

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR EKONOMI YANG MENDORONG
PETERNAK MEMPERTAHANKAN POLA KEMITRAAN
PADA USAHA AYAM POTONG DI KABUPATEN
BULUKUMBA
(STUDI KASUS PT. BRANTAS ABADI SENTOSA)**

Disusun dan Diajukan oleh

**FITRIA RAMADHANI
I011 17 1052**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR EKONOMI YANG MENDORONG
PETERNAK MEMPERTAHANKAN POLA KEMITRAAN
PADA USAHA AYAM POTONG DI KABUPATEN
BULUKUMBA
(STUDI KASUS PT. BRANTAS ABADI SENTOSA)**

Disusun dan diajukan oleh

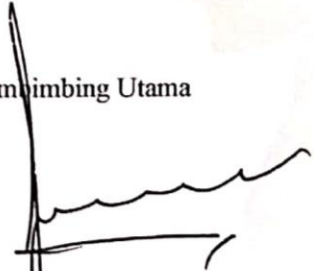
**FITRIA RAMADHANI
I011 17 1052**

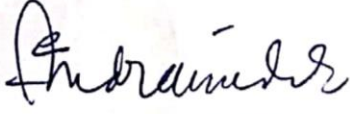
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Peternakan Fakultas
Peternakan Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 04 Mei 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, MS
NIP. 19620220 198811 1 001


Dr. Ir. A. Amidah Amrawaty, S.Pt., M.Si., IPM
NIP. 19720830 200012 2 001

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 : Fitria Ramadhani

Nim : I011 17 1052

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul :

Faktor-Faktor Ekonomi yang Mendorong Peternak Mempertahankan Pola Kemitraan pada Usaha Ayam Potong di Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus PT. Brantas Abadi Sentosa) 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, 04 Mei 2021

METERAI
TEMPEL
Tgl. 20
00057AHF913531806
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Peneliti

Fitria Ramadhani

ABSTRAK

FITRIA RAMADHANI. I011 17 1052. Faktor-Faktor Ekonomi yang Mendorong Peternak Mempertahankan Pola Kemitraan pada Usaha Ayam Potong di Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus PT. Brantas Abadi Sentosa). Dibimbing oleh : **Ahmad Ramadhan Siregar** dan **A. Amidah Amrawaty**

Ayam potong merupakan salah satu ternak penghasil daging yang cukup menjanjikan untuk mencukupi kebutuhan masyarakat akan protein hewani. Pada usaha kemitraan ayam potong, perusahaan menyediakan modal berupa sapronak seperti DOC, pakan dan obat-obatan, sementara pihak peternak menyediakan kandang dan peralatannya serta tenaga kerja untuk pemeliharaan ayam sampai panen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor ekonomi yang mendorong peternak mempertahankan pola kemitraan ayam potong di PT. Brantas Abadi Sentosa. Lokasi penelitian di Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan, dilaksanakan pada bulan Januari 2021 sampai Februari 2021. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Sampel dalam penelitian ini yaitu 46 peternak mitra. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan bantuan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Metode Delphi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 6 faktor ekonomi pendorong peternak mempertahankan pola kemitraan pada usaha ayam potong di Kabupaten Bulukumba, faktor ekonomi yang paling mendorong peternak mempertahankan pola kemitraan usaha ayam potong adalah ketersediaan modal dengan skor 86, kemudian jaminan pasar dengan skor 107, harga kontrak dari perusahaan dengan skor 129, kualitas sapronak dengan skor 171, bonus dengan skor 236, dan pendapatan peternak dengan skor 237.

Kata Kunci : Ayam Potong, Faktor-Faktor Ekonomi, Kemitraan

ABSTRACT

FITRIA RAMADHANI. I011 17 1052. Economic Factors that Encourage Farmers to Maintain a Partnership Pattern in the Broiler Chicken Business in Bulukumba Regency (Case Study of PT. Brantas Abadi Sentosa) Mentore by : **Ahmad Ramadhan Siregar** and **A. Amidah Amrawaty**

Broiler chicken are one of the promising meat-producing livestock to meet people's needs for animal protein. In the broiler chicken partnership business, the company provides capital in the form of sapronak such as DOC, feed and medicine, while the farmer provides a cage and equipment as well as labor for raising chickens until harvest. This study aims to identify economic factors that encourage breeders to maintain a broiler partnership pattern at PT. Brantas Abadi Sentosa. The research location was in Bulukumba Regency, South Sulawesi Province, which was carried out from January 2021 to February 2021. The type of research used was descriptive quantitative. The sample in this study was 46 partner breeders. The data was collected through interviews with the help of a questionnaire. The data analysis used in this study is the Delphi method. The results showed that there were 6 economic factors that drove breeders to maintain a partnership pattern in the beef chicken business in Bulukumba Regency, the economic factors that most encouraged farmers to maintain a chicken business partnership pattern were the availability of capital with a score of 86, then market guaranteed with a score of 107, the contract price of the company with a score of 129, the quality of sapronak with a score of 171, bonus with a score of 236, and finally farmer's income with a score 237.

Keyword : Broiler, Economic Factors, Partnership

KATA PENGANTAR

Bismillah. Segala puji atas kehadiran Allah SWT dengan segala nikmat yang tak terhingga yang telah dikaruniakan sehingga Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Ekonomi yang Mendorong Peternak Mempertahankan Pola Kemitraan pada Usaha Ayam Potong di Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus PT. Brantas Abadi Sentosa)” selesai tepat pada waktunya.

Dalam penyelesaian studi tentunya tidak terlepas dari berbagai dukungan dan doa yang selalu dipanjatkan orang yang paling berharga dan orang yang tidak mungkin bisa saya balas jasa dan perjuangannya saat ini yaitu kedua orang tua, ibu dan ayahanda (Hidayati dan Zakaria). Serta saudara-saudara saya yang telah mendukung penuh dalam melanjutkan pendidikan di tingkat Universitas.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M.S selaku pembimbing utama dan Dr. Ir. A. Amidah Amrawaty, S.Pt., M.Si, IPM selaku pembimbing anggota yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas pula dari berbagai bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Olehnya itu penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada :

1. 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 jajarannya.
2. Dosen Pengajar Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberi ilmu yang sangat bernilai.
3. Bapak Ibu Staf Pegawai Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.

4. Dr. Ir. Rohmiyatul Islamiyati, MP selaku penasehat akademik yang memberikan arahan dalam penyelesaian akademik selama proses perkuliahan.
5. Ir. Amrullah T, M.Pi selaku pembimbing pada seminar studi pustaka
6. Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si selaku pembimbing pada praktek kerja lapang
7. Seluruh karyawan PT. Brantas Abadi Sentosa yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian penelitian.
8. Teman-teman “Griffin 2017” yang selalu memberikan informasi kepada penulis.
9. Kakanda, teman-teman Himpunan Mahasiswa Produksi Ternak (HIMAPROTEK) selaku wadah organisasi dalam mengembangkan profesi penulis.

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, Mei 2021



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	8
Tujuan Penelitian	8
Kegunaan penelitian	8
TINJAUAN PUSTAKA	
Ayam Pedaging.....	9
Investasi Ayam Pedaging	11
Prinsip Kemitraan	13
Faktor-Faktor Ekonomi Pendorong Peternak Ayam Pedaging Memertahankan Pola Kemitraan.....	17
METODE PENELITIAN	
Waktu dan Tempat	25
Jenis Penelitian	25
Jenis dan Sumber Data.....	25
Metode Pengumpulan Data.....	26
Populasi dan Sampel.....	27
Analisis Data.....	29
Konsep Operasional.....	31
KEADAAN UMUM LOKASI	
Keadaan Geografi	32
Kondisi Iklim	33
Keadaan Penduduk	33
Tingkat Pendidikan.....	34
Sektor Peternakan	35
KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
PT. Brantas Abadi Sentosa	37
KEADAAN UMUM RESPONDEN	
Umur	40
Pendidikan	41
Jenis Kelamin.....	42
Jenis Pekerjaan.....	43

Pengalaman Beternak	45
Lama Bermitra	46

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Ekonomi yang Mendorong Peternak Mempertahankan Pola Kemitraan pada Usaha Ayam Potong (Tahapan Pertama Menggunakan Teknik Delphi).....	47
Penilaian Faktor-Faktor Ekonomi yang Mendorong Peternak Mempertahankan Pola Kemitraan pada Usaha Ayam Potong (Tahapan Kedua Menggunakan Teknik Delphi).....	50
Penilaian Faktor Ekonomi Utama yang Mendorong Peternak Mempertahankan Pola Kemitraan pada Usaha Ayam Potong (Tahapan Ketiga Menggunakan Teknik Delphi).....	51

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan	58
Saran	58

DAFTAR PUSTAKA	59
----------------------	----

LAMPIRAN	64
----------------	----

RIWAYAT HIDUP	84
---------------------	----

DAFTAR TABEL

No.		Halaman
1.	Populasi Ayam Pedaging di Sulawesi Selatan dan Kabupaten Bulukumba Tahun 2015-2019	2
2.	Konsumsi Ayam Pedaging Per Kapita di Indonesia Tahun 2014-2018	3
3.	Populasi Ayam Pedaging pada Plasma PT. Brantas Abadi Sentosa..	28
4.	Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kabupaten Bulukumba	32
5.	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Bulukumba ..	33
6.	Tingkat Pendidikan di Kabupaten Bulukumba	34
7.	Jenis Ternak Besar dan Kecil di Kabupaten Bulukumba	35
8.	Jenis Unggas di Kabupaten Bulukumba	36
9.	Identitas Responden Berdasarkan Umur	40
10.	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	41
11.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
12.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	44
13.	Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Beternak.....	45
14.	Identitas Responden Berdasarkan Lama Bermitra	46
15.	Penilaian Faktor-Faktor Ekonomi yang Mendorong Peternak Mempertahankan Pola Kemitraan pada Usaha Ayam Potong (Tahapan Kedua Menggunakan Teknik Delphi)	50
16.	Penilaian Faktor Ekonomi Utama yang Mendorong Peternak Mempertahankan Pola Kemitraan pada Usaha Ayam Potong (Tahapan Ketiga Menggunakan Teknik Delphi)	51

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Struktur Organisasi PT. Brantas Abadi Sentosa	39

DAFTAR LAMPIRAN

No.		Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	64
2.	Identitas Responden Peternak di PT. Brantas Abadi Sentosa.....	68
3.	Kuesioner Tahap 1 Jawaban Responden	60
4.	Hasil Kuesioner Tahap Kedua	73
5.	Hasil Kuesioner Tahap Ketiga.....	75
6.	Dokumentasi Penelitian	84

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan protein hewani sangat penting dalam kehidupan manusia, oleh karena itu saat ini banyak wirausahawan yang melakukan usaha produksi pada hewan ternak, salah satunya beternak ayam pedaging. Produksi ternak ayam pedaging saat ini berkembang dengan pesat dan peluang pasar yang bisa diandalkan. Hal ini dikarenakan, ayam pedaging merupakan salah satu ternak unggas yang paling diminati oleh masyarakat karena mudah diolah sehingga banyak dikonsumsi oleh pribadi maupun untuk sajian hari-hari tertentu. Perkembangan penduduk dan tingginya kebutuhan serta kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi makanan, serta permintaan akan daging ayam pedaging untuk memenuhi kebutuhan protein bagi masyarakat cenderung meningkat. Oleh sebab itu, usaha peternakan merupakan salah satu usaha yang cukup potensial untuk dikembangkan.

Ayam pedaging merupakan salah satu ternak penghasil daging yang cukup menjanjikan untuk mencukupi kebutuhan masyarakat akan protein hewani. Ayam pedaging memiliki pertumbuhan yang sangat cepat, konversi pakan kecil, serta siap dipanen dalam waktu yang relatif pendek. Jumlah populasi ayam dan produksi ayam di Indonesia cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Tingginya populasi ternak ayam harus ditunjang dengan kualitas karkas ayam broiler yang baik, karena masyarakat sudah sangat memperhatikan tentang kualitas daging yang dipilihnya. Masyarakat tentu akan memilih daging yang mempunyai kualitas baik sesuai dengan biaya yang dikeluarkan (Herlina dan Ibrahim, 2019).

Perkembangan ayam pedaging secara umum sangat dipengaruhi oleh perbaikan ekonomi masyarakat sehingga tingkat konsumsi daging meningkat. Peningkatan pola konsumsi ini belum dapat diimbangi oleh peningkatan produksi ayam pedaging di Indonesia. Peternak banyak yang terpaksa harus menutup usahanya karena harga sarana produksi peternakan (sapronek) yang melambung tinggi sehingga kebutuhan daging belum dapat tercukupi. Hal ini menjadi tantangan peternak untuk meningkatkan produksi unggas untuk mencukupi kebutuhan daging (Candra, dkk., 2014).

Salah satu komoditas unggulan di sub sektor peternakan yang dapat dikembangkan adalah budidaya ayam pedaging. Budidaya ayam pedaging merupakan salah satu budidaya peternakan unggas yang memiliki populasi terbesar di Indonesia yaitu pada tahun 2013 populasinya 1.344.191.104 ekor, tahun 2014 populasinya 1.443.349.117 ekor, tahun 2015 populasinya 1.528.329.183 ekor, tahun 2016 populasinya 1.632.567.839 ekor, dan tahun 2017 populasinya mencapai 1.693.368.741 ekor (Kementan RI, 2017).

Adapun populasi ayam pedaging di Sulawesi Selatan dan Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Populasi Ayam Pedaging di Sulawesi Selatan dan Kabupaten Bulukumba Tahun 2015-2019

Tahun	Sulawesi Selatan	Kabupaten Bulukumba
2015	52.941.677	2.040.000
2016	48.203.640	2.063.600
2017	51.115.768	2.166.780
2018	57.445.672	2.338.210
2019	63.055.469	2.381.401

Sumber : Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2019
Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulukumba, 2019

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa populasi ayam pedaging di Sulawesi Selatan pada tahun 2015 yaitu 52.941.677 ekor, pada tahun 2016 populasinya menurun menjadi 48.203.640 ekor, namun meningkat lagi pada tahun 2017 sebanyak 51.115.768 ekor, tahun 2018 sebanyak 57.445.672, dan tahun 2019 sebanyak 63.055.469 ekor. Sedangkan pada Kabupaten Bulukumba, populasi ayam pedaging pada tahun 2015 yaitu 2.040.000 ekor, pada tahun 2016 yaitu 2.063.600, tahun 2017 sebesar 2.166.780, tahun 2018 sebesar 2.338.210, dan pada tahun 2019 sebanyak 2.381.401.

Adapun konsumsi ayam pedaging per kapita di Indonesia tahun 2014-2018 dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Konsumsi Ayam Pedaging Per Kapita di Indonesia Tahun 2014-2018

Tahun	Konsumsi Ayam Pedaging
2014	3.963
2015	4.797
2016	5.110
2017	5.683
2018	5.579

Sumber : Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2019

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa konsumsi ayam pedaging per kapita di Indonesia pada tahun 2014 sebanyak 3.963 kg, tahun 2015 yaitu 4.797 kg, tahun 2016 sebesar 5.110 kg, tahun 2017 sebanyak 5.683 kg, dan tahun 2018 sebanyak 5.579 kg.

Populasi ayam pedaging di Indonesia semakin meningkat seiring dengan tingginya tingkat konsumsi daging unggas masyarakat Indonesia. Ayam pedaging memberikan sumbangan besar terhadap pemenuhan kebutuhan protein hewani masyarakat Indonesia, karena proses produksi ayam pedaging yang relatif cepat, mudah diperoleh di pasar dan harganya relatif murah dibanding sumber protein

hewani lainnya. Populasi ayam pedaging di Indonesia pada tahun 2013 menurut Ditjenak (2013) sebanyak 1,3 milyar ekor, merupakan populasi paling tinggi diantara ternak unggas lainnya yaitu, itik 5,2 juta ekor, ayam petelur 154 juta ekor, serta ayam buras 286 juta ekor. Menurut sensus pertanian Badan Pusat Statistik tahun 2013, populasi ayam pedaging di Sulawesi Selatan adalah 50 juta ekor (BPS, 2013).

Tidak ada data yang jelas mengenai jumlah dan skala usaha di seluruh negara di dunia ini. Namun yang pasti, realisasi investasi di bidang peternakan dari tahun ke tahun terus naik. Perkembangan jumlah dan skala usaha budidaya ayam selalu bertambah dari tahun ke tahun. Peluang investasi agribisnis ayam pedaging cukup menarik minat masyarakat untuk membuka usaha. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya dibangun usaha ternak ayam pedaging baik yang peternak maupun perusahaan peternakan. Kegiatan usaha yang menarik dikaji di sub sektor peternakan adalah usaha agribisnis ayam pedaging. Ayam pedaging merupakan salah satu komoditi peternakan yang cukup menjanjikan karena produksinya yang cukup cepat untuk kebutuhan pasar dibandingkan dengan produk ternak lainnya (Marbun dan Manurung, 2020).

Pengembangan usaha ayam pedaging tidak terlepas dari permasalahan yang dihadapi oleh peternak. Diantaranya adalah modal yang sedikit, aspek pasar yang susah didapatkan, dan penyediaan sarana produksi yang tidak seimbang dengan harga jual produk, sehingga membuat peternak takut mengambil resiko untuk mengembangkan usaha peternakan ayam pedaging dengan skala produksi yang lebih besar. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh peternak maka diperlukan peran pemerintah dalam menggerakkan perusahaan swasta dan

lembaga-lembaga pembiayaan agribisnis dalam menunjang pengembangan produksi peternakan khususnya ayam pedaging. Dengan adanya perusahaan dan lembaga-lembaga agribisnis ini maka dapat membantu peternak yakni dalam menyiapkan sarana produksi berupa bibit, pakan, obat-obatan, vaksin, vitamin dan pemasaran hasil peternakan dengan pola kemitraan (Mangantjo, 2015).

Kemitraan adalah suatu strategis 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. Pola kemitraan di bidang peternakan adalah salah satu jalan kerjasama antara peternak kecil (plasma) dengan perusahaan swasta dan pemerintah sebagai inti. Model kemitraan yang dilakukan oleh inti adalah melalui penyediaan sarana produksi peternakan (sapronak), bimbingan teknis dan manajemen, menampung serta memasarkan hasil produksi. Peternak plasma menyediakan kandang, melakukan kegiatan budidaya dan hasil penjualan ayam diserahkan kepada pihak inti dengan harga yang telah disesuaikan pada isi kontrak perjanjian kerjasama (Fitriza, dkk., 2012).

Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu daerah yang cukup potensial untuk mengembangkan usaha budidaya ayam pedaging dengan pola kemitraan. Terdapat beberapa perusahaan kemitraan ayam broiler yang ada di Kabupaten Bulukumba diantaranya ialah PT. Brantas Abadi Sentosa, PT. Ciomas Adisatwa, PT. Evaria Farm, dan Mitra Tunas Sejahtera. PT. Brantas Abadi Sentosa merupakan salah satu perusahaan kemitraan ayam broiler di Kabupaten Bulukumba yang sudah berdiri selama satu tahun. PT. Brantas Abadi Sentosa memiliki keunggulan dibandingkan dengan perusahaan lain, dikarenakan sudah

ada 85 peternak yang bermitra padahal baru satu tahun berdirinya perusahaan tersebut. Selama satu tahun berdirinya PT. Brantas Abadi Sentosa berarti sudah mengalami 5-6 kali periode produksi dan sampai sekarang peternak masih mempertahankan pola kemitraan di PT. Brantas Abadi Sentosa. Hal ini menandakan bahwa PT. Brantas Abadi Sentosa termasuk perusahaan kemitraan yang tergolong baik dalam menjalin kerjasama antar peternak.

Sistem usaha kemitraan ayam pedaging di Kabupaten Bulukumba dilakukan dengan beberapa perjanjian kontrak antara PT. Brantas Abadi Sentosa dengan peternak, dimana dari pihak tersebut harus menyetujui kontrak sehingga nantinya tidak akan terjadi kekeliruan antara satu sama lain. Perjanjian kontrak kerjasama dengan ketentuan peternak diharuskan menjual semua hasil produksinya kepada PT. Brantas Abadi Sentosa sesuai dengan harga kesepakatan yang tertera dalam kontrak yang telah disepakati bersama oleh peternak dengan PT. Brantas Abadi Sentosa sehingga peternak tidak lagi kesusahan dalam memasarkan hasil produksinya.

PT. Brantas Abadi Sentosa dalam pola kemitraan usaha ayam pedaging yang juga disebut sebagai inti menyediakan semua sarana produksi yang diperlukan oleh peternak seperti modal, obat-obatan, dan pakan. Selain itu inti juga menyediakan jaminan pemasaran ayam pedaging. Sebaliknya dari pihak peternak yang disebut juga sebagai plasma menyediakan lahan untuk pembangunan kandang dan tenaga kerja yang nantinya akan membantu peternak selama masa pemeliharaan sampai masa panen.

Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu daerah pengembangan agribisnis ayam pedaging di Provinsi Sulawesi Selatan. Para peternak di daerah

ini kebanyakan melakukan usaha peternakan ayam pedaging dengan cara bermitra. Meskipun kenyataannya, peternak yang melakukan mitra tidak memiliki kebebasan penuh terhadap usaha budidaya ayam pedaging, karena semua manajemen kandang, pemberian pakan, dan teknis budidaya telah diatur oleh perusahaan inti dengan mengirimkan pendamping dan peternak tidak bisa mendapat untung besar walaupun harga ayam pedaging di pasaran melambung tinggi, karena harga telah ditetapkan. Namun, faktanya masih banyak peternak yang melakukan mitra dikarenakan peternak lebih diringankan dalam hal penyediaan modal dan juga tidak perlu lagi memikirkan tentang pemasaran. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang *“Faktor-Faktor Ekonomi yang Mendorong Peternak Mempertahankan Pola Kemitraan pada Usaha Ayam Potong di Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus PT. Brantas Abadi Sentosa).*

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi faktor-faktor ekonomi apa saja yang mendorong peternak mempertahankan pola kemitraan pada usaha ayam potong di Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus PT. Brantas Abadi Sentosa) ?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor ekonomi yang mendorong peternak mempertahankan pola kemitraan pada usaha ayam potong di Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus PT. Brantas Abadi Sentosa).

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pembaca, sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang terkait dengan pola kemitraan pada usaha ayam potong.
2. Bagi Penulis, sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor ekonomi apa saja yang sangat berpengaruh sehingga peternak lebih memilih melakukan mitra di sebuah perusahaan serta proses pembelajaran dalam menganalisis suatu permasalahan.
3. Bagi PT. Brantas Abadi Sentosa, sebagai bahan informasi mengenai faktor-faktor ekonomi yang mendorong peternak mempertahankan pola kemitraan.

TINJAUAN PUSTAKA

Ayam Pedaging

Ayam pedaging merupakan salah satu ternak penghasil daging yang cukup potensial dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan protein hewani. Hal ini disebabkan daging ayam pedaging relatif murah dan mudah didapatkan dibandingkan protein hewani lainnya. Dilihat dari perkembangannya ternak ayam pedaging di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya. Menurut Dirjen Peternakan (2015) populasi ayam pedaging di Indonesia pada tahun 2015 mencapai 1.498 juta ekor, meningkat sekitar 27,13% dari populasi lima tahun sebelumnya 1.178 juta ekor. Tingginya populasi ternak ayam harus ditunjang dengan kualitas karkas ayam pedaging yang baik, karena masyarakat sudah sangat memperhatikan tentang kualitas daging yang dipilihnya. Masyarakat tentu akan memilih daging yang mempunyai kualitas baik sesuai dengan biaya yang dikeluarkan (Maslami, dkk., 2018).

Menurut Amalo (2017), menyatakan bahwa kualitas daging ditentukan oleh pertumbuhan komponennya yaitu tulang, lemak, dan otot. Besarnya serat otot dan tebalnya otot akan menentukan kualitas daging. Daging ayam broiler kandungan kolesterolnya rendah, kaya vitamin B dan mineral sehingga sangat diperlukan untuk kesehatan sistem syaraf dan pertumbuhan. Secara makroskopis, daging ayam jika dilihat dari warna ada dua yaitu daging berserabut putih dan daging berserabut merah. Daging berserabut putih berada didaerah dada dan sayap, mengandung sedikit myoglobin, mitokondria, serabut ototnya kasar dan berhubungan dengan gerakan yang cepat dan singkat sedangkan daging berserabut merah cenderung berada pada daerah paha atas, banyak mengandung myoglobin,

mitokondria, serabut ototnya kasar dan berhubungan dengan aktivitas otot yang tinggi. Daging ayam memiliki warna daging putih pucat, bau dan aroma spesifik atau agak amis sampai tidak berbau, konsistensi otot dada dan paha kenyal.

Ayam pedaging sangat diminati oleh masyarakat sehingga proses pemasarannya perlu ditingkatkan lagi. Menurut Simanjuntak, Dkk (2018), pemasaran ayam pedaging pada dasarnya bisa dilakukan dengan mudah karena jumlah permintaan yang tinggi dengan harga yang terjangkau, namun produksinya yang masih terbatas. Ayam pedaging dapat dijual dalam bentuk hidup atau sudah dipotong (karkas), rumah tangga, pengepul ayam, pasar tradisional, warung, supermarket, bahkan hotel berbintang yang membutuhkan pasokan ayam pedaging.

Ayam pedaging sangat efektif untuk menghasilkan daging. Karakteristik ayam pedaging bersifat tenang, bentuk tubuh besar, pertumbuhan cepat, dan bulu merapat ke tubuh. Pemeliharaan ayam pedaging dikelompokkan dalam dua periode, yaitu periode starter dan finisher. Pemeliharaan ayam pedaging dilakukan *all in all out*, artinya bahwa ayam dimasukkan dalam kandang yang sama secara bersamaan pula (Susilorini, 2008).

Ayam pedaging dipasarkan pada bobot hidup antara 1,3-1,6 kg per ekor ayam dan dilakukan pemeliharaan pada usia 5-6 minggu. Keunggulan ayam pedaging adalah siklus produksi yang singkat yaitu dalam waktu 4-6 minggu ayam pedaging sudah dapat dipanen dengan bobot 1,5-1,56 kg/ekor. Perusahaan memberikan starin yang baik agar ayam mendapatkan hasil dan kualitas yang baik, perusahaan juga harus memilih milih dalam memilih bibit dan pakan (Ratnasari, dkk., 2015).

Usaha peternakan ayam pedaging merupakan usaha yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber protein penghasil daging dalam memenuhi kebutuhan protein hewani bagi masyarakat Indonesia yang setiap tahunnya semakin meningkat. Dalam melakoni usaha peternakan ayam pedaging terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan yakni pakan (*feed*), pembibitan (*breeding*), dan tata laksana (manajemen). Ada tiga aspek sebagai tiang utama dalam pemeliharaan ayam pedaging yaitu aspek bibit, aspek pakan, dan aspek manajemen (Sari dan Romadhon, 2017).

Meningkatnya jumlah penduduk, taraf pendidikan, dan pendapatan masyarakat turut memperlebar peluang usaha beternak ayam pedaging. Dengan bertambahnya jumlah penduduk dan taraf pendidikan masyarakat, berarti kebutuhan konsumsi daging ayam pedaging akan semakin besar. Peningkatan per kapita secara otomatis akan mendorong daya beli masyarakat. Tidak heran, sampai saat ini agribisnis ayam pedaging berkembang pesat yang ditunjukkan dengan meningkatnya populasi ayam pedaging (Tamalludin, 2014).

Investasi Ayam Pedaging

Peluang investasi agribisnis ayam pedaging cukup menarik minat masyarakat untuk membuka usaha. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya dibangun usaha ternak ayam pedaging baik yang peternak maupun perusahaan peternakan. Kegiatan usaha yang menarik dikaji di sub sektor peternakan adalah usaha agribisnis ayam pedaging. Ayam pedaging merupakan salah satu komoditi peternakan yang cukup menjanjikan karena produksinya yang cukup cepat untuk kebutuhan pasar dibandingkan dengan produk ternak lainnya (Marbun dan Manurung, 2020).

Menurut Fadilah (2013), perkembangan investasi usaha industri ayam pedaging ini dipengaruhi oleh beberapa faktor penunjang berikut ini.

1. Jumlah penduduk yang tinggi dan laju pertumbuhan jumlah penduduk yang terus meningkat. Dilihat dari segi potensi pasar, Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial untuk semua produk dari industri peternakan unggas termasuk potensi pasar akan kebutuhan daging ayam pedaging cenderung terus meningkat.
2. Daging ayam pedaging merupakan daging termurah, harga terjangkau, tersedia dalam jumlah yang cukup, serta penyebarannya hampir menjangkau seluruh wilayah Indonesia.
3. Usaha industri peternakan unggas khususnya ayam pedaging tidak terlalu rumit, terbuka lebar bagi setiap investor, dan hampir semua wilayah bisa dilakukan, serta secara tidak langsung akan menyerap banyak tenaga kerja.
4. Rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya konsumsi protein asal hewani memacu pelaku industri peternakan unggas untuk terus menerus melakukan kegiatan seperti sosialisasi, kampanye gizi, promosi, penyuluhan, dan aktivitas lainnya kepada masyarakat luas tentang pentingnya protein hewani yang bermanfaat dalam memenuhi gizi dan mencerdaskan masyarakat.
5. Terbukanya peluang usaha produk inovasi yang bersumber dari daging ayam pedaging, seperti aneka masakan daging ayam serta aneka produk olahan daging ayam seperti baso, sosis, dan *nugget*.

Menurut Suparman (2017), peluang investasi agribisnis ayam pedaging memiliki prospek yang cukup cerah untuk masa yang akan datang. Investasi ayam

pedaging di sub sektor peternakan sangat prospektif karena terdapat beberapa kecenderungan, yaitu :

1. Daging unggas makin diminati oleh konsumen dengan alasan kesehatan, kandungan kolesterol relatif lebih rendah.
2. Konsumen daging per kapita karena harga relatif murah.
3. Produksi daging dalam negeri hampir seluruhnya dikonsumsi di dalam negeri, bahkan terjadi kekurangan *supply* sehingga terjadi impor, baik ternak besar maupun daging ayam.
4. Daging ayam pedaging menempati posisi pertama dalam pemenuhan permintaan dan konsumsi daging.

Tidak ada data yang jelas mengenai jumlah dan skala usaha di seluruh negara di dunia ini. Namun yang pasti, realisasi investasi di bidang peternakan dari tahun ke tahun terus naik. Perkembangan jumlah dan skala usaha budidaya ayam selalu bertambah dari tahun ke tahun. Dari jumlah dan skala usaha yang kecil (rumahan) menjadi skala industri dengan jumlah ayam yang dipelihara mencapai ratusan ribu sampai jutaan ekor ayam. Kendala keterbatasan lahan untuk membangun kandang serta iklim panas diatasi dengan cara membuat kandang tertutup (*closed house*) modern yang dilengkapi dengan peralatan yang serba otomatis. Dengan cara ini lahan yang terbatas serta iklim panas bisa diatasi sehingga dapat menampung ayam lebih banyak (Fadilah, 2013).

Prinsip Kemitraan

Secara teoritis kemitraan merupakan suatu cara pengorganisasian produksi yang bertujuan memanfaatkan keunggulan perusahaan besar sebagai pemilik modal yang lebih menekankan pada pemasaran. Kemitraan adalah suatu bentuk

hubungan kerja yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang berbagi komitmen untuk mencapai tujuan dengan menggabungkan sumber daya dan mengkoordinasi kegiatan bersama. Kemitraan hanya dapat terbentuk apabila pihak-pihak yang terlibat di dalamnya telah memiliki kesepakatan. Konsep kemitraan itu sendiri mengandung proses membangun kepercayaan, pemecahan masalah bersama dan mengelola hubungan antara pihak-pihak yang terkait di dalamnya (Asiati dan Nawawi, 2016).

Menurut Fani, Dkk (2018), terdapat kelebihan dan kekurangan beternak dengan kemitraan diantaranya :

1. Kelebihan

- Peternak (plasma) lebih diringankan dalam hal penyediaan modal awal budidaya
- Peternak tidak perlu memikirkan tentang pemasaran, karena sistem pemasaran telah dicover dengan baik oleh perusahaan inti, dengan harga sesuai kontrak.
- Selama usaha budidaya berjalan lancar (ayam sehat dan panen tepat waktu) peternak tidak akan pernah merugi walaupun harga ayam di pasaran turun drastis, sebab harga telah ditetapkan dikontrak awal.

2. Kekurangan

- Peternak (plasma) tidak memiliki kebebasan penuh terhadap usaha budidaya, karena semua sistem manajemen kandang, pemberian pakan, dan teknis budidaya telah diatur oleh perusahaan inti dengan mengirimkan pendamping.

- Peternak (plasma) tidak bisa mendapat untung besar walaupun harga ayam pedaging di pasaran melambung tinggi, karena harga telah ditetapkan.

Sistem kemitraan dimaksudkan untuk memberikan kepastian kepada dua pihak yakni perusahaan peternakan (inti) dan peternak (plasma). Perusahaan peternakan mendapatkan kepastian atas hasil terhadap modal sarana produksi ternak yang dikeluarkan, sedangkan peternak mendapatkan kepastian atas pasokan sarana produksi dan pemasaran hasil pasca melakukan panen. Kerjasama usaha dengan sistem kemitraan diwujudkan dalam kontrak yang mengikat para pihak yang bersepakat. Kontrak tersebut mengandung sejumlah klausul yang harus dipatuhi oleh para pihak namun tetap harus memperhatikan sejumlah etika dan regulasi yang berlaku (Mahardika, 2015).

Menurut Widiati dan Kusumastuti (2013), hak dan kewajiban antara perusahaan sebagai inti dan peternak sebagai plasma pada usaha ternak ayam pedaging adalah sebagai berikut :

1. Kewajiban plasma, antara lain : (i) mengikuti pola budidaya usaha ternak ayam pedaging yang telah disepakati, (ii) wajib menggunakan saponak yang telah ditetapkan Inti, (iii) melakukan pengelolaan (manajemen) kandang dengan sungguh dan benar, (iv) wajib menjual hasil panen kepada perusahaan inti.
2. Hak plasma, antara lain : (i) memperoleh keterampilan, (ii) memperoleh layanan saponak, (iii) memperoleh jaminan pemasaran.
3. Kewajiban inti, antara lain : (i) menyediakan saponak yang baik dan tetap, (ii) wajib mendidik plasma secara intensif, (iii) membeli hasil panen sesuai

kesepakatan, (iv) wajib menyediakan Tenaga Penyuluh Lapangan (TPL) setiap saat.

4. Hak inti, antara lain : (i) membeli hasil panen, (ii) menyalurkan sapronak, (iii) memperoleh keuntungan yang wajar, (iv) berhak memperoleh *fee* dalam rangka pembinaan plasma.

Menurut Musthofa, Dkk (2019), ada beberapa penerapan prinsip kemitraan diantaranya :

1. Penerapan prinsip *Equality* (Kesetaraan)

Salah satu konsep dasar kemitraan adalah penjalinan kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam kegiatan usaha dimana pihak yang bermitra mempunyai kedudukan yang sejajar (*equal standing*).

2. Penerapan prinsip *Transparency* (Keterbukaan)

Transparansi diperlukan untuk menghindari rasa saling curiga antar mitra kerja, meliputi transparansi pengelolaan informasi dan transparansi pengelolaan keuangan.

3. Penerapan prinsip *Result-oriented approach* (Pendekatan Berorientasi Hasil)

Penerapan prinsip *Result-oriented approach* (Pendekatan Berorientasi Hasil) mengacu pada dampak yang dirasakan oleh inti dan plasma selama bermitra.

4. Penerapan prinsip *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Penerapan prinsip ini dalam program kerjasama proses pemasaran produk antara inti dan plasma ditinjau dari tindakan dalam menjaga kinerja untuk mengemban tugas dan tanggung jawab ketika bermitra usaha.

5. Penerapan prinsip *Complementarity* (Saling Melengkapi)

Penerapan prinsip ini dalam kerjasama proses pemasaran produk antara inti dan plasma dapat diidentifikasi melalui kapasitas kelembagaan dan kapasitas manjerial.

Faktor-Faktor Ekonomi Pendorong Peternak Ayam Pedaging Mempertahankan Pola Kemitraan

Faktor pendorong merupakan suatu hal yang membuat seseorang untuk melakukan suatu usaha seperti halnya melakukan suatu usaha kemitraan ayam broiler. Salah satu pendorong peternak melakukan kemitraan ayam broiler yaitu perusahaan inti menyediakan modal bagi peternak yang ingin bermitra sesuai dengan pola kemitraan, secara langsung ini dapat memperluas skala usaha petani peternak yang ingin bermitra ayam broiler (Ningsih, 2020).

Menurut Nurjannah (2007), agar peternak maupun pengusaha tertarik untuk melaksanakan kemitraan perlu adanya daya tarik antara kedua pihak yang bermitra. Adapun beberapa faktor yang menjadi daya tarik peternak mempertahankan pole kemitraan yaitu sebagai berikut :

1. Ketersediaan Modal

Ketersediaan modal merupakan faktor ekonomi yang penting dalam melakukan suatu usaha. Ketersediaan modal disebut juga kesiapan instrumentasi seseorang dalam berwirausaha. Ketersediaan modal mempengaruhi minat berwirausaha seseorang, karena apabila ketersediaan modal sudah terpenuhi, maka akan meningkatkan kepercayaan diri seseorang untuk berwirausaha (Kusumo dan Setiawan, 2016).

Program kemitraan dapat mengurangi pengeluaran peternak karena modal yang dikeluarkan peternak relatif lebih sedikit. 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 DOC, pakan, obat-obatan dan pengarahan manajemen (Juherdi, dkk., 2016).

Pada umumnya petani kecil tidak mempunyai modal yang banyak untuk membangun dan mengelola suatu usaha, maka dari itu petani memerlukan kredit usaha untuk membangun dan mengelola usaha taninya tersebut. Modal usaha tani dapat diklasifikasikan sebagai bentuk kekayaan, baik berupa uang maupun barang yang digunakan untuk menghasilkan sesuatu secara langsung maupun tidak langsung dalam suatu proses produksi. Dengan demikian, pembentukan modal memiliki tujuan untuk menunjang pembentukan modal lebih lanjut dan meningkatkan produksi dan pendapatan usaha tani ternak (Ningsih, 2020).

2. Jaminan Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar. Penetapan harga bertujuan untuk memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas (Riyono dan Budiharja, 2016).

Pola kemitraan dilakukan peternak dengan cara menjalin kerjasama atau bermitra dengan perusahaan penyedia sarana produksi, dengan syarat peternak harus menjual semua hasil produksinya kepada perusahaan mitra sesuai dengan harga kesepakatan yang tertera dalam kontrak yang telah disepakati bersama antara peternak dan perusahaan yang bersangkutan (Windasari, 2012).

Dengan pola kemitraan peternak merasakan kemudahan dalam melakukan usaha ayam broiler. Harga pasar yang berubah-ubah membuat peternak menjadi ketakutan apabila ingin melakukan usaha ayam broiler dengan cara mandiri, sehingga kurangnya resiko yang ditanggung peternak apabila melakukan usaha dengan pola kemitraan membuat peternak semakin terdorong untuk melakukan usaha ayam broiler dengan pola kemitraan (Mangantjo, 2015).

Dalam bisnis ayam pedaging, fluktuasi harga seringkali terjadi, lonjakan harga biasanya terjadi ketika menjelang lebaran dan tahun baru. Pada waktu lebaran dan tahun baru, permintaan daging ayam selalu mengalami peningkatan yang cukup berarti. Sementara produksi ayam pedaging tidak mampu mengikuti peningkatan permintaan yang luar biasa cepatnya. Oleh karena itu, terjadilah ketimpangan yakni permintaan lebih tinggi dari penawaran. Keadaan demikian mengakibatkan harga daging ayam meningkat secara tajam (Rohani dan Kurniawan, 2010).

Menurut Amilia dan Asmara (2017), terdapat beberapa tujuan penetapan harga jual yang dapat digunakan oleh perusahaan diantaranya :

1. *Survival* (Bertahan Hidup)

Tujuan ini dipilih oleh perusahaan jika perusahaan mengalami kelebihan kapasitas, persaingan yang ketat, atau keinginan konsumen yang berubah-ubah.

Karena itu perusahaan akan menetapkan harga jual yang rendah dengan harapan pasar akan peka terhadap harga.

2. *Maximum Current Profit* (Laba Sekarang Maksimum)

Tujuan ini dipilih oleh perusahaan dengan memperkirakan permintaan dan biaya yang berkaitan dengan berbagai alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba sekarang, arus kas, atau tingkat pengembalian investasi yang maksimum.

3. *Maximum Market Share* (Pangsa Pasar Maksimum)

Perusahaan yang memilih tujuan ini yakni bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya per-unit yang lebih tinggi.

4. *Maximum Market Skimming* (Menyaring Pasar secara Maksimum)

Dalam tujuan ini perusahaan menetapkan harga tertinggi bagi setiap produk baru yang dikeluarkan, kemudian secara berangsur-angsur perusahaan menurunkan harga untuk menarik segmen lain yang peka terhadap harga.

5. *Product Quality Leadership* (Kepemimpinan Mutu Produk)

Tujuan ini dipilih oleh perusahaan jika perusahaan ingin menjadi pemimpin pasar dalam hal kualitas produk, dan harga yang ditetapkan menjadi relatif tinggi untuk menutupi biaya-biaya penelitian dan pengembangan serta biaya untuk menghasilkan mutu produk yang tinggi.

3. Jaminan Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi, sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pengembangan ekonomi masyarakat. Disisi lain pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas

barang dan jasa baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar juga merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia (Aliyah, 2017).

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi proses pertukaran. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Pemasaran juga merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Dalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi yaitu konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran sosial, dan konsep pemasaran global (Priangani, 2013).

Jaminan pasar sangat memudahkan petani/peternak dalam menjual hasil produksinya. Pemasaran akan sangat mudah jika banyak pembeli yang dapat ke petani/peternak untuk membeli hasil produksinya, sehingga petani/peternak tidak perlu repot-repot membawanya ke pasar. Ketersediaan modal juga menjadi pengaruh terhadap keputusan petani/peternak melakukan mitra dengan perusahaan. Ketersediaan modal dan jaminan pasar dari suatu perusahaan membuat peternak tetap melakukan mitra dengan sebuah perusahaan (Mustaghfirin, 2011).

Peternak mandiri memasarkan hasil usaha peternakannya ke pasar-pasar tradisional yang ada disekitar tempat usahanya. Hal ini tentu dengan alasan untuk menghemat biaya transportasi. Dalam kondisi normal, peternak tersebut akan mudah menjual ayam ras pedaging siap potong, tetapi dalam kondisi penawaran lebih tinggi dari permintaan. Peternak akan mengalami kesulitan memasarkan produknya. Disinilah letak tidak adanya kepastian waktu jual hasil usaha yang bisa menyebabkan peternak menjual murah ayam ras pedaging siap potong. Akibatnya, peternak mengalami kerugian yang tidak sedikit. Dengan adanya program kemitraan, dalam memasarkan hasil usaha peternakan itu dilakukan oleh perusahaan dan merupakan tanggung jawab perusahaan (Elisabeth, 2014).

4. Pendapatan Meningkatkan

Tingkat pendapatan merupakan indikator dalam menentukan tingkat kesejahteraan masyarakat. Semakin besar pendapatan seseorang maka menunjukkan tingkat kesejahteraan yang semakin kuat dan sebaliknya. Tingkat pendapatan seseorang mempengaruhi pola konsumsi akan barang dan jasa (Sutawi, 2010).

Seiring dengan mulai membaiknya perekonomian nasional dan meningkatnya daya beli masyarakat yang mengakibatkan meningkatnya permintaan daging ayam broiler mengakibatkan naiknya harga daging ayam broiler. Kondisi ini merangsang peternak mandiri untuk kembali mengusahakan ayam pedaging namun karena terbatasnya modal, peluang tersebut sulit diraih oleh peternak mandiri, kecuali bila merubah pola mandiri ke pola kemitraan. Dalam program kemitraan ayam pedaging, nampaknya pola kemitraan dianggap sebagai suatu konsep yang tepat dalam memecahkan masalah keberlangsungan

usaha peternakan rakyat. Melalui kemitraan diharapkan dapat secara cepat dapat bersimbiosis mutualistik sehingga kekurangan dan keterbatasan peternak dapat teratasi. Beralihnya peternak ayam pedaging dari usaha pola mandiri ke pola kemitraan berarti mengubah struktur industri perunggasan broiler rakyat. Hal ini berdampak pada pendapatan peternak (Setyawan, dkk., 2017).

Kebanyakan peternak menjadikan usaha ayam broiler sebagai usaha sampingan. Hal ini disebabkan peternak pada umumnya hanya memelihara ternak dalam jumlah yang relatif sedikit. Kondisi ini akan mempengaruhi tingkat pendapatan peternak. Setiap peternak mengharapkan keberhasilan dalam usahanya. Sehingga yang menjadi parameter untuk mengukur keberhasilan suatu usaha adalah tingkat keuntungan yang diperoleh (Ratnasari, dkk., 2015).

5. Ketersediaan Tenaga Penyuluh (Inti)

Penyuluh merupakan orang yang memiliki peran, tugas, atau profesi dalam memberikan pendidikan, bimbingan dan penerangan kepada masyarakat untuk mengatasi berbagai masalah seperti peternakan dan kesehatan, sehingga dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Penyuluh juga dikenal dengan sebutan juru penerang. Biasanya penyuluh atau juru penerang menjalankan perannya dengan cara mengadakan ceramah, wawancara, dan diskusi bersama khalayak khusus (Lenzun, dkk., 2019).

Pelayanan kegiatan penyuluhan merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan kemampuan peternak dan menunjang perbaikan usaha ternak melalui upayanya untuk mengubah perilaku peternak ke arah usaha beternak yang lebih baik, kesejahteraan hidup yang lebih baik, dapat menjaga lingkungan hidup dengan lebih baik, mencapai kehidupan masyarakat yang lebih baik. Kondisi

tersebut dapat dicapai apabila penyuluh peternakan difasilitasi oleh pengurus koperasi untuk mengidentifikasi kebutuhan peternak, mendorong kerja sama diantara peternak untuk memanfaatkan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia (tenaga kerja) secara optimal (Hernanda, 2015).

Adanya tenaga penyuluh dari pihak perusahaan merupakan salah satu manfaat yang dirasakan oleh peternak. Tenaga penyuluh datang seminggu sekali untuk melihat keadaan ayam dan memberikan pengetahuan kepada peternak. Tenaga penyuluh juga memberitahukan kepada peternak tentang bagaimana caranya untuk menekan mortalitas yang tinggi dan cara pemberian vaksin. Dengan demikian, peternak bisa mendapatkan pengetahuan lebih dalam menjalankan usaha ayam potong (Mangantjo, 2015).