

**SISTEM PEMASARAN TELUR AYAM RAS PADA
TOKO NUR DI KELURAHAN PANDANG
KECAMATAN PANAKUKANG
KOTAMADYA MAKASSAR**



KEPUSATKANTOR DEPARTEMEN PENDIDIKAN, HASANUDDIN

Tgl. Pengantar	29-1-2001
Nama Pengantar	Fah. Puteri
Jumlah Lembar	1 eksp
No. Lembar	0101 29 33.
No. Klas	

Oleh :

SITTI MUNIRA SAHUPALA

G 31199739

**FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
JURUSAN AGRIBISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2001**

**SISTEM PEMASARAN TELUR AYAM RAS PADA TOKO NUR
DI KELURAHAN PANDANG KECAMATAN PANAKUKANG
KOTA MADYA MAKASSAR**

Oleh :

SITTI MUNIRA SAHUPALA
G311 99 739

Laporan Tugas Akhir Yang Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Studi

Pada

Program Ekstensi Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Hasanuddin

**FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2000**

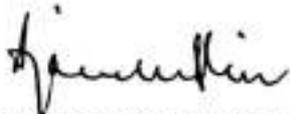
JUDUL TESIS : SISTEM PEMASARAN TELUR AYAM RAS PADA
TOKO NUR DI KELURAHAN PANDANG
KECAMATAN PANAKUKANG KOTA MADYA
MAKASSAR.

N A M A : SITTI MUNIRA SAHUPALA

NOMOR POKOK : G311 99 739

JURUSAN : AGRIBISNIS

Disetujui Oleh :

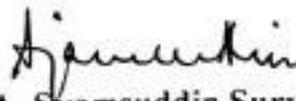


Ir. A. Svamsuddin Suryana
Pembimbing I



Ir. Hj. Melati P. Yunus, Ms.
Pembimbing II

Ketua Program



Ir. A. Svamsuddin Suryana
Nip : 130 207 873

JUDUL TESIS : SISTEM PEMASARAN TELUR AYAM RAS PADA TOKO NUR DI KELURAHAN PANDANG KECAMATAN PANAKUKANG KOTA MADYA MAKASSAR.

NAMA : SITTI MUNIRA SAHUPALA

NOMOR POKOK : G311 99 739

JURUSAN : AGRIBISNIS

Disetujui Oleh :



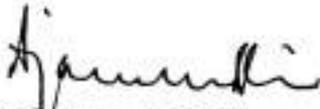
Ir. Nurdin Lanuhu, MP
Penguji



Ir. Evmal B. Demmallino
Penguji



Ir. M. Amin Ishak, MSc.
Penguji

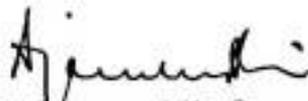


Ir. A. Swamsuddin Suryana
Pembimbing I



Ir. Hj. Melati P. Yunus, Ms.
Pembimbing II

Ketua Program



Ir. A. Swamsuddin Suryana
Nip : 130 207 873

RINGKASAN

SITTI MUNIRA SAHUPALA, G 311 99 739. Sistem Pemasaran Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Padang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar. Dibawah bimbingan A. Syamsuddin Suryana dan Hj. Melati P. Yunus.

Praktik lapang ini dilaksanakan pada bulan Juli – Oktober 2000. Pemilihan kasus dilakukan dengan cara penunjukan langsung setelah mengadakan observasi dengan pertimbangan bahwa mitra belajar dapat mewakili pengusaha lainnya. Peneliti berinisiatif untuk mengangkat kasus ini kepermukaan dalam bentuk laporan hasil praktik lapang.

Sasaran belajar yang dicapai adalah aspek pengetahuan yaitu mengetahui pola aktifitas manajer dalam mengelola pemasaran telur ayam ras, mengetahui saluran kegiatan yang terdapat dalam proses pengelolaan pemasaran, mengetahui berbagai sumber daya yang digunakan dalam pemasaran telur ayam ras hingga menghasilkan keuntungan, dan mengetahui masalah-masalah yang dihadapi. Aspek sikap yaitu menghargai ras persaudaraan dan membina kerjasama antara pimpinan dan pekerja pada usaha telur ayam ras, menghargai kaidah atau norma yang mengatur Pengusaha Toko Nur. Aspek keterampilan yaitu terampil dalam proses pemasaran, terampil dalam memilih telur yang baik, terampil dalam menganalisis persoalan yang dihadapi oleh pengusaha, terampil dalam menetapkan pemecahan masalah dari beberapa persoalan yang dihadapi, terampil dalam merumuskan langkah-langkah pelaksanaan keputusan.

Dalam usaha kasus masalah utama adalah volume penjualan rendah menyebabkan pemasok tetap berkurang, disebabkan karena ketersediaan telur kurang, distribusi kurang lancar serta lokasi pemasaran terbatas. Untuk memecahkan persoalan maka dilakukan tindakan yaitu : menetapkan satu pemasok tetap, memilih alat transportasi berupa Toyota Kijang, ekspansi daerah pemasaran ke pasar Terong.

Refleksi yang dapat diambil dari praktik lapang ini berupa teoritik, metodologi, dan etik. *Teoritik* yaitu telur ayam ras dapat memberikan gizi bagi masyarakat dan merupakan salah satu pengganti kebutuhan makanan berupa ikan dan daging, dengan mengetahui pemasaran telur ayam ras dan cara penyusunan analisis biaya, secara langsung dapat menambah pengalaman bagi pengusaha dan peneliti. *Metodologik* yaitu dalam menggunakan metode PAR dengan mengemukakan visi, misi pribadi dan perusahaan merupakan dorongan bagi setiap pelaku agribisnis dalam mencari sasaran yang diinginkan, dalam mengemukakan problematisasi dan penetapan sasaran yang ingin dicapai, pengusaha dan peneliti mencari masalah yang ada karena alternatif yang dilakukan merupakan informasi yang diberikan kepada peneliti; dalam mengemukakan alternatif tindakan dan alternatif terpilih antara peneliti dan pengusaha sering melakukan diskusi dan tukar pikiran dalam mencari solusi untuk mengembangkan masalah telur ayam ras ini. *Etik* yaitu mengkonsumsi dapat memberikan gizi untuk masyarakat, dengan mengikuti kegiatan pemasaran telur ayam ras secara langsung dapat menambah pengalaman sehingga termotivasi bagi peneliti untuk berwirausaha.

RIWAYAT HIDUP

SITTI MUNIRA SAHUPALA, lahir di Ambon pada tanggal 24 Desember 1976 merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan **ACHMAD SAHUPALA** dan **SOPIAH TUTUPOHO**.

Pendidikan formal yang dilalui adalah Sekolah Dasar Negeri 40 Batu Merah Ambon pada Tahun 1983 s/d 1989, Kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri I Ambon pada Tahun 1989 s/d 1992 dan melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Ambon pada Tahun 1992 s/d 1995. Kemudian pada Tahun 1995 melanjutkan studi pada Universitas Pattimura Fakultas Pertanian Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian. Namun pada Tahun 1999 akibat adanya kerusuhan Ambon yang berkepanjangan maka pada bulan September 1999 penulis melanjutkan ke Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat karunianya penulis dapat menyelesaikan laporan praktik lapang ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ekstensi Jurusan Agrobisnis Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin.

Pada penulisan praktik lapang ini ditemukan beberapa hambatan dan rintangan yang akhirnya yang diatasi dengan baik atas bantuan dari beberapa pihak. Olehnya itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak **Ir. A. Syamsuddin Suryana** dan **Ir. Hj. Melati P. Yunus, Ms.** Sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan penuh perhatian dan keikhlasan untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan laporan praktik lapang ini.
2. Bapak **Sidirman** sekeluarga, serta seluruh tenaga usaha telur ayam ras yang telah memberikan informasi dan berbagai bahan lainnya selama penulisan laporan praktik lapang ini.
3. Bapak **Ir. A. Syamsuddin Suryana** sebagai Ketua Program Ekstensi Jurusan Agribisnis beserta seluruh dosen dan staf di lingkungan Fakultas Pertanian dan Kehutanan.
4. Sembah sujud kepada Ayahanda **Achmad Sahupala** dan Ibunda **Sopiah Tutupoho** dengan segala kasih sayang yang telah dicurahkan, jerih payah yang

tidak mengenal lelah serta keteguhan hati dalam memberikan sinar terhadap perjalanan hari kemarin dan hari esok yang senantiasa dipanjatkan lewat doa kepada Ilahi rabbi. Juga kepada saudara-saudara tercinta **Abd. Kadir Saleh Sahupala, Johari Sahupala, Yuni Arfa Sahupala** yang telah memberikan motivasi, petunjuk dan kasih sayang kepada penulis.

5. Buat **Firmansyah, Yuli, Noval, Alfi** serta teman-teman yang turut membantu dan memberikan saran pelaksanaan praktik lapang hingga penyelesaian laporan ini.

Harapan penulis, kiranya laporan praktik lapang ini dapat memberikan manfaat kepada yang memerlukan. Akhir kata semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu penulis demi untuk pengembangan diri di hari esok, A M I E N.

Makassar, Desember 2000

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR ISI	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Latar Depan	5
1.3. Pertimbangan Dalam Memilih Kasus	6
1.4. Batasan Kasus Sebagai Situasi Belajar	6
1.5. Sasaran Belajar	7
1.6. Tempat dan Waktu Pelaksanaan	8
1.7. Metode Participatory Action Research	8
II. DESKRIPSI AGROSISTEM	12
2.1. Sejarah Berdirinya Usaha.....	12
2.2. Analisis Posisi Sumber Daya Agrosistem.....	13
2.2.1. Sumber Daya lahan dan Bangunan	14
2.2.2. Sumber Daya Manusia	14
2.2.3. Sumber Daya Finansial	15
2.2.4. Sumber Daya Peralatan	15
2.3. Analisis Kinerja	16
2.3.1. Proses Pengadaan Telur	16
2.3.2. Proses Pemasaran	17
2.3.3. Proses Pengendalian Dampak Lingkungan	19
2.4. Analisis Biaya dan Pendapatan	20
2.5. Peta Penampilan Karya Agrosistem	25



III. SISTEM PEMASARAN TELUR AYAM RAS	29
3.1 Sistem Pemasaran	29
3.2. Saluran Pemasaran	30
3.3. Fungsi Pemasaran	32
IV. PROBLEMATISASI AGROSISTEM KASUS.....	35
4.1. Posisi Penilaian Dasar Pertimbangan Kasus.....	36
4.2. Inventarisasi Masalah.....	36
4.3. Menemukan Masalah Utama	38
4.4. Strukturisasi Masalah	38
4.5. Menetapkan Sasaran	40
4.6. Strukturisasi Sasaran	42
V. DESAIN TINDAKAN.....	44
5.1. Menentukan Tindakan-Tindakan	44
5.2. Analisis Keputusan	47
5.3. Matriks Perencanaan Proyek Pengembangan Usaha	61
5.4. Jadwal Pelaksanaan Proyek	62
5.5. Analisis Persoalan Potensial	63
VI. UJI COBA DAN EVALUASI	64
6.1. Uji Coba	64
6.2. Evaluasi	65
6.2.1. Jadwal Terealisasi dan Rencana Terealisasi	65
6.2.2. Sasaran dan Fakta Terealisasi	67
6.2.3. Analisis Biaya dan Pendapatan Setelah Terealisasi	68
VII. REFLEKSI.....	73
7.1. Teoritik	73
7.2. Metodologik.....	73
7.3. Etik	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
1.	Nama, Umur, Pendidikan, Jenis Kelamin, Fungsi Masing-Masing Tenaga Kerja pada Toko Nur, 2000	15
2.	Jumlah dan Nilai Penyusutan yang Digunakan pada Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	16
3.	Analisa Biaya dan Pendapatan Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar Juli, 2000.....	22
4.	Analisa Biaya dan Pendapatan Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar Agustus, 2000	23
5.	Analisa Biaya dan Pendapatan Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar September, 2000	24
6.	Fakta, Masalah, Sasaran Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	41
7.	Matriks Perencanaan Proyek Pengembangan Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	55
8.	Jadwal Pelaksanaan Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	57

9. Jadwal Kerja Terealisasi dan Rencana Terealisasi yang Diimplementasikan oleh Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000 65
10. Sasaran dan Fakta Terealisasi Selama Tindakan Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000 67
11. Analisa Biaya dan Pendapatan Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur Selama Bulan Oktober 2000 Setelah Adanya Tindakan 69
12. Pendapatan Bersih yang Diterima Responden Sebelum dan Setelah Adanya Tindakan Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000 70



DAFTAR GAMBAR

Tabel	Teks	Halaman
1.	Proses Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	18
2.	Peta Penampilan Karya Agrosistem Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	26
3.	Saluran Pemasaran Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	31
4.	Struktur Pohon Masalah Usaha Telur Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	39
5.	Struktur Sasaran Usaha Telur Ayam Tas Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	43
6.	Struktur Tindakan Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	46
7.	Struktur Tindakan Terpilih Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000	53

DAFTAR LAMPIRAN

1. Jadwal pelaksanaan kegiatan praktik lapang Usaha Telur Ayam Ras Pada Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000.
2. Daftar nama pengecer dan wilayah pemasaran pada usaha telur ayam ras sebelum adanya tindakan.
3. Daftar nama pengecer dan wilayah pemasaran pada usaha telur ayam ras setelah adanya tindakan.
4. Peta lokasi Usaha Telur Ayam Ras Pada Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000.
5. Dokumentasi selama kegiatan praktik lapang, 2000.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konsep pembangunan pertanian dituangkan dalam GBHN diarahkan untuk meningkatkan pendapatan dan taraf hidup petani dan nelayan, memperluas lapangan kerja dan kesempatan kerja, serta mengisi dan memperluas pasar, baik pasar dalam negeri maupun luar negeri. Melalui pertanian yang maju, efisien dan tangguh, maka diharapkan mampu meningkatkan dan menganekaragamkan hasil, meningkatkan mutu dan derajat pengolahan produksi guna menunjang pembangunan wilayah (Anonim, 1988).

Pembangunan dalam arti luas adalah pembangunan berbagai sektor di bidang pertanian yang pada akhirnya diharapkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan sub-sektor pertanian, khususnya sub-sektor peternakan, terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Perkembangan ini tidak saja nampak dari peningkatan permintaan dari sub-sektor, akan tetapi dipengaruhi pula bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk peternakan. Peningkatan jumlah produk dewasa ini telah membawa akibat yang cukup luas berbagai segi kehidupan manusia. Bertambahnya jumlah penduduk tidak saja menuntut penyediaan bahan pangan secara kuantitas, akan tetapi sangat dibutuhkan peningkatan kualitas bahan pangan tersebut, dalam hal ini peningkatan di bidang gizi.

Pembangunan sub-sektor peternakan dalam pelita VI pada dasarnya mempunyai tujuan khusus yaitu meningkatkan produksi, meningkatkan pendapatan petani beserta keluarganya melalui peningkatan produktivitas, pengembangan potensi sumber daya alam yang ada, guna pembangunan wilayah dan perbaikan lingkungan.

Bertitik tolak dari pembangunan pertanian tersebut maka usaha untuk meningkatkan produksi perlu ditunjang oleh lima syarat pokok pembangunan pertanian yaitu penerapan teknologi baru, tersedia sarana produksi dan peralatan secara lokal, pemasaran hasil, pengangkutan dan merangsang produk pertanian (Mosher, 1987).

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

Sejalan dengan tujuan peningkatan produksi pertanian yaitu memantapkan swasembada pangan sekaligus memperbaiki mutu makanan, khususnya dengan memperbesar penyediaan protein, nabati dan hewani, maka petani perlu memperoleh dorongan untuk mengembangkan berbagai usaha termasuk didalamnya peternakan ayam ras.

Ayam merupakan hewan pangan yang dapat menghasilkan daging dan telur, yang merupakan sumber protein yang sangat dibutuhkan dalam

pertumbuhan pembentukan tubuh dan generasi yang sehat harapan nusa dan bangsa. Pemerintah menaruh perhatian yang cukup besar dalam bidang usaha peternakan ini. Pengembangannya diusahakan semaksimal mungkin berupa pembinaan bagi peternak ayam yang sudah berhasil dan masih diharapkan munculnya minat peternak-peternak ayam.

Dewasa ini peternak di Indonesia sudah sangat maju, khususnya di dunia peternakan ayam ras. Ayam ras banyak di usahakan dimana-mana, mulai dari kota-kota besar, desa maupun di pelosok pengunungan sudah dikenal ayam ras. Ayam ras atau ayam negeri adalah ayam jenis unggul yang didatangkan dari luar negeri atau biasa disingkat ayam negeri. Pertama yang menarik perhatian peternak ialah keunggulan produksi, karena ayam ras produksi telurnya cukup tinggi dan besar, akan tetapi sebagai peternak ayam ras tak akan berhasil apabila usahanya semata-mata terdorong oleh produksi tanpa mengetahui cara pemeliharaan yang baik.

Ayam ras memerlukan pemeliharaan khusus dalam arti mereka tidaklah bisa di perlakukan atau di pelihara seperti ayam-ayam kampung pada umumnya, yang setiap hari dilepas begitu saja, seolah-olah tanpa ada sesuatu kesulitan apapun. Mereka harus pandai mencari makanan sendiri di alam raya, tetapi ayam ras tidaklah demikian halnya. Ayam ras memerlukan pemeliharaan yang cermat agar produksi telurnya lebih baik.

Dalam pemberian makanan kepada ayam ras perlu diperhatikan zat-zat makanan yang terkandung didalamnya. Adapun zat makanan yang terkandung



didalam makan ayam ras adalah karbohidrat, lemak, protein, mineral, vitamin dan air. Air merupakan bagian terpenting yang dibutuhkan jaringan-jaringan tubuh. Karbohidrat dan lemak adalah sumber energi terpenting untuk prestasi kerja tubuh, ayam ras membutuhkan protein untuk pertumbuhan tulang, urat, daging, kulit, bulu dan lain-lain, menggantikan jaringan tubuh yang sudah rusak dan produksi. Kebutuhan protein ayam sekitar 17% - 22%, lemak sekitar 4% - 6% dan untuk air sekitar 60 %. Mineral merupakan zat pembangun untuk keperluan pertumbuhan dan berproduksi. Vitamin yang dibutuhkan yaitu untuk mempertahankan kesehatan tubuh, memajukan kesanggupan berproduksi tetapi untuk vitamin C tak perlu diberikann karena vitamin tersebut dapat dibuat sendiri di dalam tubuh. Untuk itu vitamin penting yang diperlukan yaitu vitamin A, B, D, E, & K. (Anonim, 1981).

Pemasangan termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian yang sangat membantu dalam penciptaan nilai ekonomi suatu barang. Nilai ekonomi menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu. Faktor penting dalam penciptaan nilai ekonomi adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran merupakan perhubungan antara kedua fungsi tersebut. Hal ini disebabkan karena hanya pemasaran yang menjalankan fungsi distribusi. (Basu, 1984).

Menurut Winardu (1974) pemasaran meliputi segala aktivitas dunia usaha dalam bidang penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Nitisemito (1981) bahwa pemasaran dapat didefinisikan sebagai semua kegiatan

yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien untuk menciptakan permintaan yang efektif.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka peneliti mencoba meneliti mengenai "Sistem Pemasaran Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Padang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar.

1.2. Latar Depan

Dengan melihat bawah usaha Telur Ayam Ras yang dikelola oleh Bapak Sudirman ini merupakan suatu bisnis yang menjanjikan dan mempunyai prospek yang cukup terang dimasa yang akan datang maka melalui kegiatan praktik lapang dengan menggunakan metode *Participatory Action Research (PAR)* akan sangat membantu dimana peranan teknokrat akan memberikan alternatif pemecahan masalah, sehingga dapat melakukan efisiensi tenaga, waktu dan biaya yang mana pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

Adapun misi pribadi yang peneliti ambil berhubungan erat dengan tiga kategori dalam penentuan misi, yaitu ingin menjadi apa anda, apa yang akan anda lakukan, dan atas nilai apa sehingga terbentuk misi saya yaitu membantu memasarkan telur ayam ras agar bisa dikonsumsi oleh semua golongan masyarakat mengingat telur ayam mempunyai nilai gizi yang tinggi untuk kesehatan masyarakat.

Misi perusahaan adalah mengutamakan kepuasan konsumen dan meningkatkan omzet penjualan sehingga usaha ini dapat berkembang lebih maju dan kegiatannya pun berlangsung secara berkesinambungan.

1.3. Pertimbangan dalam Memilih Kasus

Agrosistem yang dipilih yaitu Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur yang berlokasi di Jl. Abd. Daeng Sirua No. 228 di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar.

1. Agrosistem Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur termasuk usaha kecil yang potensi untuk dikembangkan.
2. Lokasi berada di dalam kota sehingga tidak menyulitkan para konsumen.
3. Agrosistem Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur dapat dijadikan sasaran belajar dalam mempraktikkan metode *Participatory Action Research* (PAR).
4. Usaha Telur Ayam Ras Toko Nur merupakan mata pencaharian untuk menghidupi keluarganya.

1.4. Batasan Kasus Sebagai Situasi Belajar

Kasus yang diteliti dalam praktik ini adalah Usaha Telur Ayam Ras dengan fokus pengamatan terhadap Sistem Pemasaran. Adapun hal-hal yang perlu dikaji adalah :

1. Aspek Teknologi yaitu mengamati penerapan teknologi yang mendukung proses pemasaran telur ayam ras untuk mencapai target yang diinginkan.

2. Aspek Sosial yaitu menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara pengusaha dan karyawan serta konsumen.
3. Aspek Ekonomi yaitu menghitung biaya yang dikeluarkan, pendapatan yang diterima dan keuntungan yang diperoleh.
4. Aspek Ekologi yaitu terutama mengenai dampak lingkungan alam yang ditimbulkan oleh keberadaan usaha yang dikelola oleh Pengusaha.
5. Aspek pemasaran yaitu mengetahui sejauh mana sistem pemasaran yang dilaksanakan oleh pengusaha.

1.5. Sasaran Belajar

Sasaran belajar yang ingin dicapai dalam pelaksanaan Studi Kasus adalah :

1. Aspek Pengetahuan meliputi :

- a. Mengetahui pola aktivitas manajer dalam mengelola pemasaran telur ayam ras.
- b. Mengetahui saluran kegiatan yang terdapat dalam proses pengelolaan pemasaran.
- c. Mengetahui sumber daya yang digunakan dalam pemasaran telur ayam ras hingga menghasilkan keuntungan.
- d. Mengetahui masalah-masalah yang dihadapi.

2. Aspek Sikap meliputi :

- a. Terampil dalam proses pemasaran
- b. Terampil dalam memilih telur yang baik (Grading)
- c. Terampil dalam menganalisa persoalan yang dihadapi oleh pengusaha.

- d. Terampil dalam menetapkan pemecahan masalah dari beberapa persoalan yang dihadapi.
- e. Terampil dalam merumuskan langkah-langkah pelaksanaan keputusan.

1.6. Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Praktik lapang ini dilaksanakan di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar pada Toko Nur dengan Usaha Telur Ayam Ras. Adapun waktu pelaksanaan selama empat bulan yaitu Juli – Oktober 2000.

1.7. Metode Participatory Action Research

Praktik lapang ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) yang dapat dipisahkan menjadi *Participatory*, *Action*, dan *Research* untuk memberikan pengertian yang jelas.

Participatory, merupakan kegiatan partisipasi pada suatu kasus usaha yang bersifat eksperimental untuk menyatakan didalamnya suatu paket tindakan transformatif.

Action, merupakan kegiatan peran serta dalam proses studi, langkah demi langkah, kaitannya dengan pemberian akomodasi bagi peneliti teknokrat melakukan tindakan bersama dalam pengelolaan kasus.

Research, merupakan keterlibatan peneliti teknokrat serta warga masyarakat yang bersangkutan dalam suatu proses belajar bersama.

Kaitan antara ketiganya disatukan menjadi *Participatory Action Research* (PAR) atau kaji tindak partisipasi antar peneliti dan pengelola usaha

untuk melakukan tindakan terhadap permasalahan yang ada, agar dapat memperoleh upaya perbaikan terhadap posisi dan kinerja kasus. Adapun tahap-tahap pelaksanaan metode PAR yaitu :

a. Studi Kasus

Studi kasus dimaksud yaitu untuk memperoleh gambaran faktual dari kasus yang dikaji/diskripsi situasi agrobisnis (usaha pemasaran telur ayam ras). Untuk memperoleh data atau informasi mengenai situasi agrosistem maka dilakukan pengumpulan data melalui teknik wawancara, observasi (pengamatan langsung di lapang) dan magang. Permasalahan yang diperoleh dari kasus yang dikaji akan terungkap pada bagian atau tahap problematisasi diarahkan pada persoalan yang paling banyak menimbulkan akibat untuk dicari alternatif pemecahannya, selanjutnya alternatif pemecahan yang dipilih dianalisa pada bagian atau tahap analisa persoalan potensial untuk memperjelas mengenai langkah-langkah (Desain Tindakan) yang ditempuh di dalam merelasikan alternatif terpilih dari tujuan yang diinginkan.

b. Problematisasi

Tahap problematisasi ini, pada dasarnya adanya faktor ketidakpuasan, sehingga ada masalah yang timbul akibat adanya kesenjangan yang menyebabkan tidak tercapainya tujuan. Dimana kegiatan yang akan peneliti laksanakan pada tahap problematisasi ini adalah mencari dan menentukan masalah-masalah yang ada pada pola pemasaran dengan cara berpartisipasi

langsung dengan pengelola usaha sehingga masalah yang ada dapat dipecahkan bersama-sama.

c. Desain Tindakan

Desain tindakan disini dimaksud untuk menyusun dan memperbaiki dengan baik masalah yang dihadapi digunakan analisis persoalan potensial untuk mengungkapkan hal-hal yang menyebabkan terjadinya masalah-masalah dan penanggulangan.

d. Uji Coba/Implementasi

Uji coba yang digunakan disini yaitu kegiatan dimana peneliti ikut melibatkan diri dan mendorong teknokrat untuk mengimplementasikan dan menguji coba beberapa langkah awal dari desain tindakan yang sudah dirumuskan dan direncanakan, dimana uji coba yang akan dilakukan disini adalah mencoba menerapkan yang telah ada dan menguji apakah tindakan yang telah ditetapkan dapat memberikan keuntungan terhadap efisiensi waktu, tenaga dan biaya yang digunakan disesuaikan dengan laba yang diperoleh.

e. Pemantauan dan Evaluasi

Pemantauan dan evaluasi dilakukan agar dapat memantau sejauh mana kegiatan tersebut berjalan dengan baik atau tidak ada sekaligus menguji apakah rencana tersebut mencapai sasaran-sasaran yang telah dirumuskan terlebih dahulu dan seberapa jauh hasil-hasil tersebut dapat dicapai sesuai dengan tujuan.

f. Refleksi

Pada tahap ini diharapkan agar dapat meninjau ulang seluruh kegiatan selama praktik lapang yang dirangkaikan dengan Kuliah Kerja Nyata (KKN) agar dapat menyaringkan hikmah dan pelajaran-pelajaran penting yang bermanfaat sebagai suatu pegangan untuk pengembangan karir dimasa yang akan datang.



II. DESKRIPSI AGROSISTEM

2.1. Sejarah Berdirinya Usaha

Responden bernama Sudirman adalah seorang pengusaha telur ayam ras yang berada di jalan Abd. Daeng Sirua No. 228 Kelurahan Pandang, Kecamatan Panakukang, Kota Madya Makassar. Pak Sudirman lahir di Sidrap pada tanggal 5 Desember 1950. Pada usia 7 tahun tepatnya pada tahun 1957 mulai masuk sekolah dasar di tempat kelahirannya dan menamatkan pada tahun 1962. Pada tahun yang bersamaan setelah lulus dari Sekolah Dasar Pak Sudirman melanjutkan sekolah ke Pare-Pare yaitu PGAL selama enam tahun. Selama sekolah di Pare-Pare Pak Sudirman sering pulang ke Sidrap jika liburan. Setelah menamatkan sekolah pada tahun 1968, Pak Sudirman mencoba mencari pekerjaan di Surabaya dan diterima pada Perusahaan Pabrik Terigu Bagian Formen (ekspor-impor).

Pak Sudirman kawin pada tahun 1977 dengan seorang wanita yang bernama Samsia. Dari hasil perkawinan itu, mereka dikaruniai tiga orang anak yaitu Dirsyah, Nunung, Nurhasana. Ketiga anaknya ini lahir di Surabaya. Dari penghasilannya setiap bulan sebagai karyawan perusahaan terigu tidak dapat mencukupi keluarganya. Oleh karena itu Pak Sudirman mencari kerja sampingan yaitu berbisnis Mesin Tik yang dibeli seharga Rp. 50.000,00- kemudian dijual seharga Rp. 150.000,00-. Dari hasil penghasilan inilah Pak Sudirman dapat menghidupi keluarganya di Kota besar.

Karena sudah merasa jenuh dengan pekerjaannya Pak Sudirman mengajukan surat pensiun dan ingin kembali ke Ujung Pandang. Pada tahun 1993 Pak Sudirman membeli lahan seluas 19 x 7 m di Jalan Abd. Daeng Sirua dan membangun rumah seluas 12 x 7 m.

Tahun 1994 Pak Sudirman mulai membukan usaha penjualan telur ayam ras dengan nama Toko Nur. Nama Toko Nur ini diambil dari nama anak ketiganya yaitu Nurhasana karena dia merupakan anak bungsu dari keluarga ini. usaha Toko Nur di buka karena Pak Sudirman mempunyai pengalaman dalam berbisnis dan juga untuk menghidupi istri dan kedua anaknya yang masih sekolah, sedangkan anak pertamanya sudah berkeluarga.

Adapun misi dari pengusaha dalam menjalankan usahanya adalah mengutamakan kepuasan konsumen dan meningkatkan omzet penjualan sehingga usaha ini dapat berkembang lebih maju dan kegiatannya pun bisa berlangsung secara berkesinambungan.

2.2. Analisis Posisi Sumber Daya Agrosistem

Sumber daya adalah semua potensi yang dimiliki oleh perusahaan dalam mengelola usahanya. Sumber daya merupakan salah satu faktor utama yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan. Sumber daya ini terdiri dari lahan dan bangunan, manusia, finansial dan peralatan. Dalam pengelolaan telur ayam ras ini Toko Nur ini memiliki sumber daya sebagai berikut :

2.2.1. Sumber Daya Lahan dan Bangunan

Keberadaan lahan dan bangunan sangatlah penting dalam pengembangan suatu usaha, tanpa sumber daya ini tentunya suatu perusahaan atau usaha tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Sumber daya lahan dan bangunan yang dimiliki Toko Nur ini terletak di Jalan Abd. Daeng Sirua No. 228 Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar.

Toko Nur ini memiliki lahan seluar 19x7 Makassar, bangunan seluas 12x7 Makassar, serta luas tempat usaha yang digunakan yaitu 7x5 Makassar dengan jenis bangunan permanen yang berlantai dua. Sebagian lantai bawah digunakan untuk tempat usaha.

2.2.2. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia dalam suatu perusahaan mempunyai peranan yang penting suatu perusahaan tergantung pada keaktifan dari seluruh karyawan yang berada didalam perusahaan tersebut. Sumber daya yang digunakan oleh Toko Nur berjumlah empat orang yang terdiri dari satu orang menejer, satu orang bagian keuangan merangkap tenaga pemasar dan dua orang tenaga pemasar. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Nama, Umur, Pendidikan, Jenis Kelamin, Fungsi masing-Masing tenaga kerja pada Toko Nur, 2000.

No	Nama	Umur (tahun)	Pendidikan	Jenis Kelamin	Fungsi
1.	Sudirman	50	PGAL	Pria	Manajer
2.	Dirsyah	22	SMA	Pria	Bagian keuangan/tenaga Pemasar
3.	Adnan	23	SMA	Pria	Tenaga kerja pemasar
4.	Abd. Razak	23	SMA	Pria	Tenaga kerja pemasar

Sumber : Datra Primer Setelah diolah, 2000

2.2.3. Sumber Daya Finansial

Sumber finansial adalah segala sesuatu yang dimiliki perusahaan baik dalam bentuk uang tunai atau barang berharga lainnya, dapat langsung diuangkan untuk mengatasi hal-hal yang mendesak dalam usaha yang diuangkan. Sumber daya finansial yang dialokasikan dalam usaha telur ayam ras pada Toko Nur merupakan modal pribadi sebesar Rp. 20.000.000.

2.2.4. Sumber Daya Peralatan

Sumber daya peralatan yang dimaksud adalah sumber daya yang berperan untuk melancarkan proses pemasaran telur ayam ras. Adapun jenis peralatan yang dipergunakan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Jenis, Jumlah dan Nilai Penyusutan yang digunakan pada Usaha Telur Ayam Ras Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000.

No.	Jenis	Jumlah (unit)	Nilai baru (Rp)	Nilai Lama (Rp)	Lama pakai	Penyusutan (Rp)
1.	Rak telur	30	1.500	1.250	2	3.750
2.	Sapu	2	7.500	5.000	1	5.000
3.	Gunting	1	15.000	10.000	2	2.500
4.	Pisau	1	2.000	1.500	1	500
5.	Motor	1	3.500.000	3.000.000	4	125.000
6.	Timbangan	1	2.000.000	1.500.000	4	125.000
JUMLAH			5.541.000	4.517.750		261.750

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

Sumber perolehan peralatan yang digunakan dalam usaha telur ayam ras tersebut adalah dibeli dengan cara tunai (cash).

2.3. Analisis Kinerja

Analisis kinerja digunakan untuk melihat kondisi dari suatu agrosistem perusahaan serta hasil yang diperoleh perusahaan tersebut. analisis kinerja terdiri dari proses pengadaan bahan baku, proses pemasaran, serta proses pengendalian dampak lingkungan.

2.3.1. Proses Pengadaan Telur

Pengadaan bahan baku merupakan langkah awal untuk melakukan proses pemasaran. Karena itu diperhatikan bahan apa saja yang dibutuhkan dalam proses pemasaran nanti.

Telur ayam ras Toko Nur merupakan produk utama yang akan dijual, disamping untuk melancarkan hasil penjualan telur ayam ras ini memerlukan juga bahan lain yakni rak telur, kantung plastik, dan tali

pengikat. Telur ayam ras dibeli dari Sidrap sebagai pemasok yang dibawah langsung ke Perusahaan. Volume penjualan telur ayam ras disesuaikan dengan kebutuhan dan hari yang sudah ditentukan oleh pengusaha Toko Nur. Biasanya pembelian telur ayam ras dilakukan 3 kali sebulan sekitar 9000-160.000 per butir seharga Rp. 430, per butir dengan tidak mengenal ukuran kecil atau ukuran besar dari telur tersebut. volume isi dari satu rak telur yaitu 30 butir.

2.3.2. Proses Pemasaran

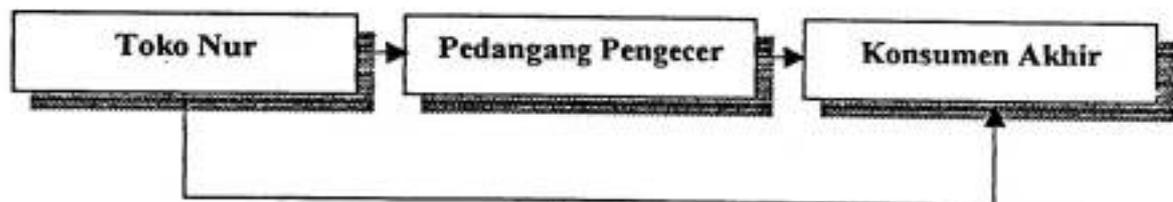
Proses pemasaran adalah rangkaian kegiatan yang menyangkut perpindahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Produk akan sampai ketangan konsumen apabila melalui proses pemasaran. Jadi dalam proses pemasaran itu terjadi proses timbal balik, dimana perusahaan menjanjikan barang dan jasa kepada masyarakat (konsumen), sedangkan konsumen menyerahkan uang sebagai imbalan atas terpenuhinya kebutuhan mereka secara cepat dan memuaskan (Indriyo, 1994).

Proses pemasaran bertujuan agar dana yang telah diinvestasikan dalam kegiatan produksi dapat diperoleh kembali dengan mendapatkan sejumlah laba sebagai imbalan dari investasi yang dilakukan selama ini.

Proses pemasaran telur ayam ras pada Toko Nur dilaksanakan oleh Pak Sudirman dibantu oleh tiga tenaga kerja pemasaran yaitu Dirsyah, Adnan, dan Abd. Rajak. Saluran pemasaran yang dilakukan oleh Toko Nur yaitu melalui pedagang pengecer sebagai pelanggan tetap

yang berjumlah 5 orang yang kemudian menjual kepada konsumen akhir. Selain itu juga Toko Nur melayani konsumen, yang langsung datang ke tempat tersebut. sistem pembayaran baik itu pelanggan tetap dan konsumen langsung dilakukan secara tunai (cash).

Adapun proses pemasaran usaha Toko Nur Jalan Abd. Daeng Sirua Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1 : Proses Pemasaran Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000

Dalam pemasaran telur ayam ras, Usaha Toko Nur menggunakan sistem sortasi (grading) yaitu memilih telur sesuai dengan ukuran dan harga yang sudah ditentukan. Standar harga dari satu butir telur ayam ras yang sudah ditentukan yaitu :

1. Telur ukuran kecil seharga Rp. 450,- dan Rp. 460,- per butir
2. Telur ukuran sedang seharga Rp. 475,- dan Rp. 480,- per butir
3. Telur ukuran besar/jumbo seharga Rp. 500,- per butir
4. Telur retak/pecah seharga Rp. 400,- per butir
5. Telur dengan cara borongan seharga Rp. 440,- per butir
6. Rak telur seharga Rp. 500,- per butir

Telur ukuran kecil yang dipasarkan yaitu bukan telur yang ukurannya seperti telur ayam kampung tetapi dilihat dari berat dan bentuk telur ini. Sehingga pengusaha dapat menentukan Makassar,asing-masing ukuran dari harga telur tersebut. Untuk telur retak ini banyak dibeli konsumen setempat dan untuk pembelian telur dengan sistem borongan apabila pembelian di atas 300 butir dengan discount Rp.10,00-per butir.

Dalam memasarkan telur ayam ras, Toko Nur menggunakan kendaraan bermotor untuk mengantarkan langsung pesanan dari pelanggannya apabila pelanggan tersebut bertempat tinggal di sekitar Tello dan Jalan Abd. Daeng Sirua.

Berdasarkan hasil pengamatan selama magang, Toko Nur tidak mengalami masalah selama penjualan telur ayam ras karena harga dari satu butir telur lebih murah dibandingkan dengan harga yang dijual di pasar, toko-toko atau warung kecil yang ada disekitar tempat usaha tersebut.

2.3.3. Proses Pengendalian Dampak Lingkungan

Masalah lingkungan hidup senantiasa mendapat tanggapan dari berbagai pihak, terutama dengan semakin majunya pertumbuhan industri khususnya di daerah perkotaan. Untuk itu pemerintah Daerah mengkumandangkan hal-hal penting tentang pendirian industri yang berwawasan lingkungan. Perkembangan industri pada suatu sisi

menunjukkan suatu hal yang sangat menggembirakan namun disisi lain kehadirannya akan berpengaruh negatif terhadap lingkungan hidup disekitar baik secara langsung atau tidak langsung.

Dampak lingkungan sosial yang diakibatkan oleh usaha ini adalah adanya kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar walaupun masih relatif kecil. Disamping itu juga dapat memberikan pendapatan yang layak bagi pengusaha telur ayam ras. Selain itu juga telur ini sangat baik untuk dikonsumsi oleh masyarakat karena telur ini mempunyai nilai gizi yang cukup tinggi. Dampak lingkungan fisik hampir tidak ada karena hanya bersifat sementara.

Adapun limbah yang timbul adalah berupa pencemaran udara yang merupakan debu dari transportasi (mobil) dan juga alat yang bisa membuat penyakit bagi lingkungan sekitar atau bagi keluarga pengusaha tersebut.

2.4. Analisis Biaya dan Pendapatan

Analisis biaya dan pendapatan bertujuan untuk mengukur apakah suatu kegiatan yang dilakukan berhasil atau tidak.

Biaya adalah segala dana yang diinvestasikan dalam suatu kegiatan yang berlangsung dalam produk tertentu, besarnya yang dikeluarkan dalam proses pengadaan bahan baku sampai ke konsumen akhir akan menentukan besarnya harga produk penjualan.

Pendapatan (keuntungan) diperoleh bila telah dihitung biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung dalam suatu periode waktu tertentu pada suatu perusahaan. Biaya yang dikeluarkan untuk menunjang kelancaran proses produksi akan tetapi tidak mempengaruhi besarnya produksi yang dihasilkan dan jumlahnya relatif tetap sekalipun total produksi mengalami perubahan. Biaya tetap ini meliputi nilai penyusutan alat, rekening telepon, rekening air, rekening listrik, gaji karyawan, dan gaji pimpinan. Sedangkan biaya variabel adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dimana sifatnya berubah-ubah sesuai dengan besarnya produksi. Biaya variabel ini terdiri dari pembelian komoditi Telur Ayam Ras, bahan penunjang dan biaya pemasaran.

Analisis biaya dan pendapatan yang diperoleh Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur selama empat bulan yaitu Juli, Agustus, September dan Oktober dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, Juli 2000.

No	Uraian	Jumlah (butir)	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Penerimaan :			
	- Telur ukuran kecil	75.770	455,-	34.475.450,-
	- Telur ukuran sedang	73.110	477,-	34.873.470,-
	- Telur ukuran besar	10.520	500,-	5.260.000,-
	- Telur dengan sistem borongan	2.863	440,-	1.259.720,-
	- Telur retak	3.064	400,-	1.225.600,-
	Jumlah			77.094.140,-
2.	Biaya Variabel :			
	a. Komoditi telur ayam ras	159.400	430,-	68.542.000,-
	b. Bahan penunjang :			
	- Rak telur	6.049 L	500,-	3.024.500,-
	- Kantung plastik	600 pak	3.500,-	2.100.000,-
- Tali pengikat	1 rol	12.500,-	12.500,-	
c. Biaya transportasi	20 liter	1.000,-	20.000,-	
	Jumlah			73.699.000,-
3.	Biaya Tetap :			
	- Gaji Pimpinan	1 orang	700.000,-	700.000,-
	- Gaji Karyawan :			
	- Bagian Keuangan	1 orang	500.000,-	500.000,-
	- Tenaga Kerja Pemasar	2 orang	300.000,-	600.000,-
	- Penyusutan alat			21.812,-
	- Rekening listrik			50.000,-
- Rekening air			50.000,-	
- Rekening telepon			100.000,-	
	Jumlah			2.021.812,-
4.	Total Biaya (2+3)			75.770.812,-
5.	Pendapatan Kotor (1-4)			1.323.328,-
6.	Pajak 10 %			132.332,8
7.	Pendapatan Bersih (5-6)			1.190.995,2

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

Tabel 4. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, Agustus 2000

No	Uraian	Jumlah (butir)	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Penerimaan :			
	- Telur ukuran kecil	76.932	455,-	34.040.060,-
	- Telur ukuran sedang	74.513	477,-	34.542.701,-
	- Telur ukuran besar	11.404	500,-	5.702.000,-
	- Telur dengan sistem borongan	3.243	440,-	1.426.920,-
	- Telur retak	3.380	400,-	1.352.000,-
	Jumlah			79.063.681,-
2.	Biaya Variabel :			
	a. Komoditi telur ayam ras	162.849	430,-	70.025.070,-
	b. Bahan penunjang :			
	- Rak telur	6.081 L	500,-	3.040.500,-
	- Kantung plastik	625 pak	3.500,-	2.167.500,-
	- Tali pengikat	1 rol	12.500,-	12.500,-
c. Biaya transportasi	22 liter	1.000,-	22.000,-	
	Jumlah			75.267.570,-
3.	Biaya Tetap :			
	- Gaji Pimpinan	1 orang	700.000,-	700.000,-
	- Gaji Karyawan :			
	- Bagian Keuangan	1 orang	500.000,-	500.000,-
	- Tenaga Kerja Pemasar	2 orang	300.000,-	600.000,-
	- Penyusutan alat			21.812,-
	- Rekening listrik			50.000,-
	- Rekening air			50.000,-
- Rekening telepon			100.000,-	
	Jumlah			2.061.812,-
4.	Total Biaya (2+3)			77.329.382,-
5.	Pendapatan Kotor (1-4)			1.734.299,-
6.	Pajak 10 %			173.429,9
7.	Pendapatan Bersih (5-6)			1.560.869,1

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000



Tabel 5. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, September 2000.

No	Uraian	Jumlah (butir)	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Penerimaan :			
	- Telur ukuran kecil	80.530	455,-	36.641.150,-
	- Telur ukuran sedang	76.513	477,-	36.496.701,-
	- Telur ukuran besar	14.150	500,-	7.075.000,-
	- Telur dengan sistem borongan	5.432	440,-	2.390.080,-
	- Telur retak	5.380	400,-	2.152.000,-
	Jumlah			84.754.931,-
2.	Biaya Variabel :			
	a. Komoditi telur ayam ras	175.005	430,-	75.252.150,-
	b. Bahan penunjang :			
	- Rak telur	6.204 L	500,-	3.102.000,-
	- Kantung plastik	625 pak	3.500,-	2.167.500,-
	- Tali pengikat	1 rol	12.500,-	12.500,-
	c. Biaya transportasi	25 liter	1.000,-	25.000,-
	Jumlah			80.558.650,-
3.	Biaya Tetap :			
	- Gaji Pimpinan	1 orang	700.000,-	700.000,-
	- Gaji Karyawan :			
	- Bagian Keuangan	1 orang	500.000,-	500.000,-
	- Tenaga Kerja Pemasar	2 orang	300.000,-	600.000,-
	- Penyusutan alat			21.812,-
	- Rekening listrik			50.000,-
	- Rekening air			60.000,-
	- Rekening telepon			150.000,-
	Jumlah			2.086.812,-
4.	Total Biaya (2+3)			82.645.462,-
5.	Pendapatan Kotor (1-4)			2.109.469,-
6.	Pajak 10 %			210.946,9
7.	Pendapatan Bersih (5-6)			1.898.522,1

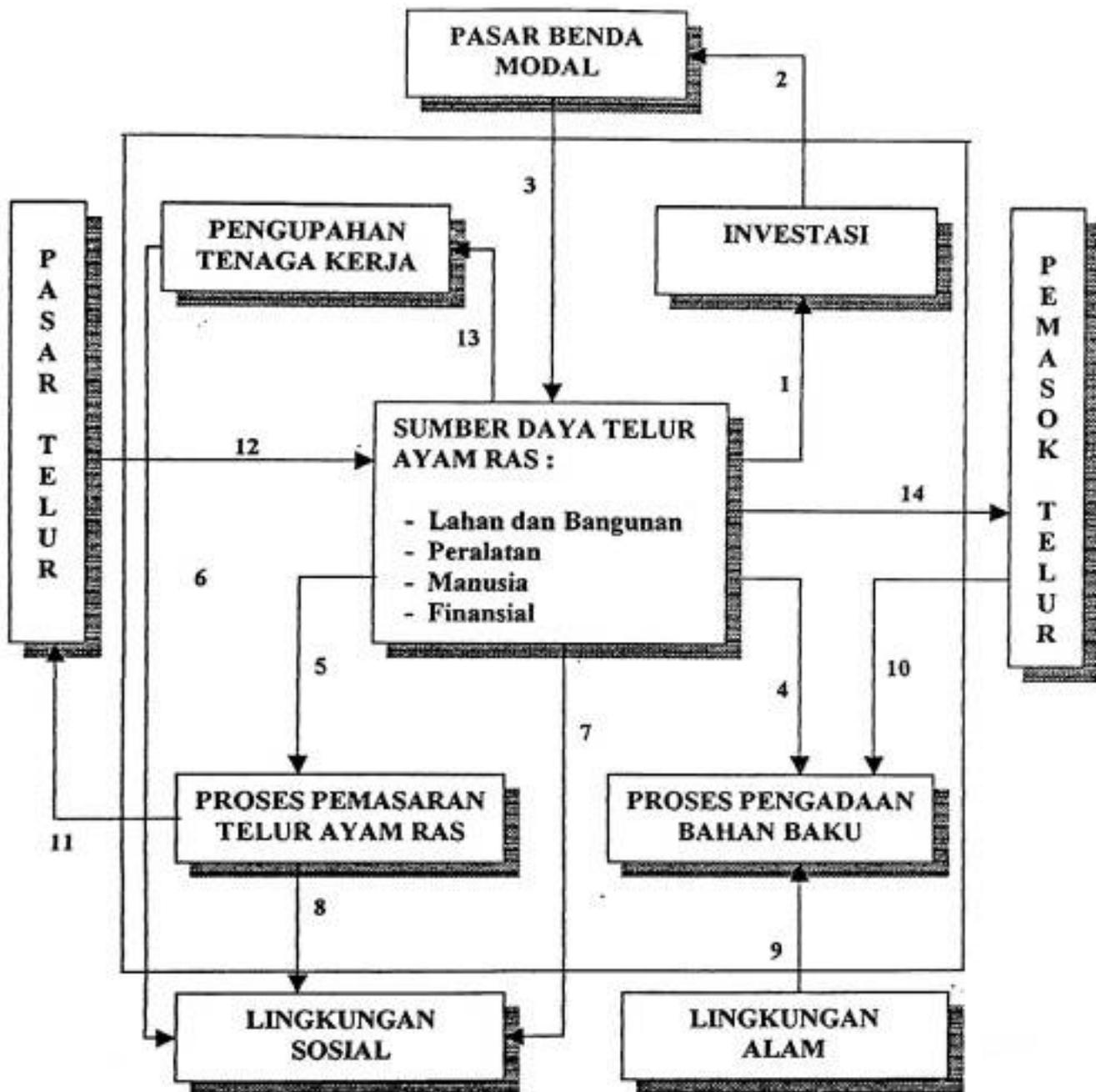
Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

2.5. Peta Penampilan Karya Agrosistem

Peta penampilan karya agrosistem dimaksud untuk memberikan gambar tentang pengalokasian berbagai macam sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan ke berbagai sub-sistem agrosistem. Pengaliran barang, uang, dan jasa baik dari dalam agrosistem ini akan diperlihatkan keterkaitan antara masing-masing proses dengan sumber daya yang saling terkait antara proses-proses itu sendiri dengan lingkungan, dimana proses-proses itu berlangsung. Untuk lebih jelasnya peta penampilan karya agrosistem dapat dilihat pada gambar berikut ini :

2.5. Peta Penampilan Karya Agrosistem

Peta penampilan karya agrosistem dimaksud untuk memberikan gambar tentang pengalokasian berbagai macam sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan ke berbagai sub-sistem agrosistem. Pengaliran barang, uang, dan jasa baik dari dalam agrosistem ini akan diperlihatkan keterkaitan antara masing-masing proses dengan sumber daya yang saling terkait antara proses-proses itu sendiri dengan lingkungan, dimana proses-proses itu berlangsung. Untuk lebih jelasnya peta penampilan karya agrosistem dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 2. Peta Penampilan Karya Agrobisnis Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000.

Keterangan Gambar :

1. Semua sumber daya yang dimiliki, berupa sumber daya dan bangunan, sumber daya peralatan finansial, dan sumber daya manusia, semuanya dialokasikan untuk proses investasi dalam usaha telur ayam ras pada Toko Nur.
2. Bahwa investasi yang dimiliki oleh Toko Nur kemudian dialokasikan ke pasar benda modal untuk pengadaan bahan baku.
3. Peralatan berupa rak telur, sapu, gunting, pisau, motor, dan timbangan diperoleh dari pasar benda modal merupakan salah satu sumber daya yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha telur ayam ras.
4. Pengalokasian sumber daya manusia dan finansial untuk proses pengadaan bahan baku telur ayam ras.
5. Sumber daya manusia dan finansial yang ada dalam usaha telur ayam ras dialokasikan untuk proses pemasaran.
6. Balas jasa yang diberikan kepada tenaga kerja dapat mempengaruhi tingkat perekonomian di lingkungan masyarakat.
7. Lingkungan sosial ekonomi mempengaruhi sumber daya yang ada dalam usaha telur ayam ras seperti penyediaan tenaga kerja untuk menggerakkan usaha telur ayam ras.
8. Proses pemasaran telur ayam ras ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen (masyarakat).
9. Lingkungan alam seperti musim dan cuaca mempengaruhi proses pengadaan bahan baku telur ayam ras.

10. Bahan baku yang akan digunakan dalam usaha telur ayam ras Toko Nur diperoleh dari pemasok telur (Sidrap).
11. Bagian pemasaran usaha telur ayam ras Toko Nur memasarkan hasil akhir berupa telur ayam ras yang siap dilepaskan ke pasar telur.
12. Hasil pemasaran penjualan telur ayam ras berupa tambahan sumber daya finansial bagi usaha telur ayam ras Toko Nur.
13. Sumber daya finansial dialokasikan untuk pengupahan tenaga kerja.
14. Sumber daya finansial dialokasikan untuk pemasok telur.

III. SISTEM PEMASARAN TELUR AYAM RAS

3.1. Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran merupakan cara untuk memasarkan hasil peternakan dari peternak (produsen) kepada konsumen. Sistem ini bertujuan untuk memudahkan pemasaran hasil peternakan, cara pemasaran yang digunakan disini tentu berbeda-beda sesuai dengan keadaan. Dalam sistem pemasaran dikenal beberapa macam sistem pemasaran antara lain sistem pemasaran tunggal, sistem pemasaran berganda, dan sistem pemasaran bertahap.

1. Sistem Pemasaran Tunggal

Sistem pemasaran tunggal atau pemasaran satu cara ini, merupakan cara memasarkan hasil peternakan pada satu sistem saja. Untuk itu bagi usaha Toko Nur tidak cocok untuk menggunakan sistem pemasaran tunggal, karena Toko Nur merupakan distributor yang membeli telur ayam ras dari Sidrap dan kemudian menjual kepada konsumen.

2. Sistem Pemasaran Berganda

Sistem pemasaran berganda memakai lebih dari satu cara dalam memasarkan produk. Tentu hal ini merupakan kebalikan dari sistem pemasaran tunggal. Pada sistem pemasaran berganda, Toko Nur memasarkan kepada pedagang pengecer atau pelanggan tetap dan konsumen akhir secara langsung. Cara ini dilakukan secara bersamaan karena bila tidak ada pedagang pengecer atau pelanggan tetap masih ada konsumen akhir yang

datang langsung membeli pada Toko Nur. Tetapi menurut pengusaha Toko Nur, tidak masalah kalau tidak ada pelanggan tetap karena konsumen Toko Nur, juga mempunyai konsumen yang datang untuk membeli telur ayam ras sendiri. Jadi Toko Nur sangat cocok untuk menggunakan sistem pemasaran berganda.

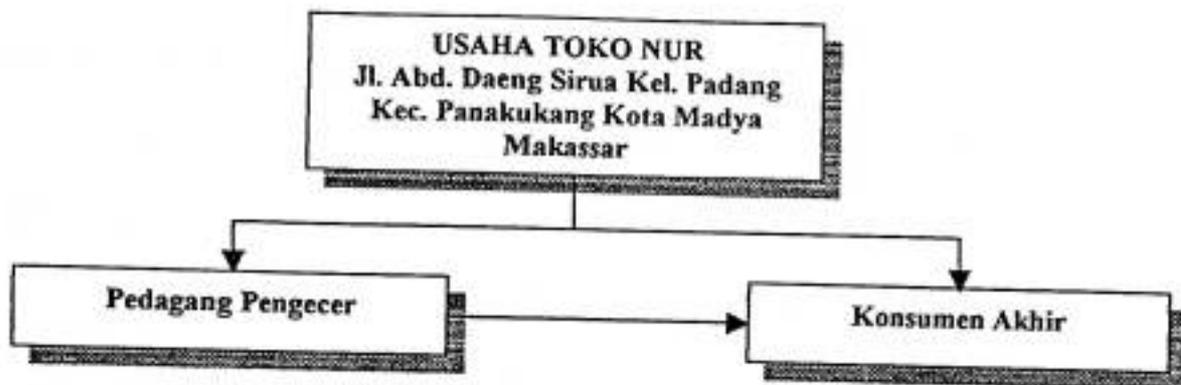
3. Sistem Pemasaran Bertahap

Sistem pemasaran bertahap memerlukan cara pemasaran produk yang pada saat tertentu menggunakan cara tunggal dan pada saat lain menggunakan cara berganda. Cara ini bisa dilakukan oleh Toko Nur juga, tetapi cara ini memerlukan kehati-hatian sebab akan dapat merugikan pengusaha itu sendiri.

3.2. Saluran Pemasaran

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

Saluran pemasaran yang digunakan oleh usaha telur ayam ras dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3 : Saluran Pemasaran Telur Ayam Ras pada Toko Nur Kelurahan Pandang Kecamatan Penakukang Kota Madya Makassar, 2000.

Pada gambar tersebut dapat dilihat ada dua saluran pemasaran telur ayam ras pada Toko Nur dengan penjelasannya sebagai berikut :

- a. Usaha Toko Nur, menyalurkan telur ayam ras kepada pedagang pengecer atau pelanggan tetap yaitu sebanyak 5 orang. Kemudian usaha Toko Nur, menjual kepada konsumen akhir yang berada di sekitar Kota Madya Makassar.
- b. Pedagang pengecer atau pelanggan tetap yang berlokasi di beberapa tempat yaitu Pasar Daya, Pasar Tudopoli, Pasar Tello biasanya mereka membeli telur ayam ras pada Toko Nur, kemudian menyalurkan kembali kepada konsumen akhir.
- c. Konsumen akhir merupakan industri rumah tangga yang membeli telur ayam ras dalam jumlah yang tidak banyak atau sedikit sehingga dapat dilayani oleh pengusaha Toko Nur atau pedagang pengecer lain.

3.3. Fungsi Pemasaran

Pemasaran mencakup serangkaian kegiatan yang tertuju pada pemindahan barang dan jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi. Dalam pemasaran terdapat berbagai fungsi pemasaran yang harus dilakukan, baik oleh produsen maupun lembaga perantara dan konsumen. Fungsi pemasaran diklasifikasikan dalam tiga bentuk yaitu Fungsi Pertukaran, Fungsi Fisik dan Fungsi Penunjang.

Pelaksanaan fungsi tersebut dalam sistem pemasaran telur ayam ras mulai dari Toko Nur sampai ke konsumen akhir dapat dilihat pada uraian berikut :

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan. Pengusaha Toko Nur membeli telur ayam ras secara tunai. Penjualan kepada pedagang pengecer dan konsumen akhir juga secara tunai. Disamping itu juga pengusaha menggunakan sistem diskon apabila pembelian di atas 10 rak.

2. Fungsi Fisik

Fungsi Fisik terdiri dari penyimpanan dan pengangkutan adalah kegiatan yang bertujuan memindahkan barang dari daerah produksi ke daerah konsumsi. Pengangkutan merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam perkembangan pasar karena pengangkutan menghubungkan pusat penawaran dan permintaan. Tahap pengangkutan yang dilakukan oleh usaha Toko Nur ke pedagang pengecer atau pelanggan tetap yaitu dengan

menggunakan angkutan motor yang hanya berlokasi pada Tello dan Daerah setempat. Sedangkan untuk penyimpanan tidak dilakukan oleh usaha ini karena konsumen kurang begitu menyenangi telur yang dingin.

3. Fungsi Penunjang/Fasilitas

Fungsi fasilitas terdiri atas kegiatan standarisasi dan grading, penanggungan resiko, pembiayaan dan informasi pasar.

Standarisasi yang dilakukan oleh pengusaha Toko Nur yaitu melakukan kegiatan berupa penentuan standar atau dari ukuran telur tersebut. Sedangkan grading merupakan proses pemakaian suatu standar dengan jalan menentukan harga sesuai dengan ukuran telur ayam ras tersebut.

Fungsi penanggungan resiko Pengusaha Toko Nur yaitu retak/pecahnya telur ayam ras yang diakibatkan pengangkutan dari Sidrap ke Makassar. Berdasarkan hasil wawancara, telur ayam ras yang pecah atau retak sekitar 40 butir.

Fungsi lain dalam fungsi penunjang adalah fungsi pembiayaan. Fungsi ini merupakan fungsi yang paling penting karena barang tidak dapat melalui semua sistem pemasaran tanpa didukung oleh pembiayaan. Modal utama yang digunakan untuk usaha telur ayam ras Toko Nur ini sebesar Rp. 20.000.000,-.

Fungsi keterangan pasar juga merupakan fungsi penting dalam penyaluran barang. Fungsi ini meliputi pengumpulan fakta-fakta dan gejala

dalam penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Dalam pemasaran telur ayam ras, informasi yang di dapat bahwa penjualan telur yang ada di pasar berkisar antara Rp. 450,-, Rp, 475,-, dan Rp, 500,- per butir tetapi ukuran telur yang dijual tidak sama dengan yang dijual oleh Toko Nur. Sedangkan untuk toko-toko atau warung-warung lainnya menjual telur seharga Rp. 500,-, Rp. 550,-, Rp. 600,-.

IV. PROBLEMATISASI DAN PENETAPAN SASARAN

Problematikasi suatu agrosistem merupakan suatu usaha untuk melihat, menilai dan mengungkapkan masalah yang dihadapi atau yang akan terjadi guna mempermudah penyusunan rencana pemecahan masalah, dan masalah yang ditampilkan tersebut sudah lebih terperinci dan spesifik.

Menurut Kepner dan Trago (1984), problematisasi merupakan kegiatan mencari dan menemukan berbagai persoalan yang menghambat kegiatan usaha yang dilakukan selama ini. Tujuan problematisasi bagi kegiatan usaha adalah untuk mempermudah seorang manajer dalam mengidentifikasi jenis-jenis persoalan yang dihadapi dan mengantisipasi persoalan dengan mencegah atau penanggulangan persoalan tersebut.

Selanjutnya dinyatakan pula bahwa persoalan adalah akibat yang dapat dilihat dari suatu sebab, yang terjadi disuatu waktu dimasa yang lalu. Menurut George Odioner (1979), persoalan adalah perbedaan antara apa yang di dalam fakta sebagai suatu situasi pada waktu sekarang dengan apa yang dimasa mendatang untuk memenuhi sasaran.

Berdasarkan hasil praktik lapang, terlihat bahwa masalah yang dihadapi adalah mengenai pemasaran. Problematikasi situasi agrosistem ini terdiri dari beberapa tahap posisi penilaian dan dasar pertimbangan kasus, inventarisasi masalah, menemukan masalah utama dan strukturisasi masalah, menetapkan sasaran dan strukturisasi sasaran.

4.1. Posisi Penilaian Dasar Pertimbangan Kasus

Ada dua yang mendasar suatu penilaian situasi yaitu menentukan posisi penilaian, dasar pertimbangan dan fokus penilaian. Selain menentukan posisi terlebih dahulu harus diketahui bahwa dari posisi mana yang harus digunakan untuk memberikan kemudahan dalam menilai situasi yang terjadi dalam agrosistem.

Dalam menentukan posisi penilaian situasi agrosistem, ada tiga kriteria dan pendekatan yang dilakukan yaitu apakah menilai persoalan dari kaca mata pengusaha, menggunakan sudut pandang sendiri sebagai manajer serta menggunakan sudut pandang kombinasi antara pandangan pengusaha dan pandangan kasus sebagai manajer, untuk menilai dan mengungkapkan problematisasi usah kasus, digunakan sudut pandang kombinasi antara pandangan pengusaha dan pandangan penulis sebagai manajer.

Pada proses agrosistem usaha kasus, problematisasi dititik beratkan pada persoalan-persoalan yang dihadapi dalam kegiatan pemasaran, dengan pertimbangan ini dianggap sesuai. Sebab pemasaran merupakan aspek yang memegang peranan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan merupakan bagian yang menghubungkan prosedur dan konsumennya, baik dari ekonomi maupun dimensi sosial.

4.2. Inventarisasi Masalah

Masalah adalah situasi yang memerlukan kita untuk bertindak dengan sepenuhnya atau sebagian yang menjadi tanggung jawab. Atau dengan perkataan



lain ada sesuatu yang harus kita kerjakan yang kitalah yang harus mengerjakannya.

Penentuan masalah dalam analisis permasalahan perlu memperhatikan beberapa hal diantaranya merumuskan masalah sebagai keadaan negatif, menulis hanya satu masalah pada kartu zopp, mencatat hanya masalah-masalah yang nyata atau bukan masalah-masalah yang dibayangkan atau diperkirakan mungkin akan timbul pada masa depan, dan masalah-masalah yang dimaksudkan adalah yang dianggap penting oleh sebagian besar anggota kelompok perencanaan dan tidak terpaku pada rincian yang terlalu dalam pada satu bagian analisis permasalahan.

Setelah melalui pemilihan masalah kiranya didapatkan 8 masalah yaitu :

1. Pendapatan Rendah

Pendapatan yang diterima hanya Rp. 1.550.128,8 per bulan.

2. Volume Penjualan Rendah

Telur ayam ras yang terjual masih rendah karena tidak sesuai dengan target tiap bulan dimana telur ayam ras yang terjual hanya 165,751 butir per bulan.

3. Pasokan telur terbatas.

Karena pemasokan hanya 3 kali dalam sebulan 9000 – 160.000 butir.

4. Pemasok tetap berkurang.

Pemasok tetap hanya terdiri dari satu pemasok telur ayam ras pada Toko Nur.

5. Distribusi kurang lancar.

Karena hanya tersedia satu buah sepeda motor sehingga usaha kasus mengalami kesulitan dalam mendistribusikan telur ke pedangang pengecer.

Dengan jumlah tumpukan 300 butir

6. Lokasi pemasaran terbatas.

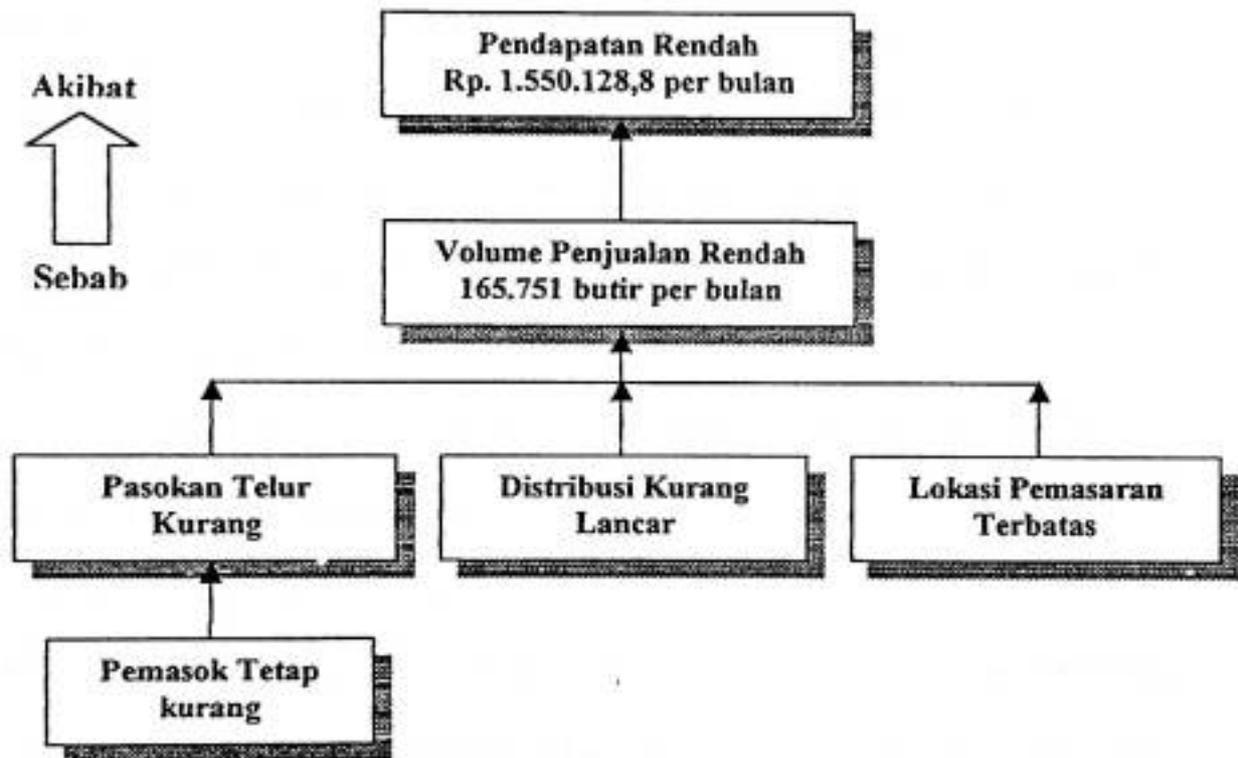
Lokasi pemasaran hanya terdapat di 3 tempat yaitu Pasar Daya, Pasar Toddopuli, Pasar Tello.

4.3. Menemukan Masalah Utama

Masalah utama yang ditimbulkan oleh usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur adalah Volume Penjualan Rendah, hal ini disebabkan karena pemasok tetap berkurang mengakibatkan ketersediaan telur terbatas, distribusi kurang lancar dan lokasi pemasaran terbatas.

4.4. Strukturisasi Masalah

Strukturisasi masalah merupakan diagram pohon persoalan yang menyebabkan tentang hubungan masalah utama, penyebab masalah utama dan akibat-akibat yang ditimbulkan dari persoalan utama tersebut. Hubungan yang terjadi pada diagram persoalan dan hubungan sebab akibat. Adapun diagram pohon masalah yang ada pada usaha Toko Nur adalah sebagai berikut :



Gambar 4 : Struktur Pohon Masalah Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Pankukang Kota Madya Makassar, 2000.

4.5. Menetapkan Sasaran

Analisa Sasaran adalah upaya untuk mencari jawaban terhadap masalah yang telah diidentifikasi pada tahap analisis masalah. Jika pada saat analisis masalah menetapkan posisi perusahaan, maka dalam analisis sasaran lebih memerlukan posisi sasaran.

Sasaran merupakan kriteria bagi keputusan yakni penilaian khusus yang harus dicapai oleh keputusan. Penetapan sasaran setelah menyatakan tujuan dari keputusan dan menyetujui tingkat yang harus dicapai untuk mengetahui tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam proses pemecahan masalah, maka perlu dipositifkan untuk mencapai sasaran yang diinginkan. Adapun sasaran tersebut adalah :

1. Pendapatan meningkat
2. Volume penjualan meningkat
3. Pasokan Telur cukup
4. Pemasok tetap meningkat
5. Distribusi lancar
6. Lokasi pemasaran bertambah

Tabel 6 : Fakta-Masalah-Sasaran Usaha Telur Ayam Ras Pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar 2000.

No	Fakta (sekarang)	Masalah	Sasaran (yang akan datang)
1.	Pendapatan Rendah Rp. 1.550.128,8 per bulan	Pendapatan Rendah	Pendapatan meningkat menjadi Rp. 2.500.000 per bulan.
2.	Volume telur yang terjual hanya sekitar 165.751 butir per bulan	Volume Penjualan Rendah	Hasil penjualan Pendapatan target yaitu 200.000 butir per bulan
3.	Hanya 3 kali sebulan	Pasokan telur Terbatas	pasokan Telur meningkat 7 kali dalam sebulan.
4.	Pemasok tetap hanya 1	Pemasok tetap kurang	Pemasokan tetap meningkat menjadi 2
5.	Hanya terdapat 1 (satu) buah sepeda motor	Distribusi Kurang lancar	bertambah alat transportasi yaitu Toyota Kijang
6.	Lokasi Pemasaran hanya di 3 tempat yaitu Pasar Daya, Pasar Toddopuli, Pasar Tello.	Lokasi Pemasaran Terbatas.	Lokasi pemasaran Bertambah pada Pasar Terong, Pasar Butung dan Pasar Pabaeng-baeng

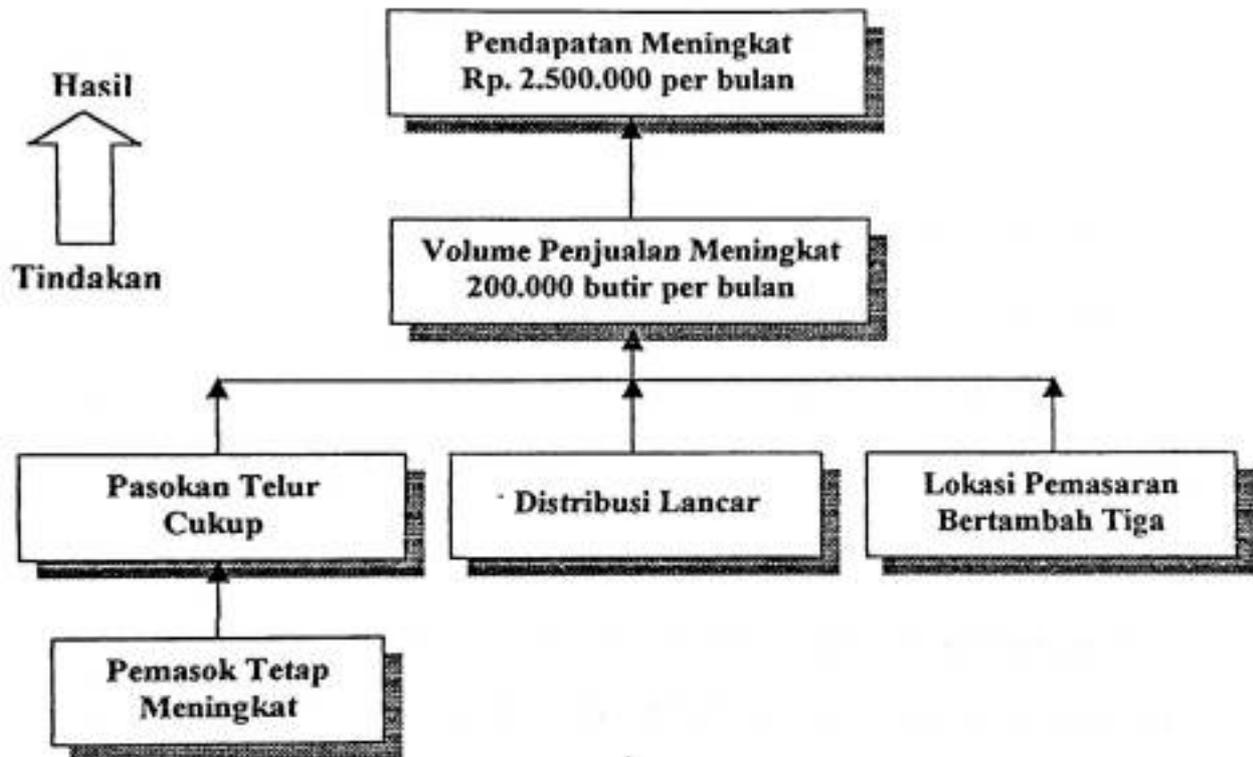
Sumber : Data Pribadi Setelah Diolah, 2000

4.6. Strukturisasi Sasaran

Strukturisasi sasaran merupakan diagram pohon sasaran yang menggambarkan tingkat sasaran yang akan dicapai setelah adanya tindakan perbaikan. Diagram pohon sasaran ini merupakan transformasi posisi dari diagram pohon persoalan.

Masalah dalam usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur memerlukan penyelesaian agar tidak menjadi hambatan yang dapat merugikan pihak penguasa telur ayam ras.

Untuk menyelesaikan berbagai masalah tersebut maka perlu disusun suatu struktur tujuan atau sasaran. Usaha telur ayam ras pada Toko Nur secara lengkap strukturisasi sasaran dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 5 : Struktur Pohon Sasaran Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Pankukang Kota Madya Makassar, 2000.

V. DESAIN TINDAKAN

5.1. Menentukan Tindakan-Tindakan

Untuk mencapai sasaran utama, maka sangat perlu dilakukan tindakan-tindakan atau kegiatan. Tindakan-tindakan tersebut pada dasarnya tidak dapat mempengaruhi sasaran utama secara langsung, akan tetapi tindakan tersebut akan berpengaruh langsung terhadap usaha pencapaian antara. Apabila sasaran antara telah tercapai maka diharapkan sasaran utama-pun akan tercapai. Sedangkan untuk penentuan tindakan-tindakan sangat perlu dilaksanakan guna demi mencapai sasaran utama, adapun hal-hal yang perlu mendapat perhatian atau perubahan pada masalah yang dihadapi oleh usaha Telur Ayam Ras adalah :

1. Pemasok tetap meningkat, tindakan yang akan dilaksanakan adalah :

1.1. Menetapkan Jumlah Pemasok Tetap

Hal ini dilakukan agar ketersediaan telur ayam ras tidak habis.

2. Distribusi lancar, tindakan yang akan dilaksanakan adalah :

2.1. Memilih Jenis Alat Transportasi

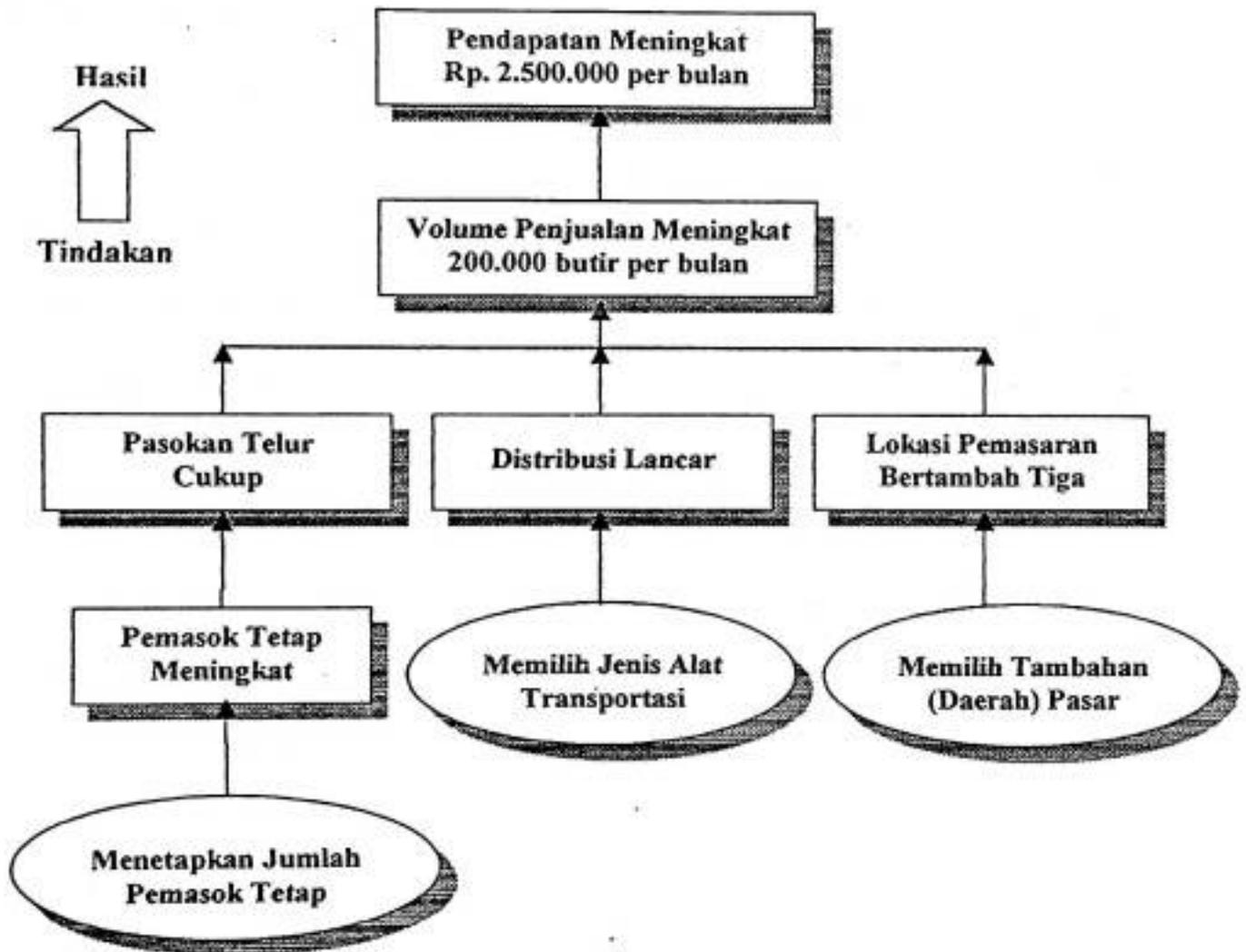
Hal ini dilakukan karena dengan tersedia mobil Toyota Kijang agar dapat memperlancar alur distribusi telur dan mencegah keretakan telur pada saat dibawah ke pelanggan.

3. Lokasi Pemasaran bertambah tiga, tindakan yang akan dilaksanakan adalah :

3.1. Memilih Tambahan (daerah) Pasar

Hal ini dilakukan agar dapat menambah daerah pemasaran ke beberapa tempat yang selama ini belum dapat dijangkau.

Untuk lebih jelasnya mengenai alternatif tindakan yang dilaksanakan pada Usaha Telur Ayam Ras dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 6 : Struktur Tindakan Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Pankukang Kota Madya Makassar, 2000.

5.2. Analisis Keputusan

Analisis keputusan adalah suatu prosedur sistematis yang didasarkan pada pola berpikir untuk digunakan dalam pengambilan keputusan. Analisis ini juga berguna untuk memusatkan perhatian pada permasalahan yang menjadi prioritas utama. Selain itu juga menjawab semua tindakan yang diambil dalam setiap usaha untuk memecahkan persoalan yang dihadapi.

Tujuan analisis keputusan adalah mengidentifikasi apa yang harus dikerjakan, mengembangkan kriteria khusus untuk mencapai tujuan, mengevaluasi alternatif yang tersedia yang berhubungan dengan kriteria dan mengidentifikasi resiko yang melekat pada keputusan tersebut.

Dalam upaya melaksanakan keputusan tersebut maka ada beberapa langkah yang perlu dilakukan yaitu :

a. Pernyataan Keputusan

Merumuskan pernyataan keputusan berguna untuk memuaskan perhatian pada persoalan yang telah dipilih. Pernyataan keputusan tidak menunjukkan maksud dari suatu keputusan, tetapi juga tindakan dimana keputusan tersebut diambil.

b. Kriteria Keputusan

Kriteria keputusan menggambarkan suatu keadaan yang lebih dan terperinci mengenai hasil keputusan yang diambil. Pada dasarnya kriteria keputusan ini terbagi dalam 2 (dua) bagian yaitu kriteria pokok dan kriteria penunjang. Kriteria pokok merupakan kriteria yang mutlak dimiliki oleh keputusan yang

telah diambil. Karena tanpa disertai dengan kriteria ini maka keputusan ini tidak efisien. Sedangkan kriteria penunjang adalah untuk membandingkan alternatif-alternatif yang ada, yang fungsinya untuk memberikan gambaran perbandingan dengan kriteria pokok.

c. Alternatif Keputusan

Alternatif keputusan digunakan untuk memilih satu alternatif diantara beberapa alternatif yang sesuai dengan sasaran yang diinginkan. Oleh karena itu alternatif tersebut harus diuji kemampuannya, dengan demikian telah terjadi atau menimbulkan permasalahan baru.

d. Evaluasi Alternatif

Kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya menjadi penentuan penilaian dalam evaluasi. Dengan demikian setiap alternatif yang ada harus dipertimbangkan dengan kriteria tersebut. Dalam evaluasi terhadap kriteria akan digunakan sistem pembobotan sebagai berikut :

Analisis Keputusan

1.1. a. Pernyataan Keputusan : Menetapkan Jumlah Pemasok Tetap

b. Alternatif Tindakan (A) :

1. Pemasok Tetap 1 (A1)
2. Pemasok Tetap 2 (A2)
3. Pemasok Tetap 3 (A3)

c. Kriteria Keputusan (K)

1. Biaya transportasi Rp. 50.000,- (K1)
2. Volume pasokan telur meningkat 200.000 butir per bulan (K2)
3. Negosiasi Harga Rp. 350, - per butir (K3)

d. Evaluasi Alternatif Kegiatan

No.	Alternatif	Kriteria		
		K1	K2	K3
		0,30	0,40	0,30
1.	A1	0,45	0,40	0,35
2.	A2	0,30	0,30	0,35
3.	A3	0,25	0,30	0,30
Jumlah		1,00	1,00	1,00

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

No.	Alternatif	Kriteria			Jumlah
		K1	K2	K3	
1.	A1	0,135	0,60	0,105	0,400
2.	A2	0,090	0,120	0,105	0,315
3.	A3	0,075	0,120	0,090	0,285
Jumlah		0,300	0,400	0,300	100

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai yang tertinggi terdapat pada alternatif 1 yaitu 0,400 sehingga yang terbaik untuk dipilih dan diimplementasikan adalah menetapkan satu pemasok tetap.

1.2. a. Pernyataan Keputusan : Memilih jenis alat transportasi

b. Alternatif Tindakan (A) :

1. Toyota Tindakan (A1)
2. Pick-Up Suzuki (A2)
3. Pick-Up Mitsubshi (A3)

c. Kriteria Keputusan (K)

1. Memperlancar distribusi (K1)
2. Volume telur yang diangkut 1.000 butir (K2)
3. Biaya yang dibutuhkan Rp. 30.000.000,- (K3)

d. Evaluasi Alternatif Kegiatan

No.	Kriteria			
	Alternatif	K1	K2	K3
		0,45	0,30	0,25
1.	A1	0,40	0,30	0,40
2.	A2	0,35	0,40	0,30
3.	A3	0,25	0,30	0,30
Jumlah		1,00	1,00	1,00

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

No.	Kriteria			Jumlah	
	Alternatif	K1	K2		K3
1.	A1	0,18	0,09	0,1	0,37
2.	A2	0,1575	0,12	0,075	0,3525
3.	A3	0,1125	0,09	0,075	0,2775
Jumlah		0,45	0,30	0,25	1,00

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai yang tertinggi terdapat pada alternatif 1 yaitu 0,37 sehingga yang terbaik untuk dipilih dan diimplementasikan adalah memilih alat transportasi berupa Toyota Kijang.

1.3. a. Pernyataan Keputusan : Memilih Tambahan (daerah) Pasar

b. Alternatif Tindakan (A) :

1. Pasar Terong (A1)
2. Pasar Butung (A2)
3. Pasar Pabaeng-baeng (A3)

c. Kriteria Keputusan (K)

1. Dilalui semua jalur (K1)
2. Berada ditengah kota (K2)
3. Memenuhi persyaratan yang diinginkan (K3)

d Evaluasi Alternatif Kegiatan

No.	Kriteria		K1	K2	K3
	Alternatif		0,45	0,00	0,25
1.	A1		0,40	0,35	0,40
2.	A2		0,35	0,35	0,30
3.	A3		0,25	0,30	0,30
Jumlah			1,00	1,00	1,00

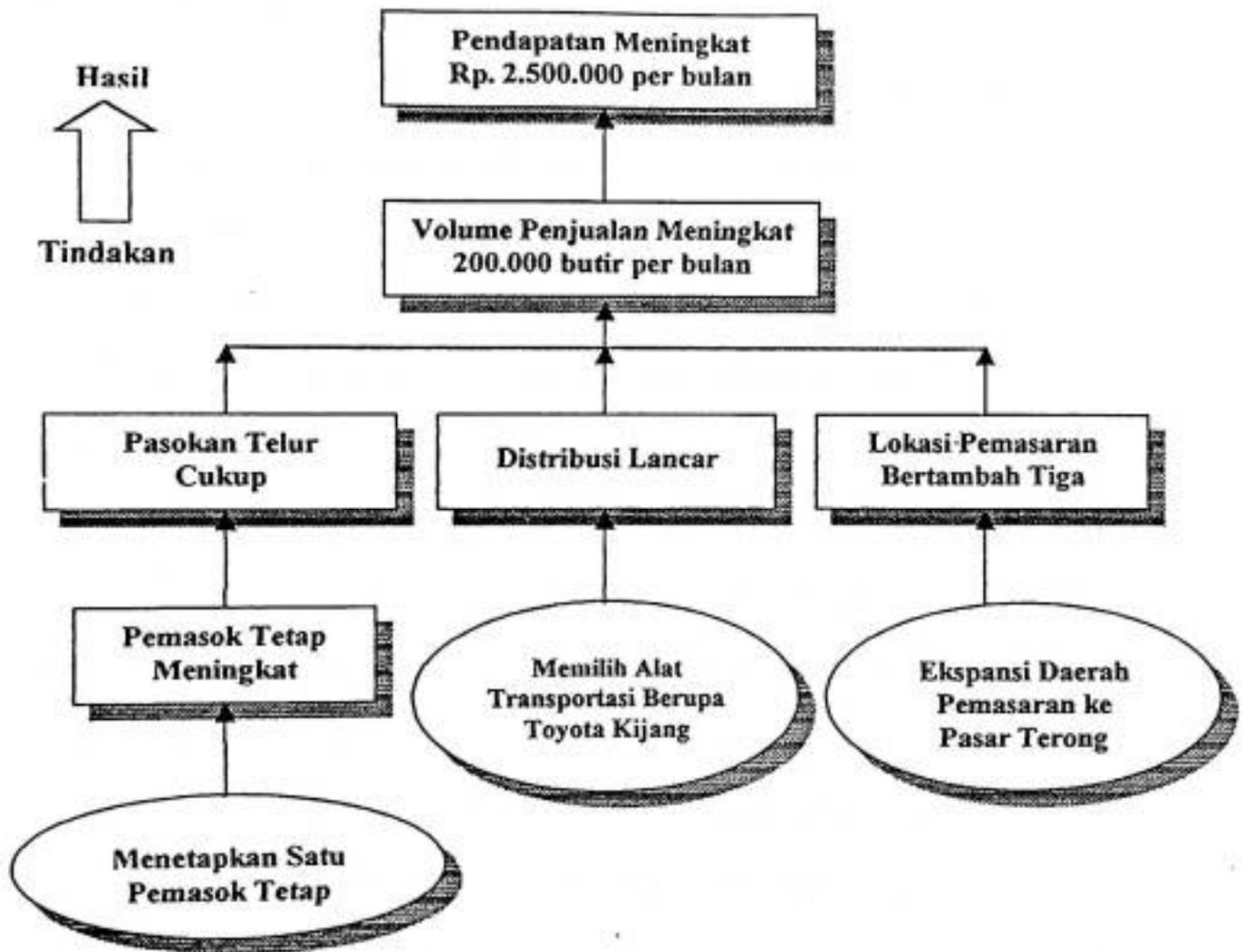
Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

No.	Kriteria		K1	K2	K3	Jumlah
	Alternatif					
1.	A1		0,18	0,105	0,1	0,36
2.	A2		0,1575	0,105	0,075	0,2775
3.	A3		0,1125	0,09	0,075	0,2775
Jumlah			0,45	0,3	0,25	1,00

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai yang tertinggi terdapat pada alternatif 1 yaitu 0,36 sehingga yang terbaik untuk dipilih dan diimplementasikan adalah ekspansi daerah pemasaran ke pasar Terong.

Dari hasil analisis keputusan yaitu ada tindakan terpilih yang muncul dari analisis keputusan dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 7 : Struktur Tindakan Terpilih Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Pankukang Kota Madya Makassar, 2000.

5.3. Matriks Perencanaan Proyek Pengembangan Usaha

Matriks perencanaan proyek adalah suatu usaha untuk mengembangkan rancangan proyek yang dapat memberikan suatu Ringkasan mengenai rancangan proyek tersebut dalam bentuk sebuah matriks.

Matriks perencanaan proyek menerangkan mengapa proyek dilaksanakan (maksud dan sasaran proyek), apa yang ingin dihasilkan oleh proyek (hasil-hasil kerja proyek), bagaimana proyek akan bekerja untuk mencapai hasil-hasil yang diinginkan (kegiatan proyek). Faktor-faktor diluar pengaruh langsung pengelolaan proyek perlu diawasi demi keberhasilan proyek (asumsi-asumsi penting), bagaimana keberhasilan proyek dapat dinilai secara obyektif (indikator-indikator obyektif) dari mana datang yang diperlukan untuk menilai keberhasilan secara obyektif dapat diperoleh (sumber-sumber pembuktian) serta berapa saran dan biaya yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan ini.

Matriks perencanaan proyek adalah suatu alat untuk mengembangkan rancangan proyek dan memberikan suatu ringkasan mengenai rancangan proyek tersebut dalam bentuk sebuah matriks dalam satu halaman yang berisi uraian tujuan, untuk ukuran tercapainya tujuan dan sistem informasi pengendalian dari proyek yang bersangkutan.

Adapun matrik perencanaan proyek pengembangan usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7 : Matriks Perencanaan Proyek Pengembangan Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000.

MATRIKS PERENCANAAN PROYEK PENGEMBANGAN USAHA		
Nama Perusahaan : TOKO NUR Nama Proyek : Sistem Pemasaran Telur Ayam Ras Jangka Waktu : 4 (empat) bulan		
UKURAN TUJUAN SESUAI TINGKATANNYA	UKURAN TERCAPAINYA TUJUAN/HASIL	SISTEM INFORMASI PENGENDALIAN
A1 DAMPAK Pendapatan Meningkat	A2 Dari Rp. 1.550.128,8/bulan Menjadi Rp. 2.500.000/bulan	A3 Sistem Informasi Keuangan (bulanan)
B1 SASARAN UTAMA Volume Penjualan Meningkat	B2 Dari 165.751 butir/bulan Menjadi 200.000 butir/bulan	B3 Bagian Pemasaran
C1 SASARAN ANTARA - Pasokan telur cukup - Distribusi Lancar - Lokasi Pemasaran bertambah	C2 - Memenuhi Kebutuhan Konsumen - Tersedia Alat transportasi yang dibutuhkan - Sudah dapat dijangkau dibeberapa tempat	C3 - Bagian produksi - Pemilik Usaha - Bagian pemasaran
Khusus : Tindakan	Sasaran yang diperlukan :	Riaya (Rp)
D1 - Menetapkan satu pemasok tetap - Memiih alat transportasi berupa Toyota Kijang - Ekspansi Daerah pemasaran ke Pasar Terong	D2 - Uang Tunai, Transportasi - Kredit - Informai	D3 - Rp. 100.000 - Rp. 30.000.000 - Rp. 75.000

5.4. Jadwal Pelaksanaan Proyek

Jadwal kerja proyek adalah suatu usaha untuk menyusun kegiatan proyek yang dapat memberikan suatu ringkasan mengenai pelaksanaan kegiatan agar perusahaan dapat berkembang dengan pesat, yang didalamnya meliputi penanggung jawab dari masing-masing kegiatan yang akan dilakukan, hasil kegiatan serta penjadwalan tindakan.

Agar semua tindakan yang akan diambil dapat dilakukan dengan baik dan teratur untuk mencapai hasil kerja yang telah ditetapkan sehingga maksud dan sasaran proyek dapat terwujud. Maka perlu adanya rencana kerja kegiatan untuk tindakan.

Untuk lebih jelasnya mengenai rencana kerja dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8 : Jadwal Pelaksanaan Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000.

Tindakan per sasaran Antara	Penanggung Jawab	Hasil Kegiatan	Jadwal/Bulan (7)			
			7	8	9	10
1. Pemasok tetap meningkat						
1.1. Menetapkan tetap Pemasok tetap	Pimpinan (Pak Sudirman) dan Tenaga kerja	Mencari pemasok lain				
2. Distribusi lancar						
2.1. Memilih alat transportasi berupa Toyota Kijang	Pimpinan (Pak Sudirman)	Tersedia Toyota Kijang				
3. Lokasi pemasaran bertambah.						
3.1. Ekspansi Daerah pemasaran ke pasar Terong	Tenaga Kerja	Daerah pemasaran bertambah				

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2000

5.5. Analisis Persoalan Potensial

Analisis persoalan potensial adalah merupakan suatu upaya untuk melihat ke masa depan dengan berdasarkan apa yang ada pada saat ini untuk kemudian mencoba menentukan atau merumuskan tindakan-tindakan yang perlu diambil dan memikirkan suatu tindakan pencegahan dan penanggulangan terhadap persoalan-persoalan yang mungkin timbul dari setiap tindakan yang diambil tersebut.

Charles dan Benyamin B. Trogoe (1992), mengemukakan bahwa analisis persoalan potensial adalah merupakan suatu prosedur kerja yang memungkinkan kita memasuki masa depan dengan melihat apa yang terkandung didalamnya untuk kemudian kembali ke masa kini dan mengambil tindakan selagi masih memungkinkan.

Di dalam analisis persoalan potensial ada beberapa langkah pelaksanaan yang harus ditempuh dalam melahirkan suatu solusi terhadap persoalan yang timbul. Langkah-langkah tersebut adalah :

a. Pernyataan Rencana Kegiatan

Pernyataan rencana kegiatan merupakan pernyataan yang berkaitan dengan tindakan-tindakan yang akan dilakukan dari persoalan yang muncul.

b. Skenario Pelaksanaan Kegiatan

Skenario pelaksanaan kegiatan merupakan urutan kegiatan atau tindakan yang disusun untuk mencari tujuan yang telah ditetapkan pada pernyataan rencana kegiatan.

c. Identifikasi Tahap Rawan

Mengidentifikasi tahap rawan adalah langkah dari kegiatan yang mudah mengalami kegagalan. Serangan yang terjadi dapat menjadi hambatan bagi kelangsungan skenario yang akan dilakukan.

d. Identifikasi persoalan potensial khusus

Hal ini dimaksud untuk mengetahui persoalan yang dapat menimbulkan akibat negatif terhadap pengelolaan tahap-tahap rawan yang sangat dibutuhkan guna mempermudah pengambilan tindakan penanggulangan.

e. Identifikasi terhadap persoalan potensial khusus

Identifikasi sebab terhadap potensial khusus yaitu untuk mengetahui kemungkinan penyebab timbulnya persoalan potensial khusus sehingga mempermudah perumusan tindakan pencegahan dan penanggulangan.

f. Tindakan Pencegahan

Tindakan pencegahan dimaksudkan untuk menghilangkan sebagian atau keseluruhan sebab yang ditimbulkan dalam suatu persoalan potensial jika tindakan ini dapat dilaksanakan, maka diharapkan bahwa hasil yang diperoleh dibandingkan melalui tindakan penanggulangan.

g. Tindakan Penanggulangan

Tindakan penanggulangan dimaksudkan sebagai langkah terakhir apabila tindakan pencegahan tidak dapat lagi dilakukan. Hal ini dilakukan pada hal-hal yang sekiranya tidak dapat dicegah, tindakan penanggulangan ini lebih

bersifat mempertahankan pelaksanaan skenario kegiatan yang telah direncanakan.

Untuk lebih jelasnya analisis persoalan potensial dapat dilihat pada uraian sebagai berikut :



ANALISIS PERSONAL POTENSIAL (APP)

1. Pernyataan kegiatan : Menetapkan satu pemasok tetap

2. Skenario

No	Langkah-Langkah Pelaksanaan	Identifikasi Daerah Rawan	Identifikasi persoalan Potensial Khusus (PPK)	Identifikasi Penyebab (PPK)	Tindakan	
					Pencegahan	Penanggulangan
1.	Menghubungi calon pemasok	Ya (Pemasok)	Pemasok belum siap Melakukan kerjasama	Pemasok belum Mampu menyediakan produknya	Menghubungi pemasok lain	Menghubungi kembali pemasok tersebut
	Melakukan negosiasi	Ya (negosiasi harga)	Harga yang ditawarkan tinggi	Produk yang dijualnya berkualitas baik	Menyiapkan modal yang cukup	Melakukan tawar-menawar harga
3.	Penyerahan surat-surat	Ya (surat mobil)	Surat mobil yang diserahkan palsu	Kurangnya ketelitian dalam melihat surat-surat mobil	Meneliti ulang surat-surat tersebut sebelum diambil	Meminta bantuan orang lain atau polisi yang mengetahui tentang surat-surat mobil

ANALISIS PERSONAL POTENSIAL (APP)

1. Pernyataan kegiatan : Memilih alat transportasi berupa Toyota Kijang

2. Skenario

No	Langkah-Langkah Pelaksanaan	Identifikasi Daerah Rawan	Identifikasi persoalan Potensial Khusus (PPK)	Identifikasi Penyebab (PPK)	Tindakan	
					Pencegahan	Penanggulangan
1.	Menghubungi calon pemasok	Ya (Pemasok)	Pemasok belum siap Melakukan kerjasama	Pemasok belum Mampu menyediakan produknya	Menghubungi pemasok lain	Menghubungi kembali pemasok tersebut
	Melakukan negosiasi	Ya (negoisasi harga)	Harga yang ditawarkan tinggi	Produk yang dijualnya berkualitas baik	Menyiapkan modal yang cukup	Melakukan tawar-menawar harga

ANALISIS PERSONAL POTENSIAL (APP)

1. Pernyataan kegiatan : Ekspansi Daerah Pemasaran ke Pasar Terong

2. Skenario

No	Langkah-Langkah Pelaksanaan	Identifikasi Daerah Rawan	Identifikasi persoalan Potensial Khusus (PPK)	Identifikasi Penyebab (PPK)	Tindakan	
					Pencegahan	Penanggulangan
1.	Meninjau lokasi	Ya (letak)	Sulit mencari lokasi yang strategis	Tidak mengetahui lokasi	Mencari informasi lewat masyarakat	Menghubungi kembali pemasok tersebut
2.	Mencari lokasi di poros kota	Ya (tempat)	Sulit mendapatkan tempat pemasaran yang tepat	Sudah dipenuhi dan ditempati	Menghubungi pemilik lebih dahulu	Menyewa tempat

VI. UJI COBA DAN EVALUASI

6.1. Uji Coba

Uji coba merupakan kegiatan melibatkan diri dan mendorong responden untuk mengimplementasikan beberapa langkah awal dari desain tindakan yang sudah dirumuskan dan direncanakan :

1. Menetapkan satu pemasok tetap

Tahapan-tahapan uji coba yang dilaksanakan untuk menetapkan satu pemasok tetap adalah :

- a. Menghubungi calon pemasok
- b. Melakukan negoisasi

2. Memilih alat transportasi berupa Toyota Kijang

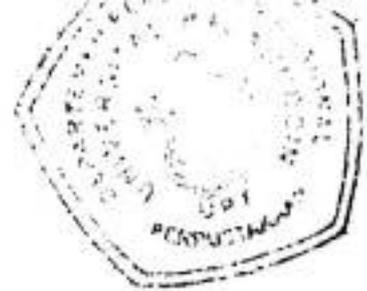
Tahapan-tahapan uji coba yang dilaksanakan untuk memilih alat transportasi berupa Toyota Kijang adalah :

- a. Membeli Toyota Kijang bekas
- b. Melakukan negoisasi
- c. Penyerahan surat-surat

3. Ekspansi daerah pemasaran ke pasar Terong

Tahapan-tahapan uji coba yang dilakukan untuk ekspansi daerah ke pasar Terong adalah :

- a. Meninjau lokasi
- b. Mencari lokasi di poros kota



6.2. Evaluasi

Evaluasi bertujuan untuk mengetahui apakah dilaksanakan dapat memberikan dampak positif atau sebaliknya. Dan dalam pelaksanaannya masih banyak ditemui kendala-kendala yang sulit diatasi. Kemudian hasil evaluasi dapat dilihat pada jadwal kerja terealisasi serta sasaran dan fakta.

6.2.1. Jadwal terealisasi dan rencana terealisasi

Tabel 9 : Jadwal Kerja Terealisasi dan Rencana Terealisasi yang Diimplementasikan oleh Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000.

Tindakan Per sasaran antara	Penanggung jawab	Hasil Kegiatan	Jadwal/Bulan			
			7	8	9	10
1. Pemasok tetap 1.1. Menetapkan satu pemasok tetap	Pimpinan (Pak Sudirman dan Tenaga Kerja	Mencari Pemasok	-	-	X	X
2. Distribusi lancar 2.1. Memilih alat transportasi berupa Toyota Kijang	Pimpinan (Pak Sudirman)	Tersedia Toyota Kijang	-	-	-	-
3. Lokasi pemasaran Bertambah 3.1. Ekspansi daerah pemasaran ke pasar Terong	Tenaga Kerja	Daerah pemasaran bertambah	-	X	X	X

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2000

Keterangan : ----- : Rencana
xxxxxxxxx : Terealisasi

tabel di atas menunjukkan bahwa jadwal kerja yang terealisasi terdiri dari beberapa alternatif tindakan terpilih antara lain : menetapkan satu pemasok tetap dimana diimplementasikan pada bulan Oktober 2000, sedangkan rencana sebelumnya diusahakan pada bulan Agustus 2000, sehingga hasil kegiatan yang diperoleh yaitu pemasok tetap meningkat. Ekspansi daerah pemasaran ke pasar Terong dimana diimplementasikan kegiatan dilakukan pada bulan Agustus, September dan Oktober 2000, sedangkan rencana sebelumnya diusahakan pada bulan Juli 2000 sehingga hasil kegiatan daerah pemasaran bertambah.

Sedangkan alternatif tindakan terpilih lainnya yaitu memilih alat transportasi berupa Toyota Kijang sesuai persyaratan yang diinginkan belum terlaksana. Karena modal yang dimiliki belum cukup untuk membeli mobil Toyota Kijang, sehingga tindakan ini belum terealisasi.

6.2.2. Sasaran dan Fakta Terealisasi

Tabel 10 : Sasaran dan Fakta Terealisasi selama tindakan Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000.

No.	Fakta awal (Juli 2000)	Fakta Sekarang (Oktober 2000)	Sasaran (November 2000)
1.	Pendapatan hanya Rp. 1.550.128, 8 per bulan .	Pendapatan yang diperoleh RP. 2.153.086,2 per bulan	Pendapatan meningkat menjadi Rp.2.500.000 per bulan.
2.	Volume telur yang terjual hanya sekitar 165.751 butir per bulan	Volume penjualan yang terjual Rp. 189.500 butir per bulan	Hasil penjualan Penjualan target yaitu 200.000 butir per bulan
3.	Hanya 3 kali sebulan	Pasokan telur 5 kali sebulan	Pemasok telur meningkat 7 kali dalam sebulan
4.	Pemasok tetap hanya 1	Pemasok tetap Bertambah menjadi 1	Pemasok tetap meningkat menjadi 2
5.	Hanya terdapat 1 (satu) buah sepeda motor	Belum bertambahnya Alat transportasi	Alat transportasi berupa Toyota Kijang belum terlaksana
6.	Lokasi pemasaran hanya Di 3 tempat yaitu Pasar Daya, Pasar Toddopuli, Pasar Tello.	Lokasi pemasaran bertambah 1 yaitu Pasar Terong	Lokasi pemasaran bertambah menjadi 2 yaitu pada pasar Butung dan pasar Pabaeng-Baeng

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2000

6.2.3. Analisis Biaya dan Pendapatan Setelah Tindakan

Analisis biaya dan pendapatan setelah tindakan menggambarkan beberapa peningkatan yang diperoleh setelah melakukan tindakan, hal ini dilakukan untuk mengetahui berapa kenaikan dari sebelum adanya tindakan maupun setelah adanya tindakan, maka untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 11 : Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur selama bulan Oktober 2000 setelah adanya tindakan.

No	Uraian	Jumlah (butir)	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Penerimaan :			
	- Telur ukuran kecil	67.222	340,-	22.855.480,-
	- Telur ukuran sedang	80.536	390,-	31.409.040,-
	- Telur ukuran besar	7.038	425,-	2.991.150,-
	- Telur dengan sistem borongan	56.674	365,-	20.686.010,-
	- Telur retak	2.756	300,-	862.800,-
	Jumlah			78.768.480,-
2.	Biaya Variabel :			
	a. Komoditi telur ayam ras	189.500	350,-	66.325.000,-
	b. Bahan penunjang :			
	- Rak telur	8.950 L	500,-	4.475.500,-
	- Kantung plastik	750 pak	4.500,-	3.375.000,-
	- Tali pengikat	1 rol	14.000,-	14.000,-
	c. Biaya transportasi	30 liter	1.150,-	34.500,-
	Jumlah			
3.	Biaya Tetap :			
	- Gaji Pimpinan	1 orang	700.000,-	700.000,-
	- Gaji Karyawan :			
	- Bagian Keuangan	1 orang	500.000,-	500.000,-
	- Tenaga Kerja Pemasar	2 orang	300.000,-	600.000,-
	- Penyusutan alat			21.812,-
	- Rekening listrik			85.350,-
	- Rekening air			65.000,-
	- Rekening telepon			180.500,-
	Jumlah			2.152.662,-
4.	Total Biaya (2+3)			76.376.162,-
5.	Pendapatan Kotor (1-4)			2.392.318,-
6.	Pajak 10 %			239.231,8
7.	Pendapatan Bersih (5-6)			2.153.086,2

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

Pada tabel 11 terlihat bahwa total biaya yang dikeluarkan oleh usaha Toko Nur sebesar Rp. 76.376.162,-. Sedangkan pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp. 2.153.086,2 untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Meningkatkan pendapatan bersih sebelum dan setelah adanya tindakan pada usaha Telur Ayam Ras dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 12 : Pendapatan bersih yang diterima responden sebelum dan setelah adanya tindakan Usaha Telur Ayam Ras pada Toko Nur di Kelurahan Pandang Kecamatan Panakukang Kota Madya Makassar, 2000.

No.	Uraian	Sebelum Tindakan (Rp)	Setelah Tindakan (Rp)	\pm (Rp)
1.	Pendapatan Kotor	1.722.365,3	2.392.318,-	229.952,7
2.	Total Biaya	55.248.552,-	76.376.162	21.127.610,-
3.	Pendapatan Bersih	1.550.128,8	2.153.128,2	602.057,4

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2000

Pada Tabel 12 terlihat bahwa pendapatan bersih sebelum tindakan sebesar Rp. 1.550.128,8. sedangkan pendapatan bersih yang diterima setelah tindakan sebesar Rp. 2.153.086,2. Sehingga selisih pendapatan sebelum tindakan dan sesudah tindakan adalah sebesar Rp. 602.057,4.

Pada Tabel 11 terlihat bahwa pada penerimaan harga telur naik pada bulan Juli, Agustus, September. Sedangkan pada bulan Oktober harga telur menurun. Penyebab turunnya harga telur ayam ras pada bulan

Oktober karena adanya kejadian di Kota Makassar bahwa ada isu tentang masyarakat terkena keracunan ikan. Maka dengan adanya kejadian ini, banyak masyarakat tidak mengkonsumsi ikan dan beralih untuk mengkonsumsi telur. Dengan adanya permintaan telur yang begitu banyak mengakibatkan para peternak menurunkan harga telur sehingga para pedagang pengecer ikut menurunkan harga telur mereka.

Untuk usaha Toko Nur ini, kerugian yang dialami sekitar 5% dari sisa telur yang dibeli pada bulan September. Untuk modal pembelian telur pada bulan Oktober seharga Rp. 350,-. Adapun standar harga yang dipasarkan ke pelanggan tetap dan konsumen langsung yaitu :

1. Telur ukuran kecil Rp. 325,- dan Rp. 350,- per butir
2. Telur ukuran sedang Rp. 400,- dan Rp. 380,- per butir
3. Telur ukuran besar Rp. 425,- per butir
4. Telur dengan sistem borongan Rp. 360,- dan Rp. 370 per butir
5. Telur retak Rp. 300,- per butir

Dari hasil penjelasan pada tabel pada bulan Juli, Agustus, September dan Oktober maka dapat diketahui sisa penjualan telur pada tiap-tiap bulan sebagai berikut :

Bulan Juli sisa telur dari hasil penjualan yaitu 5.927 butir. Bulan Agustus sisa telur dari hasil penjualan yaitu 2.476 butir. Kemudian pada bulan September sisa telur dari penjualan 4.522 butir. Dan sesudah adanya tindakan pada bulan Oktober dapat di lihat sisa telur yang akan

dijual pada bulan November yaitu 20.224 butir. Sisa telur pada bulan Oktober melanjak karena terjadi penurunan harga yang diakibatkan oleh adanya isu tentang keracunan ikan sehingga pengusaha Toko Nur sedikit mengalami kerugian.

VII. REFLEKSI

Setelah menelusuri, mengamati kemudian menguraikan keadaan mitra belajar dan usaha yang dikelolanya, maka uraian dibawah ini bertujuan menguraikan seni-seni merupakan pelajaran penting yang diperoleh dari semua aspek baik secara teoritik, metodologi dan etik.

7.1. Teoritik

Pengetahuan yang didapat selama berada pada usaha Toko Nur adalah :

1. Telur Ayam Ras dapat memberikan gizi bagi masyarakat dan merupakan salah satu pengganti kebutuhan lainnya berupa ikan dan daging.
2. Dengan mengetahui pemasaran telur ayam ras dan cara penyusunan analisis biaya dan pendapatan secara langsung dapat menambah pengalaman bagi pengusaha dan peneliti.
3. Dalam hal melakukan pelayanan dengan konsumen, Toko Nur sering memberikan pelayanan yang ramah dan discount sehingga pelanggan dapat bertambah banyak.

7.2. Metodologi

Pelajaran-pelajaran yang diperoleh selama praktek lapang yaitu ;

1. Dalam menggunakan metode PAR dengan mengemukakan visi, misi pribadi dan perusahaan merupakan dorongan bagi setiap pelaku agrobisnis dalam mencapai sasaran yang diinginkan.

2. Dalam mengemukakan problematisasi dan penetapan sasaran yang ingin dicapai, pengusaha dan peneliti mencari masalah yang ada karena alternatif yang dilakukan merupakan informasi yang diberikan kepada peneliti.
3. Dalam menentukan alternatif tindakan dan alternatif terpilih antara peneliti dan pengusaha sering melakukan diskusi dan tukar pikiran dalam mencari solusi untuk mengembangkan masalah telur ayam ras ini.

7.3. Etik

1. Mengonsumsi Telur Ayam Ras dapat memberikan gizi untuk masyarakat.
2. Dengan mengikuti kegiatan pemasaran Telur Ayam Ras secara langsung dapat menambah pengalaman sehingga termotivasi bagi penulis untuk berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 1981. *Pemeliharaan Telur Ayam Ras*, Penerbit Fransiskus, Girisonta.
- Anonim, 1993. *Informasi Agrobisnis di Jakarta*. Departemen Pertanian Kantor Wilayah DKI Jakarta.
- Basu. 1984. *Asas-Asas Marketing Leberty*, Yogyakarta.
- Kadir A. Hamid, 1972. *Tata Niaga Pertanian*.
- Kepner, Charles H. Stragoe, Benyamin, 1986. *Manajemen yang Rasional*, Erlangga, Jakarta.
- Kolter, Philip, 1992. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan & Pengendalian*, Edisi 5. Erlangga, Jakarta.
- Nitisemito, 1981. *Marketing*, Ghalia Indonesia:
- Rasyaf Muhammad, 1996. *Memasarkan hasil peternakan*, Penerbit Swadaya, Bogor.
- Sukanto dan Sugeng HR. 1980. *Mari Beternak Ayam*, Penerbit Aneka Ilmu, Semarang.
- Syamsuddin A. Suryana, 1995. *Proses Pembelajaran untuk Pemberdayaan & Pengembangan Usaha Kecil*, Pusat Pengembangan Kecil untuk Kawasan Timur Indonesia.
- Syamsuddin A. Suryana, Imelda Rosellawati Imran, Idris Summase, Agus Ashari, Eymall B. Demalino, Suardi Bakrei, Rusli M. Rakka, 1995. *Merintis Karir Kewirausahaan Anda*, 1995, Penerbit Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia, Ujung Pandang.