

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PUTUSNYA KONTRAK  
PETERNAK AYAM BROILER YANG BERMITRA  
DI KECAMATAN SIMBANG KABUPATEN  
MAROS**

**Disusun dan Diajukan oleh**

**ARHAM  
I011171322**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2021**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PUTUSNYA KONTRAK  
PETERNAK AYAM BROILER YANG BERMITRA  
DI KECAMATAN SIMBANG KABUPATEN  
MAROS**

**SKRIPSI**

**ARHAM  
I011 17 1322**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Peternakan Pada Fakultas Peternakan  
Universitas Hasanuddin

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2021**

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PUTUSNYA KONTRAK PETERNAK AYAM BROILER YANG BERMITRA DI KECAMATAN SIMBANG KABUPATEN MAROS

Disusun dan diajukan oleh

**ARHAM**  
**I011 17 1322**

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Peternakan Fakultas  
Peternakan Universitas Hasanuddin  
Pada tanggal *15 November 2021*  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui :

Pembimbing Utama



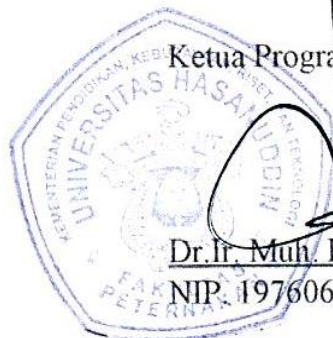
Dr. Ir. Syahriadi Kadir, M. Si  
NIP. 19670408 199003 1 002

Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Hj. St. Rohani, M. Si  
NIP. 19690822 200801 2 015

Ketua Program Studi,



Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si. IPU  
NIP. 19760616 200003 1 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arham

Nim : I011 17 1322

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Putusnya Kontrak Peternak Ayam Broiler yang Bermitra di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros** adalah Asli.

Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini tidak asli atau plagiasi maka saya bersedia dibatalkan dikenakan sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 15 November 2021

Peneliti  
Arham



## ABSTRAK

**Arham. I011171322. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Putusnya Kontrak Peternak Ayam Broiler yang Bermitra di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Dibimbing oleh: Syahriadi Kadir, St. Rohani**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kepuasan pelayanan (produk, teknis budidaya dan pasca panen) terhadap putusnya kontrak kemitraan peternakan ayam broiler di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Penelitian ini dilaksanakan pada Agustus-September 2021, di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Jenis penelitian kuantitatif eksplanatori dengan melakukan pengujian hipotesis. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 25 peternak yang dimaksud adalah peternak ayam broiler yang kemitraannya putus kontrak dan bermitra dengan perusahaan lain dan peternak yang pernah bermitra namun tak lagi beternak. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dengan bantuan kuesioner dan dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi logistik dengan skala pengukuran (Skala Likert). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelayanan kualitas produk (X1) dan kepuasan pelayanan teknis budidaya (X2) dan kepuasan Pelayanan pasca panen (X3) memberikan pengaruh tidak signifikan secara parsial, pengujian secara simultan F memberih pengaruh terhadap variabel Y sebesar 37,8%.

**Kata Kunci:** *Ayam Broiler, Kemitraan, Putus Kontrak.*

## ABSTRACT

**Arham. I011171322. Factors that Affect the Termination of Broiler Chicken Farm Partnership Contract in Simbang District of Maros Regency. Guided by: Syahriadi Kadir, St. Rohani**

This research aims to find out the service satisfaction factor (product, technical cultivation and post-harvest) against the termination of broiler chicken farming partnership contract in Simbang District of Maros Regency. This research was conducted in August-September 2021, in Simbang District of Maros Regency. This type of quantitative research explanatori by conducting hypothesis testing. The number of samples taken in this study as many as 25 breeders in question are broiler chicken farmers whose partnerships break contracts and partner with other companies and breeders who are partners and no longer breed. Data collection is done with observation, interviews with the help of questionnaires and documentation. The analysis used in this study is logistic regression with a measurement scale (Likert Scale). The results showed that product quality service satisfaction (X1) and cultivation technical service satisfaction (X2) and post-harvest service satisfaction (X3) had a partially insignificant effect, simultaneous testing F affected variable Y by 37.8%.

**Keywords:** *Broiler Chicken, Partnership, Contract Breakup.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin, Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketidakikutsertaan Kemitraan Peternakan Ayam Broiler di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros”.

Penulisan hasil penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan doa dari kedua Orang Tua dan dari beberapa pihak. Olehnya itu penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Syahriadi Kadir, M. Si selaku Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Hj. St. Rohani, M. Si sebagai Pembimbing Kedua yang telah membimbing dan memberikan pengajaran kepada penulis dalam skripsi ini.
2. Rektor Unhas Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M. A, Dekan Fakultas Peternakan Prof. Dr. Ir. Lellah Rahim, M. Sc, Wakil Dekan, Ketua Departemen Sosial Ekonomi Peternakan beserta Dosen Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
3. Dr. Ir. Zulkarnaim, S. Pt., M. Si selaku penasehat akademik yang memberikan arahan dalam penyelesaian akademik selama proses perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan penyusunan makalah selanjutnya. Sekian dan terima kasih.

Makassar, 15 November 2021

Arham

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	3
Tujuan Penelitian .....	3
Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
Tinjauan Umum Ayam Potong .....	5
Tinjauan Umum Kemitraan Ayam Potong .....	6
Faktor-faktor pendorong Peternak Melakukan Kemitraan.....	10
Hubungan Kerjasama Berkelanjutan .....	13
Konsep Kepuasan .....	17
Kerangka Pikir.....	20
Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
Waktu Dan Tempat Penelitian .....	22
Jenis Penelitian .....	22
Populasi Dan Sampel .....	22
Jenis dan Sumber Data .....	23
Metode Pengumpulan Data .....	24
Analisis Data .....	25
Variabel Penelitian .....	28
Konsep Operasional .....	29



## **BAB IV KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Keadaan Demografi .....	30
Kondisi Iklim .....	30
Keadaan Penduduk .....	31
Tingkat Pendidikan .....	31
Sektor Peternakan .....	32

## **BAB V KEADAAN UMUM RESPONDEN**

Umur Peternak .....	34
Jenis Kelamin .....	34
Pendidikan .....	35
Lama Beternak .....	36

## **BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hubungan Kerjasama Kemitraan Ayam Broiler .....	38
Kepuasan Pelayanan Kualitas Produk .....	39
Kepuasan Pelayanan Teknis Budidaya .....	41
Kepuasan Pelayanan Pasca Panen .....	42
Putus Kontrak Kemitraan .....	43
Analisis Regresi Logistik .....	44
Pengaruh kepuasan Pelayanan Kualitas Produk (X1) terhadap Putus Kontrak (Y) .....	46
Pengaruh kepuasan Pelayanan Teknis Budiaya (X2) terhadap Putus Kontrak (Y) .....	47
Pengaruh kepuasan Pelayanan Pasca Panen (X3) terhadap Putus Kontrak (Y) .....	48
Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat Secara Bersama-sama (Simultan) .....	50

## **PENUTUP .....**

Kesimpulan .....	51
Saran .....	51

## **DAFTAR PUSTAKA .....**

## **LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

No.	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Variabel Penelitian .....	28
2.	Luas Wilaya Desa/Kelurahan di Kec Simbang .....	30
3.	Jumlah Kependudukan di Kec Simbang .....	31
4.	Tingkat Pendidikan di Kecamatan Simbang .....	32
5.	Sektor Peternakan di Kec Simbang .....	32
6.	Klasifikasi responden berdasarkan tingkat umur .....	34
7.	Klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendidikan .....	35
8.	Klasifikasi responden berdasarkan lama beternak .....	36
9.	Kepuasan pelayanan kualitas produk .....	39
10.	Kepuasan pelayanan teknis budidaya .....	41
11.	Kepuasan pelayanan pasca panen .....	42
12.	Jumlah peternakan ayam broiler putus kontrak .....	44
13.	Analisis Regresi Logistik .....	45

## DAFTAR GAMBAR

No.	<i>Teks</i>	Halaman
1.	Kerangka piker penelitian .....	20
2.	Kepuasan pelayanan kualitas produk .....	39
3.	Kepuasan pelayanan teknis budidaya .....	41
4.	Kepuasan pelayanan pasca panen .....	42

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

*Broiler* atau ayam potong merupakan jenis ras unggulan yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging. Dunia perunggasan yang semakin populer dikalangan masyarakat dari skala usaha rumah tangga yang terus berkembang di berbagai daerah, sementara itu usaha skala besar juga tumbuh dan mampu menjalankan usaha lebih efisien. Usaha skala besar inilah memicuh para peternak kesulitan memperoleh bibit ayam dan pakan yang bermutu hingga obat-obatan/vitamin dibalik itu harganya yang begitu mahal. Untuk itu, pemerintah telah mengeluarkan kebijakan yang mengatur sistem produksi peternakan ayam broiler melalui PERMENTAN/PK.240/5/2017. Meningkatkan skala efisiensi usaha peternakan, kemampuan ekonomi peternak atau pelaku usaha, akses pasar, daya saing dan membangun sinergi saling menguntungkan, serta berkeadilan, perlu ditetapkan kemitraan usaha peternakan (Burhani, 2014).

Menurut Hafsah (2000) kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling menguntungkan dan saling memberikan manfaat antara pihak yang bermitra. Arti saling menguntungkan disini bukan berarti kedua belah pihak harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi posisi tawar yang setara berdasarkan peranan masing-masing yang menjadi kekuatan dan karakter kemitraan berbisnis. Dengan bermitra dapat menjadi jalan kerjasama antara peternak kecil (plasma) dengan perusahaan swasta dan pemerintah sebagai inti (Rohani dkk.,2019).

Faktor- faktor yang mendorong peternak ikut pola kemitraan diantaranya perusahaan kemitraan menyediakan sarana produksi seperti; DOC, Pakan, Obat-obatan/vitamin, bimbingan teknis dan pemasaran sedangkan plasma atau peternak hanya menyediakan kandang dan tenaga kerja. Dengan kejasama yang dilakukan diharapkan mampu meningkatkan produksi daging ayam broiler dan meningkatkan perekonomian peternak, namun yang terjadi tidak semua peternak merasakan dampak positif, tak sedikit peternak yang merasa dirugikan. Setelah kontrak berakhir beberapa peternak memilih hubungan kemitraann tidak dilanjutkan (putus kontrak) dan memilih untuk berpindah perusahaan bahkan ada peternak gulung tikar (Anandra, 2010).

Putusnya kontrak kemitraan umumnya dikarenakan masa kontrak yang telah di sepakati telah berakhir, berakhirnya masa kontrak mengakibatkan hubungan kerjasama tidak berlanjut. Kerjasama berkelanjutan dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya kepuasan konsumen, menurut Rohani dkk, (2019) bertahannya suatu hubungan kerjasama dapat dilihat dengan tingkat kepuasan peternak terhadap kinerja perusahaan anatara lain yaitu: 1) Pelayanan kualitas produk ( harga dan kualitas DOC, pakan, obat-obatan/vaksin dan jadwal pengiriman sapronak), 2) pelayanan teknis budidaya (bimbingan materi, bimbingan cara pemeliharaan, respon terhadap keluhan, kesesuaian waktu pengiriman sapronak dan waktu panen), 3) pelayanan pasca panen (kesesuaian harga output, pemberian bonus dan kecepatan pembayaran hasil panen). Dalam penelitian ini hanya mengambil pendapat peternak mengenai kepuasannya dengan pelayanan perusahaan yang mengakibatkan putusnya kontrak kemitraan. Kepuasan yang dimaksud disini

adalah kepuasan pelayanan produk, pelayanan teknis budidaya dan pelayanan pasca panen.

Salah satu daerah yang rata-rata peternak ayam broilernya ikut dalam pola kemitraan yaitu di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros, dimana hubungan kemitraannya yang tidak lanjut setelah putus kontrak dengan perusahaan. Peternak di daerah tersebut beberapa masih bertahan dengan sistem kemitraan walaupun harus berpindah-pindah perusahaan, bahkan ada peternak yang berhenti atau tidak lagi ikut dalam kemitraan setelah kontrak berakhir. Terputusnya hubungan kemitraan ini dikarenakan tidak puasnya peternak dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada peternak. Dengan adanya masalah seperti ini perlu diketahui apakah kepuasan pelayanan produk, kepuasan pelayanan teknis budidaya dan kepuasan pelayanan pasca panen berpengaruh terhadap putusnya kontrak peternak ayam broiler yang bermitra di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dirumuskan adalah apakah faktor kepuasan (pelayanan produk, pelayanan teknis budidaya dan pelayanan pasca panen) berpengaruh signifikan terhadap putusnya kontrak peternak ayam broiler yang bermitra di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros.

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan (pelayanan produk, pelayanan teknis budidaya dan pelayanan pasca

panen) berpengaruh signifikan terhadap putusnya kontrak peternak ayam broiler yang bermitra di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros.

### **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai

1. Sebagai bahan masukan bagi peternak dalam menjalankan hubungan kerjasama jangka panjang dengan perusahaan kemitraan.
2. Memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dan arahan penelitian selanjutnya khusus dibidang peternakan dan kemitraan.

## **BAB II** **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Tinjauan Umum Ayam Broiler**

Ayam broiler merupakan hasil persilangan ras unggul yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam produksi daging. Ayam broiler mulai dikenal dan populer ditahun 1980-an. Hingga kini ayam broiler telah dikenal oleh masyarakat dikarenakan memiliki kelebihan yaitu waktu pemeliharaan hanya 5-6 minggu sudah bisa di panen. Dengan waktu pemeliharaan yang relatif singkat sehingga di klaim dapat memberikan peluang bagi peternak untuk menjalankan usaha yang menguntungkan (Rasyaf, 2008).

Rasyaf (2002) menyatakan, bahwa ayam broiler di Indonesia berkembang didukung oleh semakin meningkatnya jumlah penduduk dan pendapatan perkapita masyarakat. Selain itu, harga ayam broiler pun cukup terjangkau sehingga konsumsi masyarakat terhadap daging ayam broiler lebih banyak dibandingkan jenis daging hewan lainnya. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, menjadikan waktu pemeliharaan semakin cepat, yakni dengan rata-rata umur ayam bisa dipanen pada hari ke 28-40. Hal ini yang mengakibatkan semakin banyak peternak yang berminat untuk usaha ayam broiler.

Sebagaimana diketahui ayam broiler merupakan ternak penghasil daging yang relatif lebih cepat dibandingkan dengan ternak potong lainnya. Hal ini yang mendorong peternak untuk bergelut dibidang usaha ayam broiler. Perkembangan tersebut didukung oleh semakin kuatnya industri hilir seperti perusahaan pembibitan (*Breeding Farm*), Perusahaan pakan (*Feed Mill*), perusahaan obat dan peralatan ternak. Namun dengan perkembangan tersebut tidak terlepas dari



permasalahan salah satunya yaitu tingginya harga sapronak yang dibutuhkan dalam usaha peternakan ayam broiler selain itu masalah yang sulit dipecahkan oleh peternak yaitu aspek pemasaran sehingga membuat peternak takut mengambil resiko untuk menembangkan usaha peternakan ayam broiler dengan skala produksi yang besar (Saragih, 2000).

Untuk mengatasi hal tersebut maka diperlukan peran pemerintah dalam menggerakkan perusahaan swasta dan lembaga pembiayaan agribisnis dalam menjangkau pengembangan produksi peternakan khususnya ayam broiler. Peran perusahaan dan lembaga agribisnis sangat membantu peternak yaitu dengan menyiapkan sarana produksi berupa bibit, pakan, obat-obatan, vaksin, vitamin dan pemasaran dengan pola kemitraan (Salam dkk., 2009).

### **Tinjauan Umum Kemitraan Ayam Broiler**

Kemitraan menurut Hafsah (2000) suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan meraih keuntungan bersama. Bermitra menjadi jalan alternatif untuk memperoleh modal usaha, karena terbatasnya modal yang dimiliki oleh peternak untuk menjalankan usahanya. Dengan adanya sistem kemitraan peternak tidak perlu mengeluarkan modal yang cukup besar dan resiko yang ditanggung menjadi kecil serta mendapat jaminan pemasaran.

Secara garis besar, terdapat tiga jenis sistem usaha peternakan ayam broiler yaitu sistem mandiri, sistem semi mandiri dan sistem kemitraan. Ketiga sistem tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Sistem mandiri merupakan dimana modal sepenuhnya ditanggung peternak dari kandang, produksi hingga pemasaran. Sistem semi mandiri dimana sistem beternak dengan modal,

proses produksi hingga pemasaran tidak sepenuhnya dilakukan sendiri oleh peternak, akan tetapi terdapat beberapa unsur yang dibantu dari pihak lain. Sistem kemitraan adalah pengelolaan peternakan dengan bekerjasama yang dilakukan oleh dua pihak yaitu perusahaan sebagai inti dan peternak sebagai plasma dengan sistem kemitraan pola inti plasma (Tamaluddin, 2016).

Pola kemitraan menghubungkan antara perusahaan inti dengan plasma yang mempunyai kekuatan ekonomi yang cukup tinggi, dengan pola kemitraan ini dapat mengatasi kendala pendanaan maupun kualitas produk ditingkat peternakan, kemitraan juga mampu menjamin pemasaran maupun harga pasar. Kemitraan kerjasama yang dilakukan antara usaha kecil, menengah dan besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh perusahaan dengan prinsip saling memerlukan, memperkuat dan saling menguntungkan (Sasmita, 2012)

Pada umumnya kemitraan memiliki konsep *contract farming*. Konsep kemitraan secara umum dimana peternak memelihara ayam untuk sebuah perusahaan yang terintegrasi secara vertikal. Ada dua pihak yang terlibat dalam kemitraan yaitu peternak dan perusahaan. Dimana peternak hanya menyediakan tanah, kandang, peralatan dan tenaga kerja. Sedangkan perusahaan menyediakan DOC, pakan, obat-obatan dan manajemen atau pemasaran. Peternak baru mendapat hasil setelah ayam dijual itupun setelah semua biaya produksi dari perusahaan tertutupi (Juherdi dkk., 2016).

Pada prinsipnya dalam kemitraan tidak ada pihak yang memiliki posisi lebih tinggi dari pihak lainnya. Peternak dapat melakukan kemitraan usaha budidaya ternak berdasarkan perjanjian yang saling menguntungkan dan berkeadilan. Kedua belah pihak bekerjasama dalam kemitraan memiliki posisi

yang setara berdasarkan peran masing-masing, agar dapat memberikan keuntungan yang adil bagi kedua belah pihak. Namun kenyataannya pihak perusahaan inti terlalu pegang kendali dan mendominasi, sehingga sering terjadi ketidakadilan sehingga plasma merasa dirugikan (Irawati dk., 2020).

Kerjasama kemitraan peternakan ayam broiler memiliki kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaannya. Kelebihannya yaitu perusahaan memberikan seperti DOC, pakan, obat-obatan, vitamin dan vaksin. Namun hal tersebut bukan berarti gratis dalam kerjasama namun peternak diwajibkan untuk melunasi semua biaya awal yang dikeluarkan oleh perusahaan inti setelah perhitungan hasil panen selesai. Sedangkan kekurangannya terletak pada *contract farming* diantaranya penetapan kontrak kerjasama, harga, jadwal pengiriman DOC ditentukan sepihak oleh perusahaan inti. Penetapan harga kontrak sapirok ditentukan sepihak oleh perusahaan inti dan dapat berubah sewaktu-waktu karena kendali berada ditangan perusahaan inti (Sinaga dkk., 2016).

Menurut Hafisah (2000) menyatakan, bahwa kemitraan pola inti plasma memiliki beberapa keunggulan antara lain:

- a. Memberikan timbal balik antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil sebagai plasma dengan cara pengusaha besar atau menengah memberikan pembinaan serta menyediakan sarana produksi, bimbingan, pengolahan hasil serta pemasaran sehingga timbul saling ketergantungan dan saling menguntungkan antara pengusaha inti dan pengusaha plasma.
- b. Berperan sebagai pemberdayaan pengusaha kecil dibidang teknologi, modal, kelembagaan dll.

- c. Dengan membimbing usaha kecil akan mampu memenuhi skala ekonomi sehingga dapat mencapai efisiensi
- d. Dengan kemitraan, pengusaha besar maupun menengah yang mempunyai kemampuan dan kawasan pasar yang lebih luas dapat mengembangkan komoditas, barang produksi yang mempunyai keunggulan, dan mampu bersaing dipasar nasional, regional maupun pasar internasional
- e. Apabila kemitraan ini berhasil, maka hal ini dapat menjadi daya tarik bagi pengusaha besar atau menengah sebagai investor baru untuk membangun kemitraan baru
- f. Tumbuhnya pusat-pusat ekonomi baru yang semakin berkembang dengan adanya kemitraan pola inti plasma dan dapat menjadi upaya pemerataan pendapatan sehingga kesenjangan sosial dapat dicegah

Bagi peternak dapat merasakan manfaat dari kemitraan sebagai berikut:

- a. Jaminan pengadaan produksi oleh perusahaan inti dimana semua biaya produksi diketahui setelah panen
- b. Pengetahuan peternak akan meningkat karena mendapat bimbingan
- c. Pemasaran terjamin oleh perusahaan inti
- d. Jaminan pendapatan peternak apabila harga pasar rendah akan tetapi pendapatan peternak tetap sesuai dengan kesepakatan.

Sedangkan manfaat kemitraan bagi perusahaan

- a. Terjadinya stabilitas produksi yang menjamin kontinuitas suplay ayam ras pedaging kepasar

- b. Meningkatkan efisiensi dan kinerja perusahaan, baik tenaga kerja maupun permodalan dalam berusaha ternak ayam pedaging
- c. Menciptakan perluasan pasar terhadap produk sarana produksi yang dihasilkan oleh perusahaan inti, seperti DOC, pakan obat-obatan dan vitamin
- d. Dapat menghasilkan kualitas ayam ras pedaging dengan kualitas dan harga yang kompetitif.

### **Faktor-faktor Pendorong Peternak Bermitra**

Faktor-faktor pendorong peternak plasma ikut pola kemitraan yaitu tersedianya sarana produksi peternakan, tersedia tenaga ahli, modal kerja dari inti, pemasaran terjamin. Bantuan seperti inilah yang diupayakan pihak perusahaan agar pelaksanaan usaha dapat berjalan dengan baik serta pencapaian tujuan yang memuaskan dari kedua belah pihak (Cepriadi, 2010).

Menurut Nurjannah (2007) dalam pelaksanaan kemitraan perlu adanya hal-hal yang menjadi daya tarik antara kedua pihak yang bermitra, agar peternak maupun pengusaha tertarik untuk melaksanakannya. Ada beberapa faktor pendukung keberhasilan kemitraan yang dapat menjadi dasar daya tarik peternak untuk melakukan kemitraan di antaranya :

- a. Ketersediaan modal

Dengan program kemitraan modal yang dikeluarkan oleh peternak relatif lebih sedikit, karena peternak hanya menyediakan kandang, peralatan dan tenaga kerja sedangkan sarana produksi peternakan (sapronek) ditanggung oleh perusahaan (Abidin, 2002).

Pada umumnya petani kecil tidak memiliki modal yang begitu besar, karena itu mereka memerlukan kredit usaha agar mampu mengelolah usahanya. Dengan demikian bantuan pemberian modal bertujuan agar petani dapat memperbesar usaha dan meningkatkan hasil produksi (Soekartiwi, 1995).

b. Jaminan Pasar

Pemasaran merupakan hal terpenting yang dilakukan oleh perusahaan dalam aktivitasnya untuk menciptakan dan mendistribusikan hasil produksinya. Sebelum memulai usaha maka paling pertama yang mendapat perhatian adalah pasar yang menggunakan atau mengkonsumsi produk perusahaan. Fungsi pemasaran itu sendiri adalah berusaha memberikan kepuasan kepada konsumen dalam membeli barang yang diinginkan pada tempat, waktu dan harga yang sesuai (Assauri, 1999).

Pada peternak mandiri hasil produksinya mereka memasarkan sendiri di pasar-pasar tradisional dalam kondisi penawaran lebih tinggi dari permintaan sehingga akan kesulitan dalam memasarkan hasil produksinya. Disinilah letak tidak adanya kepastian waktu jual hasil yang bisa menyebabkan peternak menjual murah dan mengalami kerugian. Dengan adanya kemitraan memasarkan hasil usaha dilakukan oleh perusahaan dan menjadi tanggung jawab perusahaan (Abidin, 2002).

c. Jaminan Harga

Harga daging ayam ras pedaging di Indonesia fluktuatif, disebabkan keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Biasanya menjelang hari raya idul fitri/hari raya, harga ayam ras mulai merangkak naik pada minggu

kedua bulan ramadhan dan akan mencapai puncak pada 2-3 hari menjelang hari raya (Abidin, 2002).

Penentuan harga dalam kemitraan diatur perusahaan inti dimana pada saat harga pasar mengalami penurunan, peternak tidak merasakan dampak kerugian dikarenakan kontrak harga perusahaan dengan peternak tidak berubah sehingga kerugian ditanggung oleh perusahaan inti (Abidin, 2002).

d. Pendapatan Meningkatkan

Tingkat pendapatan merupakan indikator tingkat kesejahteraan masyarakat. Semakin besar tingkat pendapatan menunjukkan tingkat kesejahteraan yang semakin kuat, dan sebaliknya. Tingkat pendapatan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat akan barang dan jasa (Sutawi, 2000).

Menurut Harnanto (1992) mengemukakan, bahwa ada beberapa kriteria yang berhubungan dengan penghasilan dan konsumsi, di antaranya sebagai berikut :

- a) Bertambahnya penghasilan tidak selalu akan menyebabkan pertambahan permintaan barang tersebut. Walaupun konsumen sudah semakin kaya tetap saja permintaan atau suatu barang akan tetap. Ini berlaku untuk makanan rutin harian seperti beras, garam dan sebagainya.
- b) Bertambahnya penghasilan akan menyebabkan permintaan barang atau produk itu bertambah.

## Hubungan Kerjasama Berkelanjutan

Kerjasama merupakan bentuk kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang melakukan tugas dengan sejumlah peraturan dan prosedur, dalam pelaksanaan kerjasama harus tercapai keuntungan bersama apabila salah satu pihak merasa dirugikan dalam proses kerjasama maka tujuan kerjasama tidak terpenuhi (Sarwono, 2011).

Ardiansyah dan Hilmi (2019) hubungan kerjasama yang berkelanjutan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kepuasan, reputasi, komunikasi, komitmen hubungan dan kepercayaan.

### a. Kepuasan

Kepuasan sebagai pernyataan yang bernada positif menunjukkan pengertian kepuasan terkait dengan unsur emosional. Kepuasan agen terhadap distributor dapat diketahui dengan menanyakan kepada agen merasa puas dengan hubungan kerjasama selama ini (Cahyono, 2010).

Keterkaitan hubungan dengan kepuasan dengan orientasi *relationship* dapat dijelaskan dengan memahami bahwa kepuasan agen terhadap distributor seharusnya menimbulkan keinginan agen untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan distributor. Kepuasan, instrument yang dapat meningkatkan loyalitas, meningkatkan koperasi dalam anggota dalam saluran distributor dan mengurangi kemungkinan terputusnya hubungan kerjasama (Ganesan, 1994).

Cempakasari dan Yoestini (2003) kepuasan akan pelayanan dan transaksi dengan perusahaan akan menimbulkan keinginan untuk kembali bertransaksi dengan perusahaan tersebut. Keinginan tersebut timbul karena



mendapat kesan yang baik dari perusahaan sehingga menimbulkan rasa percaya kepada kemampuan perusahaan sebagai suppliernya.

b. Reputasi

Reputasi terbentuk dari konsistensi yang ditunjukkan oleh suatu perusahaan. Dalam membina hubungan dengan supplier sangatlah dipahami bahwa seseorang pengecer akan sangat menilai *Supplier* nya termasuk dalam hal reputasi perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan adalah pandangan atas perusahaan oleh orang-orang baik yang berada didalam maupun diluar perusahaan (Miles dan Covin, 2000).

Menurut Cempakasari dan Yoestini (2003) bahwa reputasi perusahaan berhubungan dengan sejarah atau riwayat perusahaan terutama dengan hubungan pihak lain. Dengan adanya riwayat perusahaan yang baik diharapkan menambah kepercayaan pengecer terhadap perusahaan tersebut. Pembinaan hubungan dari perusahaan dengan mitra kerja juga dipengaruhi oleh setiap aksi, tindakan, kegiatan maupun kata-kata yang dilakukan dan diucapkan oleh organisasi supplier itu maupun orang-orang yang ada diorganisasi itu, kata lain kepercayaan dari mitra kepada perusahaan juga akan sangat ditentukan oleh gerak langkah maupun komunikasi yang dilakukan perusahaan.

c. Komunikasi

Komunikasi dapat dipandang sebagai sarana yang digunakan dalam berbagai informasi yang berarti dan tepat waktu antar perusahaan. Hal ini dapat dipahami mengingat hubungan antara perusahaan selalu melibatkan komunikasi. Berbagai masalah yang muncul dalam hubungan antara

perusahaan yang berhasil dipecahkan melalui jalinan komunikasi yang baik (Cahyono, 2010).

Komunikasi yang tepat waktu akan mendorong timbulnya kepercayaan dan kerjasama. Komunikasi dapat digunakan sebagai alat untuk menyelesaikan berbagai perselisihan yang terjadi. Dengan komunikasi, potensi timbulnya konflik yang dapat merusak hubungan kerjasama dapat diminimalis bahkan ditiadakan. Pentingnya komunikasi dalam upaya perusahaan untuk menjalin kerjasama yang lebih erat dengan mitranya. Melalui jalinan komunikasi yang baik kedua belah pihak dapat mengemukakan berbagai kendala yang ada sehingga keeratn kerjasama tetap terjaga (Satmoko, 2005).

d. Komitmen hubungan

Menurut Parsons (2002) komitmen adalah bentuk perilaku hubungan kerjasama, dimana kecenderungan partner kepadanya berada pada posisi yang kuat bahkan melebihi hubungan kerjasama dengan pihak lain. Kesetiaan dalam kerjasama ini menjadi sangat penting di era kompetisi yang sangat ketat seperti sekarang ini. Oleh karena itu komitmen dapat memunculkan kerjasama yang melebihi batasan formal yang telah disepakati sebelumnya.

Secara fungsi, komitmen akan memunculkan keyakinan yang tinggi kepada partner bahwa kerjasama yang terjadi akan menghasilkan kualitas hubungan yang relevan dengan kinerja bersama. Komitmen dalam hubungan antara perusahaan adalah suatu sikap yang dilakukan perusahaan agar hubungan yang terjalin menjadi berarti dan stabil, melalui komitmen

maka hubungan antar perusahaan diharapkan bisa mencapai perkembangan yang signifikan dan bermanfaat atas hubungan tersebut.

e. Kepercayaan

Salah satu yang mempengaruhi stabilitas hubungan adalah tingkat kepercayaan hubungan bisnis yang kooperatif akan tumbuh seiring meningkatnya kepercayaan diantara mitra bisnis. Kepercayaan dilandasi bahwa pihak distributor atau pengecer tidak akan melakukan tindakan negatif yang akan merugikan salah satu pihak.

Menurut Cahyono (2010) bahwa keterkaitan antara kepercayaan dengan orientasi *relationship* jangka panjang dapat diapahami melalui tiga cara yaitu pertama kepercayaan dapat mengurangi persepsi agen bahwa pihak distributor akan bersikap oportunistis, kedua kepercayaan dapat meningkatkan keyakinan agen bahwa berbagai ketidakadilan yang terjadi saat sekarang dapat diperbaiki dalam jangka panjang, ketiga kepercayaan dapat mengurangi biaya transaksi untuk menjalin sebuah hubungan bisnis.

Menurut Rohani dkk, (2019) bertahannya suatu hubungan kerjasama dapat dilihat dengan tingkat kepuasan peternak terhadap kinerja perusahaan dapat dilihat dengan tiga bagian yaitu:

a. Pelayanan kualitas produk

Pelayanan kualitas produk yaitu pelayanan atau kualitas barang yang disalurkan perusahaan ke peternak sebelum dilakukan proses budidaya demi menunjang keberhasilan produksi diantaranya penerapan harga

kontrak, kualitas DOC, kualitas/harga pakan, harga obat/vaksin dan fasilitas yang diberikan.

b. Pelayanan teknik budidaya

Pelayan ini akan diberikan oleh perusahaan ke peternak setelah dalam proses budidaya diantaranya bimbingan dengan pemberian materi, cara pemeliharaan, tanggapan terhadap keluhan peternak dan kesesuaian waktu panen.

c. Pelayanan pasca panen

Pelayanan yang terakhir setelah dilakukan masa panen yaitu kesesuaian harga luaran, pemberian bonus dan kecepatan pembayaran hasil panen.

### **Konsep Kepuasan**

Kepuasan pada dasarnya merupakan hal yang bersifat individual, setiap individu akan memiliki kepuasan yang berbeda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Ini disebabkan adanya perbedaan pada masing-masing individu, semakin banyak aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu tersebut. Kepuasan sebagai sekumpulan perasaan, kepuasan kerja bersifat dinamis, dapat menurun dan timbul pada waktu dan tempat berbeda. Sifat lingkungan seseorang mempengaruhi perasaan didalam pekerjaan (Firwiyanto, 2008).

Kusumah (2008) menyatakan, bahwa konsumen membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal itu, kenyataan bahwa suatu penawaran yang memenuhi nilai harapan konsumen akan mempengaruhi kepuasan dan kemungkinan untuk membeli kembali, konsumen akan setia kepada perusahaan

yang mereka anggap menawarkan *customer delivered value* yang tinggi. Ciri-ciri konsumen yang merasa puas menurut Ramli (2011) yaitu:

1. Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari perusahaan produsen yang sama.

2. Komunikasi positif

Komunikasi dari mulut-kemulut yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

3. Pertimbangkan dengan merek lain

Ketika konsumen ingin membeli merek produk lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

Ritonga (2010) menyebutkan, bahwa ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk itu dapat memenuhi kebutuhan konsumen..

2. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

### 3. Emosional

Konsumen akan merasa puas ketika seseorang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

### 4. Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

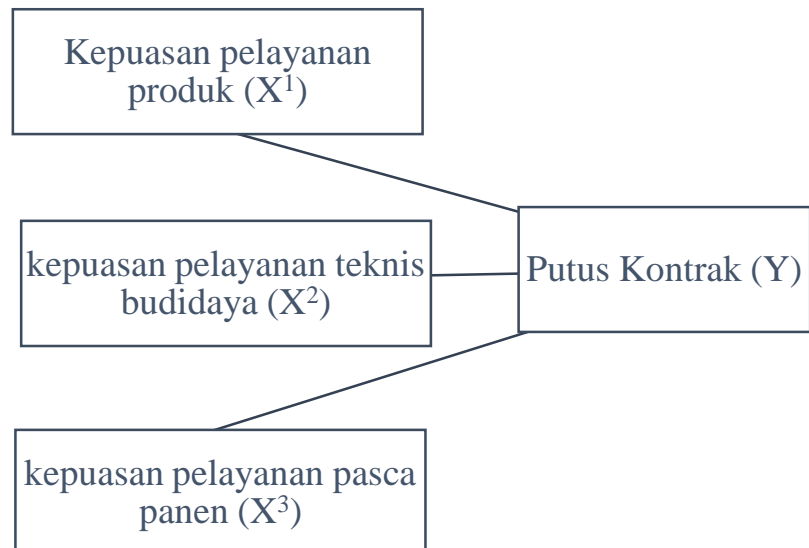
### 5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah dimensi kualitas pelayanan karena konsumen memiliki harapan bagaimana pelayanan tersebut seharusnya dirasakan. Harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas pelayanan yang sesungguhnya dirasakan konsumen. Dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, konsumen akan menilai berbagai atribut yang ditawarkan oleh perusahaan (Kusumah, 2008).

## Kerangka Pikir

Hubungan kerjasama berkelanjutan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kepuasan, reputsi, komunikasi, kepercayaan dan komitmen hubungan, pada penelitian ini berfokus kepada bagaimana kepuasan peternak ayam broiler terhadap pelayanan perusahaan selama bermitra diantaranya pelayanan produk, pelayanan teknis budidaya dan pelayanan pasca panen di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Putus Kontrak Peternakan Ayam Broiler yang Bermitra di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros.

## **Hipotesis**

Berdasarkan Kerangka pikir yang telah digambarkan, dapat dibangun hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini yaitu:

Ho = Kepuasan pelayanan produk, kepuasan pelayanan teknis budidaya dan kepuasana pelayanan pasca panen tidak berpengaruh signifikan terhadap putusnya kontrak peternakan ayam broiler yang bermitra di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros

H1 = Kepuasan pelayanan produk, kepuasan pelayanan teknis budidaya dan kepuasana pelayanan pasca panen berpengaruh signifikan terhadap putusnya kontrak peternakan ayam broiler yang bermitra di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros