

PROFITABILITAS BISNIS PEDAGANG DAGING SAPI DI PASAR TRADISIONAL KOTA MANADO

Meiske L. Rundengan, Richard E.M.F. Osak dan Tilly F. D. Lumy

Dosen Fakultas Peternakan Universitas Sam Satulangi

Email korespondensi : meisikerundengan@unsrat.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pendapatan usaha dan kemampuannya dalam menghasilkan laba (profitabilitas) pada bisnis pedagang daging sapi di pasar tradisional Kota Manado. Penelitian dilakukan menggunakan metode survai kepada pelaku bisnis pengecer daging sapi di pasar Pinasungkulan dan pasar Bersehati di Kota Manado. Untuk mengetahui kemampuan bisnis pedagang daging sapi dalam memperoleh laba (*profit*), digunakan rasio penerimaan-biaya (*revenue-cost ratio*) dan perhitungan margin keuntungan (*gross profit margin*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis pedagang daging sapi di pasar tradisional Kota Manado setiap minggu mengeluarkan biaya usaha sebesar Rp94.624.309,05 (rata-rata Rp3.784.972,36), yang memberikan penerimaan usaha rata-rata sebesar Rp100.600.390,80 (rata-rata Rp 4.024.015,63), sehingga memberikan keuntungan usaha atau laba (*profit*) sebesar Rp5.976.081,75 (rata-rata Rp239.043,27). Hasil analisis menunjukkan rasio penerimaan-biaya (*revenue-cost ratio*) sebesar 1,06 dan perhitungan margin keuntungan (*gross profit margin*) sebesar 5,516,24 yang dapat disimpulkan bahwa bisnis pedagang daging sapi di pasar tradisional Kota Manado memberikan rasio positif dan dengan keuntungan yang layak secara ekonomi.

Kata Kunci: Profitabilitas, Bisnis, Daging Sapi, Pasar Tradisional

1. PENDAHULUAN

Salah satu program pembangunan peternakan saat ini yaitu program peningkatan produksi daging sapi dalam negeri dan penyediaan pangan hewani yang aman, sehat, utuh dan halal. Kebijakan pembangunan peternakan perlu didasarkan pada potensi sumberdaya lokal. Program dan kebijakan pemerintah tersebut perlu implementasi untuk meningkatkan produksi dan produktivitas usaha peternakan sapi potong dengan segala pedoman teknis dan pelaksanaan yang pro rakyat.

Pembangunan pertanian sub sektor peternakan yang semakin meningkat sejalan dengan peningkatan pendapatan masyarakat menyebabkan terjadinya penurunan konsumsi bahan makanan sumber karbohidrat dan peningkatan terhadap konsumsi bahan makanan sumber protein khususnya protein hewani seperti produk perikanan dan peternakan. Meningkatnya jumlah penduduk dan adanya perubahan pola konsumsi serta selera masyarakat telah menyebabkan konsumsi daging sapi secara nasional cenderung meningkat.

Daging sapi merupakan sumber protein hewani yang lebih baik dibandingkan dengan sumber protein nabati, karena daging sapi mengandung asam-asam amino esensial yang lebih lengkap dan seimbang serta lebih mudah dicerna. Selain itu daging sapi juga merupakan sumber lemak, vitamin dan mineral. Begitu penting dan dibutuhkannya daging sapi bagi konsumen, sehingga menjadi potensi bisnis bagi pedagang daging sapi di pasar tradisional maupun pasar swalayan.

Konsep pemasaran merupakan produk yang dihasilkan harus berorientasi pada kebutuhan konsumen (Soekartawi 2002). Persaingan dalam pemasaran yang semakin ketat mendorong para produsen dan pemasar untuk memilih strategi pemasaran yang tepat dan efisien dalam memasarkan produk yang dihasilkan (Oentoro, 2010). Pemasaran akan meningkat dengan populasi ternak sapi di suatu daerah, di mana pertumbuhan populasi sapi di beberapa daerah termasuk di daerah penelitian, masih berorientasi pada kemampuan suatu daerah dalam menyediakan pakan ternak (Salendu dkk, 2018). Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan pemasaran dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Margin pemasaran daging sapi tertinggi yang diterima lembaga pemasaran yaitu pada pedagang besar (agen) dan yang terendah pada pedagang pengecer (Suherman dkk,)

Produsen dan pemasar, perlu mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak suka seorang konsumen terhadap suatu produk. Hal ini dikarenakan, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, terlebih dahulu mereka memperhatikan dan mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) yang melekat pada produk tersebut sesuai dengan kesukaan mereka untuk memperoleh kepuasan.

Atribut pada penjualan daging sapi dipilih konsumen berdasarkan bagian-bagian tubuh dan karkas sapi. Beberapa faktor yang menentukan keuntungan usaha pedagang daging antara lain biaya usaha dan potongan komponen tubuh ternak. Potongan komponen karkas berbeda-beda dari satu tempat ketempat lain sesuai dengan sistem pemotongan untuk dijual dan kebiasaan masyarakat, termasuk potongan karkas dan kepala ternak di Kota Manado. Karkas adalah bagian tubuh yang telah mengalami proses pemotongan tanpa kepala, keempat kaki bagian bawah mulai dari carpus dan tarsus, kulit, darah dan organ dalam seperti hati, saluran pencernaan, jantung, saluran reproduksi, paru-paru, limpa kecuali ginjal (Soeparno, 1994, dan Miskiyah dan Usmiati, 2006).

Penelitian mengenai biaya dan keuntungan usaha pedagang daging untuk mengambil keputusan dalam usahanya, diperlukan untuk upaya pengembangan usaha. Pedagang dapat memproduksi pada tingkat produksi optimum dan menggunakan biaya-biaya produksi yang optimal. Peningkatan efisiensi ini dapat menekan biaya produksi sehingga mendorong pedagang daging untuk mengembangkan usaha mereka dan meningkatkan layanan penjualan untuk kepuasan konsumen daging sapi di pasar, khususnya di pasar-pasar tradisional di Kota Manado tentang profitabilitas bisnis pedagang daging sapi di pasar tradisional Kota Manado berdasarkan perhitungan rasio penerimaan-biaya atau RC Ratio (*revenue-cost ratio*) dan margin keuntungan atau GPM (*gross profit margin*).

Berdasarkan latar belakang maka dapatlah dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana potongan komponen dan karkas sapi yang dijual terhadap keuntungan

pedagang daging sapi di Pasar Karombasan Kota Manado; (2) Seberapa besar rasio penerimaan-biaya atau RC Ratio (*revenue-cost ratio*) dan margin keuntungan atau GPM (*gross profit margin*) bisnis pedagang daging sapi di Pasar Tradisional Kota Manado.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pendapatan usaha dan kemampuannya dalam menghasilkan laba (profitabilitas) pada bisnis pedagang daging sapi di pasar tradisional Kota Manado. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode survey menurut petunjuk Singarimbun dan Effendi (1995) dan Sugiyono (2004), untuk penelitian ini terhadap pelaku bisnis pedagang daging sapi pada dua pasar di antara lima pasar tradisional di Kota Manado, yaitu pasar Pinasungkulan dan pasar Bersehati dilakukan dengan pendekatan wawancara berdasarkan daftar pertanyaan (*questionnaires*).

Untuk mengetahui kemampuan bisnis pedagang daging sapi dalam memperoleh laba (*profit*), digunakan rasio penerimaan-biaya atau RC Ratio (*revenue-cost ratio*) dan perhitungan margin keuntungan atau GPM (*gross profit margin*), dengan formula sebagai berikut:

$$RC\ Ratio = \frac{Revenue}{Cost} \quad \text{dan}$$

$$Gross\ profit\ margin\ (GPM) = \frac{Gross\ profit}{Net\ sales}$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas penjualan daging sapi di Pasar Pinasungkulan dan Pasar Bersehati yang menjadi lokasi penelitian sebagai pasar tradisional di Kota Manado, sebagiannya dilakukan dengan membeli langsung dari peternak sapi yang kemudian disembelih sendiri selanjutnya dijual ke konsumen. Rata-rata pedagang pengumpul biasanya mendapatkan ternak sapi dari luar wilayah Manado, seperti wilayah Kotamobagu, Bolaang Mongondow bahkan ada juga yang dari Gorontalo. Hal ini yang menyebabkan waktu dan tenaga kerja yang dibutuhkan dalam pengadaan ternak sapi untuk disembelih lebih besar. Saluran pemasaran daging sapi yang berlaku di pasar Bersehati dan Pinasungkulan Manado berlaku dua jenis saluran yaitu, (1) dari kepada pedagang pengumpul/RPH kepada pedagang pengecer dan dari pedagang pengecer kepada konsumen, (2) peternak kepada pedagang pengecer dan dari pedagang pengecer langsung ke konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pedagang pengecer yang membeli daging sapi dari pedagang pengumpul (berfungsi sebagai peternak *feedlot*) untuk dijual di pasar. Selain itu terdapat pedagang yang menjual daging sapi bersumber dari hasil pembelian ternak hidup

langsung dari peternak dan kemudian disembelih di rumah potong hewan (RPH) Manado kemudian dijual di pasar. Harga beli ternak oleh pedagang daging sapi dari peternak banyak dipengaruhi oleh harga jual yang berlaku di pasar dan jumlah permintaan konsumen terhadap daging sapi.

Daging sapi yang dijual pedagang pengecer terdapat perbedaan baik dalam bentuk, volume pembelian dan penjualan maupun harga beli dan harga jual. Perbedaan volume penjualan tersebut diakibatkan karena adanya perbedaan berat badan ternak sapi setelah isi perut dikeluarkan. Menurut Oentoro (2010), mekanisme terbentuknya harga adalah proses yang berjalan atas dasar kekuatan tarik menarik antara konsumen dan produsen yang bertemu di pasar. Hal ini disebabkan karena harga suatu produk bergeser naik apabila permintaan terhadap suatu produk meningkat, sebaliknya suatu produk bergeser turun apabila permintaan suatu produk berkurang. Harga beli per kilogram daging sapi bervariasi antara Rp.90.000 sampai Rp.105.000 per kilogram serta harga jualnya Rp.108.000 sampai 112.000 per kilogram.

Tabel 1. Harga Beli dan Jual, Biaya, Penerimaan, Margin Usaha Berdasarkan Jenis Karkas dan Bagian Tubuh Sapi

No.	Uraian	Daging	Daging Campur	Tulang	Jeroan	Tetelan	Jumlah
1.	Jlh (Kg)	715,00	167,00	141,00	63,00	73,00	1.159,00
2.	Harga Beli (Rp)	100.969,20	40.290,75	42.217,20	59.035,50	52.772,85	295.285,50
3.	Harga Jual (Rp)	108.000,00	47.459,25	48.991,50	65.678,85	60.399,00	330.528,60
4.	Biaya Pembelian (Rp)	72.192.978,00	6.728.555,25	5.952.625,20	3.719.236,50	3.852.418,05	92.445.813,00
5.	Penerimaan Usaha (Rp)	77.220.000,00	7.925.694,75	6.907.801,50	4.137.767,55	4.409.127,00	100.600.390,80
6.	Margin Penjualan-Pembelian (Rp)	5.027.022,00	1.197.139,50	955.176,30	418.531,05	556.708,95	8.154.577,80

Hasil penelitian pada Tabel 1 menunjukkan harga pembelian produk ternak sapi terbentuk akibat adanya transaksi jual-beli antara pedagang pengumpul dan pengusaha jagal sapi dengan pedagang di pasar tradisional di pasar tradisional Manado. Sedangkan harga jual produk ternak sapi terbentuk akibat adanya transaksi jual-beli antara pedagang pengecer dengan konsumen di pasar.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa, rata-rata harga jual yang berlaku selama satu minggu menurut karkas dan bagian-bagian tubuh sapi, yaitu daging utuh sebesar Rp108.000 per kilogram cukup menurun dibanding harga pada menjelang hari raya lebaran lalu yang mencapai Rp120.000 per kilogram, sedangkan rata-rata harga daging campur lemak sebesar Rp47.459,25 per kilogram, tulang sapi sebesar Rp.48.991,50 per kilogram, jeroan sebesar Rp65.678,85 per kilogram, tetelan sebesar Rp60.399 per kilogram.

Penentuan rata-rata harga jual per kilogram merupakan perbandingan antara besarnya penerimaan dalam rupiah yang diperoleh dengan jumlah volume jual dalam kilogram. Hal ini

dilakukan karena adanya kesulitan untuk mendapatkan rata-rata harga jual per kilogram akibat para pedagang dalam menjual daging sapi banyak ditentukan oleh konsumen dalam membeli. Kondisi tersebut dilihat dari adanya konsumen yang hanya membeli daging utuh, ada pula yang membeli tulang saja atau daging campur, bahkan jeroan dan tetelan saja. Hal inilah yang menyulitkan untuk mendapatkan berapa rata-rata harga jual per kilogram.

Tabel 2. Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Bisnis Pedagang Daging Sapi di Pasar Tradisional di Kota Manado

I	Penerimaan Usaha (Rp)	100.600.390,80
II	Biaya Usaha (Rp)	
	- Biaya pembelian daging, tulang, jeroan dan tetelan	92.445.813,00
	- Biaya peralatan, pengepakan	283.500,00
	- Transportasi	302.971,05
	- Biaya Tenaga Kerja	1.192.725,00
	- Biaya Retribusi Pasar (tempat, kebersihan, dll)	115.800,00
	- Biaya lainnya (RPH)	283.500,00
		94.624.309,05
III	Keuntungan Usaha (Rp)	5.976.081,75

Untuk mengetahui kemampuan bisnis pedagang daging sapi dalam memperoleh laba (profit), digunakan rasio *penerimaan-biaya (revenue-cost ratio)* dan *perhitungan margin keuntungan (gross profit margin)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa bisnis pedagang daging sapi di pasar tradisional Kota Manado setiap minggu mengeluarkan biaya usaha sebesar Rp94.624.309,05 (rata-rata Rp3.784.972,36), yang memberikan penerimaan usaha rata-rata sebesar Rp100.600.390,80 (rata-rata Rp 4.024.015,63), sehingga memberikan keuntungan usaha atau laba (profit) sebesar Rp5.976.081,75 (rata-rata Rp239.043,27).

Hasil analisis menunjukkan rasio penerimaan-biaya (*revenue-cost ratio*) sebesar 1,06 dan perhitungan margin keuntungan (*gross profit margin*) sebesar 5.516,24 yang dapat disimpulkan bahwa bisnis pedagang daging sapi di pasar tradisional Kota Manado memberikan rasio positif dan dengan keuntungan yang layak secara ekonomi

4. KESIMPULAN

- (1) Rata-rata harga jual yang berlaku menurut karkas dan bagian-bagian tubuh sapi, yaitu daging utuh sebesar Rp108.000 per kilogram cukup menurun dibanding harga pada menjelang hari raya lebaran lalu yang mencapai Rp120.000 per kilogram, sedangkan rata-rata harga daging campur lemak sebesar Rp47.459,25 per kilogram, tulang sapi sebesar

Rp.48.991,50 per kilogram, jeroan sebesar Rp65.678,85 per kilogram, tetelan sebesar Rp60.399 per kilogram.

- (2) Nilai rasio penerimaan-biaya (*revenue-cost ratio*) sebesar 1,06 dan perhitungan margin keuntungan (*gross profit margin*) sebesar 5.516,24 yang berarti bahwa bisnis pedagang daging sapi di pasar tradisional Kota Manado memberikan rasio positif dan dengan keuntungan yang layak secara ekonomi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Miskiyah dan Sri Usmiati, 2006. Potongan Komersial Karkas Kerbau: Studi Kasus Di PT Kariyana Gita Utama-Sukabumi. Prosiding. Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner 2006.
- Oentoro, D., 2010. Manajemen Pemasaran Moderen. Laksbang Pressindo, Yogyakarta.
- Rais, F., Halid, A, Boekosoe, Y., 2002. Analisis Efisiensi Pemasaran Daging Sapi Di Pasar Sentral Kota Gorontalo.
- Salendu, A.H.S., F.H. Elly, R.E.M.F. Osak and I.D.R. Lumenta. 2018. Cattle Farm Development by Forages Cultivation on Coconut Land Based on Carrying Capacity in West Bolangitang, Indonesia. International Journal of Environment, Agriculture and Biotechnology (IJEAB) 3(3):1139-1144.
- Sekaran, U. 2006. Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, M dan S. Effendi, 2011. Metode Penelitian Survei. Edisi Revisi. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Soekartawi, 2002. Agribisnis: Teori dan Aplikasinya. C.V.Rajawali. Jakarta.
- Soeparno, 1994. Ilmu dan Teknologi Daging. Cetakan kedua. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sugiyono, 2004. Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Ketujuh, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Suherman, E., Mirwandhono, E. dan Daulay, A.H., 2014. Analisis Marjin Pemasaran Daging Sapi di Pasar-Pasar Tradisional Kota Medan. Jurnal Peternakan Integratif 3(2):156-166.