

TESIS

**ANALISIS PERGESERAN PANGSA PASAR PERUSAHAAN
KEMITRAAN PADA SISTEM KEMITRAAN AYAM BROILER DI
KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

**ANALYSIS OF SHIFTS IN THE MARKET SHARE OF
PARTNER COMPANIES IN THE BROILER PARTNERSHIP
SYSTEM IN SIDENRENG RAPPANG DISTRICT**

**SULAEMAN USMAN
I012212020**



**PROGRAM STUDI MAGISTER
ILMU DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

**ANALISIS PERGESERAN PANGSA PASAR PERUSAHAAN
KEMITRAAN PADA SISTEM KEMITRAAN AYAM BROILER
DI KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

Disusun dan diajukan oleh

**SULAEMAN USMAN
I012212020**



**PROGRAM STUDI MAGISTER
ILMU DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS**PERFORMA DAN KUALITAS DAGING AYAM RAS PEDAGING
DENGAN PENAMBAHAN GUANIDINO ACETIC ACID DAN
BETAINE SEBAGAI *FEED ADDITIVE***

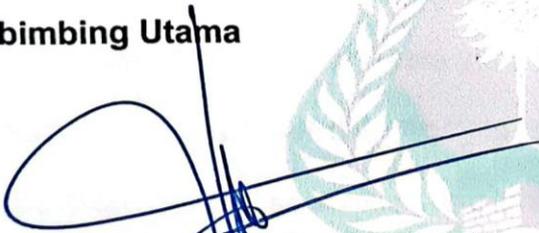
Disusun dan diajukan oleh

**SULAEMAN USMAN
NIM. 1012212020**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu dan Teknologi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Pada tanggal 06 Maret 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Pembimbing Utama



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

Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Kasmiyati Kasim S.Pt, M.Si
NIP. 19730719 200604 2 012

**Ketua Program Studi
Ilmu dan Teknologi Peternakan**



Prof. Dr. Ir. Ambo Ako, M.Sc
NIP. 19641231 198903 1 026

**Dekan Fakultas Peternakan
Universitas Hasanuddin**



Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si
NIP. 19731217 200312 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sulaeman Usman
Nomor Induk Mahasiswa : I012212020
Program studi : Ilmu dan Teknologi Peternakan
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul:

ANALISIS PERGESERAN PANGSA PASAR PERUSAHAAN KEMITRAAN PADA SISTEM KEMITRAAN AYAM BROILER DI KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

Adalah karya tulisan ini saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain. Tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 06 Maret 2024
Yang Menyatakan



Sulaeman Usman

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wata'ala* yang telah melimpahkan seluruh rahmat dan hidayah-Nya, Shalawat serta salam juga tak lupa kami junjungkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu Alaihi Wasallam* sebagai suri tauladan bagi umatnya. sehingga penulis dapat menyelesaikan Penyusunan Tesis dengan judul “**ANALISIS PERGESERAN PANGSA PASAR PERUSAHAAN KEMITRAAN PADA SISTEM KEMITRAAN AYAM BROILER DI KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**” Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang (S2) pada Jurusan Ilmu dan Teknologi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Hsanuddin, Makassar.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan tesis ini terdapat berbagai kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, berbagai kesulitan dan tantangan yang Penulis hadapi dalam penyusunan tulisan ini, namun berkat dukungan dari berbagai pihak disertai dengan kerja keras, kesabaran dan doa sehingga segala hambatan dapat dilalui. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan penuh rasa haru dan bangga secara khusus Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kedua orang tua tercinta ayahanda **Usman** yang tiada hentinya memberikan dukungan baik dari segi moril dan material, semangat dan doa serta ibunda **Nur Baga** yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang dan doa disetiap sujudnya. Semoga Allah mencurahkan segala kebaikan untuk kalian berdua. Selanjutnya

ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada:

1. Bapak **Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si, IPU** selaku Pembimbing Utama, Ibu **Dr. Ir. Kasmiyati Kasim S.Pt, M.Si** dan Bapak selaku Pembimbing Anggota yang senantiasa meluangkan banyak waktu untuk memberikan nasehat dan pikiran serta motivasi dalam menyusun tugas akhir ini.
2. Ibu **Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt., M.Si., IPU**, bapak **Prof. Dr. Ir. Tanrigiling Rasyid, MS** dan Bapak **Dr. Ir. Palmarudi, SU** selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan masukan serta nasehat dalam menyusun Tugas akhir ini.
3. **Rektor Universitas Hasanuddin Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc, Dekan Fakultas Peternakan Unhas Dr. Syahdar Baba., S.Pt, M.Si** beserta jajarannya, **Prof. Dr. Ir. Ambo Ako., M.Sc** selaku ketua program studi magister ilmu dan teknologi peternakan dan **seluruh Bapak Ibu Dosen** yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis, **Bapak Ibu Staf Pegawai Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin**
4. **Semua Sampel Peternak Mitra di Kabupaten Sidenreng Rappang dan Semua Perusahaan Mitra di Kabupaten Sidenreng Rappang**
5. Kepada saudari saya satu-satunya **Isti Wahyuni Usman** yang senantiasa memberikan Support tiada henti kepada saya.
6. Kepada **Suci Amalia, S.Si, Irma, S.Pt., M.Si, Ahmad Kamal, S.Pt, Aulisani Annisa, S.Pt, Syarifah Nurul Waqiah, S.Pt., M.Si, Agung**

Gumelar, S.Pt, Purnomo Muarif, S.Pt, dan Syaripuddin Wahid, S.Pt., M.Si yang senantiasa membantu saya dalam segala hal dan menjadi teman bertukar informasi serta mendukung penulisa dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Kepada teman-teman **S2 ITP 2021-2** yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu-persatu.
8. Dan yang terakhir terima kasih untuk diri saya sendiri karena telah mau berjuang untuk menyelesaikan hal ini dengan segala keterbatasan dan rintangan.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran ataupun kritikan yang bersifat konstruktif dari pembaca demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga tesis ini dapat memberi manfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Robbal Aalamin. Akhir Qalam Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 06 Maret 2024



Sulaeman Usman

ABSTRAK

SULAEMAN USMAN. I012212020 Analisis Pergeseran Pangsa Pasar Peternak Mitra pada Sistem Kemitraan Ayam Broiler di Kabupaten Sidenreng Rappang. Dibawah Bimbingan **Muh Ridwan** selaku Pembimbing Utama dan **Kasmiyati Kasim** selaku Pembimbing Pendamping.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan peternak mitra terhadap kinerja kepuasan mitra, faktor-faktor yang menyebabkan peternak mitra berpindah kemitraan, dan meramalkan pangsa pasar kemitraan ayam broiler di Kabupaten Sidenreng Rappang dimasa yang akan datang. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 31 Juli sampai 15 Agustus 2023, bertempat pada peternakan mitra di Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian merupakan penelitian kualitatif deskriptif menggunakan metode survei dengan melakukan wawancara menggunakan kuisioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 83 peternak mitra. Analisis data yang digunakan yaitu: analisis tingkat kepuasan peternak mitra menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, Analisis Faktor-faktor Perpindahan Kemitraan Peternak Mitra menggunakan Uji Cochran, dan Analisis Pangsa Pasar menggunakan Analisis rantai *marcov*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan peternak mitra terhadap kepuasan mitra sebesar 70,03% (baik), diperoleh 10 faktor prioritas dari 23 faktor-faktor yang menyebabkan peternak mitra berpindah kemitraan ($0,086 > 0,05$) yaitu mau mencoba mitra lain, waktu *check in* lama, pendapatan yang sedikit, peternak diharuskan *Close house*, lambat panen, DOC buruk (mortalitas tinggi), Perusahaan mitra melakukan kecurangan terhadap peternak, Tidak transparan tentang pendapatan peternak mitra, Pertumbuhan ayam lambat, dan Keterlambatan sapronak dan yang akan menguasai pangsa pasar perusahaan mitra jauh dimasa yang akan datang yaitu PT Mitra Utama (MU) dengan perkiraan pangsa pasar akhir sebesar 65,57% dan PT Rukun Mitra Bersama sebesar 33,99%.

Kata Kunci: **Kepuasan Peternak Mitra, Kinerja Perusahaan Mitra, Faktor Penyebab Perpindahan, Pangsa Pasar**



ABSTRACT

SULAEMAN USMAN. 1012212020 *Analysis of Shifts in Market Share of Partner Breeders in the Broiler Chicken Partnership System in Sidenreng Rappang Regency. Under the guidance of Muh Ridwan as Main Supervisor and Kasmiyati Kasim as Assistant Supervisor.*

This study aims to determine partner farmer satisfaction with partner satisfaction performance, factors that cause partner farmers to switch partnerships, and forecast the market share of broiler chicken partnerships in Sidenreng Rappang District in the future. This research was conducted from July 31 to August 15, 2023, at partner farms in Sidenreng Rappang District. The research is a descriptive qualitative research using the survey method by conducting interviews using a questionnaire. The sample in this study was 83 partner farmers. The data analysis used is analysis of the level of satisfaction of partner breeders using Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI), Analysis of Factors of Partnership Transfer of Partner Breeders using the Cochran Test, and Market Share Analysis using Marcov chain analysis. The results of this study indicate that the level of satisfaction of partner breeders with partner satisfaction is 70.03% (good), obtained 10 priority factors from 23 factors that cause partner breeders to switch partnerships ($0.086 > 0.05$), namely wanting to try other partners, long check in time, little income, breeders are required to close the house, slow harvest, bad DOC (high mortality), Partner companies cheat farmers, not transparent about the income of partner farmers, slow chicken growth, and delays in inputs, and which will control the market share of partner companies far in the future, namely PT Mitra Utama (MU) with an estimated final market share of 65.57% and PT Rukun Mitra Bersama of 33.99%.

Keywords: Partner Farmer Satisfaction, Partner Company Performance, Factors Causing Displacement, Market Share



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PENYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Umum Ayam Broiler	9
B. Usaha Peternakan Ayam Broiler di Indoneia	10
C. Tinjauan Umum Kemitraan	12
D. Sejarah Kemitraan di Indonesia	13
E. Tujuan, Sasaran, dan Manfaat Kemitraan.....	16
F. Prinsip-prinsip Kemitraan	17
G. Bentuk-bentuk Pola Kemitraan.....	19
H. Model Kemitraan Ayam Broiler	21
I. Peternak Mitra.....	22
J. Konsep Kepuasan	24
K. Tingkat Kepuasan dalam Kemitraan	27
L. Pengukuran Kepuasan.....	30
M. Pangsa Pasar	31
N. Pergeseran Merek (<i>Branch Switch</i>)	33

P. Kerangka Pikir Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Waktu dan Tempat	42
B. Jenis Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	42
D. Metode Pengumpulan Data	44
E. Jenis dan Sumber Data.....	45
F. Analisis Data	45
G. Variabel yang Diamati.....	57
H. Konsep Operasional	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Letak dan keadaan Geografis	65
B. Karakteristik Usaha Ternak dan Peternak	65
C. Analisis Kepuasan Peternak Plasma terhadap Atribut Kemitraan	82
D. Faktor-Faktor penyebab peternak mitra berpindah Kemitraan	125
E. Peramalan Pergeseran Pangsa Pasar Perusahaan Kemitraan dimasa yang akan Datang	131
BAB IV PENUTUP	139
A. Kesimpulan	139
B. Saran	140
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	147
RIWAYAT HIDUP	194

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.	Populasi Ayam Broiler 2019-2022 Kabupaten Sidenreng Rappang	3
Tabel 2.	Jumlah Sampel Peternak Mitra Broiler di Kabupaten Sidenreng Rappang	44
Tabel 3.	Skor/nilai Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	47
Tabel 4.	Skala Likert Pengukuran Tingkat Kepentingan dan Kinerja	48
Tabel 5.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Skala Usaha Ternak	65
Tabel 6.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Beternak	67
Tabel 7.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Skala Usaha Ternak	69
Tabel 8.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Kandang	70
Tabel 9.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan di Luar Usaha Ternak	70
Tabel 10.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Alasan Beternak	71
Tabel 11.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Alasan Bermitra	73
Tabel 12.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pertimbangan Utama Bermitra dengan Kemitraan yang Sekarang.....	74
Tabel 13.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Perusahaan Mitra.....	75
Tabel 14.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Keluhan terhadap Kemitraan yang Sekarang.....	76

Tabel 15.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Manfaat yang Dirasakan dengan Mitra yang Sekarang.....	77
Tabel 16.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapat tentang Kemitraan yang Sekarang.....	78
Tabel 17.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Saran Tentang Kemitraan yang Sekarang.....	78
Tabel 18.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 19.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	81
Tabel 20.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Prosedur Penerimaan Mitra	83
Tabel 21.	Penilaian Peternak Terhadap Atribut Sarana Produksi	85
Tabel 22.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Penerapan Harga Kontrak <i>Day Old Chicken</i> (DOC)	86
Tabel 23.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Kualitas <i>Day Old Chicken</i> (DOC)	87
Tabel 24.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Harga Kontrak Pakan	89
Tabel 25.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Kualitas Pakan	90
Tabel 26.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Harga Obat-obatan, vaksin dan bahan kimia (OVK)	91
Tabel 27.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Kualitas Obat-obatan, vaksin dan bahan kimia (OVK)	92
Tabel 28.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Jadwal Pengiriman Pakan dan <i>Day Old Chicken</i> (DOC)	94
Tabel 29.	Penilaian Peternak Terhadap Atribut Pelayanan Teknis Budidaya	95
Tabel 30.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Frekuensi Bimbingan Teknis	96

Tabel 31.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Pelayanan dan Materi Bimbingan	98
Tabel 32.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Penerapan Standar Produksi	99
Tabel 33.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Ketepatan Waktu Panen	100
Tabel 34.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Respon terhadap Keluhan	102
Tabel 35.	Penilaian Peternak Terhadap Atribut Pelayanan Pasca Panen	103
Tabel 36.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Kesesuaian Harga Jual Hasil Panen	104
Tabel 37.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Kecepatan Pembayaran Hasil Panen	105
Tabel 38.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Pemberian Bonus	106
Tabel 39.	Penilaian Peternak terhadap Atribut Pemberian Kompensasi	108
Tabel 40.	Tingkat Kesesuaian antara Skor Kepentingan dan Skor Kinerja	110
Tabel 41.	Tingkat Kesesuaian antara Skor Kepentingan dan Skor Kinerja Perusahaan Kemitraan	112
Tabel 42.	Perhitungan Rerata Tingkat Kepentingan (Y) dan Kinerja (X).....	114
Tabel 43.	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	124
Tabel 44.	Faktor-faktor Penyebab Peternak Mitra Berpindah Kemitraan	126
Tabel 45.	Frekuensi Faktor-faktor Penyebab Peternak Mitra Berpindah Kemitraan (Ulangan Ketiga belas).....	129
Tabel 46.	Pangsa Pasar Awal Masing-Masing Kemitraan di Kabupaten Sidenreng Rappang	132

Tabel 47.	Pergeseran Peternak Mitra Pada Sistem Kemitraan di Kabupaten Kabupaten Sidenreng Rappang	133
Tabel 48.	Jumlah Peternak Mitra Pada Sistem Kemitraan Berdasarkan Kesetiaan di Kabupaten Sidenreng Rappang	135
Tabel 49.	Peramalan Pangsa Pasar Masing-Masing Kemitraan di Kabupaten Sidenreng Rappang	137

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Tingkat Kepuasan Konsumen	28
Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian	35
Gambar 3. Diagram Kartesius	51
Gambar 4. Plot Skor Rerata Kepentingan dan Kinerja untuk Analisis Kuadran	115

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Identitas Peternak Mitra Responden	147
Lampiran 2. Faktor-faktor Penyebab Peternak Mitra Berpindah Kemitraan	160
Lampiran 3. Peramalan Pergeseran Pangsa Pasar Perusahaan Kemitraan dimasa yang akan Datang (<i>Market Share</i>)	178
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian	181

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Peternakan merupakan salah satu dari lima subsektor pertanian. Peternakan adalah kegiatan memelihara hewan ternak untuk dibudidayakan dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut (Rasyaf, 2002). Subsektor peternakan memegang peranan penting sebagai salah satu sumber pertumbuhan, khususnya bagi sektor pertanian dan umumnya bagi perekonomian Indonesia. Subsektor peternakan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan sektor pertanian diutamakan untuk memenuhi pangan dan gizi melalui usaha pembinaan daerah-daerah produksi yang telah ada serta pembangunan daerah-daerah baru.

Usaha peternakan yang saat ini banyak dilakukan oleh masyarakat, secara tradisional maupun secara komersil adalah usaha ternak unggas. Hasnih (2016) menyatakan bahwa usaha ternak unggas adalah usaha membudidayakan unggas seperti ayam, kalkun, bebek, dan angsa dengan tujuan untuk mendapatkan daging, telur, bulu dan kotoran. Usaha ternak unggas memiliki keistimewaan, karena dapat memberikan profit dalam jangka waktu yang singkat. Usaha ternak unggas, seperti usaha peternakan ayam broiler yang difokuskan pada satu jenis produk utama, yaitu usaha ternak ayam broiler

Peternakan ayam broiler merupakan salah satu usaha ternak yang sangat potensial untuk dikembangkan, karena ayam broiler memiliki

keunggulan berproduksi lebih tinggi dibanding dengan jenis ayam buras. Pertumbuhan berat badannya sangat cepat dengan perolehan timbangan berat badan yang tinggi dalam waktu yang relatif pendek. Di samping itu, keuntungan yang dirasakan peternak adalah laju perputaran modalnya sangat cepat. Biaya yang telah dikeluarkan selama pemeliharaan akan cepat kembali. Hal ini dapat menjadi daya tarik bagi peternak dan pengusaha untuk terjun dalam usaha peternakan ayam broiler (Kurnianto., dkk 2018).

Usaha peternakan ayam broiler di Indonesia cenderung dilakukan dan dijalankan dengan menggunakan sistem kemitraan. Kemitraan merupakan perihal hubungan atau jalinan kerjasama sebagai mitra yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah atau besar (perusahaan mitra) disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha besar, sehingga saling memerlukan, menguntungkan dan memperkuat (Hasnih, 2016)

Salah satu daerah sentra produksi ayam broiler di Indonesia adalah Sulawesi Selatan, khususnya kabupaten Sidenreng Rappang. Pelaksanaan kemitraan yang terjadi dimana pihak peternak menyediakan kandang, peralatan, operasional dan tenaga kerja sedangkan pihak perusahaan menyediakan saponak (pakan, DOC (day old chicken), obat-obatan dan vaksin) dan tenaga pembimbing teknis (PPL (Program Pengalaman Lapangan), dan dokter hewan). Berikut data statistik populasi ayam broiler di Kabupaten Sidenreng Rappang tahun 2019 - 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Populasi Ayam Broiler 2019 - 2022 Kabupaten Sidenreng Rappang

Tahun	Populasi
2019	2.439.524
2020	2.345.500
2021	1.888.000
2022	2.001.250

Sumber: Kabupaten Sidenreng Rappang dalam Angka 2019, 2020, 2021, dan 2022

Tabel 1 menunjukkan populasi ayam broiler di Kabupaten Sidenreng Rappang pada tahun-tahun terakhir terlihat tidak konstan bahkan bisa dikatakan terjadi penurunan hal ini menunjukkan di daerah Sidenreng Rappang ada yang bermasalah di sektor peternakan ayam broiler, bisa jadi itu disebabkan oleh peternak, kemitraan atau mungkin dari pemerintah.

Tingkat pelaksanaan kemitraan pola inti plasma berhubungan positif dengan tingkat pendapatan peternak namun dalam Sumartini (2004) mengemukakan bahwa rendahnya pendapatan peternak plasma cenderung sebagai akibat kurang transparan dalam menentukan harga kontrak baik harga input harga bibit ayam DOC (*day old chick*), harga pakan, harga sapronat lainnya maupun harga output ayam broiler. Pada kemitraan ayam broiler ketidakadilan biasanya terjadi karena adanya perbedaan kekuatan posisi tawar (*Bargaining position*) antara kelompok mitra (peternak) sebagai plasma dengan perusahaan mitra sebagai inti, sehingga pihak yang kuat mengeksploitasi pihak yang lemah.

Banyaknya perusahaan kemitraan ayam broiler yang ada di Kabupaten Sidenreng Rappang diantaranya PT. Ciomas Adisatwa, PT. Malindo Feedmill, PT. Patriot Farm, PT. Mitra Utama (MU), PT. Dinamika

Magatama Citra (DMC), PT. Rukun Mitra Bersama (RMB) dan PT. Bintang Sejahtera Bersama (BSB). Perusahaan-perusahaan di Kabupaten Sidenreng Rappang ini menjalankan pola kemitraan inti plasma dalam menjalankan usahanya. Peternak mitra dari perusahaan ini tersebar diseluruh wilayah di Kabupaten Sidenreng Rappang. Melihat besarnya potensi dari agribisnis ayam broiler dan tingginya minat peternak untuk bergabung menjadi peternak mitra sehingga membuat peluang perusahaan kemitraan baru yang bermunculan di Kabupaten Sidenreng Rappang.

Penilaian peternak terhadap kinerja perusahaan merupakan hal yang sangat penting dalam menjaga kesinambungan hubungan kemitraan. Penilaian oleh peternak akan berbeda-beda karena peternak mitra memiliki latar belakang pendidikan, usia dan pengalaman yang berbeda-beda. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas (Irawati dkk., 2020).

Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan

(Dwiwinarsih, 2009). Perumusan permasalahannya adalah, mengingat banyaknya perusahaan yang membuka kesempatan untuk bermitra dengan peternak, yang pada akhirnya tidak menutup kemungkinan terjadinya gesekan akibat persaingan. Oleh karena itu, perlu upaya mempertahankan loyalitas peternak agar tidak keluar dari kemitraan yang dijalankan perusahaan (Irawati dkk., 2020)

Kepuasan peternak plasma menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam proses pengembangan usaha kemitraan. Tingkat kepuasan peternak plasma terhadap perusahaan inti akan membawa dampak positif bagi kelangsungan usaha kemitraan. Peternak mitra yang merasa puas dengan perusahaan inti cenderung akan mempertahankan kerjasamanya dengan perusahaan. Irawan (2003) menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah strategi defensif dan ofensif. dikatakan sebagai strategi defensif karena kepuasan pelanggan adalah cara yang terbaik untuk menahan pelanggan dari gempuran pesaing. Karena puas, mereka tetap loyal. Dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah strategi yang ofensif karena pelanggan yang puas akan menyebarkan *Word Of Mouth* dan mampu menarik pelanggan baru. Diperkuat Irawan (2003) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan diyakini merupakan salah satu alat ukur untuk melihat daya saing suatu perusahaan. Memang harus diakui, parameter kepuasan pelanggan ini dianggap masih tidak sepenting parameter produktifitas yang memang sudah dikenal lama sebagai patokan untuk melihat daya saing suatu perusahaan. Tetapi secara tidak

langsung, kepuasan pelanggan mencerminkan seberapa jauh perusahaan telah merespon keinginan dan harapan pasar..

Harapan kemitraan mampu memberi keuntungan dan kepuasan satu sama lain sehingga kerja sama dengan peternak mitra berkelanjutan tanpa harus berpindah-pindah kemitraan. Namun yang terkadang dijumpai dalam sistem kemitraan yaitu tidak saling menguntungkan, karena perusahaan memiliki posisi yang lebih kuat dibandingkan dengan peternak dalam hal permodalan, teknologi, pasar, dan manajemen. Selain itu, adanya ketidakpuasan dari peternak plasma terhadap kinerja dari perusahaan kemitraan tersebut dalam hal ini tenaga teknisnya. Sehingga banyak peternak mitra yang berpindah ke kemitraan lainnya ketika tidak saling menguntungkan (Sam, 2020)

Tentu dalam perpindahan peternak terdapat faktor-faktor penyebab perpindahan tersebut. Sisanya nanti berpindahnya peternak mitra dari satu inti ke perusahaan inti lainnya akan mempengaruhi penguasaan pangsa pasar suatu kemitraan sehingga perlu menganalisis pangsa pasar di masa yang akan datang. Salah satu teknik memprediksi pangsa pasar di waktu yang akan datang, biasa digunakan analisis rantai *marcov* untuk dapat memperkirakan perubahan-perubahan waktu dimasa yang akan datang serta menganalisa kejadian-kejadian pangsa pasar suatu perusahaan kemitraan. Berdasarkan hal tersebut maka penulis melaksanakan penelitian mengenai Analisis Pergeseran Pangsa Pasar Perusahaan Kemitraan pada Sistem Kemitraan Ayam Broiler di Kabupaten Sidenreng Rappang

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana tingkat kepuasan peternak mitra terhadap kinerja kemitraan broiler di Kabupaten Sidenreng Rappang?
2. Faktor-faktor penyebab peternak mitra berpindah dari satu kemitraan ayam broiler ke kemitraan broiler yang lainnya di Kabupaten Sidenreng Rappang?
3. Bagaimana peramalan pergeseran pangsa pasar perusahaan Kemitraan dimasa yang akan datang di kemitraan broiler Kabupaten Sidenreng Rappang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengenalisis tingkat kepuasan peternak mitra terhadap kinerja kemitraan broiler di Kabupaten Sidenreng Rappang.
2. Mengetahui faktor-faktor penyebab peternak mitra berpindah dari satu kemitraan broiler ke kemitraan broiler yang lainnya di Kabupaten Sidenreng Rappang.
3. Menganalisis peramalan pergeseran pangsa pasar perusahaan Kemitraan dimasa yang akan datang di kemitraan broiler Kabupaten Sidenreng Rappang.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan bagi kemitraan ayam broiler (Inti) adalah sebagai bahan pertimbangan untuk lebih baik kedepannya karena telah mengetahui apa yang diinginkan, disukai, dan kinerja yang diharapkan oleh peternak mitra sehingga mereka dapat bertahan bermitra dengan pihak kemitraan itu sendiri. Pihak kemitraan juga dapat mengetahui pangsa pasar kedepannya sehingga dijadikan evaluasi untuk lebih baik kedepannya.
2. Kegunaan bagi peternak adalah sebagai bahan informasi dalam mengetahui tingkat kepuasan peternak mitra, penyebab peternak mitra berpindah kemitraan dan kemitraan mana yang menguasai pangsa pasar pada masa yang akan datang.
3. Kegunaan bagi pemerintah setempat dan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin adalah melihat keberlanjutan kemitraan ayam broiler di Kabupaten Sidenreng Rappang.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Ayam Broiler

Ayam broiler merupakan salah satu komoditas peternakan yang mempunyai andil cukup besar dalam memenuhi kebutuhan produk hewani dalam negeri. Meningkatnya jumlah penduduk, tingkat pendapatan, dan pendidikan masyarakat akan menyebabkan meningkatnya permintaan produk hewani terutama daging. Hal ini menyebabkan perlu adanya peningkatan jumlah produksi guna memenuhi permintaan tersebut (Utomo dkk., 2015).

Usaha ayam broiler merupakan salah satu jenis usaha yang sangat potensial di kembangkan. Oleh karena itu, tidak terlepas dari berbagai keunggulan yang dimilikinya, antara lain masa produksi relatif pendek kurang lebih 30 - 35 hari, produktivitasnya tinggi, harga yang relatif murah, dan permintaan yang semakin meningkat. Ayam broiler merupakan jenis hewan ternak kelompok unggas yang tersedia sebagai sumber makanan pokok sehari-hari, terutama sebagai penyedia protein hewani. Ayam broiler biasanya dipasarkan pada bobot hidup antar 1,3 - 1,6 kg per ekor ayam dan dilakukan pemeliharaan pada umur 4-6 minggu (Windarsari, 2012).

Menurut Yemima (2014) peternakan ayam broiler mempunyai prospek yang sangat baik untuk dikembangkan, baik dalam skala peternakan besar maupun skala peternakan kecil (peternakan rakyat). Pengembangan ini dapat dilakukan dengan sistem mandiri maupun

dengan kemitraan. Pola kemitraan merupakan suatu kerjasama antara perusahaan sebagai inti dengan peternak sebagai mitra dalam upaya pengelolaan usaha peternakan.

B. Usaha Peternakan Ayam Broiler di Indonesia

Perkembangan ayam broiler di Indonesia dimulai pada pertengahan dasawarsa 1970 - an dan mulai terkenal pada awal tahun 1980 - an. Laju perkembangan usaha ayam broiler sejalan dengan pertumbuhan populasi penduduk, pergeseran gaya hidup, tingkat pendapatan, perkembangan situasi ekonomi politik, serta kondisi keamanan (Fadilah, 2005).

Usaha komersial ayam broiler tersebar di beberapa wilayah di Indonesia. Daerah dengan populasi ayam broiler tersebar di Indonesia bagian barat yaitu Pulau Jawa dan Sumatera. Berdasarkan data Direktorat Jendral Peternakan (2011) populasi ayam broiler terbanyak terdapat di Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, Banten, dan Jawa Tengah. Menurut Fadilah (2006) menyatakan bahwa Indonesia bagian barat menjadi daerah penyebaran ayam broiler komersial karena hampir semua perusahaan pembibitan ayam broiler komersial serta pangsa pasar terbesar masih didominasi oleh Indonesia bagian barat, khususnya Pulau Jawa.

Peternakan ayam di Indonesia mulai marak pada tahun 1980. Hal ini didukung oleh kesadaran masyarakat mengkonsumsi daging ayam. Pada tahun 1981 usaha peternakan ayam broiler banyak dikuasai oleh pengusaha dengan skala besar, sedangkan peternak kecil semakin sulit dalam melakukan usaha ini. Dalam rangka melindungi peternak kecil yang

semakin tertekan karena dominasi pengusaha ayam broiler skala besar, pemerintah pada saat itu mengeluarkan kebijakan berupa Keputusan Presiden No.51 yang intinya membatasi jumlah ayam petelur konsumsi paling banyak 5.000 ekor dan ayam broiler sebanyak 750 ekor per minggu.

Munculnya kebijakan tersebut akhirnya menghambat perkembangan peternakan ayam broiler di Indonesia. Selama sembilan tahun berjalan, kebijakan tersebut menyebabkan sektor peternakan tidak berkembang. Oleh karena itu akhirnya Keputusan Presiden No.51 tersebut dicabut dan diganti dengan kebijakan tanggal 28 Mei 1990. Kebijakan ini merangsang berdirinya peternakan-peternakan besar untuk tujuan ekspor dan menjadi industri peternakan yang handal dan menjadi sektor penggerak perekonomian (Suharno, 2002).

Perubahan drastis terjadi pada sektor peternakan saat krisis moneter tahun 1997. Industri perunggasan merupakan salah satu sektor peternakan yang mengalami kemunduran. Harga bahan baku impor untuk industri perunggasan menjadi sangat tinggi, sementara harga ayam dan telur domestik terus menurun seiring dengan menurunnya daya beli masyarakat. Akibatnya, permintaan pakan dan DOC juga menurun dan berdampak pada penurunan populasi ternak di Indonesia. Pada tahun 1998 populasi ayam broiler berkurang hingga 80 persen dari tahun sebelumnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa agribisnis ayam broiler belum memiliki ketangguhan dan kemampuan penyesuaian diri menghadapi perubahan besar lingkungan ekonomi eksternal. Faktor

penyebabnya adalah ketergantungan peternakan Indonesia pada impor bahan baku utama yaitu pakan dan bibit (Saragih, 2001).

Pada akhir tahun 1998, usaha peternakan unggas mulai berkembang. Harga daging ayam dan telur mulai dapat dikendalikan dan memberi keuntungan bagi para peternak, walaupun pada saat ini mayoritas peternak sudah tidak berusaha secara mandiri melainkan bergabung menjadi mitra perusahaan terpadu (Suharno, 2002).

C. Tinjauan Umum Kemitraan

Kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar, disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan besar atas dasar prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Saling memerlukan artinya perusahaan mitra memerlukan pasokan bahan baku dan kelompok mitra memerlukan penampungan hasil dan bimbingan. Saling memperkuat artinya kelompok mitra atau perusahaan sama-sama memperhatikan tanggung jawab moral dan etika bisnis. Saling menguntungkan yaitu baik kelompok mitra dan perusahaan memperoleh peningkatan pendapatan dan kesinambungan usaha (Sasmita, 2010).

Faktor pendorong peternak mitra ikut pola kemitraan adalah: 1). Tersedianya sarana produksi peternakan; 2). Tersedia tenaga ahli; 3). Modal kerja dari inti; 4). Pemasaran terjamin. Bantuan seperti inilah yang sebagian besar diupayakan pihak perusahaan agar pelaksanaan usaha tersebut dapat berjalan dengan baik serta pencapaian tujuan yang memuaskan dari kedua belah pihak (Cepriadi, 2010).

Kemitraan peternakan ayam broiler di Indonesia memiliki konsep (*contract farming*) atau yang dikenal suatu proses tawar-menawar untuk saling menguatkan antara perusahaan dengan para peternak rakyat. Konsep kemitraan secara umum yaitu dimana seorang peternak memelihara ayam untuk sebuah perusahaan yang terintegrasi secara vertikal. Ada dua pihak yang terlibat dalam kemitraan, yakni peternak dan perusahaan. Biasanya peternak menyediakan tanah, kandang, peralatan dan tenaga kerja. Sedangkan perusahaan menyediakan bibit berupa *Day Old Chicken* (DOC), pakan, obat-obatan dan pengarahan manajemen. Setelah ayam yang dipelihara berusia usia panen dan laku dijual, peternak baru mendapat hasilnya (Purnomo dan Ratriyanto, 2012).

D. Sejarah Kemitraan di Indonesia

Kemitraan berkembang dengan baik sejak terjadinya krisis ekonomi dan politik yang menimpa Indonesia pada akhir tahun 1997. Pemerintah, tokoh-tokoh terkemuka dari masyarakat sipil, dunia usaha dan negara-negara donor berkumpul dengan semangat pembaruan dan bekerja sama untuk memajukan demokrasi di Indonesia. Kerjasama pemerintah, tokoh-tokoh terkemuka dari masyarakat sipil mempunyai kontribusi dalam penyelenggaraan pemilihan umum yang bebas pada bulan Juni 1999 dan menghasilkan satu landasan yang ideal untuk menggerakkan upaya serupa guna memajukan pembaruan tata pemerintahan. Sebuah proses konsultasi yang dipimpin UNDP melahirkan Kemitraan bagi Pembaruan Tata Pemerintahan di Indonesia pada bulan Maret 2000. Secara formal kemitraan di bidang pertanian yang ditumbuh kembangkan oleh

pemerintah dimulai tahun 1970-an dengan model Perusahaan Inti Rakyat Perkebunan (PIR-Bun) sebagai terjemahan dari "*Nucleus Estate Smallholder Scheme*" (NESS). Konsep dari model PIR-Bun dibangun atas respon dari Bank Dunia yang menghendaki percepatan pembangunan pada sub sektor perkebunan terutama yang menyangkut komoditas ekspor, dan sekaligus dapat menciptakan kesempatan kerja baru bagi petani yang menetap di sekitar perkebunan dan mengelola kebun milik pribadi (Puspitawati, 2004).

Pola kemitraan seperti PIR (Perusahaan Inti Rakyat) tidak hanya dikembangkan pada tanaman perkebunan, tetapi juga diterapkan pada komoditas lain seperti persawahan. Maka bermunculanlah Tebu Rakyat Intensifikasi (TRI) yang menggunakan pola inti plasma, Tambak Inti Rakyat (TIR) untuk komoditas pertambakan/udang, dan model-model kemitraan lain seperti PIR-Susu, PIR-Unggas, Intensifikasi Kapas Rakyat (IKR), dan Intensifikasi Tembakau Rakyat (ITR) yang tidak terlepas dari peran pemerintah untuk mendorong penerapan model kemitraan usaha.

Pemerintah memperkenalkan model ini dengan macam-macam istilah antara lain pola inti plasma, pola kemitraan, pola bapak angkat-anak angkat, dan pola kerjasama. Kesemua istilah tersebut secara garis besar merupakan pola kemitraan. Secara tradisional petani dan pengusaha di bidang pertanian juga sudah banyak melaksanakan kemitraan usaha. Bentuk gaduhan ternak, sewa-sakap lahan, sistem bagi hasil usaha tani tanaman semusim dan nelayan, serta sistem "*yarnen*" merupakan contoh-contoh kemitraan tradisional yang banyak dilaksanakan sampai saat ini.

Rustiani *et. al* (1997); Puspitawati (2004) menyimpulkan bahwa pemerintah Indonesia sangat terdorong untuk menerapkan model kemitraan karena beberapa alasan strategis. Pertama, model kemitraan dapat meningkatkan kapasitas produksi pertanian Indonesia, terutama komoditas ekspor, sehingga menunjang program pembangunan berorientasi ekspor. Kedua, model ini dianggap sebagai koreksi terhadap sistem pengembangan pertanian yang berorientasi perkebunan besar (estate) dan cenderung bersifat tertutup. Pada kemitraan petani kecil dianggap memiliki peran aktif khususnya dalam produksi. Ketiga, melalui model ini pemerintah menganggap telah melakukan landreform yang mencoba menata kembali struktur pemilikan penguasaan, dan pendistribusian tanah kepada penduduk yang memerlukan. Keempat, dalam hal teknis produksi model kemitraan dapat menjadi perantara penyaluran kredit dan alih teknologi, sehingga tercipta modernisasi di sektor pertanian. Arahan pemerintah yang cukup disertai dengan fasilitas-fasilitas fisik maupun kemudahan yang disediakan oleh pemerintah seperti kemudahan mendapatkan kredit bank, telah merangsang swasta untuk mengembangkan usaha melalui hubungan kemitraan atau kontrak. Faktor lain yang mendorong swasta yaitu sulitnya memperoleh tanah untuk berproduksi, sehingga efisien untuk mengontrak petani daripada harus menginvestasikan sejumlah dana untuk penyediaan tanah.

E. Tujuan, Sasaran dan Manfaat Kemitraan

Pada dasarnya maksud dan tujuan kemitraan yaitu untuk membantu para pelaku kemitraan dan pihak-pihak tertentu dalam mengadakan kerja sama kemitraan yang saling menguntungkan (*win-win solution*) dan bertanggung jawab. Menurut Bobo (2003) menyatakan, bahwa tujuan utama kemitraan adalah untuk mengembangkan pembangunan yang mandiri dan berkelanjutan dengan landasan ekonomi dan struktur perekonomian yang kokoh dan berkeadilan dengan ekonomi rakyat sebagai tulang punggung utamanya. Ciri dari kemitraan usaha terhadap hubungan timbal balik bukan sebagai buruh-majikan atau atasan-bawahan sebagai adanya pembagian risiko dan keuntungan yang proporsional, di sinilah kekuatan dan karakter kemitraan usaha

Dalam upaya meningkatkan produksi ternak atau daging, sekaligus meningkatkan pendapatan peternak, pemerintah telah banyak menetapkan kebijakan diantaranya adalah program pengembangan kemitraan pada usaha perunggasan. Dalam keputusan Menteri Pertanian Nomor; 472/Ktps/TN.330/6/1996 tentang petunjuk pelaksanaan pembinaan usaha peternakan ayam ras pedaging dinyatakan kemitraan adalah kerjasama di bidang usaha budidaya ayam broiler antara peternak rakyat ayam ras broiler dengan peternak dan atau perusahaan di bidang peternakan (Gerson, 2001).

F. Prinsip-prinsip Kemitraan

Kemitraan yang ideal yaitu kemitraan yang saling menguntungkan dan berlandaskan ekonomi, bukan berdasarkan belas kasihan. Kemitraan antara yang usaha skala kecil dan usaha skala besar harus dilakukan dalam kaitan bisnis yang saling menguntungkan (Hasnih. 2016).

Menurut Sa'id dan Intan (2000); Veronica (2001) prinsip-prinsip kemitraan yang harus ada agar menjamin suksesnya kemitraan antara lain prinsip saling ketergantungan dan saling membutuhkan, saling menguntungkan, memiliki transparansi, memiliki azas formal dan legal, melakukan alih pengetahuan dan pengalaman, melakukan pertukaran informasi, penyelesaian masalah dan pembagian keuntungan yang adil.

Prinsip kemitraan memerlukan syarat-syarat sebagai berikut :

a. Saling pengertian (*common understanding*)

Prinsip saling pengertian ini dikembangkan dengan cara meningkatkan pemahaman yang sama mengenai lingkungan, permasalahan lingkungan, serta peranan masing-masing komponen. Selain aspek lingkungan yang mungkin sangat baru bagi para pelaku pembangunan, juga pemahaman diri mengenai fungsi dan peranan masing-masing aktor penting. Artinya masing-masing aktor harus dapat memahami kondisi dan posisi komponen yang lain, baik pemerintah, pengusaha, maupun masyarakat.

b. Kesepakatan bersama (*mutual agreement*)

Kesepakatan adalah aspek yang penting sebagai tahap awal dari suatu kerjasama yang baik antara pihak-pihak yang bersangkutan.

Kesepakatan ini hanya dapat diraih dengan adanya saling pengertian seperti yang disebutkan di atas. Hal ini merupakan dasar-dasar untuk dapat saling mempercayai dan saling memberi diantara para pihak yang bersangkutan.

c. Tindakan bersama (*collective action*)

Tindakan bersama ini adalah tekad bersama-sama untuk mengembangkan kepedulian lingkungan. Cara yang dilakukan tentu berbeda antara pihak yang satu dengan pihak yang lain tetapi tujuannya sama yaitu melindungi lingkungan dari kerusakan. Hal ini merupakan tujuan dari penggunaan prinsip-prinsip kemitraan.

Pendekatan kemitraan ini memberikan peluang bagi masing-masing pihak untuk saling memanfaatkan keuntungan yang didapat dari upaya perlindungan lingkungan. Masing-masing pihak dapat mengambil manfaat dari perlindungan lingkungan adalah untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan cara membangun kualitas hidup yang baik dan membina daya dukung alam mampu menopang keberlanjutan pembangunan.

Keikutsertaan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mereka sesuai dengan kepentingan usaha masing-masing baik secara ekonomis maupun ekologis bukan sebaliknya. Keikutsertaan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan akan memberikan jaminan kepentingan hakiki mereka. Kepentingan hakiki tersebut berupa kualitas hidup yang makin meningkat

dan kelestarian fungsi lingkungan (sumber daya alam) terutama untuk kepentingan kehidupan mereka di masa mendatang.

G. Bentuk-bentuk Pola Kemitraan

Hubungan yang ingin dicapai dalam pembinaan kemitraan yakni:

1. Saling membutuhkan dalam arti para pengusaha memerlukan pasokan bahan baku dan petani memerlukan penampungan hasil dan bimbingan,
2. Saling menguntungkan yaitu baik petani maupun pengusaha memperoleh peningkatan pendapatan/keuntungan disamping adanya kesinambungan usaha
3. Saling memperkuat dalam arti baik petani maupun pengusaha sama-sama melaksanakan etika bisnis, sama-sama mempunyai persamaan hak dan saling membina, sehingga memperkuat kesinambungan bermitra.

Bentuk-bentuk pola kemitraan yang banyak dilaksanakan Departemen Pertanian (2002) yakni:

a. Inti-Plasma

Merupakan hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra, yang di dalamnya perusahaan mitra bertindak sebagai inti dan kelompok mitra sebagai plasma. Syarat-syarat untuk kelompok mitra: (1) berperan sebagai plasma, (2) mengelola seluruh usaha budidaya sampai dengan panen, (3) menjual hasil produksi kepada perusahaan mitra, (4) memenuhi kebutuhan perusahaan sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati. Di sisi lain syarat-syarat perusahaan

mitra, yaitu: (1) berperan sebagai perusahaan inti, (2) menampung hasil produksi, (3) membeli hasil produksi, (4) memberi bimbingan teknis dan pembinaan manajemen kepada kelompok mitra, (5) memberi pelayanan kepada kelompok mitra berupa permodalan/kredit, saprodi, dan teknologi, (6) mempunyai usaha budidaya pertanian/memproduksi kebutuhan perusahaan, (7) menyediakan lahan.

b. Subkontrak

Merupakan hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra, yang di dalamnya kelompok mitra memproduksi komponen yang diperlukan perusahaan mitra sebagai bagian dari produksinya. Syarat-syarat kelompok mitra diantaranya: (1) memproduksi kebutuhan yang diperlukan perusahaan mitra sebagai bagian dari komponen produksinya, (2) menyediakan tenaga kerja, (3) membuat kontrak bersama yang mencantumkan volume, harga, dan waktu. Di sisi lain syarat-syarat perusahaan mitra yaitu: (1) menampung dan membeli komponen produksi perusahaan yang dihasilkan oleh kelompok mitra, (2) menyediakan bahan baku/modal kerja, (3) melakukan kontrol kualitas produksi.

c. Dagang Umum

Merupakan hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra dengan perusahaan mitra memasarkan hasil produksi kelompok mitra atau kelompok mitra memasok kebutuhan yang diperlukan perusahaan mitra.

Syarat-syarat kelompok mitra yaitu memasok kebutuhan yang diperlukan perusahaan mitra. Syarat-syarat perusahaan mitra yakni memasarkan hasil produksi kelompok mitra.

a. Keagenan

Merupakan hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra, yang di dalamnya kelompok mitra diberi hak khusus untuk memasarkan barang atau jasa usaha perusahaan mitra. Syarat-syarat kelompok mitra yaitu mendapatkan hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa usaha perusahaan mitra. Namun, perusahaan mitra tidak mempunyai syarat.

b. Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA)

Merupakan hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra, yang di dalamnya kelompok mitra menyediakan lahan, sarana dan tenaga. Perusahaan mitra menyediakan biaya atau modal dan atau sarana untuk mengusahakan atau membudidayakan suatu komoditi pertanian. Syarat kelompok mitra pada pola ini yakni menyediakan lahan, sarana dan tenaga kerja, sedangkan syarat perusahaan mitra yaitu menyediakan biaya, modal, dan teknologi untuk mengusahakan/membudidayakan pertanian.

H. Model kemitraan ayam broiler

Kerja sama pola kemitraan merupakan bentuk kerjasama yang didasarkan pendekatan agribisnis. Sehingga inti memegang peranan penting dalam mensuplai sarana produksi dan subsistem sarana tataniaga. Sedangkan peternak plasma berperanan pada subsistem

usaha ternak ayam potong, yaitu sebagai pengelola. Sarana produksi yang dipasok dan harga jual produksi telah menjadi kesepakatan dimuka, hal ini yang memberikan kepastian usaha bagi plasma dimana selama ini kepastian harga pasar menjadi kendala utama peternakan ayam potong (Dahlan, 2011).

Inti plasma banyak digunakan dalam usaha peternakan khususnya ayam broiler. Suharno (2002) menyatakan bahwa hubungan kemitraan dalam pola ini Kegiatan perusahaan mitra, yaitu:

1. Menampung dan membeli hasil produksi
2. Memberi bimbingan teknis dan pembinaan manajemen kepada plasma
3. Memberikan pelayanan kepada plasma berupa permodalan/kredit, sarana produksi dan teknologi
4. Mempunyai budidaya pertanian/memproduksi kebutuhan perusahaan
5. Menyediakan lahan Kegiatan kelompok mitra :
 1. Mengelola seluruh usaha bisnis sampai panen
 2. Menjual hasil produksinya kepada perusahaan inti
 3. Memenuhi kebutuhan perusahaan sesuai persyaratan yang telah disepakati.

I. Peternak mitra

Menurut Bayu dkk. (2017) menyatakan bahwa peternak plasma adalah para peternak yang menjadi rekanan dari perusahaan inti, dimana dalam kegiatan bermitra peternak harus dapat memelihara ayam dengan sebaik-baiknya dan memberikan informasi perkembangan budidaya ke perusahaan inti. Dalam melakukan kegiatan perusahaan ternak ayam

broiler dengan pola kemitraan, peternak selaku plasma haruslah mengetahui apa yang harus dilakukan dalam budidaya ayam. Kegiatan usaha ternak ayam broiler dengan pola kemitraan, peternak selaku plasma haruslah mengetahui apa yang harus dilakukan diantaranya:

1. Memiliki kandang dan peralatan kandang, selaku pihak plasma, peternak diminta untuk memiliki kandang dan mempunyai peralatan kandang, selain itu penggunaan tenaga kerja juga harus menjadi tanggung jawab peternak selaku pemilik kandang guna membantu proses kegiatan pemeliharaan ayam selama proses produksi berlangsung.
2. Memelihara dengan sebaik-baiknya, apabila sarana produksi dan pemasaran hasil menjadi tanggung jawab dari pihak inti, maka dalam proses pemeliharaan ternak hingga ayam tersebut dapat dipasarkan menjadi tanggung jawab dari peternak selaku plasma, untuk itulah peternak harus dapat memelihara ayam dengan sebaik-baiknya agar nantinya memperoleh hasil yang diharapkan.
3. Memberi informasi perkembangan budidaya ke perusahaan inti, informasi yang diberikan yaitu mengenai kondisi ternak dan kegiatan pemeliharaan. Informasi tersebut dapat langsung disampaikan ke perusahaan inti ataupun ke petugas penyuluh lapangan yang kemudian disampaikan ke perusahaan, pemberian informasi tersebut bertujuan untuk memonitor kegiatan pemeliharaan ayam dan juga langkah-langkah yang harus diambil perusahaan apabila terjadi sesuatu terhadap kondisi ayam dalam proses pemeliharaan dan

pembibitan ayam yang dilakukan peternak dibawah pengawasan pekerja penyuluh dari perusahaan inti.

Kewajiban peternak plasma adalah bertanggung jawab atas program pemeliharaan ayam broiler dengan sebaik-baiknya, mulai dari DOC sampai batas waktu umur panen yang ditetapkan oleh pihak inti. Peternak plasma juga wajib menyediakan tenaga kerja bagi pemeliharaan ayam serta bertanggung jawab atas seluruh biaya tersebut termasuk keamanan dan bongkar muat pakan serta proses panen ayam. Hak yang didapatkan oleh peternak plasma adalah mendapatkan bimbingan tata cara budidaya yang baik dan benar dari pihak inti, agar mendapatkan hasil yang optimal dalam membudidayakan ayam broiler. Pihak inti mempunyai hak dalam menentukan pilihan sarana produksi ternak meliputi pakan, obat-obatan, vaksin, bibit ayam, dan menentukan harga kesepakatan kontrak. Pihak inti juga berhak menentukan jadwal pengiriman bibit, pakan, dan panen ayam sesuai dengan kebutuhan. Sementara kewajiban dari pihak inti adalah menentukan dan menyusun program pemeliharaan, memberikan bimbingan, dan membeli kembali hasil produksi (Pastika dkk., 2016).

J. Konsep Kepuasan

Beberapa penelitian yang telah dilakukan bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan peternak plasma terhadap pelayanan dan kinerja perusahaan inti dalam suatu kemitraan ayam broiler. Penilaian terhadap kepuasan ini diwakili oleh pendapat peternak terhadap tingkat kepentingan dan hasil yang dirasakan peternak dari atribut-atribut

pelayanan perusahaan inti. Penelitian tentang kepuasan peternak dilakukan di beberapa perusahaan kemitraan yang berbeda. Hasil dari masing-masing penelitian tersebut juga berbeda. Hal ini dipengaruhi oleh perbedaan penilaian peternak mitra dari masing-masing perusahaan terhadap kinerja atribut perusahaan.

Lestari (2009) yang mengacu pada teori Kotler, Rangkuti, dan Sumarwan menjelaskan bahwa dalam kemitraan terdapat upaya memenuhi kepuasan peternak plasma sebagai pelanggan perusahaan inti. Dalam kerangka pemikiran teoritis, Lestasi menunjukkan diagram konsep kepuasan, kemudian menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja yang dirasakan setelah pemakaian suatu variabel atau atribut pelayanan terhadap pelanggan.

Kusumah (2008) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan berhubungan dengan perbedaan antara harapan dan kinerja yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan. Penilaian tingkat kepuasan peternak plasma dilakukan dengan melihat penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kemitraan terhadap atribut kemitraan yang diberikan oleh inti.

Firwiyanto (2008) mempelajari teori kepuasan dari Maslow, Davis, dan Newstorm. Ia menjelaskan bahwa kepuasan pada dasarnya merupakan hal yang bersifat individual. Setiap individu akan memiliki kepuasan yang berbeda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya, dimana kepuasan akan timbul bila kebutuhan terpenuhi.

Kepuasan kerja adalah seperangkat perasaan seseorang tentang menyenangkan atau tidaknya pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mengacu pada sikap seseorang, dan menunjukkan kesesuaian antara harapan seseorang yang timbul dan imbalan yang disediakan pekerjaan. Jadi, kepuasan kerja juga berkaitan dengan teori keadilan, perjanjian, psikologis, dan motivasi.

Beberapa penelitian diatas adalah mengenai kepuasan peternak ayam broiler di lokasi yang berbeda. Konsep kepuasan memiliki pengertian yang hampir sama dari masing-masing penelitian tersebut. Kepuasan adalah tentang terpenuhi atau tidaknya harapan seseorang. Pemenuhan harapan tersebut dikaitkan dengan kinerja aktual dari atribut pelayanan perusahaan inti sebagai mitra usaha peternak plasma. Kusumah dan Lestari mengangkat teori kepuasan pelanggan sebagai dasar teori kepuasan mereka, dimana peternak plasma dianggap sebagai pelanggan dari pihak inti. Sedangkan dalam penelitian Firwiyanto, pembahasannya lebih cenderung ke individu peternak dan kepuasan kerja sebagai mitra perusahaan. Namun, untuk mengukur kepuasan peternak plasma terhadap atribut pelayanan perusahaan inti, alat yang digunakan dalam penelitian-penelitian tersebut adalah sama, yaitu *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengetahui hubungan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja aktual dari masing-masing atribut kemitraan yang diteliti. Tingkat kepentingan menunjukkan seberapa penting suatu atribut bagi plasma

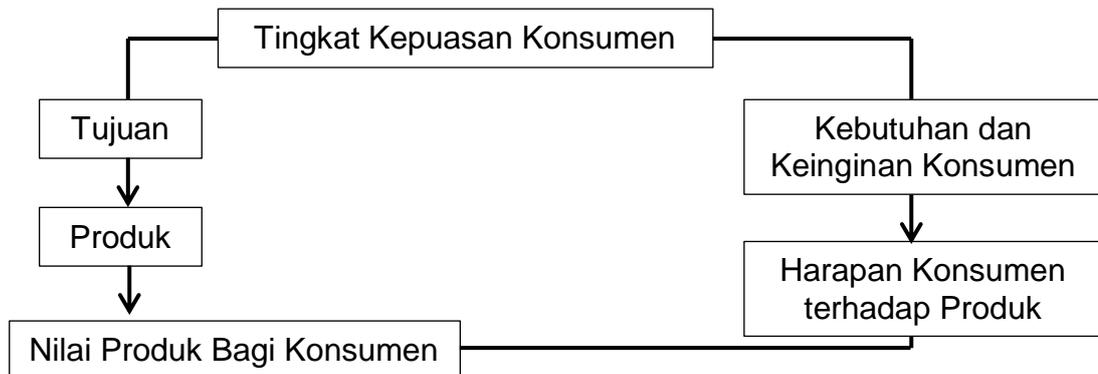
atau seberapa besar harapan terhadap kinerja atribut. Sedangkan tingkat kinerja menunjukkan kinerja aktual dari atribut-atribut yang dirasakan oleh plasma. Sedangkan, *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan peternak plasma secara keseluruhan.

K. Tingkat Kepuasan dalam Kemitraan

Kusumah (2008) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan berhubungan dengan perbedaan antara harapan dan kinerja yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terlebih dahulu kita harus mengetahui harapan dari pelanggan yang kemudian digunakan sebagai landasan untuk memberikan produk/jasa yang diinginkan sesuai dengan harapan pelanggan. Jadi untuk memuaskan pelanggan, perusahaan harus lebih dahulu mengetahui produk apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Berangkat dari itulah perusahaan mengembangkan usahanya (Supranto, 2001).

Umar (2003) menyatakan kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Irawan (2004) menyatakan, kepuasan kemitraan ayam broiler ketika antara perusahaan inti dan plasma dalam hal ini adalah peternak memperoleh hasil yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan atau memberi keuntungan kepada kedua belah pihak sehingga memunculkan rasa puas atau senang.

Kotler (2000) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut: (1) Loyal terhadap produk, (2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, (3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain. Engel *et al.* (1994); Kusumah (2008) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan konsumen muncul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 1. Tingkat Kepuasan Konsumen (Engel et al., 1994)

Lele dan Seth; Syafrudin (2001) menyatakan bahwa memuaskan pelanggan adalah pertahanan paling baik melawan pesaing. Keunggulan pangsa pasar yang memberikan perlindungan jangka panjang dan tak dapat ditandingi bukan diwujudkan melalui penemuan baru, teknologi, biaya tenaga lebih rendah, peraturan hukum ataupun pangsa pasar tetapi hal terpenting adalah menjaga agar pelanggan tetap senang dan puas.

Menurut Rangkuti (2003), salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai mutu jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa yaitu respon *siveness*, *reliability*,

emphaty, *assurance* dan *tangible*. Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan kesenjangan antara harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima konsumen. Kesenjangan merupakan ketidaksesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*).

Sumarwan (2003) menyatakan bahwa teori yang menjelaskan kepuasan dan ketidakpuasan konsumen adalah *the expectancy disconfirmation model*. Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen. Ketika konsumen membeli suatu produk, ia memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi (*product performance*). Produk akan berfungsi sebagai berikut: (1). Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, disebut dengan diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*), maka konsumen akan merasa puas, (2). Produk berfungsi seperti yang diharapkan, disebut dengan diskonfirmasi sederhana (*simple disconfirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, akan tetapi produk tersebut juga tidak mengecewakan, maka konsumen akan memiliki perasaan netral, dan (3). Produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, disebut dengan diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Produk yang berfungsi buruk tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen dan menyebabkan kekecewaan konsumen, sehingga konsumen merasa tidak puas.

Irawan (2003) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan secara tidak langsung mencerminkan seberapa jauh perusahaan telah merespon keinginan dan harapan pasar. Dalam jangka pendek seringkali tidak terlihat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan profitabilitas. Kepuasan pelanggan merupakan strategi yang lebih bersifat defensif sehingga kemampuan untuk mempertahankan pelanggan itulah yang pada akhirnya mempengaruhi profitabilitas dalam jangka panjang.

L. Pengukuran Kepuasan

Manfaat dari pengukuran kepuasan konsumen adalah sebagai berikut: (1). Pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkan menjadi pelayanan prima kepada pelanggan, (2). Pengukuran memberitahukan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki mutu dan kepuasan pelanggan, serta bagaimana harus melakukannya, (3). Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada pelaksana, terutama bila pelanggan sendiri yang mengukur kinerja pelaksana atau perusahaan yang memberikan pelayanan, (4). Pengukuran bisa dijadikan dasar untuk menentukan standar kinerja dan prestasi yang harus dicapai agar mutu pelayanan semakin baik dan kepuasan pelanggan meningkat, dan (5). Pengukuran memotivasi orang untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi (Gerson, 2001).

Kusumah (2008) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan berhubungan dengan perbedaan antara harapan dan kinerja yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan.

Penilaian tingkat kepuasan peternak plasma dilakukan dengan melihat penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kemitraan terhadap atribut kemitraan yang diberikan oleh inti. Berdasarkan pendapat Irawan (2003), kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem, atau sesuatu yang bersifat emosi. Menurut Rangkuti (2003), salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai mutu jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa yaitu *responsiveness, reliability, empathy, assurance* dan *tangible*. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung mencerminkan seberapa jauh perusahaan telah merespon keinginan dan harapan pasar. Dalam jangka pendek seringkali tidak terlihat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan profitabilitas. Kepuasan pelanggan merupakan strategi yang lebih bersifat defensif sehingga kemampuan untuk mempertahankan pelanggan itulah yang pada akhirnya mempengaruhi profitabilitas dalam jangka panjang (Irawan, 2003).

M. Pangsa Pasar

Pangsa pasar (*market share*) adalah bagian dari pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau persentasi penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu salah satu teknik untuk memprediksi pangsa pasar di waktu yang akan datang adalah analisis Rantai *Markov (Markov Chain)* (Desy dkk., 2010).

Pihak yang dapat melakukan penguasaan pasar adalah pelaku usaha yang memiliki market power, yaitu pelaku usaha yang dapat menentukan harga barang dan atau jasa di pasar yang bersangkutan. Kriteria penguasaan pasar tersebut tidak harus 100%, akan tetapi satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha yang telah menguasai lebih dari 50% pangsa pasar satu jenis produk tertentu sudah dapat dikatakan memiliki market power (Nugroho, 2014).

Perusahaan mempertahankan pangsa pasar dengan terus menggunakan konsep pemasaran yang dapat menunjang keberhasilan penjualan yang dilakukan. Konsep terdiri dari empat elemen yaitu konsumen/pasar/pembeli/harga, untuk menetapkan orientasi ini harus dilakukan volume penjualan yang menguntungkan, seluruh kegiatan-kegiatan pemasaran yang terdapat dalam perusahaan. Pangsa pasar merupakan hal yang sangat penting diketahui oleh setiap perusahaan untuk dapat menerapkan strategi yang tepat. Dengan mengetahui pangsa pasar yang diperoleh, maka akan dapat ditentukan posisi jenis suatu produk yaitu *market leader*, *market follower*, atau *market nicher* (Saleh dkk., 2011).

Pangsa pasar menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan harga suatu produk khususnya pada pasar persaingan sempurna dimana jika suatu pangsa pasar sudah dipegang dan dikendalikan oleh suatu perusahaan maka akan berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan dalam usahanya dan juga permintaan akan barang sudah pasti ada, dengan tingginya tingkat permintaan barang akan berpengaruh pula terhadap

harga suatu produk, harga tersebut terjadi kemungkinan mahal atau murah (Aisyah dan Yahya, 2017).

Perusahaan mempertahankan pangsa pasar dengan terus menggunakan konsep pemasaran yang dapat menunjang keberhasilan penjualan yang dilakukan. Konsep pemasaran tersebut disusun dengan memasukan empat elemen adalah orientasi konsumen/pasar/pembeli/harga, untuk menerapkan orientasi ini harus dilakukan volume penjualan yang menguntungkan serta koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan-kegiatan pemasaran yang terdapat dalam perusahaan, dalam pemasaran harus terdapat penyesuaian dan koordinasi antara produk, harga, saluran distribusi dan promosi untuk menciptakan hubungan pertukaran yang kuat dengan konsumen (Fatmaraga dan Militina, 2013).

N. Pergeseran Merek (*Branch Switch*)

Perpindahan merek (*brand switching*) adalah saat dimana seseorang pelanggan atau sekelompok pelanggan berpindah kesetiaan dari satu merek sebuah produk tertentu ke merek produk lainnya. Definisi lainnya adalah perpindahan merek yang dilakukan oleh pelanggan untuk setiap waktu penggunaan, tingkat *brand switching* ini juga menunjukkan sejauh mana sebuah merek memiliki pelanggan yang loyal (Aisyah dan Yahya, 2017).

Perilaku berpindah merek dapat terjadi dikarenakan beragamnya produk yang ada di pasaran sehingga akan menyebabkan adanya perilaku memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan atau karena

terjadi masalah dengan produk yang sudah dibeli. *Brand switching behavior* adalah perilaku perpindahan merek yang dilakukan konsumen karena beberapa alasan tertentu, atau diartikan juga sebagai kerentanan konsumen untuk berpindah ke merek lain yang dikerenakan adanya ketidakpuasan terhadap merek yang mereka beli. Ketidakpuasan tersebut terjadi ketika harapan konsumen tidak terpenuhi, sehingga membuat konsumen akan bersikap negatif terhadap suatu merek dan kecil kemungkinannya konsumen tersebut akan membeli lagi merek yang sama (Ayu, 2014).

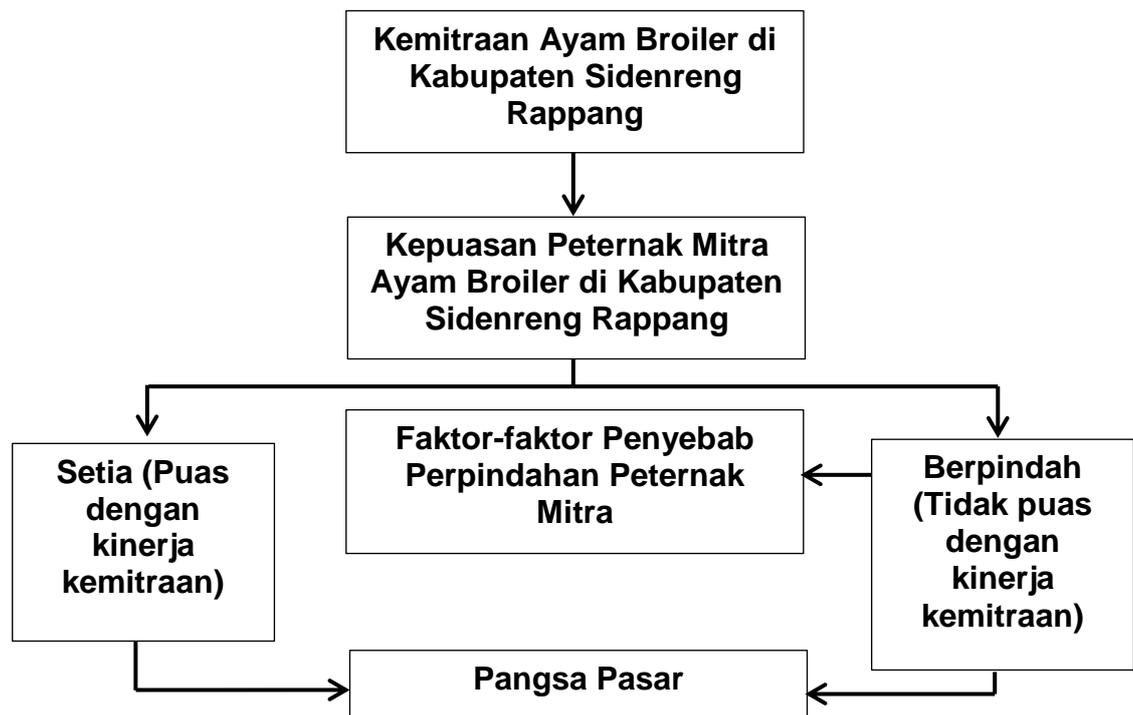
Keputusan untuk berpindah dari merek satu ke merek lain merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh faktor-faktor perilaku tertentu, skenario persaingan, dan waktu. Perilaku perpindahan merek dapat disebabkan oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik adalah faktor yang berasal dari dalam individu yang bersangkutan, misalnya adanya keinginan untuk mencoba merek baru. Sedangkan faktor ekstrinsik adalah faktor yang berasal dari luar, misalnya adanya diskon atau harga yang lebih murah (Anandhitya, 2013).

Indikator untuk pengukuran perpindahan suatu merek (brand switching) adalah sebagai berikut : 1) ketidakpuasan yang dialami konsumen pasca konsumsi, 2) keinginan untuk mencari variasi, 3) keinginan untuk mempercepat penghentian penggunaan, 4) memutuskan atas keinginan sendiri, atau dengan terpaksa atau secara tidak sengaja menghentikan penggunaan suatu produk yang digunakan lalu kemudian

dilanjutkan dengan pembelian serta penggunaan produk merek yang lain (Johan, 2014).

P. Kerangka pikir

Berikut ini gambar yang menunjukkan kerangka pikir dari beberapa variabel yang akan diteliti dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 2 menunjukkan Peternak ayam broiler pada umumnya memiliki skala usaha kecil yang memiliki keterbatasan dalam modal dan teknologi. Risiko yang dihadapi peternak antara lain kelangkaan dan ketidakpastian harga saponak, serta harga ayam siap potong yang fluktuatif. Hal ini membuat banyak peternak memilih bergabung dengan perusahaan kemitraan dalam upaya meminimalkan risiko yang dihadapi. Harus diakui bahwa sistem kemitraan yang diterapkan berdampak pada pertumbuhan di bidang peternakan ayam broiler. Hambatan dan

keterbatasan peternak kecil terakomodasi oleh munculnya banyak perusahaan kemitraan. Kemitraan dapat membantu peternak kecil untuk memperoleh modal, jaminan sapronak, dan jaminan pemasaran. Sementara bagi perusahaan, kemitraan berguna untuk memenuhi kebutuhan dan kontinuitas produksi.

Dikabupaten Sidenreng Rappang terdapat banyak kemitraan ayam broiler dan juga peternak ayam broiler. Kemitraan ayam broiler merupakan pihak inti yang membuat prosedur, harga, serta waktu panen. Penentuan ini diduga tidak sepenuhnya diterima oleh peternak, karena pada kondisi tertentu harga masukan dan keluaran yang ditetapkan masing-masing bisa menjadi sangat mahal atau sangat murah dibanding harga pasar. Dengan adanya kontrak, harga pasar tidak akan mempengaruhi harga yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Kesalahan-kesalahan yang umumnya terjadi pada perusahaan kemitraan adalah ketidaksesuaian waktu panen, keterlambatan pengiriman sarana produksi, serta keterlambatan pembayaran. Hal ini juga diduga berpengaruh terhadap kepuasan peternak plasma. Penilaian peternak terhadap kinerja perusahaan tentunya merupakan hal yang sangat penting dalam menjaga kesinambungan hubungan kemitraan. Penilaian oleh peternak akan berbeda-beda karena peternak plasma memiliki latar belakang pendidikan, usia, dan pengalaman yang beragam.

Banyaknya perusahaan kemitraan yang saling bersaing dalam hal memperoleh mitra di Kabupaten Sidenreng Rappang. Oleh karena itu, perlu upaya mempertahankan loyalitas peternak agar tidak keluar dari

kemitraan. Hal inilah yang mengindikasikan keberhasilan suatu perusahaan berbasis kemitraan. Untuk mengetahui penilaian peternak mitra terhadap kinerja pelaksanaan kemitraan, perlu dilakukan pengukuran mengenai tingkat kepuasan peternak plasma. Pengukuran dilakukan menggunakan atribut-atribut yang diduga mempengaruhi tingkat kepuasan peternak mitra. Atribut tersebut antara lain :

1. Penerapan kontrak harga DOC
2. Kualitas DOC
3. Harga kontrak Pakan
4. Kualitas pakan
5. Harga obat dan vaksin
6. Kualitas obat dan vaksin
7. Jadwal pengiriman sarana produksi
8. Prosedur Penerimaan Mitra
9. Frekuensi bimbingan teknis
10. Pelayanan dan materi bimbingan
11. Penerapan standar produksi
12. Kesesuaian waktu panen
13. Respon terhadap keluhan
14. Kesesuaian harga output/panen
15. Kecepatan pembayaran hasil panen
16. Pemberian bonus
17. Pemberian kompensasi

Atribut-atribut tersebut diatas diperoleh dari studi terhadap kondisi saat ini dan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Selanjutnya, akan dipertanyakan kepada peternak mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut tersebut. Metode yang digunakan adalah IPA dan CSI. Metode IPA digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan terhadap masing-masing atribut, sedangkan CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan peternak secara keseluruhan.

Analisis tingkat kepentingan dan kinerja penting dilakukan untuk mengetahui ukuran pelayanan yang diberikan oleh pihak inti. Kinerja yang baik akan membawa dampak positif bagi kelangsungan usaha kemitraan, dimana peternak mitra yang merasa puas akan cenderung loyal terhadap perusahaan inti. Kondisi tersebut juga memungkinkan peternak mitra untuk mempromosikan kepada rekan peternak lain untuk turut serta bergabung dengan perusahaan inti.

Selanjutnya setelah mengetahui tingkat kepuasa peternak maka akan dicari faktor-faktor penyebab peternak tersebut berpindah dari satu kemitraan ke kemitraan yang lain. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif bersifat eksploratif yang didasarkan pada faktor-faktor penyebab peternak mitra berpindah dari satu kemitraan ayam broiler ke kemitraan broiler yang lainnya di Kabupaten Sidenreng Rappang dengan menggunakan Uji Cochran. Uji Cochran akan menguji tiga sampel atau lebih dengan catatan reaksi (hasil) terhadap suatu perlakuan hanya dinyatakan dalam dua nilai, yaitu 0 dan 1 oleh karena itu

uji Cochran dilakukan pada penelitian uji sampel yang mempunyai data berskala nominal.

Setelah mengetahui faktor-faktor penyebab peternak berpindah dari kemitraan satu ke kemitraan lainnya, selanjutnya mencari pangsa pasar pada masa yang akan datang dengan menggunakan analisis rantai *marcov*. Analisis ini adalah suatu metode yang mempelajari sifat-sifat suatu variabel pada masa sekarang yang didasarkan pada sifat-sifat masa lalu dalam usaha menaksir sifat-sifat variabel tersebut pada masa yang akan datang.

Tahapan analisis yang dilakukan dalam rantai *marcov* sebagai berikut :

1. Membuat tabel jumlah peternak mitra masing-masing kemitraan baik saat sekarang maupun sebelumnya.
2. Membuat tabel perpindahan merek (*Brand Swiching Patteren*), yaitu data perubahan atau pergeseran dari suatu kemitraan ke mitraan lainnya.
3. Membuat matriks peluang transisi (P).

Pangsa pasar kemitraan menunjukkan besarnya persentase bagian pasar masing- masing kemitraan dalam pemasarannya. Pangsa pasar merupakan hal yang sangat penting diketahui untuk dapat menerapkan strategi yang tepat. Perbedaan pangsa pasar erat kaitannya dengan kemampuan suatu kemitraan atau perusahaan mempertahankan pasar dengan berbagai strategi dan konsep yang digunakan. Pangsa pasar awal

menunjukkan penguasaan peternak mitra masing-masing kemitraan pada periode sekarang.

Peramalan pangsa pasar suatu perusahaan kemitraan broiler pada masa yang akan datang di Kabupaten Sidenreng Rappang dapat diketahui dari perolehan data periode sekarang. Peramalan pangsa pasar peternak digunakan para pelaku usaha untuk menyusun berbagai strategi pemasaran dalam merebut pasar. Adanya peramalan pangsa pasar yang berbeda didasarkan pada jumlah kehilangan dan jumlah perolehan peternak pada saat penelitian dilaksanakan.

Diketahui asumsi peramalan pangsa pasar kemitraan A dan B bisa saja mengalami penurunan, kemitraan C mengalami peningkatan, sedangkan kemitraan D dan E tidak mengalami perubahan (tetap). Adanya peramalan pangsa pasar yang berbeda didasarkan pada jumlah kehilangan dan jumlah perolehan peternak pada saat penelitian dilaksanakan, misalnya kemitraan A kehilangan 3 peternak tetapi memperoleh 2 peternak, dimana kedepannya diprediksi akan mengalami penurunan dan kemitraan A tidak lagi menguasai pasar sampai pada posisi keseimbangan (pangsa pasar aktif), sedangkan untuk kemitraan C memperoleh 2 peternak dan tidak kehilangan peternak, mengalami peningkatan dan diprediksi kemitraan C akan menguasai pangsa pasar sampai pada posisi keseimbangan (pangsa pasar aktif). Sementara untuk kemitraan D tidak memperoleh dan tidak kehilangan peternak, dimana peramalan pangsa pasarnya tidak berubah (tetap) sehingga di prediksi akan berada pada posisi keseimbangan.

Masing-masing kemitraan memiliki pangsa pasar yang berbeda, misalnya pangsa pasar kemitraan C misalnya yang saat ini lebih tinggi, sehingga prediksi pangsa pasar pada waktu yang akan datang di kuasai oleh kemitraan C dengan asumsi bahwa kemitraan ini mampu mempertahankan dan meningkatkan sistem kemitraan yang diterapkan sekarang. Begitu pula dengan kemitraan A dan B yang akan mengalami penurunan sedangkan kemitraan D dan E cenderung stabil.