b>	<b>4811800</b>

Sumber : Data penelitian setelah diolah, 2000.

Rata-rata pendapatan bulan Maret dan April yang diperoleh rumah makan Sari Wangi sebesar Rp. 4811800. Dan untuk mengetahui pendapatan selama satu tahun dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Pendapatan dari Penjualan Ayam Goreng pada rumah makan Sari Wangi pada bulan Mei sampai April 2000 di Kota Makassar.

NO	BULAN	VOLUME PENJUALAN (PIECES)	PENERIMAAN (Rp)	TOTAL BIAYA (Rp)	PENDAPATAN (Rp)
1	MEI	5404	18914000	14714200	4199800
2	JUNI	5668	19838000	15321400	4516600
3	JULI	6500	22750000	17235000	5515000
4	AGUSTUS	7644	26754000	19866200	6887800
5	SEPTEMBER	5656	19796000	15293800	4502200
6	OKTOBER	6912	24192000	18182600	6009400
7	NOPEMBER	7440	26040000	19397000	6643000
8	DESEMBER	12924	42234000	32010000	10223800
9	JANUARI	6940	24290000	18247000	6043000
10	PEBRUARI	6616	23156000	17501800	5654200
<b>JUMLAH</b>		<b>83512</b>	<b>292348000</b>	<b>219513600</b>	<b>691818400</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>6959,33</b>	<b>24362333,33</b>	<b>18292800</b>	<b>5818200</b>

Sumber : Data olahan pada rumah makan Sari Wangi, 2000.

Pda Tabel 9. Terlihat bahwa pendapatan yang diperoleh rumah makan Sari Wangi rata-rata per bulan berkisar Rp. 5.8198.200,- dan jumlah pendapatan yang dihasilkan dalam satu tahun adalah Rp. 69.818.400,-

### Analisis Hubungan Antara Volume Penjualan Dengan Pendapatan

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh pemasaran regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Y= Pendapatan

X= Volume Penjualan

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{12(4,34715956 \cdot 10^{10}) - (6959,33)(5818200)}{12(52174409,33^2) - (6959,33)^2}$$

$$b = \frac{48,07606982 \cdot 10^2}{577660638} \quad \mathbf{b = 832,25}$$

$$\mathbf{a = y - bx}$$

$$a = 5818200 - (832,25 \cdot 6956,33)$$

$$\mathbf{a = 26266}$$

$$\mathbf{Y = 26266 + 832,25 X}$$

Dari persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel volume penjualan Ayam Goreng bernilai positif, yang berarti volume penjualan tersebut searah dengan pendapatan. Dari hasil perhitungan tersebut di atas dengan nilai parameter b sebesar 832,25 hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan satu pieces volume penjualan maka pendapatan akan bertambah sebesar Rp. 832,25.

Selanjutnya untuk melihat hubungan antara volume penjualan dengan pendapatan dapat dilihat dari koefisien korelasi yaitu :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

$$r = \frac{12(4,34715956 \cdot 10^{10}) - (6959,33)(5818200)}{\sqrt{\{12(52174409,33) - (6959,33)^2\} \{12(3,6316350443 \cdot 10^{13}) - (5818200)^2\}}}$$

$$r = \frac{48,11683734 \cdot 10^{10}}{48,18585789 \cdot 10^{10}}$$

$$r = 0,9985$$

$$r^2 = 0,9970$$

$r = 0,9985$  artinya keeratan hubungan antara volume penjualan dengan pendapatan sebesar 99,85 %. Sedangkan pengaruh Volume penjualan terhadap pendapatan dapat dilihat pada koefisien determinasinya dimana diperoleh  $r^2 = 0,9970$  atau 99,70 % yang berarti 99,14 % pendapatan dipengaruhi oleh volume penjualan.

Koefisien determinasi  $r^2 = 0,9970$  digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen (volume penjualan) terhadap variabel dependen (pendapatan) yang mana besarnya nilai  $r^2 = 0,9970$  yang berarti besarnya pengaruh Volume penjualan terhadap pendapatan = 99,70 % dan sisanya 0,30 % dipengaruhi oleh variabel lain selain volume penjualan. Untuk lebih jelas mengenai analisis hubungan antar volume penjualan dan pendapatan dapat dilihat pada lampiran 6.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan Pembahasan serta telaan kepustakaan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut :

- Metode penetapan harga yang diterapkan perusahaan rumah makan Sari Wangi adalah metode *Cost Plus Pricing Method* dan ditambah persentase keuntungan, dengan persentase keuntungan yang ditargetkan adalah 27 %.
- Berdasarkan hasil analisis hubungan antara volume penjualan dengan pendapatan diperoleh nilai parameter  $b = 832,25$  artinya bila terjadi peningkatan satu pieces volume penjualan maka pendapatan akan bertambah sebesar Rp 832,25. Sedangkan nilai  $r = 0,9985$  dan nilai  $r^2 = 0,9970$  yang berarti 99,70 % pendapatan yang diperoleh rumah makan Sari Wangi dari hasil penjualan ayam goreng dipengaruhi oleh volume penjualan, sedangkan sisanya 0,30 % dipengaruhi oleh variabel lain selain volume penjualan.



## Saran

Dengan melihat pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan begitu besar maka diharapkan perusahaan rumah makan Sari Wangi dapat berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan volume penjualan sehingga pendapatan akan terus meningkat dan eksistensi perusahaan akan terjaga.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. 1987. *Strategi Harga Dalam Pemasaran*. Penerbit PT. Bina Aksara, Jakarta.
- Campa, I. Setiadiy, AR. 1993. *Permintaan Daging di Indonesia*. Artikel Majalah Peternakan Indonesia No. 9/1993. Dirjen Peternakan Indonesia.
- Erickson, S.P Dan Downey, W.D. 1989. *Manajemen Agribisnis Edisi Kedua*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Fuad, Y. 1992. *Usaha Peternakan Ayam Potong*. Akademika Presindo, Jakarta.
- Kartasapoetra. 1984. *Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian*. Penerbit PT. Bina Aksara, Jakarta.
- Kotler, P. 1990. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi Kelima Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Netisemito, A. 1986. *Marketing*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Radiosum. 1987. *Politik Pemasaran*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1993. *Beternak Ayam Pedaging*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- , 1995. *Pengelolaan Usaha Peternakan Ayam Pedaging*. Penerbit. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudjana. 1992. *Metode Statistika*. Edisi Kelima. Penerbit Tarsito, Bandung.
- Suharno, B. 1997. *Kiat Sukses Berbisnis Ayam*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sutojo, S. 1988. *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT. Dharma Aksara Perkasa, Jakarta.
- Soeparno. 1992. *Ilmu dan Teknologi Daging*. Gajah Mada Universitas Press, Yogyakarta.

- Swastha, B. 1989. *Manajemen Penjualan*. Edisi Ketiga. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Taylor, R. C. dan Beattie, R. B. 1996. *Ekonomi Produksi*. Edisi Kedua. Penerbit Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Winardi. 1989. *Strategi Pemasaran*. Penerbit CV. Mandar Maju, Bandung.
- , 1991. *Harga dan Penetapan Harga Dalam Bidang Pemasaran*. Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Lampiran 1. Volume Penjualan Pada Bulan Maret 2000

Tgl	Volume penjualan (Kg)	Volume penjualan (Ekor)	Volume penjualan (pieces)
1	27	42	168
2	28	43	172
3	24	37	148
4	39	60	240
5	38	58	232
6	26	40	160
7	29	45	180
8	31	48	192
9	30	46	184
10	28	43	172
11	30	46	184
12	34	52	208
13	32	49	196
14	26	40	160
15	27	41	164
16	36	55	220
17	29	44	176
18	38	58	232
19	40	62	248
20	31	48	192
21	29	45	180
22	27	42	168
23	24	37	148
24	28	43	172
25	34	52	208
26	34	52	208
27	29	45	180
28	25	38	152
29	24	37	148
30	28	43	172
31	32	49	196
<b>jumlah</b>	<b>935</b>	<b>1440</b>	<b>5760</b>

Sumber : Data Hasil Olahan Pada rumah makan Sari Wangi, 2000

Lampiran 2. Volume penjualan Ayam Goreng Pada bulan April 2000 Pada rumah makan Sari Wangi.

Tgl	Volume Penjualan (Kg)	Volume Penjualan (Ekor)	Volume Penjualan (Pieces)
1	37	57	228
2	35	54	216
3	30	46	184
4	37	57	228
5	34	52	208
6	36	55	220
7	32	49	196
8	38	58	232
9	40	62	248
10	28	43	172
11	27	42	168
12	29	45	180
13	28	43	172
14	27	41	164
15	33	51	204
16	39	60	240
17	28	43	172
18	29	45	180
19	31	48	192
20	33	51	204
21	32	49	196
22	35	54	214
23	37	57	228
24	28	43	172
25	29	45	180
26	32	49	196
27	30	46	184
28	34	52	208
29	37	57	228
30	41	63	252
<b>Jumlah</b>	<b>986</b>	<b>1517</b>	<b>6068</b>

Sumber : Data Hasil Olahan Pada rumah makan Sari Wangi, 2000.

### Lampiran 3. Perhitungan Biaya-Biaya Dalam Mengolah Satu Ekor Ayam

#### Perincian Biaya Variabel

1. Ayam potong,

berat rata-rata 0,65 Kg x Rp 10.000 = Rp 6.500

2. Lengkuas 40 Gram = Rp 150

3. Jahe 20 Gram = Rp 150

4. Sereh 2 Batang = Rp 50

5. Merica = Rp 100

6. Minyak Goreng/Mentega = Rp 550

7. Bawang Putih = Rp 100

8. Serba-serbi (Penyedap + Garam) = Rp 100

9. Biaya Gas = Rp. 100

Total = Rp 7.800

Lampiran 4. Perhitungan Penyusutan Investasi Pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi

No.	URAIAN	UNIT (buah)	UMUR (tahun)	HARGA (Rp)	NILAI penyusutan (Rp)
1	Bangunan	1	30	750.000.000	25.000.000
2	Freezer	1	20	10.000.000	500.000
3	Warmmar	1	20	5.000.000	250.000
4	Chiller	1	20	10.000.000	500.000
5	Frayer chicken	1	20	9.000.000	450.000
6	Show case	1	10	1.500.000	150.000
7	Dasting Table	1	10	1.500.000	150.000
8	Kompur Gas	1	5	450.000	90.000
9	Rice Cooker	2	10	900.000	90.000
10	Magic Cooker	2	10	500.000	50.000
11	Kursi, Meja	32	10	6.400.000	640.000
12	Generator	1	10	3.000.000	300.000
13	Televisi	2	10	2.100.000	210.000
14	Telepon	2	5	250.000	50.000
15	Pompa Air	1	10	350.000	60.000
16	Komputer	2	10	7.600.000	760.000
17	Brankas	1	10	1.500.000	150.000
18	Piring, Sendok, Gelas	600	5	6.000.000	1.200.000
19	Air Conditioner	4	10	16.000.000	1.600.000
20	Motor	2	10	13.000.000	1.300.000
21	Mobil	1	10	70.000.000	7.000.000
					<b>40.500.000</b>

Sumber : Data Penelitian setelah diolah, 2000

Lampiran 5. Perincian Biaya Tetap Perbulan untuk Ayam Goreng pada Perusahaan Rumah Makan Sari Wangi

Gaji Karyawan	= 22 x Rp.300.000	
	= Rp. 6.600.000	
Total Gaji Karyawan	= Rp. 6.600.000,- x 20 %	= Rp. 1.320.000
Penyusutan Perbulan	= Rp. 40.500.000 / 12	
	= Rp. 3.375.000	
Penyusutan	= Rp. 3.375.000 x 20 %	= Rp. 675.000
Biaya Listrik + Air	= Rp. 500.000,- x 20 %	= Rp. 100.000
Rekening Telepon	= Rp. 550.000,- x 20 %	= Rp. 110.000
PBB	= Rp. 400.000,- x 20 %	= <u>Rp. 80.000</u>
Total Biaya tetap Ayam Goreng Per Bulan		= <b>Rp. 2.285.000</b>



Lampiran 6. Analisis hubungan Volume Penjualan dengan Pendapatan Pada rumah makan Sari wangi di Kota Makassar.

X	Y	XY	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
5.404	4199800	2,26859920.10 <sup>10</sup>	29203216	1,763832004.10 <sup>13</sup>
5.668	4516600	2,56000888.10 <sup>10</sup>	32126224	2,039967556.10 <sup>13</sup>
6.500	5515000	3,58475000.10 <sup>10</sup>	42250000	3,041522500.10 <sup>13</sup>
7.644	6887800	5,26503432.10 <sup>10</sup>	58430736	4,744178884.10 <sup>13</sup>
5.656	4502200	2,54644432.10 <sup>10</sup>	31990336	2,026980484.10 <sup>13</sup>
6.912	6009400	4,15369728.10 <sup>10</sup>	47775744	3,611288836.10 <sup>13</sup>
7.440	6643000	4,94239200.10 <sup>10</sup>	55353600	4,412944900.10 <sup>13</sup>
12.924	10223800	13,21323912.10 <sup>10</sup>	167029776	10,452608640.10 <sup>13</sup>
6.940	6043000	4,19384200.10 <sup>10</sup>	48163600	3,651784900.10 <sup>13</sup>
6.616	5654200	3,74081872.10 <sup>10</sup>	43771456	3.196997764.10 <sup>13</sup>
5.760	4627000	2,66515200.10 <sup>10</sup>	33177600	2,140912900.10 <sup>13</sup>
6.068	4996600	3,03193688.10 <sup>10</sup>	36820624	2,496601156.10 <sup>13</sup>
<b>83.512</b>	<b>69818400</b>	<b>52,16591472.10<sup>10</sup></b>	<b>626092912</b>	<b>43,579620520.10<sup>13</sup></b>
<b>6.959,33</b>	<b>5818200</b>	<b>4,34715956.10<sup>10</sup></b>	<b>52174409,33</b>	<b>3,631635043.10<sup>13</sup></b>

Sumber : Data hasil olahan rumah makan Sari Wangi, 2000.

Keterangan : X = Rata-rata Volume Penjualan (Pieces/Bulan)

Y = Rata-rata Pendapatan (Rp/Bulan)

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{12(4,34715956 \cdot 10^{10}) - (6959,33)(5818200)}{12(52174409,33^2) - (6959,33)^2}$$

$$b = \frac{48,07606982 \cdot 10^{10}}{577660638}$$

$$b = 832,25$$

$$a = y - bx$$

$$a = 5818200 - (832,25 \cdot 6959,33)$$

$$a = 26266$$

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

$$r = \frac{12(4,34715956 \cdot 10^{10}) - (6959,33)(5818200)}{\sqrt{\{12(52174409,33) - (6959,33)^2\} \{12(3,6316350443 \cdot 10^{13}) - (5818200)^2\}}}$$

$$r = \frac{48,11683734 \cdot 10^{10}}{48,18585789 \cdot 10^{10}}$$

$$r = 0,9985$$

$$r^2 = 0,9970$$