

ANALISA PANGSA PASAR (MARKET SHARE) DAN HUBUNGAN
JUMLAH KOLEKTOR DENGAN PEDAGANG TERHADAP
VOLUME PENJUALAN DAGING PADA RPH TAMANGAPA
KOTAMADYA UJUNG PANDANG

SKRIPSI

Oleh

FERDY MOCHTAR



PERPUSTAKAAN POSITIF UNIVERSITAS HASANUDDIN	
Tgl. Pinjam	25-11-1999
Nama	FAK. PETERNAKAN
Sanjaya	ILSATJERS
Harga	HADIAH
No. Inventaris	
No. Kios	60.8718

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN

1999

**ANALISA PANGSA PASAR (MARKET SHARE) DAN HUBUNGAN
JUMLAH KOLEKTOR DENGAN PEDAGANG TERHADAP
VOLUME PENJUALAN DAGING RPH TAMANGAPA
KOTAMADYA MAKASSAR**

FERDY MOCHTAR

1 311 92 169

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mem peroleh Gelar Sarjana
Pada
Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
1999**

Ferdy Mochtar (1 311 92 169). Analisa Pangsa Pasar dan Hubungan Jumlah Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging (*Studi Kasus*) "Punggawa Pemotong" RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang. Penelitian ini dibawah bimbingan : IR H.A. Ramadhan Siregar, M.Si Sebagai Pembimbing Utama dan Ir Ikrar MOHAMMAD SALEH, M.Sc Sebagai Pembimbing Anggota

Latar Belakang

Diadakannya penelitian ini adalah dewasa ini sub sektor peternakan memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi. Program terobosan pemerintah penekanannya adalah meningkatkan jumlah dan mutu ternak, pemeliharaan kesehatan ternak serta penyediaan sarana dan parasara yang dapat menunjang usaha dibidang peternakan termasuk pemanfaatan Rumah Potong Hewan (RPH).

Rumah Potong Hewan di kotamadya Ujung Pandang diharapkan dapat memenuhi permintaan daging, dengan jumlah populasi ternak yang tersedia. Peluang tersebut sangat membutuhkan pelayanan dengan berbagai usaha pengadaan sapi dan kerbau. Ini sangat diperlukan keterlibatan pedagang, peranan kolektor maupun sistem penawaran harga dalam hal penyediaan daging.

Perumusan Masalah

Berapa besar pangsa pasar (Market Share) daging yang berasal dari RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.
Apakah besarnya volume daging yang dimiliki oleh masing-masing pedagang mempunyai hubungan dengan jumlah kolektor pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.

Hipotesis

Diduga bahwa terdapat hubungan antara kolektor dengan pedagang terhadap besarnya volume penjualan daging pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui market share daging yang berasal dari RPH Tamangapa Kotamadya Ujung pandang
Untuk mengetahui sejauh mana hubungan kolektor dengan pedagang terhadap volume penjualan daging pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.

Kegunaan Penelitian

Memberikan informasi mengenai kebutuhan daging maupun hasil penjualannya yang berasal dari RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang sebagai bahan pertimbangan bagi pengelolaan RPH dalam hal pemasaran daging

Sedangkan Untuk Analisa Data Menggunakan Analisa Market Share

$$MS = \frac{\text{Penjualan Daging Per-unit usaha}}{\text{Total Keseluruhan Penjualan Daging RPH}} \times 100 \%$$

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan nilai market Share Penjualan Daging RPH Tamangapa dapat dilihat Pada Tabel berikut.

Tabel . Market Share Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang

Tahun	Penjualan Daging RPH Tamangapa (kg)	Total Penjualan Kotamadya Ujung Pandang (kg)	Market Share (%)
1993	4 020 257	4 179 985	96,78
1994	4 524 281	4 605 982	98,23
1995	3 082 500	3 321 798	92,79
1996	3 372 120	3 583 570	94,00
1997	2 725 321	3 161 055	86,21

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Sedangkan Untuk Melihat Hubungan Jumlah Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging menggunakan analisa sebagai berikut . Untuk mengetahui pengaruh kolektor terhadap volume penjualan daging digunakan regresi linear sederhana, sebagai berikut .

$$y = a - bx - e$$

dimana:

- y = Volume penjualan daging
- x = Jumlah kolektor
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- e = Kesalahan pengganggu (error)

Untuk menentukan nilai a dan b digunakan bentuk persamaan sebagai berikut :

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$a = (\sum Y_i - b\sum X_i) / n$$

- Untuk mengetahui besarnya hubungan ketergantungan antara kolektor dengan pedagang terhadap besarnya volume penjualan daging . digunakan analisa korelasi.

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

eterangan

- X = Variabel bebas (jumlah Kolektor)
 Y = Variabel tak bebas (volume daging)

maka diperoleh persamaan linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 190,19 + 227,8x \quad (r^2 = 0,93103) \text{ Standar Error} = 20,66 \text{ (Se} = 64,14)$$

Dari data tersebut diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

$\alpha = 227,8$; yang berarti kalau x naik sebesar 1(satu) orang kolektor maka akan menyebabkan nilai y menjadi naik sebesar 228 kg. atau dengan kata lain semakin banyak jumlah kolektor menyebabkan jumlah volume daging juga meningkat di RPH Tamangapa.

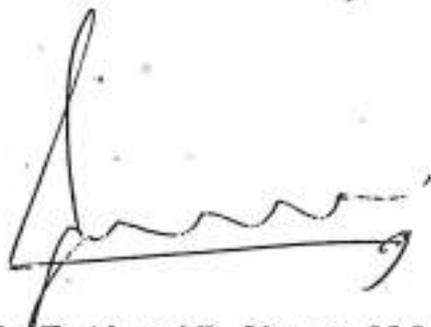
Sedangkan besarnya hubungan ketergantungan antara Jumlah Kolektor Terhadap Volume Penjualan Daging diperoleh dengan menggunakan koefisien korelasi Determinasi (r^2) dengan nilai 0,93103 atau 93,10 %

Judul : Analisa Pangsa Pasar (Market Share) Dan Jumlah Hubungan Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging Pada RPH Tamangapa Kotamadya Makassar.

N a m a : Ferdy Mochtar

Stambuk : I311 92 169

Skripsi Ini Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh



Ir. H. Ahmad R. Siregar, M.S
Pembimbing Utama



Ir. Ikrar MOHAMMAD SALEH
Pembimbing Anggota

Diketahui Oleh



Prof. DR. Ir. Effendi Abustam, M.S
D e k a n



Ir. Muhammad Djufri Palli
Ketua Jurusan

Tanggal Lulus : Juni 1999

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dengan judul "Analisa Pangsa Pasar (Market Share) Dan Hubungan Jumlah Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging RPH Tamangapa " Dapat disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.

Sebagai wujud rasa syukur dan terima kasih yang tak terhingga, Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua tercinta, Ayahanda DRS. Mochtar Hamsah dan Ibunda Hasma Nia, juga kepada saudara-saudara penulis serta seluruh handai tolan yang dengan segenap keiklasan hati memberikan bantuan moril dan materil dari awal hingga akhir studi penulis.

Disadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan disebabkan kemampuan dan pengetahuan penulis. Olehnya kritik yang bersifat konstruktif demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan.

Akhirnya semoga tulisan ini dapat bermamfaat adanya, Amin

Makassar, 10 Juni 1999

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segala kerendahan hati Penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada bapak Ir.H. Achmad R. Siregar, M.Si selaku pembimbing Utama dan Bapak Ir. Ikrar MOHAMMAD SALEH, M.Sc selaku pembimbing anggota atas segala bantuan morilnya yang diberikan kepada kami sehingga skripsi yang menjadi prasyarat utama untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin kami dapat selesaikan tepat pada waktunya.

Demikian pula penulis tak lupa menghaturkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. Rusli Efendi, SH selaku Sekertaris Senat Guru Besar Universitas Hasanuddin.
2. Bapak DR. Malik B. Masry, SE Mantan Walikotaamadya Ujung Pandang
3. Bapak DRS Tashan Burhanuddin selaku Ketua Bappeda Tk II Ujung Pandang dan Bapak Anwar SE. Selaku Kepala Bidang Penelitian Bappeda Kotamadya Ujung Pandang .
4. Bapak Muharram Andi Lolo, SH (Advokat dan Konsultan Hukum)
5. Bapak Ir. Muhammad Jufri Palli selaku ketua jurusan Sosek Peternakan dan seluruh civitas akademika Jurusan Sosek Peternakan Unhas.
6. Bapak Ir Zahrir Baitul (Mantan Ketua Umum HMI Cabang Ujung Pandang, serta Bapak Ir Fizabilil Hag selaku Ketua Umum Majelis Sinergi Kalam (MASIKA) ICM I ORWIL SUL SEL.

7. Kawan-kawan aktifis : Himpunan Mahasiswa Islam, Forum Diskusi Tanah Merdeka (FDTMM), Himpunan Pelajar Mahasiswa Massenrempulu (HPMM) dan Majelis Sinergi Kalam (MASIKA - ICMH) serta Yayasan Konservasi Laut (YKL)
8. Kawan-kawan yang menjadi mitra yang baik dalam penyelesaian study akhir : **Ir. Averus Zainuddin (Ratno), Ir Subarwan, Ir Rustam Dg Romo & Erysanti, AM Wahyudi, Rahmat Thalib, Agung Bagus Kurnia dan Sumidin.**
9. Kelompok mahasiswi angkatan 94 : Rina Setiawaty, Nelia Syafriawati, Andi Asni, Rahmawaty Lukman, Rosmina Ma'ruf, Nurmiaty.
10. Terkhusus **Rahma Tahir** atas segala bantuan dan jasa-jasa baiknya dalam penyelesaian Study akhir.
11. Teman-teman di RT I A B C D yang tak bisa disebut namanya satu persatu.

Makassar, 10 Juni 1999

P e n u l i s

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
RINGKASAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
PENDAHULUAN	
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	5
Hipotesa	6
Tujuan Penelitian	6
Kegunaan Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA	
Tinjauan Umum Tentang Daging	7
Rumah Potong Hewan	9
Pengertian Pemasaran	11
Analisa Pangsa Pasar	14
Saluran Pemasaran	16
METODE PENELITIAN	
Waktu dan Tempat Penelitian	19
Metode Pengambilan Data	19
Analisa Data	19
Konsep Operasional	20
KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
Sejarah Umum Perusahaan	24
Struktur Organisasi	24
Luas dan Letak Perusahaan	26
Tenaga Kerja dan Tingkat Pendidikan	27
Tata Cara Pemotongan Hewan	28

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden	30
Analisa Pangsa Pasar (Market Share)	32
Analisis Hubungan Kolektor Terhadap Volume Penjualan Daging	39

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan	43
Saran	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Pemotongan Ternak Sapi dan Kerbau pada RPH di Kotamadya Ujung Pandang Tahun 1992- 1997	4
2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan, Umur dan Jumlah Kolektor pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang ...	21
3.	Market Share Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang....	22
4.	Market Share Penjualan Daging "Pemotong" RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang Bulan Pebruari - Maret 1999 ..	25
5.	Hasil Analisis Hubungan Jumlah Kolektor Terhadap Volume Penjualan Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.....	40
6.	Analisis Sidik Ragam (Analysis of Varians) Hubungan Jumlah Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang	41
8.	Analisis Pengaruh Masing-Masing Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Tak Bebas Y, 1999	41
9.	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Hubungan Jumlah Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging	42

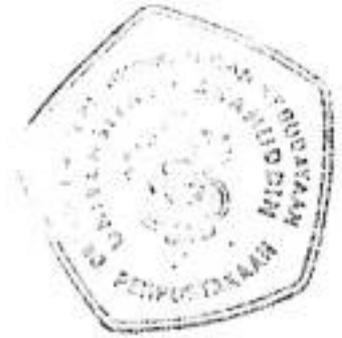
DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
1.	Struktur Organisasi Rumah Potong Hewan Kotamadya Ujung Pandang	20

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman	T e k s	
1.		Perhitungan Market Share Masing Masing Pedagang RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang	44
2.		Hubungan Korelasi Jumlah Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang	45

PENDAHULUAN



Latar Belakang

Pada pelita V, Sub sektor peternakan memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat. Program terobosan pemerintah penekanannya adalah meningkatkan jumlah dan mutu ternak, pemeliharaan kesehatan ternak, penyuluhan serta penyediaan sarana dan parasana yang dapat menunjang usaha di bidang peternakan termasuk pemanfaatan Rumah Potong Hewan (RPH).

Usaha peternakan khususnya pemeliharaan ternak sapi dan kerbau dirasakan sangat menguntungkan karena prosesnya mudah dan dapat menghasilkan hasil yang bernilai ekonomis yang tinggi. Prasarat pendukung untuk pengembangan populasi ternak adalah daya dukung lahan, iklim dan kondisi sosial masyarakat setempat. Untuk lebih meningkatkan jumlah ternak saat ini dilakukan usaha Pola Inti Rakyat (PIR) dan Pola Gaduhan. Bentuk PIR adalah usaha yang dilakukan dengan suatu kawasan tertentu dimana usaha budi daya adalah usaha peternakan rakyat bersama-sama dengan perusahaan. Pola Gaduhan adalah peternak memperoleh ternak dengan sistem gaduhan dalam jangka waktu tertentu akan mengembalikan ternak dengan sistem bagi hasil yang telah ditetapkan dalam suatu perjanjian sebelumnya (Departemen pertanian, 1996). Disisi lain usaha Kemitraan sangat diperlukan pada sektor budidaya yang melibatkan peternak kecil menengah agar dapat menunjang

sarana produksi, permodalan dan teknologi serta manajemen. Kemitraan antar sektor hulu dan petani, bahan baku pakan dikawasan peternakan.. Schingga dengan keterpaduan usaha tersebut akan mampu mengembangkan ternak potong di Indonesia menjadi tulang punggung pemenuhan kebutuhan ternak potong secara nasional.

Kebutuhan daging khususnya daging sapi dan kerbau dari tahun ke tahun terus meningkat . Untuk memenuhi kebutuhan daging-Indonesia masih perlu mengimpor daging olahan manca negara. Pada tahun 1991 impor daging olahan mencapai 3.306.043 kg dengan nilai US \$ 1.689.634. Sedangkan pada tahun 1995 mencapai volume sebesar US \$ 1.536.712 (rata-rata pertumbuhan impor sebesar - 17,3 %/tahun untuk volume dan -2,26 % untuk nilai impor. Volume ekspor daging olahan Indonesia relatif meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 1991 Volume ekspor daging olahan sebesar 15.684 kg dengan nilai US \$ 46.157 maka pada tahun 1995 Volume ekspornya telah mencapai 339.700 kg dengan nilai US \$ 1.920.037 atau meningkat sebesar 516,5 % tahun (volume) dan 92,3 %/tahun nilai.(Departemen Pertanian, 1996)

Dengan melihat perkembangan populasi ternak sapi dan kerbau di Sulawesi Selatan beberapa tahun terakhir ini menunjukkan populasi ternak sapi meningkat rata-rata 0,70% pertahun dan Populasi ternak kerbau naik 0,90% pertahun. Dengan jumlah yang cenderung meningkat tersebut diperlukan kemitraan usaha pada berbagai pihak yang terkait sehingga di dapatkan pangsa pasar yang relatif stabil. Daya dukung

lahan, iklim yang kondusif sangat memungkinkan pengembangan usaha. Beberapa daerah di Sulawesi Selatan usaha dibidang peternakan dalam kategori usaha memberikan prospek yang menguntungkan sebagai suatu usaha komersil dan sebagai usaha yang bersifat sampingan. Paket teknologi tepat guna dapat meningkatkan produktifitas dibidang peternakan. Sisi lain adalah kesadaran masyarakat untuk bergerak di bidang peternakan. Daerah sentra produksi seperti Sidrap, Enrekang, Bantaeng, Takalar diharapkan dapat meningkatkan populasi ternak dengan sistem usaha terpadu terutama untuk memenuhi pasaran lokal (Dinas peternakan TK 1 Sulawesi Selatan).

Khususnya di kotamadya Ujung Pandang konsumsi daging mengalami penurunan. Untuk tahun 1996 konsumsi daging sebesar 2.079.869 kg/tahun. Akan tetapi pada tahun 1997 mengalami penurunan hanya mencapai 1.743.289 kg/tahun. Faktor tersebut sebagian besar disebabkan pada kemampuan daya beli masyarakat yang cenderung menurun sebagai dampak dari krisis ekonomi, juga disebabkan oleh pedagang yang mengantarpulaukan ternak dengan maksud mendapatkan keuntungan yang lebih besar (Dinas Peternakan KMUP, 1997)

Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa kotamadya Ujung Pandang diharapkan dapat memenuhi permintaan daging dari masyarakat, dengan jumlah populasi ternak yang ada baik berupa ternak lokal maupun ternak import yang memenuhi standar akan memberikan nilai ekonomis tersendiri. Peluang dan pangsa

pasar tersebut sangat membutuhkan usaha pelayanan yang kompetitif antar pedagang maupun pihak pengelola RPH dalam mencapai kebutuhan permintaan daging segar. Jumlah Populasi ternak di Potong Kotamadya Ujung Pandang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Pemotongan Ternak Ternak Sapi dan Kerbau pada RPH di Kotamadya Ujung Pandang tahun 1992-1997.

No	Tahun	Sapi	Kerbau	Jumlah
1	1992	18.695	7.490	26.185
2	1993	18.063	7.650	25.713
3	1994	18.523	13.551	32.074
4	1995	18.645	14.220	32.865
5	1996	19.019	15.017	34.036
6	1997	13.064	19.035	32.099

Sumber : Biro Pusat Statistik Sulawesi Selatan

Berdasarkan tabel 1 di atas, memperlihatkan bahwa populasi ternak sapi dan kerbau yang dipotong di RPH Tamangapa kotamadya Ujung Pandang sebagian besar sangat tergantung pada besarnya permintaan. Banyaknya ternak yang dipotong di RPH peningkatan relatif kecil untuk beberapa tahun terakhir. Untuk memenuhi permintaan daging sapi dan kerbau di kotamadya Ujung Pandang sangat dibutuhkan usaha dan

partipasi aktif antar semua pihak yang terlibat didalamnya bidang peternakan dalam menjamin tersedianya kebutuhan daging dengan peningkatan jumlah populasi ternak yang ada .

Pemasaran daging sapi dan kerbau berasal dari RPH Tamangapa kotamadya Ujung Pandang memberikan diskusi yang menarik untuk menjadi sebuah bahan penelitian . Masalah pengadaan sapi dan kerbau dan usaha pemasaran telah membentuk suatu hubungan ketergantungan yang tidak bisa dipisahkan satu dengan yang lain. Jumlah sapi dan kerbau yang akan dipotong di RPH Tamangapa sangat tergantung pada pengadaan sapi dan kerbau yang berasal dari berbagai lembaga pemasaran, jumlah kolektor dan sistem penawaran harga maupun jumlah permintaan pasar.

Perumusan Masalah

Perumusan yang mendasari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berapa besar pangsa pasar (Market Share) daging yang berasal dari Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang
2. Apakah besarnya volume daging yang dimiliki oleh masing-masing pedagang mempunyai hubungan dengan jumlah kolektor pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.

Hipotesis

Diduga bahwa terdapat hubungan antara jumlah kolektor dengan pedagang terhadap besarnya volume penjualan daging pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Market Share daging yang berasal dari Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang
2. Untuk mengetahui sejauh mana hubungan kolektor dengan pedagang terhadap volume penjualan daging pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.

Kegunaan dari Penelitian ini adalah

1. Memberikan informasi mengenai kebutuhan daging maupun hasil penjualannya yang berasal dari Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pengelolaan Rumah Potong Hewan (RPH) dalam hal pemasaran daging.

TINJUAN PUSTAKA

1. Tinjauan Umum Tentang Daging

Menurut Soeparno (1992) pengertian daging adalah semua jaringan ternak dan semua produk hasil pengolahan jaringan yang sesuai untuk dimakan serta tidak menimbulkan gangguan kesehatan bagi pemakannya, organ-organ hati, ginjal limfa dan jaringan otot termasuk daging. Daging merupakan hasil ternak yang tidak 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 dipenuhi.

Hal tersebut dijelaskan bahwa daging dari karkas memiliki beberapa kualitas sesuai dengan rangka tubuh sapi. Untuk pemasaran, penentuan kualitas sangat penting terutama untuk pemasaran hotel, restoran dan pasar swalayan. Sesuai dengan kualitas daging sapi, dapat dipilih untuk hasil olahan hidangan yang sesuai seperti : kualitas pertama adalah has luar untuk beef, steak, dan rool; kualitas kedua adalah has dalam bentuk empal, sate dan rendang; kualitas ketiga adalah pentup untuk empal, kari dan bakso, dan abon; kualitas keempat adalah pendasar gandik dan kepala untuk empal, bistik, rendang, dendeng, abon, sate daging giling, rawon dan sop; kualitas kelima adalah lamusin depan untuk beef-

steak, sate empal rendang kualitas keenam adalah paha depan untuk empal, semur, sop, kari dan abon; kualitas keembilan adalah daging iga dan sandung lemur untuk sate, sop, corned dan raos dan kualitas ke sepuluh adalah samcan untuk sop, daging, sate, corned dan rawon (Murtidjo, 1992)

Hal tersebut dipertegas oleh (Soeparno, 1992) bahwa upaya peningkatan mutu daging tidak saja terkait dengan penanganan pasca panen semata-mata, tetapi terdapat produksi dan usaha budi daya juga harus diperhatikan. Sehingga upaya-upaya peningkatan mutu daging memerlukan perbaikan dalam hal penyediaan pakan yang baik, penanganan kesehatan, manajemen bentuk dan sistem pemasarannya. Apabila salah satu aspek ini terganggu maka aspek-aspek lainnya terganggu. Lebih lanjut dikatakan khususnya untuk penanganan pasce panen, agar daging mempunyai nilai gizi yang baik, tetapi sehat dan memenuhi persyaratan sampai ke tangan konsumen harus melalui tahap pemeriksaan, yaitu tahap pengawasan kesehatan ternak meliputi kegiatan penyembelihan, peristirahatan ternak untuk memulihkan kondisi sampai dipotong, proses pemotongan yang meliputi kegiatan penyembelihan dan kegiatan pemeriksaan kesehatan daging serta pelayuan/penitirisan agar darah yang ada dalam tubuh habis keluar. Tahap pengangkutan ke tempat penyimpanan yang kegiatan menyangkut/memindahkan daging Rumah Potong Hewan ke alat pengangkutan ke tempat penyimpanan/penjualan. Sedangkan tahap terakhir adalah sampai ketangan

konsumen yang kegiatannya mengolah daging menjadi berbagai macam jenis daging olahan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai daging sapi yang dipotong yakni presentase karkas, berat karkas, klasifikasi karkas, kandungan lemak dan beberapa faktor lain seperti bangsa sapi jenis pakan, jenis kelamin dan lain-lain. Untuk keperluan konsumsi, mutu daging yang baik sangat diutamakan. Mutu daging yang baik biasanya hanya sekitar 40 % dari berat hewan secara keseluruhan dan sekitar 70 % dari berat karkas (Kanisius, 1993).

Menurut Bandini (1997) kualitas daging sangat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi genetik, umur, jenis kelamin dan kesehatan ternak. Adapun faktor eksternal meliputi pakan ternak, perlakuan sesaat sebelum disembelih, kebersihan tempat dan alat-alat penyembelihan kebersihan alat angkut, kondisi daging, personal yang berhubungan dengan daging, perlakuan di dapur sampai pada penyajian di meja makan.

2. Rumah Potong Hewan

Rumah Potong Hewan adalah bangunan kompleks dengan desain tertentu yang digunakan sebagai tempat memotong hewan selain unggas bagi konsumsi masyarakat luas dan merupakan unit/sarana pelayanan masyarakat dalam penyediaan daging sehat (Anonim, 1990)

konsumen yang kegiatannya mengolah daging menjadi berbagai macam jenis daging olahan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai daging sapi yang dipotong yakni presentase karkas, berat karkas, klasifikasi karkas, kandungan lemak dan beberapa faktor lain seperti bangsa sapi jenis pakan, jenis kelamin dan lain-lain. Untuk keperluan konsumsi, mutu daging yang baik sangat diutamakan. Mutu daging yang baik biasanya hanya sekitar 40 % dari berat hewan secara keseluruhan dan sekitar 70 % dari berat karkas (Kanisius, 1993).

Menurut Bandini (1997) kualitas daging sangat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi genetik, umur, jenis kelamin dan kesehatan ternak. Adapun faktor eksternal meliputi pakan ternak, perlakuan sesaat sebelum disembelih, kebersihan tempat dan alat-alat penyembelihan kebersihan alat angkut, kuis daging, personal yang berhubungan dengan daging, perlakuan di dapur sampai pada penyajian di meja makan.

2. Rumah Potong Hewan

Rumah Potong Hewan adalah bangunan kompleks dengan desain tertentu yang digunakan sebagai tempat memotong hewan selain unggas bagi konsumsi masyarakat luas dan merupakan unit/sarana pelayanan masyarakat dalam penyediaan daging sehat (Anonim, 1990)

Lebih lanjut dikemukakan bahwa mengacu kepada Keputusan Menteri Pertanian No.555 Tahun 1986 tentang Syarat-Syarat RPH dan usaha Pemotongan Ternak RPH berdasarkan kelengkapan lahan, bangunan, fasilitas dan radius distribusi produknya dibagi atas 4 kelas, yaitu :

- 1). Kelas A, yaitu usaha pemotongan hewan untuk penyediaan daging kebutuhan ekspor
- 2). Kelas B, yaitu usaha pemotongan untuk penyediaan daging kebutuhan antar Propinsi Daerah Tingkat I.
- 3) Kelas C, yaitu usaha pemotongan hewan untuk penyediaan daging kebutuhan di dalam wilayah Kabupaten / Kotamadya Daerah Tingkat II di dalam suatu Propinsi Daerah Tingkat I.
- 4). Kelas D, yaitu usaha pemotongan hewan untuk penyediaan daging kebutuhan di dalam wilayah Kabupaten/ Kotamadya Daerah Tingkat II yang bersangkutan dan
- 5) Satu non kelas (Tempat Potong Hewan)

Sarana dan Parasana yang dimiliki Rumah Potong Hewan baik yang dikelola oleh Swasta maupun oleh pemerintah diharuskan memiliki tempat penampungan ternak sebelum disembelih, tempat penimbangan, tempat pemotongan dan tempat pendinginan (cold storage), sarana ini bertujuan untuk mempertahankan kesegaran daging yang akan dipasarkan (Ibrahim 1992).



Menurut Anonim (1992) bahwa Rumah Potong Hewan merupakan unit/sarana pelayanan masyarakat dalam penyediaan daging sehat, berfungsi sebagai tempat pemotongan hewan secara benar, tempat pemeriksaan hewan sebelum dan sesudah dipotong untuk mencegah penularan penyakit dari hewan ke manusia, tempat mendeteksi dan memonitor penyakit hewan, melaksanakan pengendalian pemotongan hewan besar bertanduk yang masih produktif.

Selanjutnya Hatamarrasjid (1995) mengemukakan berkaitan dengan fungsi utama Rumah Potong Hewan adalah untuk menghasilkan daging yang sehat, aman dikonsumsi Rumah Potong Hewan yang juga berfungsi untuk mendeteksi penyakit ternak. Dari fungsi Rumah Potong Hewan ini jelas sangat berperan untuk memacu pertumbuhan usaha ternak potong dan juga sebagai pengendali harga ternak dan daging, bila rumah potong hewan dapat mengendalikan stok ternak potong ataupun daging.

3 . Pengertian Pemasaran

Marketing dapat didefinisikan pada konteks yang berbeda, namun pada prinsipnya sama yaitu bagaimana menghantarkan produk yang dihasilkan produsen sampai pada tangan konsumen pada posisi yang sama tidak dirugikan. Namun karena situasi dan kondisi yang berbeda apakah itu kondisi sosial, ekonomi dan politik, maka yang diperlukan oleh pengusaha adalah bagaimana menciptakan kondisi pemasaran yang efektif (Soekartawi, 1993)]

Selanjutnya Kotler (1993) mengatakan bahwa pemasaran didefinisikan sebagai suatu usaha manusia yang melalui proses mengalirnya barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya melalui pertukaran.

Seperti halnya Downey and Erikson (1992) mengatakan bahwa pemasaran dapat didefinisikan sebagai telah terhadap aliran produk secara fisis dan nonfisis, dari produsen melalui perdagangan perantara ke konsumen. Pemasaran melibatkan banyak kegiatan yang berbeda, yang menambah nilai produk pada saat produk bergerak melalui sistem tersebut.

Pemasaran adalah sistem dari keseluruhan kegiatan yang merencanakan, menentukan harga, mempromosikan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun yang potensial (Swastha dan Sukotjo, 1993)

Demikian halnya Musselman dan Jakson (1993) Pemasaran adalah pelaksanaan dari kegiatan dunia usaha yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Defenisi ini menunjukkan bahwa pemasaran meliputi kegiatan-kegiatan seperti perdagangan, promosi, penentuan harga, penjualan dan transportasi.

Secara teoritis bahwa luas pasar menyangkut pembelian barang konsumsi, yaitu semua warga penduduk yang konsekwensinya jumlah konsumen potensial

barang konsumsi besar dan tersebar luas di daerah pelosok. Di dalam praktek keadaannya tidak demikian. Harga barang, tingkat penghasilan penduduk, tingkat kesukaan dan ketidaksukaan individual, membatasi konsumen nyata dari barang.

Kadaan ini pun menyebabkan pasar barang konsumsi harus dibagi dalam sektor pasar tersebut. Barang industrial selalu mempunyai konsumen yang lebih sedikit jumlahnya, tetapi daya beli individual biasanya lebih besar (Wilson, 1992).

Salah satu kelemahan dalam hal pemasaran di Indonesia adalah kurangnya pengertian dalam bidang pemasaran seperti pembelian, penjualan, penyebaran dan pengangkutan sering tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan sehingga efisiensi pemasaran menjadi lemah (Soekartawi, 1993).

Masalah pemasaran ini merupakan salah satu dari sekian banyak masalah yang dihadapi perusahaan sehari-hari, karena produsen kemudian diharapkan pada masalah bagaimana menjual atau memasarkan hasil produk agar uang yang telah diinvestasikan segera kembali sebab akan sia-sia segala upaya produsen mencari, menemukan kemudian menerapkan metode baru dalam proses produksi apabila tidak disertai dengan kemampuan menjual yang memadai. Lebih lanjut dikatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana perorang atau kelompok yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembauran dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain (Kotler, 1994)

4 Analisa Pangsa Pasar (Market Share)

Market share adalah bagian permintaan pasar yang mampu dilayani perusahaan yaitu dengan membandingkan antara hasil penjualan dengan permintaan pasar terhadap barang sejenis (Swastha dan Irawan, 1990).

Dengan analisa market share dapat diketahui prestasi hasil penjualan gagal menyaingi saingan sehingga penjualan relatif kecil terhadap persaingan. Kemungkinan saja penjualan perusahaan meningkat, tetapi peranannya dipasar yang tercermin dalam share pasar menurun. Hal ini memungkinkan terjadi apabila tingkat penambahan permintaan atau penjualan dari industri. Apabila share pasar perusahaan ini menghadapi penurunan total share dikuasai oleh mereka. Hal ini belum berarti salah satu pesaing perusahaan mempunyai share pasar yang menurun, kemungkinan perusahaan pesaing akan menghadapi hal yang sama dengan perusahaan (Assauri, 1990).

Langkah pertama yang digunakan dalam analisa pangsa pasar adalah mendefenisikan pengukuran pangsa pasar mana yang akan digunakan. Empat alat pengukuran yang berbeda dapat digunakan, antara lain: Pangsa pasar keseluruhan, pangsa pasar yang dilayani, pangsa pasar yang relatif (terhadap pesaing utama), dan pangsa pasar relatif terhadap pesaing utama. Pangsa pasar keseluruhan adalah penjualan yang dinyatakan sebagai persentase dari penjualan pasar total. Pangsa pasar yang dilayani adalah penjualannya yang dinyatakan sebagai persentase total

penjualan terhadap pasar yang dilayaninya. Pasar yang dilayani adalah semua pembeli yang dapat dan ingin membeli produknya. Pangsa pasar yang relatif untuk tiga pesaing puncak adalah penjualan sebagai persentase dari penjualan gabungan tiga pesaing besar. Pangsa pasar relatif terhadap pesaing pemimpin artinya bahwa perusahaan melihat pangsa sebagai pesaing pemimpin. Setelah hal tersebut diketahui maka pangsa keseluruhan secara normal adalah ukuran yang paling cocok karena hanya membutuhkan penjualan industri total, dan ini semua sering tersedia dalam data dari pemerintah, atau publikasi perhimpunan perdagangan (Kotler, 1993). dikatakan pula bahwa cara yang berguna untuk menganalisa gerakan pangsa pasar dinyatakan dalam empat komponen yaitu penetrasi pelanggan, kesetiaan pelanggan, pemelihan pelanggan dan pemilihan harga.

Perusahaanya yang menambah pangsa pasarnya umumnya mengungguli pesaing dalam tiga aspek : aktifitas produk baru, mutu produk dan pengeluaran pemasaran. Perusahaan yang pangsa pasarnya meningkat biasanya menambahkan dan mengembangkan lebih banyak produk baru. Perusahaan yang meningkat mutunya lebih dari pesaingnya berhasil memperoleh peningkatan pangsa pasar yang lebih besar dari pada yang mutunya tetap atau menurun. Perusahaan yang menambah pengeluaran pemasarannya lebih dari tingkat pertumbuhan pasar umumnya menambah pangsa pasar. Penambahan pengeluaran untuk wiraniaga efektif pada pasar niaga dan pasar konsumen Penambahan pengeluaran iklan lebih

efektif untuk pasar konsumen. Penambahan pengeluaran promosi penjualan lebih efektif untuk semua jenis perusahaan Perusahaan yang menurunkan harga lebih dari pesaingnya tidak banyak naik pangsa pasarnya. Cukup banyak pesaing yang menurunkan harganya atau menawarkan mamfaat lain untuk pembeli, sehingga tidak banyak pembeli yang beralih keperusahaan lain (Kotler, 1995).

Ukuran terpenting lain prestasi pemasaran adalah pangsa pasar. Ini merupakan ukuran bermamfaat karena memberikan prestasi perusahaan dengan pretasi dari pesaing lain dalam pasar perusahaan yang tidak memperoleh pengukuran ini, walaupun perkiraan berada dalam kegelapan. dalam pasar yang lebih besar diatas dilaporkan kepada anak perusahaan lain, kalau penjualannya cukup signifikan berdasarkan pada produk demi produk. Data pangsa pasar dalam perusahaan yang lebih kecil sering kali tidak tersedia karena pasar yang lebih kecil sering kali tidak tersedia karena pasar tidak cukup bersarat untuk menjadikan alasan pengembangan jasa audit pemasaran komersil independen. Dalam pasar yang lebih kecil mungkin seorang manajer lokal atau agen dapat menyembunyikan posisi pasar atau pangsa pasar yang merosot di balik penjualan dan pendapatan absolut (Keegan,1996).

5 Saluran Pemasaran

Menurut Winardi (1990), bahwa organisasi-organisasi perniagaan yang menspesialisasikan diri untuk melaksanakan transfer hak milik antar para produsen

dan konsumen dikenal sebagai badan-badan perantara. Fungsi-fungsi pokok badan-badan demikian adalah membeli atau menjual ataupun dalam hal mentransfer hak antara pembeli dan penjual.

Hal tersebut diperjelas oleh (Tjiptono, 1995) bahwa lembaga tata niaga atau perantara merupakan orang atau perusahaan yang menghubungkan aliran barang dari produsen dan konsumen industrial. Produsen dan konsumen dalam hal ini dihubungkan dengan kegiatan pembelian barang yang dihasilkan produsen kepada konsumen

Hal yang sama dijelaskan oleh (Kotler, 1995) bahwa dari segi sistem ekonomi, peran dasar perantara pemasaran adalah mengubah persediaan yang bersifat heterogen menjadi berbagai macam barang yang ingin di beli orang. Perantara melancarkan arus barang dan jasa yang dihasilkan produsen dan berbagai macam barang yang diminta konsumen. Keidaksesuaian ini timbul dari kenyataan bahwa produsen biasanya menghasilkan sejumlah besar barang dengan variasi terbatas, sedangkan konsumen biasanya hanya menginginkan jumlah terbatas dari berbagai jenis barang

Selanjutnya dikatakan bahwa keputusan mengenai saluran pemasaran merupakan salah satu keputusan paling kritis dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih perusahaan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran lainnya. Penetapan harga perusahaan sangat tergantung apakah menggunakan pedagang massal atau

butik berkualitas tinggi. Lebih lanjut dikatakan bahwa sistem distribusi adalah sumber daya internal yang utama . Biasanya perlu betahun-tahun untuk membangunnya, dan tidak dapat diubah dengan mudah. Sistem ini sama penting dengan sumber daya internal utama lainnya seperti proses produksi, riset, rekayasa, dan personil penjualan serta fasilitas lapangan Kotler (1995)

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dari Pebruari sampai dengan Maret 1999 di lokasi Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang .

Lokasi ini dipilih secara purposive, karena lokasi ini merupakan pusat pemotongan hewan yang terbesar di Kotamadya Ujung Pandang

Metode Pengambilan Data

Penelitian ini merupakan Action Research, dimana data primer diperoleh berdasarkan wawancara langsung dengan pihak pedagang sapi dan kerbau (Punggawa Pemotong) dan para kolektor berdasarkan banyaknya ternak yang dipotong. sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas Peternakan TK II Ujung Pandang.

Analisa Data

Untuk analisa data dalam penelitian ini memakai alat analisis antara lain :

- **Analisa Market Share** yaitu (penjualan daging per unit usaha) dibandingkan Total Keseluruhan penjualan daging RPH Kotamadya Ujung Pandang . Adapun bentuk dari rumus tersebut adalah :

$$\text{Market Share} = \frac{\text{Penjualan Daging Per unit usaha}}{\text{Total Keseluruhan Penjualan Daging RPH}} \times 100 \%$$

{Assauri ,1990)

- Untuk mengetahui pengaruh kolektor terhadap volume penjualan daging digunakan regresi linear sederhana, sebagai berikut:

$$y = a + bx + e$$

dimana :

y = Volume Penjualan Daging (kg)

x = Jumlah kolektor

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Kesalahan pengganggu (error) (Supranto, 1983)

- Untuk menentukan nilai a dan b maka digunakan bentuk persamaan sebagai berikut

$$b = \frac{n\sum XiYi - \sum Xi\sum Yi}{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

$$a = (\sum Yi - b \sum Xi) / n$$

- Untuk mengetahui besarnya hubungan ketergantungan antara kolektor dengan pedagang terhadap volume penjualan daging dapat digunakan analisa korelasi (Sudjana, 1992)

$$r = \frac{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan :

X_i = Variabel bebas (Jumlah Kolektor)

Y_i = Variabel tak bebas (Volume daging)

Konsep Operasional

Sebagai landasan penelitian ini, maka dipergunakan pengertian sebagai berikut:

1. Pangsa pasar adalah besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dalam persentase
2. Pemasaran adalah semua bagian yang bertujuan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen secara efektif dalam maksud menciptakan permintaan
3. Market share daging adalah penjualan daging per unit usaha dibandingkan dengan Total keseluruhan Penjualan daging RPH Kotamadya Ujung Pandang yang dinyatakan dengan persentase.
4. Kolektor adalah orang yang terlibat secara langsung dalam suatu rantai kerjasama dengan punggawa pemotong untuk pembelian daging sapi dan kerbau
5. Hubungan keterkaitan antara variabel X dan Y yang mana keeratannya ditentukan oleh kuat lemahnya nilai korelasi.
6. Harga penjualan adalah harga yang diterima lembaga perantara dari konsumen atau lembaga perantara sebelumnya
7. Harga pembelian adalah harga yang harus dibayar oleh lembaga perantara ke produsen atau ke lembaga perantara sebelumnya
8. Daging adalah karkas/semua jaringan ternak sapi dan kerbau yang dipotong dan semua produk hasil pengolahan jaringan yang sesuai untuk dimakan serta tidak

Konsep Operasional

Sebagai landasan penelitian ini, maka dipergunakan pengertian sebagai berikut:

1. Pangsa pasar adalah besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dalam persentase
2. Pemasaran adalah semua bagian yang bertujuan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen secara efektif dalam maksud menciptakan permintaan
3. Market share daging adalah penjualan daging per unit usaha dibandingkan dengan Total keseluruhan Penjualan daging RPH Kotamadya Ujung Pandang yang dinyatakan dengan persentase.
4. Kolektor adalah orang yang terlibat secara langsung dalam suatu rantai kerjasama dengan punggawa pemotong untuk pembelian daging sapi dan kerbau
5. Hubungan keterkaitan antara variabel X dan Y yang mana keeratannya ditentukan oleh kuat lemahnya nilai korelasi.
6. Harga penjualan adalah harga yang diterima lembaga perantara dari konsumen atau lembaga perantara sebelumnya
7. Harga pembelian adalah harga yang harus dibayar oleh lembaga perantara ke produsen atau ke lembaga perantara sebelumnya
8. Daging adalah karkas/semua jaringan ternak sapi dan kerbau yang dipotong dan semua produk hasil pengolahan jaringan yang sesuai untuk dimakan serta tidak

menimbulkan gangguan kesehatan bagi yang memakannya, setelah dibersihkan dari darah, kepala, kulit, keempat bagian kaki, isi rongga dada dan rongga perut .

9. Daging sapi yang dihasilkan oleh RPH Tamangapa yang dipotong pada saat belum mengalami pengolahan
10. Daging kerbau segar adalah daging kerbau yang dihasilkan oleh RPH Tamangapa yang belum mengalami pengolahan.
11. "Punggawa Pemotong" adalah orang atau suatu unit yang membeli sapi dan kerbau dari produsen dengan maksud mengumpulkan untuk di jual kembali

KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

a. Sejarah Umum Perusahaan

Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa adalah rumah potong hewan milik Pemerintah Daerah Kotamadya Ujung Pandang yang didirikan pada tanggal 27 Mei 1991. Rumah Potong Hewan ini merupakan salah satu tempat pemotongan yang terbesar di kotamadya Ujung Pandang

Berdasarkan perusahaan daerah tersebut, tujuan pendirian rumah potong hewan adalah untuk menunjang kebijaksanaan pemerintah daerah kotamadya Ujung Pandang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama pemenuhan kebutuhan daging

Untuk memenuhi permintaan daging kotamadya Ujung Pandang maka pengelola rumah potong hewan berkewajiban memproduksi daging yang sehat dan halal bagi masyarakat serta setiap saat selalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Tugas pokok dari rumah potong hewan adalah; penyediaan dan penampungan ternak potong, melaksanakan pemotongan hewan, menyediakan tempat penyimpanan daging, pendistribusian, pengangkutan serta pemasaran daging beserta hasil ikutannya serta usaha-usaha lain yang ditetapkan oleh pemerintah daerah kotamadya Ujung Pandang. Dengan mengacu pada peran RPH sebagai tempat pemotongan

KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

a. Sejarah Umum Perusahaan

Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa adalah rumah potong hewan milik Pemerintah Daerah Kotamadya Ujung Pandang yang didirikan pada tanggal 27 Mei 1991. Rumah Potong Hewan ini merupakan salah satu tempat pemotongan yang terbesar di kotamadya Ujung Pandang

Berdasarkan perusahaan daerah tersebut, tujuan pendirian rumah potong hewan adalah untuk menunjang kebijaksanaan pemerintah daerah kotamadya Ujung Pandang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama pemenuhan kebutuhan daging

Untuk memenuhi permintaan daging kotamadya Ujung Pandang maka pengelola rumah potong hewan berkewajiban memproduksi daging yang sehat dan halal bagi masyarakat serta setiap saat selalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Tugas pokok dari rumah potong hewan adalah; penyediaan dan penampungan ternak potong, melaksanakan pemotongan hewan, menyediakan tempat penyimpanan daging, pendistribusian, pengangkutan serta pemasaran daging beserta hasil ikutannya serta usaha-usaha lain yang ditetapkan oleh pemerintah daerah kotamadya Ujung Pandang. Dengan mengacu pada peran RPH sebagai tempat pemotongan

hewan untuk penyediaan daging Kotamadya Ujung Pandang, maka Rumah Potong Hewan Tamangapa masuk dalam kategori C yaitu usaha pemotongan hewan untuk penyediaan daging kebutuhan di dalam wilayah kabupaten/ kotamadya daerah Tk II didalam suatu propensi daerah Tk I

Semakin meningkatnya populasi penduduk, jumlah permintaan daging segar juga semakin bertambah. Hal ini menuntut kepada pihak pengelola RPH ataupun pemerintah daerah setempat harus menyaipak fasilitas pendukung dengan sistem pemotongan yang moderen. Dalam upaya membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat petani peternak, Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa menjalin kerjasama dengan petani peternak, para pedagang serta koperai didaerah dalam rangka pengadaan ternak potong

Sarana pemotongan ini, terletak di kelurahan Tamangapa, kecamatan Panakukang yang berada kurang lebih 10 km dari pusat perkotaan. Wilayah ini sangat strategi karena tidak terlalu jauh dari pusat kota dan dari sisi pembuangan limbah jauh dari pencemaran lingkungan.

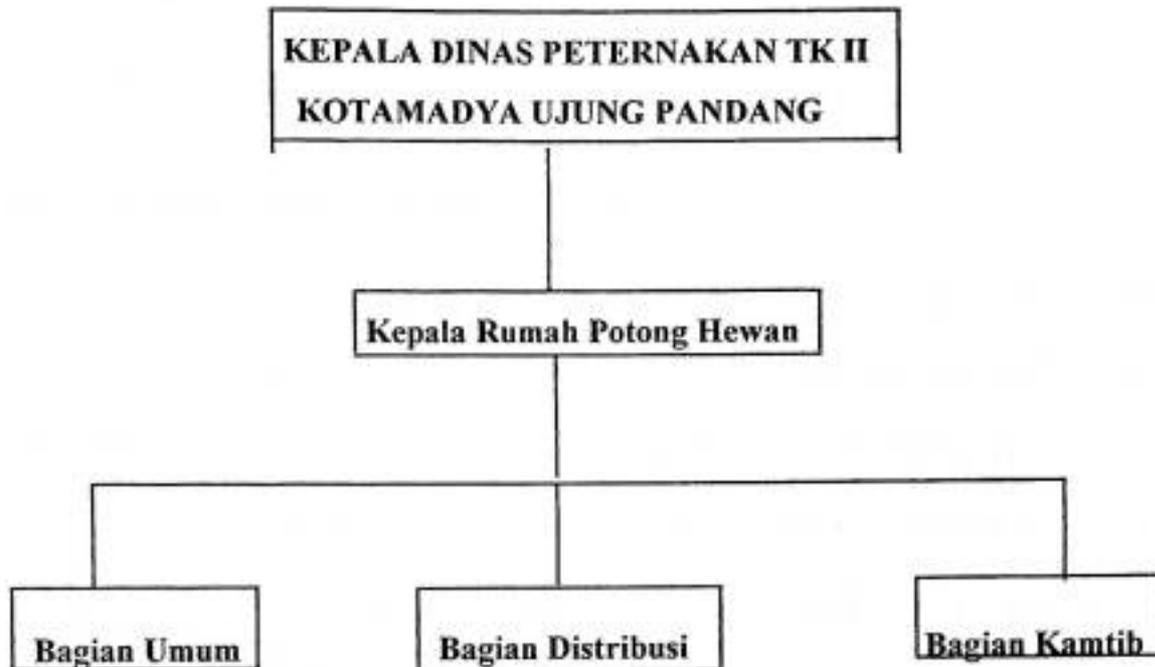
b Struktur Organisasi

Struktur organisasi dari uraian tugas Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa berdasrkan intruksi Kotamadya Ujung Pandang . Berdasrkan Struktur Organisasnya pada Rumah Potong Hewan (RPH) Terdiri dari :



1. Kepala Dinas Peternakan adalah penanggung jawab semua kegiatan pemerintahan daerah khususnya dibidang peternakan
2. Kepala RPH sebagai penanggung jawab langsung dalam penanganan satuan pengawasan interen, bidang program dan bidang penertiban serta melakukan dan melaporkan seluruh kegiatan operasional seluruh kegiatan di RPH.
3. Bagian umum adalah penanggung jawab terhadap seluruh kegiatan administrasi, arsip-arsip surat penting, pemberi informasi jumlah pemotongan, serta kegiatan umum lainnya.
4. Bagian Distribusi adalah penanggung jawab terhadap ketersediaan armada angkutan, kegiatan di ruang penyimpanan daging .
5. Kepala Bagian Kamtib adalah penanggung jawab atas keamanan dan ketertiban di lingkungan RPH Tamangapa.

**STRUKTUR ORGANISASI RUMAH POTONG HEWAN
KOTAMADYA UJUNG PANDANG**



**Gambar 1. Struktur Organisasi Rumah Potong Hewan (RPH)
Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.**

c. Luas dan Letak Perusahaan

Luas lahan yang dimiliki oleh perusahaan ini adalah 1,5 ha, lahan ini dimanfaatkan untuk kantor, rumah peribadatan dan rumah karyawan, holding ground dan gedung tempat pemotongan.

Secara geografis Rumah Potong Hewan terletak di kelurahan Tamangapa, Kecamatan Panakukang Kotamadya Ujung Pandang di batasi oleh :

Sebelah Utara dengan Kelurahan Manggala

Sebelah Selatan dengan Kelurahan Samata Kabupaten Gowa

Sebelah Barat dengan Kelurahan Bangkala

Sebelah Timur dengan Desa Pacclekang Kabupaten Gowa

d. Tenaga Kerja dan Tingkat Pendidikan

Salah satu faktor yang sangat menentukan dalam proses pengembangan untuk mencapai kinerja yang baik, terutama dalam penyediaan dan pemasaran daging adalah tingkat pendidikan dan tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan.

Keadaan jumlah dan tenaga kerja pada Rumah Potong Hewan Tamangapa adalah sebanyak 6 orang termasuk seorang Kepala Rumah Potong Hewan, Dokter hewan, Bagian Administrasi dan Bagian Kamtibmas.

Dari hasil penelitian menunjukkan tingkat pendidikan para karyawan yang bertugas di Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa bervariasi. Dari tingkat Pendidikan Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Umum, dan Perguruan Tinggi

f. Tata Cara Pemotongan Hewan

Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa dalam melaksanakan aktifitasnya, memotong sapi milik pedagang, industri dan perusahaan peternakan maupun pengelola daging. Ternak yang diotong pada umumnya berasal dari pedagang yang diperoleh dari beberapa daerah. Agar daging yang beredar dan dikonsumsi masyarakat

terjamin kesehatan dan kehalalannya, pemerintan menetapkan pemotongan hewan harus berasal dari RPH, kecuali untuk kepentingan agama adat istiadat dapat dilakukan diluar RPH.

Rumah Potong Hewan (RPH) peyembelian hewan harus dilakukan dengan fatwa MUI yaitu :

1. Mengucapkan kalimat syahadat
2. Melakukan dengan menggunakan pisau tajam
3. Dilaksanakan oleh juru sembelih beragama islam
4. Dapat dilakukan dengan pemingsanan atau tidak dengan pemingsanan.

Adapun kegiatan operasional RPH Sapi/Kerbau dapat dibedakan atas beberapa tahap :

1 Pra Pemotongan

- Ternak sapi dan kerbau yang didatangkan terlebih dahulu ditampung, umumnya sekurang-kurangnya 12 jam sebelum pemotongan . Umumnya pemilik ternak mengistirahatkan 1 hari. Hal ini sangat penting karena ternak ang tenang pada saat pemotongan, menghasilkan daging yang empuk. Karena saat pemotongan ternak tidak terlalu banyak bergerak sehingga terjadi mobilisasi glikogen dengan demikian sistem peredaran darah mampu mentransformasikan timbunan asam laktat dari otot, dan akhirnya mencegah kekuatan otot seh pemilik ternak

2. Tahap Pemotongan

- Dalam ruang box stunting, secara otomatis lempengan akan menempel dimoncong sapi, setelah ruangan box stunting tertutup dan menekan ternak untuk tidak banyak bergerak. Akan tetapi metode yang dilaksanakan pada Rumah Potong Hewan (RPH) menggunakan cara yang masih bersifat tradisional dengan masing-masing bagian kaki dan leher diikat, setelah ternak agak tenang kemudian ternak disembelih oleh pemotong khusus sembelih.

3. Setelah Pemotongan

- Bila ternak benar-benar mati, dengan alat bliding hoist ternak digantung diconveyer, agar darahnya dapat keluar sebanyak mungkin, juga untuk merenggangkan otot (gaya berat karkas) sehingga daging lebih empuk. Kemudian untuk mempercepat darah keluar dan melemaskan otot yang kaku maka ternak di beri aliran listrik oleh alat elektrik stimulation. Proses yang dilakukan di RPH Tamangapa setelah ternak di potong adalah seluruh bagiannya dikuliti kemudian dipisahkan bagian karkasnya. Isi perut dikeluarkan dan dibersihkan di tempat khusus. Setelah semua proses selesai dilaksanakan daging tersebut ditimbang dan segera dipasarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Derkripsi Responden

Responden adalah mereka yang terlibat secara langsung dalam hal penyediaan daging sapi dan kerbau pada RPH Tamangapa. Responden sebanyak 11 orang adalah mereka yang terus menerus mensuplai daging sapi dan kerbau pada RPH Tamangapa. Kehadiran responden ini sangat menentukan besar kecilnya pemasaran daging sapi dan kerbau khusus untuk Kotamadya Ujung Pandang. Responden ini memiliki mitra kerja yang luas dan tersebar ke beberapa daerah maupun antara propinsi dalam pemasaran daging sapi dan kerbau .

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan responden dapat diketahui jumlah daging sapi dan kerbau yang dapat dipasarkan oleh responden dengan skala waktu perhari, perbulan maupun pertahun. Disisi lain dapat pula diketahui bahwa setiap responden memiliki kolektor dan pedagang perantara yang mempermudah jalur pemasaran daging. Akan tetapi kolektor ataupun pedagang perantara memiliki sistem kerja yang tidak terikat dalam hal penawaran harga terhadap responden. Keberadaan kolektor atau pedagang perantara memiliki peran yang sangat penting terhadap kesinambungan pemotongan hewan pada RPH Tamangapa.

Berdasarkan tingkat kemampuan usaha para responden dan pedagang yang terlibat didalamnya, berarti sudah dapat diketahui jumlah kolektor dan pedagang perantara serta peran yang tidak terpisahkan antara kolektor dengan pedagang terhadap besarnya volume penjualan daging. Selain hal tersebut diatas kesinambungan usaha

pemotongan hewan pada RPH Tamangapa dapat juga dipengaruhi oleh pengalaman berusaha, jaringan mitra kerja serta besarnya jumlah permintaan daging dari konsumen. Semakin lama berusaha dalam pemasaran dan penyediaan daging pada RPH Tamangapa maka semakin mempermudah jaringan bisnisnya. Dari data yang terlihat bahwa setiap responden rata-rata memiliki 2-3 kolektor. Jumlah tersebut sangat menurun mengingat semakin terbatas permintaan konsumen terhadap daging. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel berikut ini

Tabel 9. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan, Umur dan Jumlah Kolektor pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.

No	Responden	Tingkat Pendidikan	Umur (Tahun)	Jumlah Kolektor
1	Haji Bahtiar	SMA	43	4
2	Haji Suddin	SMP	40	3
3	Syarif	SMA	39	3
4	Haji Tahir	SMP	45	2
5	Haji Damming	Sarjana	35	3
6	Herul	SMP	38	1
7	Haji Naba	SMP	41	2
8	Haji Rowa	SMP	44	1
9	Haji Usman	SMA	43	2
10	Haji Nai	SMP	40	2
11	Udin	SMA	41	2

Sumber : Data Primer Hasil Wawancara Responden, 1999

Dari tabel tersebut dijelaskan pula, bahwa tingkat pendidikan responden adalah rata-rata tamat SMP dan SMA dengan persentase 75 % dan selebihnya itu, telah menempuh pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi. Dengan jenjang pendidikan yang

sudah meningkat, akan memberikan prospek yang bagus dalam hal pengelolaan usaha. Sedangkan pengalaman berusaha pada RPH Tamangapa adalah sekitar 5 - 10 tahun. Lama berusaha tersebut terbagi dalam dua tahap yaitu tahap pertama adalah responden yang sudah lama berusaha dalam hal penyediaan dan pemasaran daging sebelum RPH Tamangapa berdiri. Sedangkan tahap kedua setelah adanya RPH Tamangapa sehingga para pedagang terlibat didalamnya, Semakin tinggi usia penduduk terutama pada tingkat usia produktif maka tingkat kemampuan dalam pengelolaan berusaha semakin tinggi pula. Pada umumnya umur responden tergolong usia produktif rata-rata 35 - 45 tahun.

Analisa Pangsa Pasar (Market Share)

a. Analisa Market Share Daging

Market Share Daging di RPH Tamangapa dapat diketahui dengan membandingkan hasil penjualan daging RPH Tamangapa terhadap total penjualan daging Kotamadya Ujung Pandang dikali 100 %. Dengan menggunakan analisa market share dapat diketahui sejauh mana kemampuan usaha pemotongan hewan dalam hal ini Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa dalam hal memenuhi kebutuhan rill daging di Kotamadya Ujung Pandang, khususnya daging sapi dan kerbau. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Kotler (1990) bahwa market share merupakan bagian permintaan atau kebutuhan pasar yang mampu dilayani oleh perusahaan. Market share masing-masing perusahaan akan berbanding dengan segala bahagian pemasaran. Market share yang lebih besar akan cenderung menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi. Untuk lebih jelasnya nilai market share daging RPH Tamangapa dapat dilihat pada tabel pada tabel berikut :

Tabel 10. Market Share Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang

Tahun	Penjualan Daging RPH Tamangapa (kg)	Total Penjualan Kotamadya Ujung Pandang (kg)	Market Share (%)
1993	4.020.257	4.179.985	96,78
1994	4.524.281	4.605.982	98,23
1995	3.082.500	3.321.798	92,79
1996	3.372.120	3.583.570	94,09
1997	2.725.321	3.161.055	86,21

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Tabel 10. di atas menunjukkan bahwa penjualan daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang 1993 sampai tahun 1994 semakin meningkat yaitu dari 4.020.257 kg menjadi 4.524.281 kg. Namun pada tahun 1995 sampai tahun 1997 hasil penjualannya mengalami penurunan secara drastis. Pada tahun 1997 penjualan mencapai titik terendah 2.725.321 kg. Dampak dari hal tersebut, penjualan daging RPH Tamangapa akibatnya market share-nya rillnya berfluktuasi. Adapun faktor-faktor penyebabnya berfluktuasi market share rillnya tersebut tergantung jumlah permintaan daging dari pasar. Semakin besar permintaan semakin besar daging yang akan disalurkan dari RPH Tamangapa yang tentunya mempengaruhi total produksi daging yang dihasilkan. Besarnya permintaan ini harus sesuai dengan kesepakatan harga. Hal ini terjadi karena perubahan harga jual daging lebih banyak disebabkan oleh faktor penawaran dan permintaan. Ini sejalan pendapat Saefuddin dan Hanafiah (1986) yang mengatakan bahwa faktor yang sangat menentukan tingkat harga suatu barang adalah tingkat harga umum.

Faktor penyebab lainnya adalah krisis ekonomi yang berkepanjangan . Sebagai gambaran dapat diketengahkan bahwa krisis ekonomi telah mengakibatkan cobaan berat bagi sektor ekonomi termasuk sektor peternakan. Gejolak monoter dimulai pada bulan Juli 1997, segera terasa pengaruhnya bagi peternak besar dalam bentuk kenaikan biaya produksi dan biaya pemeliharaan. Harga daging yang melonjak naik menyebabkan daya beli masyarakat semakin berkurang. Kecenderungan tersebut semakin diperparah dengan harga yang tidak menetap menyebabkan konsumsi daging semakin terbatas jumlahnya. Kebijakan riil pemerintah tentang import daging dalam paket import ternak sapi dari negara pengeksport seperti India dan negara-negara tetangga lainnya, menyebabkan terjadinya pergeseran harga daging. Pasaran daging lokal dalam negeri dengan standarisasi harga tinggi senantiasa mengikuti perubahan harga dengan masuknya daging import.

Dampak dari hal tersebut, menyebabkan market share daging “Pemotong” juga mengalami fluktuasi. Peran ini semakin dipersulit dengan meningkatnya biaya untuk menjalankan pengelolaan usaha, terutama kesinambungan produksi penjualan daging RPH Tamangapa. Berfluktuasinya market share daging Punggawa Pemotong sebagian besar diakibatkan oleh manajemen usaha pada tingkat permodalan , sehinggah bagi kelompok ” Pemotong” yang tidak memiliki modal yang cukup dalam mengelola usahanya terpaksa mengalami penurunan penjualan daging. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat market share daging masing-masing punggawa pemotong RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang pada tabel berikut ini :

Tabel 11. Market Share Penjualan Daging “ Pemetong” RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang Bulan Pebruari - Maret 1999

No	Nama Pedagang	Volume Penjualan Daging	Market Share
1	Haji Bahtiar	1500	13,43
2	Haji Suddin	1225	10,97
3	Syarif	1150	10,3
4	Tahir	940	8,4
5	Haji Damming	1500	13,43
6	Herul	750	6,71
7	Naba	925	8,28
8	Haji Rowa	800	7,16
9	Haji Usman	900	8,06
10	Haji Nai	825	7,38
11	Udin	650	5,82

Sumber : Data Promer Setelah Diolah, 1999

Berdasarkan tabel tersebut diatas, market share masing-masing pedagang sangat berbeda. Perbedaan ini sebagian besar diakibatkan oleh tingkat pemilikan modal dan juga kemampuan serta pengalaman berusaha.

.Kendala lain yang dialami oleh pedagang adalah pengadaan ternak yang membutuhkan biaya yang lebih tinggi. Pengadaan ternak untuk pemasaran daging pada RPH Tamangapa mengalami jalur perdagangan yang panjang . Daging yang masuk pada RPH didatangkan dari beberapa daerah produksi di Sulawesi Selatan. Misalnya daerah Bantaeng, Jeneponto, Takalar, Barru dan daerah-daerah sentra produksi lainnya. Disamping itu meningkatnya biaya operasional bagi para pengusaha ternak yang

mengantarpulaukan ternak menyebabkan sebagian besar pengusaha ternak gulung tikar. Hal ini lebih dipersulit lagi dengan birokrasi yang tidak efisien.

Disamping faktor tersebut diatas, juga didapatkan adanya kecenderungan masyarakat untuk kebutuhan tertentu mempermudah pemotongan dengan jalur ilegal untuk menghindari pajak pemotongan hewan.. Faktor lain adalah terkenanya krisis psikologis oleh para pengusaha ternak, pedagang perantara dan kolektor terhadap koperasi simpan pinjam uang ((Kospin). Para pemilik modal yang aktif selama dalam penjualan daging di RPH harus mengalami resiko dengan jatuh banggunya usaha sampai berkurangnya volume usaha dalam penjualan daging sebagai imbas dari kospin tersebut. Selain itu juga dipengaruhi oleh tingkat pertambahan volume penjualan daging. Apabila tingkat penjualan volume daging di RPH Tamangapa lebih rendah dari total permintaan daging kotamadya Ujung Pandang maka market share rill daging akan menurun. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Assuari (1990) Bahwa penurunan share pasar terjadi apabila tingkat pertambahan penjualan lebih rendah dari tingkat pertambahan permintaan atau penjualan industri. Apabila share pasar meningkat berarti para pesaing dari perusahaan ini mengalami penurunan total share pasar yang dikuasai mereka.

Adapun penjualan daging tersebut seluruhnya hanya dapat diserap oleh pasar lokal, restoran dan hotel di kotamadya Ujung Pandang. Disamping itu pemasaran daging mengalami persaingan yang ketat dengan masuknya daging dari beberapa daerah seperti Gowa, Takalar dan Maros yang telah siap dipasarkan. Dampak dari masuknya daging dari beberapa daerah menyebabkan kondisi pemasaran daging di Kotamadya Ujung Pandang juga mengalami fluktuasi. Hal ini menyebabkan para pedagang yang terlibat

mengantarpulaukan ternak menyebabkan sebagian besar pengusaha ternak gulung tikar. Hal ini lebih dipersulit lagi dengan birokrasi yang tidak efisien.

Disamping faktor tersebut diatas, juga didapatkan adanya kecenderungan masyarakat untuk kebutuhan tertentu mempermudah pemotongan dengan jalur ilegal untuk menghindari pajak pemotongan hewan.. Faktor lain adalah terkenanya krisis psikologis oleh para pengusaha ternak, pedagang perantara dan kolektor terhadap koperasi simpan pinjam uang ((Kospin). Para pemilik modal yang aktif selama dalam penjualan daging di RPH harus mengalami resiko dengan jatuh bangunnya usaha sampai berkurangnya volume usaha dalam penjualan daging sebagai imbas dari kospin tersebut. Selain itu juga dipengaruhi oleh tingkat pertambahan volume penjualan daging. Apabila tingkat penjualan volume daging di RPH Tamangapa lebih rendah dari total permintaan daging kotamadya Ujung Pandang maka market share rill daging akan menurun. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Assuari (1990) Bahwa penurunan share pasar terjadi apabila tingkat pertambahan penjualan lebih rendah dari tingkat pertambahan permintaan atau penjualan industri. Apabila share pasar meningkat berarti para pesaing dari perusahaan ini mengalami penurunan total share pasar yang dikuasai mereka.

Adapun penjualan daging tersebut seluruhnya hanya dapat diserap oleh pasar lokal, restoran dan hotel di kotamadya Ujung Pandang. Disamping itu pemasaran daging mengalami persaingan yang ketat dengan masuknya daging dari beberapa daerah seperti Gowa, Takalar dan Maros yang telah siap dipasarkan. Dampak dari masuknya daging dari beberapa daerah menyebabkan kondisi pemasaran daging di Kotamadya Ujung Pandang juga mengalami fluktuasi. Hal ini menyebabkan para pedagang yang terlibat

dalam pemotongan di Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa harus dapat menyesuaikan harga yang bersaing dan terjangkau oleh konsumen serta standar kualitas daging. Akibat dari hal tersebut pemerintah daerah khususnya Instansi Peternakan Kotamadya Ujung Pandang harus menetapkan peraturan memperketat masuknya daging yang tidak memiliki izin antar daerah. Khusus untuk pengembangan Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa diperlukan perombakan manajemen internal dengan menerapkan sistem pemotongan hewan yang terstandarisasi. Tingkat kesehatan ternak serta lokasi pemotongan yang steril dari kotoran ternak. Proses pemotongan hewan harus memenuhi persyaratan dengan ukuran berat hidup minimal 275 kg berat badan hidup dan juga harus diterapkannya aturan atau pelarangan pemotongan bagi betina produktif. Hal ini lebih dipertegas lagi oleh keputusan Menteri Pertanian No. 555 Tahun 1986 tentang syarat-syarat RPH dan usaha pemotongan ternak RPH berdasarkan kelengkapan lahan, bangunan, fasilitas dan radius distribusi produknya. Dari prasyarat tersebut RPH Tamangapa masuk kategori C yaitu usaha pemotongan hewan untuk penyediaan daging dalam wilayah kabupaten / kotamadya Daerah Tk II dalam suatu Propinsi Daerah Tk I Dengan melihat besarnya volume penjualan daging yang dilakukan oleh para pedagang diharapkan prasyarat tersebut diatas dapat terpenuhi, terutama kualitas serta tingkat kesehatan daging. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat perkembangan volume penjualan daging pada Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa dari bulan Maret 1998 sampai bulan Februari 1999 pada tabel berikut ini :

Tabel 12. Volume Penjualan Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang Bulan Maret 1998 - Februari 1999

No	Bulan	Total (kg)	Presentase (%)
1	Maret	443.730	11,62
2	April	345.240	9,03
3	Mei	342.930	8,97
4	Juni	385.770	10,09
5	Juli	425.700	11,13
6	Agustus	365.820	9,57
7	September	348.180	9,11
8	Oktober	316.280	8,27
9	Nopember	221.240	5,78
10	Desember	205.590	5,37
11	Januari	183.750	4,81
12	Februari	189.210	4,95
	Jumlah	3.821 428	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998

Berdasarkan tabel 12 terlihat bahwa perkembangan volume penjualan daging RPH Tamangapa 12 bulan terakhir mengalami fluktuasi. Pada bulan Maret 1998 persentase penjualan daging RPH Tamangapa sebesar 11,62 %. Namun perkembangan selanjutnya terjadi penurunan, hanya pada bulan Juli 1998 dapat dicapai volume daging sebesar 11,13%. Volume penjualan daging pada RPH Tamangapa tidak dapat bertahan lama bahkan cenderung drastis menurun hingga pada bulan Februari hanya diperoleh 4,95 %. Terjadinya fluktuasi tersebut, tidak terlepas dari kecenderungan para pengusaha ternak menghindari resiko kerugian. Hal lain juga disebabkan para pengusaha ternak

mencari keuntungan yang lebih besar dengan mengantarpulaukan ternak. Hal ini disebabkan karena harga transaksi jual yang berimbang lebih mahal di samping itu biaya operasionalnya lebih murah.

Penyebab lain adalah khusus untuk daerah kotamadya Ujung Pandang populasi ternak besar tiap tahun mengalami penurunan disebabkan karena bergesernya sektor kehidupan ladang pengembalaan sudah pasti hampir tidak ada lahan seiring dengan perkembangan kota dan populasi penduduk yang padat.

Analisis Hubungan Kolektor Terhadap Volume Penjualan Daging

Kesinambungan proses produksi penjualan daging Rumah Potong Hewan (RPH) Tamangapa tidak terlepas dari hubungan masing-masing komponen yang terlibat di dalamnya pada suatu rantai pemasaran. Para pedagang atau kolektor adalah variabel yang sangat menentukan terhadap besarnya volume penjualan daging pada RPH Tamangapa. Hal tersebut menempati fungsi yang sama dan memiliki hubungan kerja yang sangat erat dalam proses pengadaan ternak besar khususnya daging sapi dan kerbau. Hal ini dijelaskan oleh Swastha dan Sukotjo (1988) yang mengatakan bahwa untuk mengetahui hubungan dua kelompok atau variabel yang menempati fungsi yang sama dapat digunakan analisis korelasi. Dengan analisis korelasi kita dapat menentukan hubungan yang logis antara variabel-variabel yang berhubungan serta mengukur tingkat hubungan linear antara dua variabel atau lebih, selain itu dapat pula ditaksir variabel yang tidak diketahui sebelumnya. Seperti halnya jumlah kolektor terhadap volume penjualan daging pada RPH Tamangapa. Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi

sederhana dengan melihat hubungan jumlah kolektor dengan pedagang terhadap volume penjualan daging RPH Tamangapa maka dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 13. Hasil Analisis Hubungan Jumlah Kolektor Terhadap Volume Penjualan Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang

Variabel	Koefisien Regersi	Standar Error	T. Hit	Prob
X	274,4811	37,1194	7.395	0,0004
Constant	416,1321			

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1999

Berdasarkan hasil perhitungan data primer, maka diperoleh persamaan Linier Sederhana sebagai berikut :

$$Y = 416,13 + 274,48x$$

$$\text{Standar Error} = (37,12) \quad (\text{Se} = 115,22)$$

Dari data tersebut diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

b = 274,48 ; yang berarti kalau x naik sebesar 1(satu) orang kolektor maka akan menyebabkan nilai y menjadi naik sebesar 274,5 kg, atau dengan kata lain semakin banyak jumlah kolektor menyebabkan jumlah volume daging juga meningkat di RPH Tamangapa.

Selanjutnya untuk menguji koefisien regresi secara menyeluruh dalam hal ini pengaruh variabel bebas yakni X = jumlah kolektor secara bersama-sama terhadap variabel tak bebas Y = Volume daging , maka digunakan kriteri uji F yang dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 14. Analisis Sidik Ragam (Analysis of Variance) Hubungan Jumlah Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang

Sumber Keragaman	Df	Jumlah kuadrat	Rata-rata Kuadrat	F.Hit	F. Tabel	
					5%	1%
Regresi	1	726002,5943	726002,59	54,697**	5,12	10,6
Keragaman	9	119497,4057	13277,484			
Total	10	845500,0000				

Sumber ; Data Primer Setelah Diolah, 1999

Ket : ** (berpengaruh sangat nyata)

Berdasarkan pengujian secara menyeluruh dari kedua variabel menunjukkan bahwa kedua variabel dalam hal ini $X =$ Jumlah Kolektor (orang) dan $Y =$ Volume Daging (kg) sangat berpengaruh nyata antara hubungan jumlah kolektor terhadap volume penjualan daging.

Sedangkan pengujian pengaruh masing-masing variabel bebas (x) atau pengujian secara parsial terhadap variabel bebas (y) atau jumlah kolektor dengan volume penjualan daging dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 15. Analisis Pengaruh Masing-Masing Variabel Bebas (x) Terhadap Variabel Tak Bebas Y, 1999

Variabel	T hitung	T Tabel	
		5%	1%
X	11,577**	2,262	3,250

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1999

Ket : ** (berpengaruh sangat nyata)

Dari uji secara parsial variabel X terhadap Y menunjukkan bahwa jumlah kolektor (X) berpengaruh sangat nyata terhadap volume penjualan daging.

Selanjutnya untuk melihat hubungan antara jumlah kolektor dengan pedagang terhadap volume penjualan daging pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 16 Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Hubungan Jumlah Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging

No	Koefisien	Nilai
1	Koefisien Korelasi Sederhana (r)	0,8587
2	Koefisien Determinasi Sederhana (r^2)	0,9266

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1999

Berdasarkan data tabel di atas, menunjukkan bahwa pada nilai koefisien Determinan (r^2) sebesar 0,9266 atau 92,66 % berarti bahwa proporsi naik turunnya y sebanyak 92,66 % disebabkan oleh pengaruh variabel X atau bahwa proporsi sumbangan jumlah kolektor terhadap variasi (naik turunnya) tingkat volume penjualan daging pada RPH Tamangapa sebesar 92,66%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Pangsa Pasar (Market Share) Daging dan Hubungan Jumlah Kolektor Dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging Pada RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Besarnya market share rill daging RPH Tamangapa terhadap total penjualan atau total kebutuhan daging kotamadya Ujung Pandang nilai market sharenya berfluktuasi antara 86,21 % sampai 96,78 %.
- Semakin banyak jumlah kolektor maka volume penjualan daging pada RPH Tamangapa semakin bertambah.

Saran

Dengan melihat pola pemotongan hewan pada RPH Tamangapa hendaknya standar kesehatan ternak dan kualitas daging lebih diperhatikan untuk memberikan mutu serta pelayanan yang terbaik kepada konsumen

Lampiran 2. Perhitungan Korelasi Hubungan Jumlah Kolektor dengan Pedagang Terhadap Volume Penjualan Daging RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.

No	Nama Pedagang	Jumlah (X) Kolektor	Volume (Y) Daging (kg)	X ²	Y ²	XY
1	Haji Bahtiar	4	1500	16	2.250.000	6.000
2	Haji Suddin	3	1225	9	1.500.625	3.675
3	Syarif	3	1150	9	1.322.500	3.450
4	Haji Tahir	2	940	4	883.600	1.880
5	Haji Damming	3	1500	9	2.250.000	4.500
6	Herul	1	750	1	562.500	750
7	Haji Naba	2	925	4	855.625	1.850
8	Haji Rowa	1	900	1	810.000	1.800
9	Haji Usman	2	800	4	640.000	800
10	Haji Nai	2	825	4	680.625	1.650
11	Udin	1	650	1	422.500	650
	Jumlah	24	10539	62	11.755.475	27005

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{11.27005 - 24.11165}{11(62) - (24)^2}$$

$$b = 275,4$$

$$a = \frac{(\sum Y) - b(\sum X) / n}{n}$$

$$= \frac{(11.165 - 275 \times 24) / 11}{11}$$

$$= 415$$

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$= \frac{11.27005 - (24)(11.160)}{\sqrt{\{11.62 - (24)^2\} \{11 \times 12.177.975 - (11.160)^2\}}}$$

$$r = 0,9234$$

$$r^2 = 0.85$$

Lampiran 1. Perhitungan Market Share Masing-Masing Pedagang RPH Tamangapa Kotamadya Ujung Pandang.

$$\text{Market Share} = \frac{\text{Penjualan Daging Per Unit Usaha}}{\text{Total Penjualan Daging RPH Tamangapa}} \times 100 \%$$

Haji Bahtiar	=	$\frac{1500}{11.165}$	x 100 %	=	13,43 %
Haji Suddin	=	$\frac{1225}{11.165}$	x 100 %	=	10,97%
Syarif	=	$\frac{1150}{11.165}$	x 100%	=	10,3 %
Haji Tahir	=	$\frac{940}{11.165}$	x 100%	=	8,49 %
Haji Damming	=	$\frac{1500}{11.165}$	x 100%	=	13,89%
Herul	=	$\frac{750}{11.165}$	x 100%	=	5,55%
Haji Naba	=	$\frac{925}{11.165}$	x 100%	=	8,33%
Haji Rowa	=	$\frac{800}{11.165}$	x 100%	=	7,16%
Haji Usman	=	$\frac{900}{11.165}$	x 100%	=	8,06%
Haji Nai	=	$\frac{825}{11.165}$	x 100%	=	7,38%
Udin	=	$\frac{650}{11.165}$	x 100%	=	5,82%

----- HYPOTHESIS TESTS FOR MEANS -----

HEADER DATA FOR: B:KOLEKTOR LABEL:
 NUMBER OF CASES: 11 NUMBER OF VARIABLES: 2

MEAN VS. HYPOTHESIZED VALUE

HEADER DATA FOR: B:KOLEKTOR LABEL:
 NUMBER OF CASES: 11 NUMBER OF VARIABLES: 2

HYPOTHESIZED VALUE = .0000
 MEAN = 1015.0000
 STD. DEV. = 290.7748
 STD. ERROR = 87.6719
 N = 11 (CASES = 1 TO 11)

T = 11.5773 (D.F. = 10) VARIABLE TESTED: y
 PROB. = 2.045E-07

----- REGRESSION ANALYSIS -----

HEADER DATA FOR: B:KOLEKTOR LABEL:
 NUMBER OF CASES: 11 NUMBER OF VARIABLES: 2

INDEX	NAME	MEAN	STD. DEV.
1	x	2.1818	.9816
DEP. VAR.:	y	1015.0000	290.7748

DEPENDENT VARIABLE: y

VAR.	REGRESSION COEFFICIENT	STD. ERROR	T (DF= 9)	PROB.
x	274.4811	37.1194	7.395	.00004
CONSTANT	416.1321			

STD. ERROR OF EST. = 115.2280

r SQUARED = .8597
 r = .9266

ANALYSIS OF VARIANCE TABLE

SOURCE	SUM OF SQUARES	D.F.	MEAN SQUARE	F RATIO	PROB.
REGRESSION	726002.5943	1	726002.5943	54.679	4.127E-05
RESIDUAL	119497.4057	9	13277.4895		
TOTAL	845500.0000	10			