

**PENGARUH BIAYA TRANSAKSI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DAN  
KEBERLANJUTAN KEMITRAAN PROGRAM PEMBIBITAN  
SAPI BALI *MAIWA BREEDING CENTER (MBC)*  
DIKABUPATEN BARRU**

The Effect of Transaction Costs on Satisfaction Levels and Partnership Sustainability  
of the *Maiwa Breeding Center (MBC)* Bali Cattle  
Breeding Program in Barru Regency

**TESIS**

**ANDI AGUSTINA**

**I012201002**



**PROGRAM PASCA SARJANA  
ILMU DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

**PENGARUH BIAYA TRANSAKSI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN  
DAN KEBERLANJUTAN KEMITRAAN PROGRAM PEMBIBITAN  
SAPI BALI *MAIWA BREEDING CENTER (MBC)*  
DIKABUPATEN BARRU**

The Effect of Transaction Costs on Satisfaction Levels and Partnership  
Sustainability  
of the *Maiwa Breeding Center (MBC)* Bali Cattle  
Breeding Program in Barru Regency

TESIS  
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi  
Ilmu dan Teknologi Peternakan  
Disusun dan Diajukan oleh

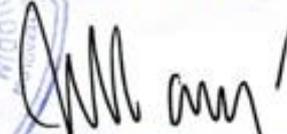
**ANDI AGUSTINA**

**Kepada**

**PROGRAM PASCA SARJANA  
ILMU DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

**TESIS****PENGARUH BIAYA TRANSAKSI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN  
DAN KEBERLANJUTAN KEMITRAAN PROGRAM PEMBIBITAN SAPI  
BALI MAIWA BREEDING CENTER (MBC) DI KABUPATEN BARRU**

Disusun dan Diajukan oleh

**ANDI AGUSTINA**  
**Nomor Pokok I012201002**Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis  
Pada Tanggal 31 Januari 2022  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**Menyetujui**  
**Komisi Penasihat**  
Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirauddin, S.Pt., M.Si., IPU  
Ketua  
Dr. Ir. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si.  
AnggotaKetua Program Studi  
Ilmudan Teknologi PeternakanDekan Fakultas Peternakan  
Universitas Hasanuddin  
Prof. Dr. Ir. Ambo Ako, M. Sc., IPU  
Prof. Dr. Ir. Lellah Rahim, M. Sc., IPU ASEAN Eng

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andi Agustina

Nomor Mahasiswa : I012201002

Program Studi : Ilmu dan Teknologi Peternakan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 31 Januari 2022

Menyatakan  
  
Andi Agustina

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis, dengan judul “Pengaruh Biaya Transaksi (*Transaction Cost*) Terhadap Tingkat Kepuasan (*Satisfaction*) dan Keberlanjutan (*Intention to continue*) Pada Program *Maiwa Breeding Center (MBC)* di Kabupaten Barru”. Penyusunan tugas akhir ini melibatkan banyak pihak yang turut memberikan bantuan baik itu berupa moril, materi maupun spirit kepada penulis, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt., M.Si., IPU** selaku pembimbing utama yang telah memberikan nasehat, arahan, petunjuk dan bimbingan serta dengan sabar dan penuh tanggung jawab meluangkan waktunya mulai dari penyusunan hingga selesainya tesis ini.
2. **Dr.Syahdar Baba , S.Pt., M.Si** selaku pembimbing anggota yang telah banyak meluangkan waktunya untuk mendidik, membimbing, dari awal pembuatan konsep penelitian hingga tahap akhir mengarahkan dan memberikan nasihat serta motivasi selama penyusunan tesis ini.
3. **Prof. Dr.Ir. Tanrigilling Rasyid, MS** selaku penguji yang memberikan banyak masukan dan saran demi menjadikan makalah ini layak untuk dijadikan sebagai sumber ilmu terkhusus bagi peneliti.
4. **Dr. Ir. Hj. St. Rohani, M. Si** selaku penguji telah memberikan semangat dan selalu memberikan senyuman sehingga penulis lebih bersemangat .

5. **Dr. Kasmiyati Kasim, S.Pt., M.Si** selaku penguji yang telah meluangkan waktunya memberikan masukan yang sangat berguna bagi penyusunan makalah ini.
6. **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Palubuhu, M.A**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
7. **Prof. Dr. Ir. Ambo Ako, M.Sc**, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu dan Teknologi Peternakan Universitas Hasanuddin.
8. **Prof. Dr. Ir. Lellah Rahim, M.Sc., IPU** selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
9. **Dosen Pengajar** Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberi ilmu yang sangat bernilai bagi penulis.
10. Kepada Kedua orang tua tersayang, **Andi Syahrudin**, dan Ibunda **A.Hamonro,S.Pd**, yang senantiasa mendoakan penulis, serta untuk saudara tercinta kakak dan keluarga penulis yang selalu tanpa hentinya memberikan semangat dan dukungan.
11. Teman-teman yang membantu dan memberi semangat serta semua pihak yang turut andil dalam penyusunan makalah ini dan tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis menyadari tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga makalah tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Makassar, Januari 2022

Penulis

Andi Agustina

## ABSTRAK

**ANDI AGUSTINA.** Pengaruh Biaya Transaksi Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Keberlanjutan Kemitraan Program Pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* Di Kabupaten Barru (dibimbing oleh Sitti Nurani Sirajuddin dan Syahdar Baba).

Biaya transaksi merupakan salah satu penilaian yang digunakan untuk mengetahui kepuasan petani yang terlibat dalam kemitraan. Konsep Keberlanjutan kerjasama antara *Maiwa Breeding Center (MBC)* dan peternak tergantung dari bagaimana peternak mengetahui, memperhatikan kembali dan kepuasan yang dirasakan terhadap sistem kerjasama tersebut. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh biaya transaksi terhadap tingkat kepuasan dan keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* di Kabupaten Barru. Jenis penelitian adalah penelitian *eksplanatory research* dengan pendekatan kausalitas, yaitu penelitian yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab akibat (*cause-effect*). Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Juli - September 2021. Lokasi penelitian di Kabupaten Barru. Populasi adalah semua peternak yang menjadi mitra program (*MBC*) di Kabupaten Barru sebanyak 141 orang. Alat analisis yang digunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* dan skala likert. Hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh biaya transaksi ( $X_1$ ) terhadap tingkat kepuasan ( $Y_1$ ) dan keberlanjutan kemitraan program ( $Y_2$ ) pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* di Kabupaten Barru. Biaya transaksi dalam hal ini biaya informasi dan biaya transportasi dengan nilai estimasi 0,61 dan 0,78  $\geq$  0,50 (valid). Nilai mutlak t-value  $>$  1,96. Variabel  $X_1$  (biaya transaksi) terhadap  $Y_1$  (tingkat kepuasan) berarti nilai mutlak 3,07  $>$  1,96. Variabel  $Y_1$  (tingkat kepuasan) terhadap  $Y_2$  (Keberlanjutan program) berarti nilai mutlak 5,03  $>$  1,96. Variabel  $X_1$  (biaya transaksi) terhadap  $Y_2$  (Keberlanjutan program) berarti nilai mutlak 4,86  $>$  1,96.

Kata Kunci: Biaya Transaksi, Tingkat Kepuasan, Keberlanjutan Kemitraan

## ABSTRACT

**ANDI AGUSTINA.** The Effect of Transaction Costs on Satisfaction Levels and Partnership Sustainability of the *Maiwa Breeding Center* (MBC) Bali Cattle Breeding Program in Barru Regency (supervised by Sitti Nurani Sirajuddin and Syahdar Baba).

Transaction costs are one of the assessments used to determine the satisfaction of farmers involved in the partnership. The concept of Sustainability of cooperation between Maiwa Breeding Center (MBC) and farmers depends on how the farmers know, pay attention and feel satisfied with the cooperation system. This study aims to determine the effect of transaction costs on the level of satisfaction and the partnership sustainability of the Maiwa Breeding Center (MBC) Bali cattle breeding program in Barru Regency. This type of research is an explanatory research with a causal approach, namely a research that wants to find an explanation in the form of a cause-effect relationship. This research was conducted in July - September 2021. The research location was in Barru Regency. The population was all farmers who become program partners (MBC) in Barru Regency with a total of 141 people. The analytical tools used were Structural Equation Modeling (SEM) and Likert scale. The results showed that there was an effect of transaction costs (X1) on the level of satisfaction (Y1) and the sustainability of the partnership program (Y2) Bali cattle breeding of Maiwa Breeding Center (MBC) in Barru Regency. Transaction costs, in this case information costs and transportation costs, with estimated values of 0.61 and  $0.78 \geq 0.50$  (valid). The absolute value of t-value  $> 1.96$ . The variable X1 (transaction costs) to Y1 (satisfaction level) means the absolute value is  $3.07 > 1.96$ . Variable Y1 (level of satisfaction) on Y2 (sustainability of the program) means absolute value  $5.03 > 1.96$ . Variable X1 (transaction costs) on Y2 (sustainability of program) means absolute value  $4.86 > 1.96$ .

**Keywords:** Transaction Cost, Satisfaction Level, Partnership Sustainability.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah .....	8
Tujuan Dan Kegunaan .....	9
Manfaat Penelitian .....	9
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
Tinjauan Umum Pembibitan Sapi Potong.....	10
Gambaran Umum <i>Maiwa Breeding Center (MBC)</i> .....	12
Biaya Transaksi .....	17
Tingkat Kepuasan .....	21
Keberlanjutan Program Kemitraan .....	25
Biaya Transaksi Berpengaruh Terhadap Tingkat Kepuasan.....	30
Tingkat Kepuasan Berpengaruh Terhadap Keberlanjutan Program Kemitraan .....	33
Biaya Transaksi Berpengaruh Terhadap Keberlanjutan Program Kemitraan .....	39
Kerangka Fikir.....	41

Hipotesis .....	43
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
Jenis Penelitian .....	44
Waktu Dan Lokasi Penelitian .....	44
Populasi Dan Sampel.....	44
Metode Pengumpulan Data.....	45
Analisa Data.....	46
Variabel Yang Diamati .....	52
Konsep Operasional.....	58
<b>KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
Letak Dan Keadaan Geografis .....	60
1. Luas Dan Batas Wilayah.....	60
2. Letak Dan Kondisi Geografis .....	62
3. Topografi .....	62
4. Penggunaan Lahan .....	63
5. Potensi Pengembangan Wilayah .....	64
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
Keadaan Umum Responden .....	67
1. Umur.....	67
2. Jenis Kelamin .....	69
3. Tingkat Pendidikan .....	70
4. Jumlah Tanggungan Keluarga .....	72
5. Pengalaman Usaha .....	74
Tingkat Kepuasan Terhadap Program Pembibitan Sapi Bali <i>Maiwa Breeding Center (MBC)</i> Dikabupaten Barru .....	76

Pengaruh Biaya Transaksi Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Keberlanjutan Kemitraan Program Pembibitan Sapi Bali <i>Maiwa Breeding Center (MBC)</i> Dikabupaten Barru .....	87
Pengujian Hipotesis .....	87
Hubungan Kausal Variabel .....	92
Uji Kecocokan Model .....	93
Validitas Dan Reliabilitas .....	95
Pengujian Kesesuaian Model .....	97
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
Kesimpulan .....	101
Saran .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>109</b>
<b>DOKUMENTASI.....</b>	<b>135</b>

## DAFTAR TABEL

1. Keadaan Populasi Sapi Bali DiKabupaten Barru (Ekor) .....	3
2. Komponen Biaya Transaksi .....	19
3. Variabel Yang Diamati .....	53
4. Luas Daerah Dan Pembagian Wilayah Kabupaten Barru.....	61
5. Keadaan Wilayah Berdasarkan Kelerengan Kabupaten Barru .....	63
6. Luas Arah dan Kawasan Budidaya Kabupaten Barru .....	64
7. Populasi Ternak Kabupaten Barru .....	65
8. Populasi Hasil Ternak Kabupaten Barru .....	66
9. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	68
10. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
11. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	71
12. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga.....	73
13. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha.....	74
14. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan Peternak Terhadap Program Pembibitan Sapi Bali <i>Maiwa Breeding Center (MBC)</i> Di kabupaten Barru .....	77
15. Pengujian Hipotesisi .....	87
16. Hasil Uji Keseluruhan Model .....	94
17. Hasil Uji Validitas .....	96
18. Hasil Uji Reliabilitas .....	96

**DAFTAR GAMBAR**

1. Kerangka Fikir .....	41
2. <i>Model Structural Equation Modelling (SEM)</i> Pengaruh Biaya Transaksi Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Keberlanjutan Kemitraan Program Pembibitan Sapi Bali <i>Maiwa Breeding Center (MBC)</i> Dikabupaten Barru .....	48
3. Letak Dan Kondisi Geografis Wilayah Dikabupaten Barru .....	62
4. Nilai Structural Model.....	93
5. Nilai Estimates Sebelum Model Diperbaiki.....	98
6. Nilai T-Values Sebelum Model Diperbaiki .....	98
7. Nilai Estimates Setelah Model Diperbaiki.....	99
8. Nilai T-Values Setelah Model Diperbaiki .....	100

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Responden Program Pembibitan Sapi Bali <i>Maiwa</i> <i>Breeding Center (MBC)</i> diKabupaten Barru.....	109
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian Program Pembibitan Sapi Bali <i>Maiwa</i> <i>Breeding Center (MBC)</i> diKabupaten Barru .....	116
Lampiran 3. Analisis Olah Data <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> Pada Program Pembibitan Sapi Bali <i>Maiwa Breeding Center</i> <i>(MBC)</i> diKabupaten Barru .....	122
Lampiran 4. Hasil Output <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> Pada Program Pembibitan Sapi Bali <i>Maiwa Breeding Center</i> <i>(MBC)</i> diKabupaten Barru .....	128
Lampiran 5. Dokumentasi Responden Pada Program Program Pembibitan Sapi Bali <i>Maiwa Breeding Center (MBC)</i> diKabupaten Barru .....	135

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pembibitan sapi potong adalah salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan mutu genetik serta menghasilkan bibit yang memiliki kualitas unggul dan memiliki sifat herediter (sifat yang diwariskan) yang baik seperti temperamen yang jinak, serta produktivitas yang tinggi. Sapi inilah yang umumnya dijadikan sebagai sapi bakalan yang dipelihara secara intensif selama beberapa bulan, sehingga diperoleh pertambahan berat badan yang ideal untuk di potong. Pemilihan bakalan yang baik menjadi langkah awal yang sangat menentukan keberhasilan usaha pembibitan sapi potong (Abidin, 2002).

Usaha pembibitan yang dilakukan pemerintah untuk memberdayakan peternak antara lain melalui pengembangan pola kemitraan perusahaan dengan peternak kecil. Hal ini disebutkan pula dalam UU No. 18 pasal 31 ayat 1 bahwa peternak dapat melakukan kemitraan usaha di bidang budidaya ternak berdasarkan perjanjian yang saling menguntungkan dan berkeadilan. Lebih jauh dijabarkan pada ayat 2 UU No. 18 tahun 2009 bahwa kemitraan usaha dapat dilakukan dengan perusahaan peternakan.

Kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling menguntungkan dan saling memberikan manfaat antara pihak yang bermitra. Pola kemitraan dibidang peternakan, adalah

salah satu jalan kerjasama antara peternak kecil (plasma) dengan perusahaan swasta dan pemerintah sebagai inti.

Pola kemitraan yang dilakukan oleh inti adalah melalui penyediaan sarana produksi peternakan, bimbingan teknis dan manajemen, menampung serta memasarkan hasil produksi. Peternak plasma menyediakan kandang, melakukan kegiatan budidaya dan hasil dari penjualan sapi diserahkan kepada pihak inti dengan harga yang telah disesuaikan pada isi kontrak perjanjian kerjasama. Kedua belah pihak sepakat untuk mengadakan perjanjian kerjasama yang mengikat dan berakibat hukum bagi kedua belah pihak untuk melaksanakan kegiatan pemeliharaan dan pengembangan ternak sapi potong dengan beberapa ketentuan. Tujuan yang ingin dicapai melalui kemitraan adalah meningkatkan perolehan nilai tambah bagi pelaku kemitraan, meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat, meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan, serta memperluas kesempatan kerja (Fitriza dkk, 2012).

Kabupaten Barru merupakan pusat salah satu wilayah pemurnian sapi Bali di Indonesia. Kabupaten Barru yang menjadi pusat pemurnian sapi Bali yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan, yang ditetapkan melalui SK Gubernur No. 468/VIII/1976 terkait penetapan daerah-daerah sumber Bibit Sapi Bali. Kabupaten Barru memiliki 7 Kecamatan yang masing-masing memiliki potensi lahan yang mendukung serta keinginan masyarakat yang tinggi untuk beternak sapi Bali, (Dinas Peternakan Kabupaten Barru, 2014).

Adapun keadaan populasi sapi Bali di Kabupaten Barru (ekor) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. keadaan populasi sapi Bali di Kabupaten Barru (ekor)

No	Kecamatan	Tahun
1	Tanete Riaja	11.736
2	Barru	11.119
3	Pujananting	9.266
4	Tanete Rilau	8.648
5	Mallusetasi	8.030
6	Soppeng Riaja	7.413
7	Balusu	5.559
<b>Jumlah</b>		<b>61.771</b>

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Barru, 2020.

Tahun 2013 aktivitas perbibitan telah berlangsung, namun proses hilirisasinya berupa insentif penjualan sapi bibit milik peternak belum dinikmati peternak itu sendiri artinya bahwa Sapi bibit yang telah mempunyai SKLB (Surat Keterangan Layak Bibit) belum dijual sebagai sapi bibit namun masih dijual sebagai sapi bakalan. Akibatnya, insentif harga dari rangkaian aktivitas perbibitan yang dilakukan oleh peternak belum dinikmati hasilnya oleh peternak. Olehnya itu, kehadiran program Maiwa Breeding Center (MBC) di kabupaten Barru diharapkan menjadi solusi bagi peternak baik dari segi peningkatan pendapatannya maupun dari segi manajemen penjualan agar program ini tetap berlanjut agar menghasilkan produk Sapi Bibit yang berkualitas, (Maiwa Breeding Center, 2017).

Produk sapi bibit yang akan dihasilkan oleh MBC adalah sapi yang mempunyai Surat Keterangan Layak Bibit (SKLB) dan memenuhi SNI sapi Bali bibit Grade I, II dan III. Target produksi sapi bibit adalah 1.000 ekor per

tahun yang dimulai pada tahun 2018. Kewajiban MBC adalah menyediakan teknologi, SDM dan input produksi. Sistem bagi hasil yang diterapkan adalah hasil penjualan atau nilai sapi yang telah dipelihara selama 1,5 tahun dibagi menjadi tiga yaitu 55% untuk peternak pemelihara, 40% untuk MBC dan 5% untuk pengembangan kelompok. Kegiatan ini difasilitasi oleh Pemerintah Kabupaten Barru melalui Dinas Peternakan atau yang menjalankan fungsi peternakan (Maiwa Breeding Center, 2017).

Konsep Keberlanjutan kerjasama antara Maiwa Breeding Center (MBC) dan peternak tergantung dari bagaimana peternak mengetahui, memperhatikan kembali dan kepuasan yang dirasakan terhadap sistem kerjasama tersebut. Jika peternak beranggapan positif mengenai program pembibitan itu, maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan peternak bahwa program tersebut baik untuk dilakukan dan tetap mendorong peternak untuk melanjutkan program tersebut.

Menurut Hernandez et al, (2013) bahwa terdapat tiga komponen utama bertahan atau berlanjutnya suatu kemitraan/kerjasama adalah (1) kepercayaan (*trust*) (2) hubungan jangka panjang (*long term relationship*) (3) terus menjadi anggota (*continue to be a member*).

Namun tidak bisa dipungkiri bahwa petani/peternak memerlukan hasil nyata untuk membuktikan bahwa kemitraan yang dilakukan mampu menghasilkan sesuai yang diharapkan. Hasil dari usaha tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, tujuan yang telah ditetapkan dari jalinan kemitraan. Semakin tinggi tingkat pemenuhan kebutuhan tersebut

maka kepuasan dari mitra akan semakin tinggi dan tentunya akan terus menjadi bagian dari program kemitraan yang dijalankan (Sundari, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian Hosseyani et al, (2012) bahwa biaya transaksi berperan lebih relevan pada suatu usaha dan juga berkontribusi tidak hanya kepuasan tetapi juga keinginan untuk melanjutkan keanggotaan dalam suatu program kerjasama. Pencapaian tingkat kepuasan petani/peternak dan niat berkelanjutan jika harga/biaya transaksi yang dihasilkan lebih rendah agar dampak yang dirasakan berefek positif.

Penerapan konsep kemitraan antara peternak sebagai mitra dan pihak inti perlu dilakukan sebagai upaya khusus agar usaha ternak sapi potong, baik sebagai usaha pokok maupun pendukung dapat berjalan seimbang. Upaya khusus tersebut meliputi antara lain pembinaan finansial dan teknik serta aspek manajemen. Pembinaan manajemen yang baik, terarah, dan konsisten terhadap peternak sebagai mitra akan meningkatkan kinerja usaha, yang akhirnya dapat berdampak terhadap keberlanjutan usaha kemitraan (Suryana, 2009).

Sedikitnya ada lima manfaat pengembangan usaha kemitraan yang berkelanjutan, yaitu: 1) mengoptimalkan alokasi sumber daya pada satu titik waktu dan lintas generasi, 2) meningkatkan efisiensi dan produktivitas produk pertanian/peternakan karena adanya keterpaduan produk berdasarkan tarikan permintaan (*demand driven*), 3) meningkatkan efisiensi masing-masing subsistem agribisnis dan harmonisasi keterkaitan antarsubsistem melalui keterpaduan antarpelaku, 4) terbangunnya kemitraan usaha yang saling memperkuat dan menguntungkan, dan 5)

adanya kesinambungan usaha yang menjamin stabilitas dan kontinuitas pendapatan seluruh pelaku kemitraan (Saptana dan Ashari 2007).

Pertambahan jumlah mitra dan jumlah populasi dari tahun ke tahun membuat bisnis kemitraan ini menjadi semakin unggul dalam komunitas pangan dan telah memberikan manfaat terhadap jiwa kewirausahaan peternak. Baru-baru ini telah dilaksanakan acara panen raya bibit Sapi Bali yang dilaksanakan pihak *Maiwa Breeding Center (MBC)* Fakultas Peternakan Jumat, 12 November 2021 dilansir dari salah satu media SuaraSulsel.Id Teaching Industry Pembibitan Sapi *Maiwa Breeding Center (MBC)* Fakultas Peternakan Unhas melakukan panen raya bibit Sapi Bali. Kegiatan panen raya berlangsung di Puskesmas Pekkae, Kelurahan Lalolang, Kecamatan Tanete Rilau, Kabupaten Barru.

“Para mitra yang bekerja sama saling bersinergi untuk memberikan kontribusi terbaik dalam mendukung *Maiwa Breeding Center (MBC)* menjadi industri pengembangan dan pembibitan sapi di Sulawesi Selatan” Keberadaan *Maiwa Breeding Center (MBC)* di Kabupaten Barru telah berkembang dengan pengelolaan sistem ternak yang sangat baik. Kerja sama tersebut meliputi pendampingan peternak, introduksi teknologi dan model bisnis. Pada tahun ini, kerja sama tersebut telah membuahkan hasil yakni kelahiran pedet sapi bali di sejumlah peternak mitra MBC, “ jelas Syahdar Baba (12/11/2021 ).

Sejak *Maiwa Breeding Center* dikembangkan pada tahun 2017 di Kabupaten Barru, jumlah sapi ternak terus mengalami peningkatan dan sampai saat ini telah mencapai 138 ekor sapi dan terus mengalami

peningkatan sehingga mempengaruhi tingkat kesejahteraan masyarakat setempat.

Hasil panen raya sapi Bali tersebut kemudian dipelihara kembali oleh para mitra dan menunggu usia sapi siap jual bagi sapi jantan dan sapi betina tetap dipelihara untuk dijadikan indukan kembali.” Jelas Kepala pengelola *Maiwa Breeding Center (MBC)* Unhas, Dr. Syahdar Baba, S. Pt., M. Si.

Pada tahun 2017 sampai sekarang terjadi banyak perubahan di *Maiwa Breeding Center (MBC)* di Kabupaten Barru, baik dalam perbaikan pelayanan dan pengadaan pendamping disetiap Kecamatan maupun tingkat Desa. Melalui pemberdayaan kelompok tani/ternak sebagai mitra dan pembibitan sapi Bali yang sebelumnya merupakan kelompok tani/ternak binaan Fakultas Peternakan. Bibit sapi Bali yang digunakan *Maiwa Breeding Center (MBC)* di Kabupaten Barru merupakan hasil pembelian dari anggota kelompok tani atau ternak melalui seleksi dengan kriteria tertentu sehingga keberlanjutan dari kerjasama mitra ini dapat terus berputar/berlanjut.

Suryanti, (2019) bahwa kemampuan peternak mewujudkan pola kemitraan yang berkelanjutan sangat tergantung pada pemenuhan kebutuhan. Kapasitas berusaha yang tinggi akan menghantarkan peternak mampu menjalankan usaha dengan baik dan mampu mengatasi berbagai permasalahan yang muncul sehingga pola kemitraan tetap berlanjut. Sebaliknya, kapasitas berusaha yang rendah akan menyebabkan peternak bermasalah dalam hal teknis dan non teknis yang berakibat pada ketidakmampuan mengatasi masalah sehingga usaha akan terhenti bermitra.

Dalam hal ini yang menjadi progress permasalahan adalah keberlanjutan sistem kemitraan melihat dari perspektif biaya transaksi yang dikeluarkan peternak dan sejauh mana tingkat kepuasan peternak selama menjadi mitra *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru. Oleh karena itu, perlu upaya mempertahankan loyalitas atau komitmen peternak agar tidak keluar dari kemitraan yang dijalankan.

Berdasarkan pemikiran yang telah dikemukakan maka dilaksanakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh biaya transaksi terhadap tingkat kepuasan dan keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru”** .

#### **B. Rumusan Masalah**

Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh biaya transaksi terhadap tingkat kepuasan peternak terhadap program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.
2. Bagaimana pengaruh tingkat kepuasan peternak terhadap keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.
3. Bagaimana pengaruh biaya transaksi terhadap keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.

### **C. Tujuan Dan Kegunaan**

Adapun tujuan dan kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya transaksi terhadap tingkat kepuasan peternak terhadap program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan peternak terhadap keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya transaksi terhadap keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.

### **D. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat bagi *Maiwa Breeding Center (MBC)* adalah sebagai dasar pengambilan kebijakan dalam upaya peningkatan jumlah mitra/peternak dan peningkatan pertumbuhan populasi ternak sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* di Kabupaten Barru.
2. Manfaat bagi peternak adalah sebagai bahan informasi untuk memperkuat tingkat kepuasan peternak, dari segi cara kerja program, kualitas, pelayanan, kualitas produk dan hasil yang diperoleh yang diperkuat teori-teori sebelumnya mengenai tingkat kepuasan.
3. Manfaat bagi pemerintah setempat dan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin dalam melihat keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Umum Pembibitan Sapi Potong**

Peraturan Menteri Pertanian Indonesia Ditjen Peternakan (2014) dapat menjelaskan mengenai pengertian dari pembibitan sapi potong yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pembibitan adalah kegiatan budi daya menghasilkan bibit ternak untuk keperluan sendiri atau diperjual belikan.
2. Bibit ternak adalah ternak yang mempunyai sifat unggul dan mewariskannya serta memenuhi persyaratan tertentu untuk dikembangbiakkan.
3. Ternak adalah hewan peliharaan yang produknya diperuntukkan sebagai penghasil pangan, bahan baku industri, jasa dan/atau hasil ikutannya yang terkait dengan pertanian.

Berdasarkan dari tujuan produksi pembibitan sapi potong dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu pembibitan sapi potong bangsa/rumpun murni, yaitu perkembangbiakan ternaknya dilakukan dengan cara mengawinkan sapi yang sama bangsa/rumpunnya dan pembibitan sapi potong persilangan yaitu perkembangbiakan ternaknya dilakukan dengan cara perkawinan antar ternak dari satu spesies tetapi berlainan rumpun (Ditjen Peternakan, 2014).

Menurut Abidin, (2002) bibit sapi potong dapat diklasifikasikan menjadi 3 kelompok yaitu:

1. Bibit dasar (*elite/foundation stock*), diperoleh dari prosesn hasil seleksi rumpun atau galur yang mempunyai nilai pemuliaan di atas nilai rata-rata.
2. Bibit induk (*breeding stock*), diperoleh dari proses pengembangan bibit dasar.
3. Bibit sebar (*commercial stock*), diperoleh dari proses pengembangan bibit induk.

Syarat yang paling penting dalam penyeleksian sapi potong yaitu sapi harus sehat, usia masih muda dan tidak memiliki sejarah terserang penyakit yang membahayakan. Dalam pemilihan bibit sapi potong perlunya memperhatikan hal sebagai berikut (Ditjen Peternakan, 2007)

1. Asal usul atau silsilah ternak termasuk bangsa ternak.
2. Kapasitas produksi (umur, penambahan berat badan, produksi daging, dan lemak).
3. Kapasitas (kesuburan ternak, jumlah anak yang lahir dan hidup normal, umur pertama kawin, siklus birahi, lama bunting, keadaan waktu melahirkan dan kemampuan membesarkan anak).
4. Tingkat kesejahteraan anak.

Pembibitan sapi potong bertujuan untuk meningkatkan mutu genetik dan nilai ekonomi sapi potong, menghasilkan bibit sapi yang memiliki kualitas unggul dan memiliki sifat *herediter* (sifat yang diwariskan) yang baik seperti temperamen yang jinak, sifat keibuan yang baik serta produktivitas yang tinggi. Pembibitan sapi dapat dilakukan dengan dua metode yaitu:

1. Metode alamiah yaitu sapi jantan dikawinkan dengan sapi betina yang sedang birahi.
2. Metode Inseminasi Buatan (IB), metode ini lebih populer dikenal dengan istilah kawin suntik dengan bantuan peralatan khusus dan manusia (inseminator). Inseminasi Buatan (IB) adalah pemasukan atau penyampaian semen ke dalam saluran alat kelamin betina dengan menggunakan alat – alat bantuan manusia.

Bibit sapi potong merupakan salah satu faktor produksi yang menentukan dan mempunyai arti penting dalam upaya mendukung terpenuhinya kebutuhan daging, sehingga diperlukan upaya pengembangan pembibitan sapi potong secara berkelanjutan. Bibit ternak dari usaha peternakan sapi potong mempunyai arti penting dalam mendukung keberhasilan usaha. Usaha pemeliharaan sapi potong pembibitan bertujuan mengembangbiakkan sapi potong dan keuntungan yang diharapkan adalah hasil keturunannya (Ditjen Peternakan, 2007).

### **B. Gambaran Umum *Maiwa Breeding Center (MBC)***

*Maiwa Breeding Center* adalah salah satu unit bisnis Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin yang bergerak di industri perbibitan sapi. Dalam pelaksanaan sistem bisnis perbibitan sapi, kegiatan yang dilakukan oleh *Maiwa Breeding Center (MBC)* terintegrasi dari hulu ke hilir yaitu dimulai dari usaha perbibitan sapi yang berbasis mini ranch dan berbasis masyarakat. Produk yang dihasilkan oleh *Maiwa Breeding Center (MBC)* yaitu bibit sapi dan sapi bakalan, straw sapi unggul, pupuk organik, pakan, daging grading, bakso dan sosis, (Maiwa Breeding Center, 2018).

Pelaksanaan kegiatan insentif inovasi perguruan tinggi pengembangan industri perbibitan sapi lokal berbasis lptek di *Maiwa Breeding Center (MBC)* Universitas Hasanuddin, terdapat empat produk pendukung yang dihasilkan dan 1 produk utama. Produk utama adalah sapi bibit sedangkan produk pendukung adalah straw sapi lokal, pakan konsentrat, daging olahan (daging grading, bakso, sosis) dan pupuk organik (Maiwa Breeding Centre, 2017).

Program yang dilakukan setelah didirikannya *Maiwa Breeding Center (MBC)* ialah pengembangan sapi potong yang didalamnya terdapat beberapa bagian yang mendukung program pengembangan sapi potong tersebut seperti Instalasi Perbibitan Rakyat (IPR), ladang ternak, PIT, padang penggembalaan dan Technopark (Yasin, 2017).

*Maiwa Breeding Center (MBC)* berperan strategis sebagai sentra pengembangan ternak sapi potong yang didirikan atas dasar hubungan kerja sama antara Kemenristek, Pemerintah Kabupaten Barru, Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan, PT. Karya Anugerah Rumpin (KAR) dengan Universitas Hasanuddin yang menjadikan lokasi yang berdiri di atas lahan 250 hektar sebagai salah satu pusat perbibitan sapi lokal yang akan dikembangkan bersama dengan kelompok tani/ternak setempat melalui program pemberdayaan masyarakat dengan sistem pembagian hasil yakni 55% peternak, 5% kelompok dan 40% untuk *Maiwa Breeding Center (MBC)* sehingga diharapkan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan mencapai swasembada daging (Maiwa Breeding Center, 2018).

*Maiwa Breeding Center (MBC)* di tetapkan oleh LIPI sebagai kawasan Techno Park yang merupakan salah satu pusat penelitian pembibitan, pengembangan dan ilmu pengetahuan. *Maiwa Breeding Center (MBC)* berada di Kawasan Strategis Nasional (KSN) Kapet Pare-Pare yang merupakan sentra pengembangan ternak, memiliki potensi yang bagus untuk tumbuh menjadi pusat perbibitan sapi lokal, untuk memenuhi kebutuhan bibit sapi, baik pada level kabupaten maupun untuk Sulawesi (Ansari, 2017).

Selain Kabupaten Enrekang, *Maiwa Breeding Center (MBC)* telah mempunyai mitra di dua kabupaten yaitu Kabupaten Barru dan Kabupaten Soppeng. Kabupaten Barru telah ditetapkan sebagai pusat pemurnian dan perbibitan sapi Bali oleh Kementerian Pertanian melalui SK Dirjen Peternakan dan Kesehatan Hewan. Bibit sapi yang berada di naungan *Maiwa Breeding Center (MBC)* telah memiliki SKLB (Surat Keterangan Layak Bibit) dan masih dalam proses pengembangan dengan tujuan meningkatkan kualitas dan produktivitas ternak sapi lokal khususnya sapi Bali (Maiwa Breeding Center, 2017).

Tujuan dari *Maiwa Breeding Center (MBC)* adalah sebagai berikut (Dokumen *Maiwa Breeding Center*, 2015):

1. Membuat model percontohan pembibitan sapi dengan sistem mini ranch berbasis Iptek.
2. Menyediakan bibit sapi Bali dan Sapi Bali Pollet (ciri tidak bertanduk) yang sesuai dengan standar nasional indonesia.

3. Mendukung ketersediaan sapi bibit guna mewujudkan program swasembada daging nasional.
4. Menjadi pusat pembelajaran bagi pelaku usaha lainnya yang akan mengembangkan perbibitan sapi dan penggemukan.
5. Meningkatkan produktivitas usaha peternakan rakyat melalui penyediaan bibit sapi unggul untuk dipelihara.

Sasaran dari Maiwa Breeding Center adalah sebagai berikut (Dokumen Maiwa Breeding Center, 2015):

1. Memproduksi bibit sapi Bali yang memenuhi standar sapi bibit nasional.
2. Membina peternak mitra untuk menerapkan Good Breeding Practices.
3. Manajemen Practices dalam usaha peternakan sapi lokal.
4. Melatih mahasiswa, penyuluh dan siswa dalam hal pemeliharaan ternak sapi berbasis ranch ataupun pemeliharaan intensif.

Manfaat pelaksanaan kegiatan industri perbibitan sapi lokal berbasis IPTEK di *Maiwa Breeding Center (MBC)* adalah sebagai berikut (Maiwa Breeding Center, 2017).

1. Menjadi tempat pembelajaran bagi Masyarakat, IKM maupun pelaku usaha lainnya dalam melakukan usaha perbibitan, produksi bakso, pupuk organik, pakan dan straw yang tersertifikasi dan terstandarisasi.
2. Masyarakat dan konsumen akan memperoleh produk olahan daging yang ASUH (aman, sehat, utuh dan halal) dengan harga yang terjangkau.
3. Meningkatnya efisiensi usaha peternakan sapi yang dilakukan oleh peternak karena tersedianya sapi yang memiliki produktivitas tinggi.

4. Mendorong terciptanya swasembada daging nasional sehingga mengurangi ketergantungan akan impor daging sapi.
5. Meningkatkan nilai tambah ternak sapi dan daging melalui rangkaian pengolahan produk.
6. Meningkatkan kualitas lingkungan melalui pengolahan urin dan feses serta konservasi lahan pertanian melalui penambahan input bahan organik ke tanah.

*Maiwa Breeding Center (MBC)* mulai di Kabupaten Barru pada tahun 2017 melalui pemberdayaan kelompok tani/ternak sebagai mitra usaha budidaya dan pembibitan sapi Bali yang sebelumnya merupakan kelompok tani/ternak binaan Fakultas Peternakan. Bibit sapi Bali yang digunakan *Maiwa Breeding Center (MBC)* di Kabupaten Barru merupakan hasil pembelian dari anggota kelompok tani/ternak melalui seleksi dengan kriteria tertentu, yang selanjutnya dipelihara kembali oleh anggota kelompok tani/ternak tersebut.

Kerjasama antara *Maiwa Breeding Center (MBC)* dengan kelompok tani/ternak di Kabupaten Barru melalui sistem bagi hasil. Dalam proses pemeliharaan, peternak difasilitasi oleh *Maiwa Breeding Center (MBC)* melalui tenaga kerja pendamping. Produk sapi bibit yang akan dihasilkan oleh MBC adalah sapi yang mempunyai Surat Keterangan Layak Bibit (SKLB) dan memenuhi SNI sapi Bali bibit Grade I, II dan III. Kewajiban MBC adalah menyediakan teknologi, SDM dan input produksi, sedangkan tugas dan fungsi pihak kedua, yaitu memelihara dan merawat ternak sapi potong dengan baik, membuat kandang sesuai dengan persyaratan teknis,

menyediakan dan menanam rumput sebagai sumber pakan ternak serta menyediakan dan memberikan pakan tambahan sesuai kebutuhan ternak.

Sistem bagi hasil yang diterapkan adalah hasil penjualan atau nilai sapi yang telah dipelihara selama 1,5 tahun dibagi menjadi tiga yaitu 55% untuk peternak pemelihara, 40% untuk *Maiwa Breeding Center (MBC)* dan 5% untuk pengembangan kelompok. Kegiatan ini difasilitasi oleh Pemerintah Kabupaten Barru melalui Dinas Peternakan atau yang menjalankan fungsi peternakan. Kedua belah pihak sepakat untuk mengadakan perjanjian kerjasama yang mengikat dan berakibat hukum bagi kedua belah pihak untuk melaksanakan kegiatan pemeliharaan dan pengembangan ternak sapi potong dengan beberapa ketentuan (*Maiwa Breeding Center, 2017*).

### **C. Biaya Transaksi (*Transaction Cost*)**

Biaya transaksi adalah biaya selain harga barang/jasa yang dikeluarkan dalam perdagangan barang/jasa. Biaya transaksi ini terjadi karena adanya informasi yang tidak sempurna (*imperfect information*) dan keterbatasan dalam mengolah informasi tersebut. Biaya transaksi dikategorikan sebagai biaya yang dikeluarkan diluar atau selain dari biaya produksi. Keberadaan biaya ini akan meningkatkan total biaya yang akan dikeluarkan dalam sebuah usaha. Tingginya biaya yang akan dikeluarkan pelaku usaha karena adanya biaya transaksi akan mengakibatkan perbedaan harga yang diterima oleh konsumen dan harga yang diterima oleh produsen.

Moss, (2013) mengatakan bahwa biaya transaksi adalah biaya yang tidak dapat dihindarkan. Setiap pertukaran yang terjadi baik pertukaran

barang/jasa ataupun pertukaran informasi akan menghasilkan sebuah biaya pertukaran yaitu biaya transaksi. Keberadaan biaya transaksi akan membuat pengalokasian dana untuk biaya yang harus dikeluarkan akan semakin bertambah. Namun hal ini dapat berkontribusi dalam perbaikan usaha itu sendiri sebab dengan teridentifikasinya biaya transaksi maka keuntungan usaha bisa dikendalikan dengan baik.

D'Hondt and Giroud, (2008) mengatakan bahwa biaya transaksi yang rendah secara otomatis akan meningkatkan keuntungan yang dalam hal ini berarti bahwa peningkatan biaya transaksi akan menurunkan tingkat keuntungan. Oleh sebab itu, biaya transaksi pada akhirnya akan mengakibatkan terjadinya inefisiensi keuntungan yang akan diterima oleh pelaku usaha atau produsen.

Menurut Hosseini et al, (2012) biaya transaksi yakni biaya yang timbul dalam mengkoordinasikan aktivitas ekonomi yang menggunakan mekanisme harga. Biaya-biaya yang dikeluarkan ini dapat berupa waktu maupun sumberdaya yang biasanya diukur/dikonversikan dengan satuan mata uang dalam melaksanakan suatu transaksi (pertukaran hak kepemilikan) yang berupa barang, jasa maupun hak intelektual.

Biaya transaksi biasa terjadi dalam proses yang berulang (*frequent*) yang bersifat khusus (*speciality*) dengan kondisi pelaku usaha yang memiliki nalar yang terbatas (*bounded rationality*), dan biasanya pelaku usaha bersifat spekulatif (*opportunist*). Semakin tinggi biaya transaksi yang terjadi dalam kegiatan ekonomi (transaksi), berarti semakin tidak efisien kelembagaan yang terbentuk, demikian sebaliknya (Williamson, 1989).

Menurut Hosseyani et al, (2012) menjabarkan komponen-komponen biaya transaksi tersebut adalah *information cost/travel cost, communication cost, ada paper cost*, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Komponen Biaya Transaksi

Komponen Transaksi	Keterangan
<i>Information cost/ Travel Cost</i>	Biaya pencarian informasi bagian dari biaya transportasi yang digunakan untuk melakukan seluruh proses pencarian informasi atau transaksi/pertukaran bisa berupa uang bensin (jika memiliki kendaraan pribadi) maupun uang transportasi jika menggunakan kendaraan umum
<i>Communication Cost</i>	Biaya pulsa/komunikasi (upah perantara/ <i>fee trader</i> )
<i>Paper Cost</i>	Biaya fotokopi/ berkas/materai

Sumber: Hosseyani et al. (2012).

#### 1. *Information cost/Travel Cost*

Biaya informasi adalah sejumlah biaya yang di keluarkan dalam hal ini termasuk biaya transportasi untuk menambah pengetahuan. Informasi hanya dapat memberikan kemungkinan-kemungkinan dan mungkin beberapa pilihan pada tingkat pendapatan yang berlainan. Bisa dikatakan bahwa fungsi informasi adalah mengurangi keanekaragaman.

Biaya informasi dapat bersifat awal sebelum kegiatan dimulai/dilakukan atau dilaksanakan, hanya sebatas mencari kepastian (Suciati dkk, 2014). Informasi yang dibutuhkan untuk merumuskan atau membuat kebijakan terkait dengan tindakan yang akan dilakukan, sehingga tindakan atau aktivitas yang diambil sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang diharapkan. Informasi yang dibutuhkan bukan hanya oleh individu dan kelompok dalam masyarakat, akan tetapi oleh semua jenis organisasi termaksud kelembagaan kelompok tani/ternak.

Tujuan kelompok tersebut adalah berbagi informasi, maka di dalam berkomunikasi yang dilakukan untuk menanamkan pengetahuan (to impart knowledge) dan menambahkan informasi yang dapat dijadikan sebagai pengambilan keputusan anggota kelompok tani/ternak yang bergabung. Rintjap, (2015) menyatakan bahwa petani/peternak pada dasarnya melakukan aktifitas untuk memenuhi kebutuhannya.

## 2. *Communication Cost*/biaya komunikasi

Biaya komunikasi merupakan biaya yang diperlukan untuk sebuah proses sosial yang terjadi antara paling sedikit dua orang dimana seseorang mengirimkan sejumlah simbol tertentu kepada orang lain. Komunikasi adalah usaha manusia dalam menyampaikan isi pernyataannya kepada manusia lain. Hal ini sejalan dengan istilah komunikasi yang dikatakan (Effendy, 2009) bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku.

Pengertian komunikasi adalah sebagai proses “menghubungi” atau mengadakan perhubungan. Proses komunikasi dapat diartikan sebagai ‘transfer informasi’ atau pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi (Effendy, 2009)

Dari pendapat tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi adalah suatu bentuk interaksi sosial dari seorang individu dengan individu lainnya

dengan menyampaikan isi pernyataan melalui symbol-simbol yang mengandung arti.

### 3. *Paper Cost*/biaya persuratan

*Paper cost*/biaya persuratan merupakan salah satu hal yang tidak lepas pada aktivitas sebuah usaha, tidak hanya di instansi/lembaga pemerintahan saja, melainkan diseluruh perkantoran di berbagai sektor, yang aktivitas sehari-harinya erat hubungannya dengan kertas, baik itu berkas dokumen atau surat. Aktivitas surat-menyurat menjadi bagian yang penting pada usaha, karena surat-menyurat merupakan alat komunikasi secara administratif terhadap kegiatan yang dilakukan. Perencanaan pembuatan surat dalam pertemuan atau pencatatan secara pribadi diperlukan guna mengetahui berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk membuat surat dengan segala identitasnya.

#### **D. Tingkat Kepuasan (*Level Satification*)**

Kepuasan pada dasarnya merupakan hal yang bersifat individual, setiap individu akan memiliki kepuasan yang berbeda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Ini disebabkan adanya perbedaan pada masing-masing individu, semakin banyak aspek-aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu tersebut. Kepuasan ialah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya. Pada dasarnya pengertian kepuasan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Rangkuti, 2006).

Hernandez et al, (2013) menyatakan beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan dalam keberlanjutan program kemitraan yaitu (1) kepuasan cara kerja program (*the way to works*), (2) kepuasan kualitas pelayanan (*satisfaction the service*), (3) kepuasan kualitas produk (*satisfaction the quality products*) dan (4) kepuasan hasil yang diperoleh (*satisfaction the results*).

Konsumen membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal itu, kenyataan bahwa suatu penawaran yang memenuhi nilai harapan konsumen akan mempengaruhi kepuasan dan kemungkinan mereka untuk membeli kembali. Konsumen akan setia pada perusahaan yang mereka anggap menawarkan (*customer delivered value*) nilai yang diterima konsumen yang tinggi. (*Customer delivered value*) adalah selisih antara total (*customer value*) jumlah nilai bagi konsumen dengan total (*customer cost*) (biaya total konsumen)(Hujra et al, 2011).

Adapun ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut :

- a. Loyal terhadap produk konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.
- b. Adanya komunikasi dari mulut kemulut yang bersifat positif. Komunikasi dari mulut kemulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi

pertimbangan yang utama menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan konsumen muncul apabila tidak memenuhi harapan.

Tingkat kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut :

a) Kualitas produk.

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

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

c) Emosional Konsumen akan merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.

d) Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

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

Teori kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut. Harapan pelanggan

saat membeli sebenarnya mempertimbangkan fungsi produk tersebut (*Product Performance*) Elemen dalam kepuasan konsumen yaitu :

a) *Expectation.*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

b) *Performance.*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

c) *Comparison.*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d) *Confirmation/Disconfirmation.*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Confirmation terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation/disconfirmation*.

Rangkuti (2006), 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.

Adapun tingkat kepuasan yang dimaksud sebagai berikut:

- a) Jika hasil lebih baik dari yang diharapkan, disebut dengan diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*), maka konsumen akan merasa puas.
- b) Jika hasil 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.
- c) Jika hasil 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 tidak merasa tidak puas.

#### **E. Keberlanjutan Program Kemitraan**

Kemitraan berdasarkan hasil penelitian disertasi Eilbert (2003) adalah hubungan individu atau kelompok yang diartikan dengan kerjasama dan tanggungjawab bersama, untuk mencapai tujuan tertentu, dalam hal ini *Maiwa Breeding Center (MBC)* bekerjasama dengan peternak yang ada di Kabupaten Barru.

Kerjasama kemitraan *Maiwa Breeding Center (MBC)* dengan peternak dimulai semenjak perintisan berdirinya lembaga sejak tahun 2015.

Kemitraan tersebut tetap berjalan hingga saat ini. Selain itu lembaga mitra merasa terbantu oleh peternak dalam mewujudkan misi yang sama.

Momentum kerjasama usaha dengan sistem kemitraan menjadi pilihan utama saat ini. Kerjasama usaha dengan sistem kemitraan diwujudkan dalam kontrak yang mengikat para pihak yang bersepakat. Kontrak tersebut mengandung sejumlah klausula yang harus dipatuhi oleh para pihak, namun tetap harus memperhatikan sejumlah etika dan regulasi yang berlaku. Kontrak yang dilakukan harus mempertimbangkan prinsip kesetaraan dan keseimbangan sehingga harus menguntungkan para pihak. Kontrak yang dilakukan tidak pula melanggar prinsip persaingan usaha sehat dan tidak menimbulkan praktek monopoli, (Sirajuddin dkk, 2012).

Kemitraan dalam bentuk dukungan berupa pendanaan, pelatihan, penyediaan narasumber, pendampingan program, promosi lembaga, pemasaran produk, evaluasi program, dan bentuk dukungan lainnya sehingga program ini mampu berkembang menjadi lembaga yang mampu memberdayakan masyarakat, cerdas, sejahtera, dan bermartabat.

Hernandez et al, (2013) bahwa terdapat tiga komponen utama bertahan atau berlanjutnya suatu kemitraan adalah (1) kepercayaan (2) hubungan jangka panjang (3) terus menjadi anggota.

#### 1) Kepercayaan sebagai alasan berlanjutnya mitra

Kepercayaan dalam sebuah kemitraan merupakan hal yang sangat penting, bahkan menjadi faktor penentu berlanjutnya sebuah kemitraan. Kepercayaan merupakan faktor utama agar suatu hubungan kerjasama dapat bertahan lama. Karena kepercayaan merupakan investasi, dapat

dilihat maupun tidak dapat dilihat untuk mengatasi berbagai resiko dan kesulitan. Kepercayaan akan muncul dengan adanya saling berbagi pengalaman dan memotivasi. Hal ini bias berjalan karena jika hubungan kerjasama diawali dengan kepercayaan maka masing-masing pihak akan mempelajari satu sama lain, inilah yang kemudian akan membuat semua menjadi jelas atau tidak ada keraguan, dan pada akhirnya akan mengurangi resiko serta mengatasi kesulitan dalam kerjasama. Begitupun sebaliknya jika kepercayaan tidak ada, maka jalinan kerjasama akan gagal. Untuk membangun kepercayaan tersebut, maka peternak harus menunjukkan komitmen dan perhatian kepada mitra berupa komunikasi, kegiatan kongkrit yang menunjukkan komitmen, perhatian dan kebijakan yang mengarah pada kebaikan mitra (Buttle, 2004).

Setiap berlangsungnya jalinan kemitraan, terdapat hal yang diinginkan selain kepuasan kerja. Kenyamanan dalam menjalankan kerjasama juga merupakan keadaan yang ingin didapatkan dari hasil kinerja yang baik. Kenyamanan dalam menjalankan kerjasama kemitraan ini akan menimbulkan kepercayaan. Hal ini dijelaskan oleh Peppers and Rogers (2011) bahwa kepercayaan dalam hubungan kerja bisa ditimbulkan karena suatu perasaan “nyaman” dalam melanjutkan kegiatan dan adanya kesepakatan antara mitra yang bekerjasama. Perasaan nyaman ini sangat diutamakan dalam bekerjasama, bahkan jika ada organisasi yang mendapat rekomendasi dari pihak lain agar dipercaya, sehingga kenyamanan merupakan hal yang penting untuk menimbulkan rasa percaya terhadap suatu mitra.

Komitmen akan menghasilkan sebuah kepercayaan lembaga mitra sulit untuk digantikan. Sehingga lembaga mitra akan mempertimbangkan untuk mengganti dengan mitra lainnya. Jika kepercayaan telah sedemikian kuatnya maka akan memotivasi terus bagi lembaga yang telah dipercaya untuk terus meningkatkan komitmen bekerja secara maksimum. Hal ini harus dilakukan, karena ternyata kepercayaan ini mudah terluka, sehingga tidak menutup kemungkinan lembaga mitra akan mencari partner lainnya.

## 2) Hubungan jangka panjang

Membangun sistem distribusi yang efisien bahwa upaya membangun keunggulan kompetitif tersebut hanya dapat dilakukan melalui hubungan kerjasama yang bersifat jangka panjang. Penelitian Buttle (2004) menyebutkan bahwa faktor reputasi, kepercayaan, ketergantungan dan kepuasan sangat tinggi memiliki hubungan yang erat dengan kerjasama jangka panjang.

Pendapat lain oleh Mohr et al, (1996) yang menganggap komunikasi memiliki pengaruh yang besar terhadap hubungan kerjasama jangka panjang. Selain itu Morgan and Hunt (1994) juga menganggap komitmen sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi terciptanya kerja-sama yang bersifat jangka panjang.

Model *working partnership* dibangun melalui konstruk yang berpengaruh pada *trust* yaitu *communication* dan *outcomes given comparison levels* yang berujung pada hasil positif dan *firm working relationship* yaitu *satisfaction*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa

kunci keberhasilan kemitraan di masa datang terletak pada kemampuan mitra untuk menjalin kerja sama jangka panjang dengan *farmer*.

Pendapat Kalwani and Narayandas (1995) bahwa hubungan jangka panjang dapat mempertahankan bahkan meningkatkan profitabilitas suatu kerjasama, bahkan hubungan jangka panjang dipandang mendatangkan keuntungan di masa depan.

### 3) Tetap menjadi anggota

Pada awalnya, banyak kemitraan yang bergantung pada hubungan individu. Pemrakarsa awal dari hubungan kemitraan akan mampu untuk mengembangkan suatu strategi yang saling memberikan bermanfaat, namun hal yang paling mungkin menjadi landasan dari kemitraan dalam jangka pendek adalah hubungan individu yang kuat. Komunikasi yang jelas juga merupakan komponen penting dan terutama sangat berarti sebagai instrumen untuk mengelola harapan. sebagai hasilnya, kemitraan yang sukses adalah kemitraan yang memberikan hasil secara berkelanjutan (Morgan dan hunt, 1994).

Tidak bisa dipungkiri bahwa petani/peternak memerlukan hasil nyata bahwa kemitraan yang dilakukan mampu menghasilkan sesuai yang diharapkan. Hasil dari usaha tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, tujuan yang telah ditetapkan dari jalinan kemitraan. Semakin tinggi tingkat pemenuhan kebutuhan tersebut maka kepuasan dari mitra akan semakin tinggi dan tentunya akan terus menjadi bagian dari program kemitraan yang dijalankan.

## **F. Biaya Transaksi Berpengaruh Terhadap Tingkat Kepuasan**

Biaya transaksi (*transaction cost*) merupakan salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui kepuasan petani yang terlibat dalam kemitraan. Biaya transaksi ini digunakan untuk mengukur efisien atau tidaknya suatu desain usaha kemitraan maupun non kemitraan. Semakin tinggi biaya transaksi yang terjadi dalam sistem kerjasama, maka semakin tidak efisien usaha mitra yang didesain. Pada kenyataannya, terdapat hambatan-hambatan dalam pelaksanaan teori ini karena belum terungkap secara tepat definisi dari biaya transaksi itu sendiri, serta setiap kegiatan (transaksi) ekonomi selalu bersifat spesifik sehingga menyebabkan kesulitan untuk merumuskan variabel-variabelnya (Yustika, 2012).

Biaya transaksi menurut Mburu (2002) adalah ongkos untuk biaya menjalankan system usaha (*the cost of running the economic system*) dan biaya untuk menyesuaikan terhadap perubahan lingkungan (*costs to a change in circumstances*). Ringkasnya, biaya transaksi adalah ongkos untuk melakukan negosiasi mengukur, dan memaksakan pertukaran (*exchange*). Sedangkan menurut Mburu (2002), biaya transaksi dapat juga diartikan untuk memasukkan tiga kategori yang lebih luas, yaitu : (1) biaya pencarian dan informasi; (2) biaya negosiasi (*bargaining*) dan keputusan untuk mengeksekusi kontrak; dan (3) biaya pengawasan (*monitoring*), pemaksaan, dan pemenuhan/pelaksanaan (*compliance*). Secara lebih detail, proses negosiasi sendiri bisa sangat panjang dan memakan banyak biaya. Seluruh pelaku pertukaran harus melakukan tawar menawar antara satu dengan yang lainnya. Serikat kerja dan manajemen perusahaan, misalnya, setiap saat harus melakukan proses negosiasi baru secara periodik. Kemudian

pengukuran (measurement) juga dapat sangat mahal, karena menyangkut keinginan untuk mengetahui secara mendalam terhadap suatu barang dan jasa yang hendak diperjual belikan.

Mburu (2002) memandang biaya transaksi sebagai ongkos untuk lahan, tenaga kerja, kapital, dan keterampilan kewirausahaan (enterpreneurship) yang diperlukan untuk mentransfer hak hak kepemilikan (property rights) dari satu atau kelompok orang ke pihak yang lain. Dengan kata lain, biaya transaksi muncul karena adanya transfer kepemilikan atau lebih umum, hak-hak kepemilikan. Oleh karena itu, yang dimaksud biaya transaksi adalah biaya atas lahan, tenaga kerja, kapital, dan keterampilan kewirausahaan yang diperlukan untuk memindahkan (transfer) secara fisik input menjadi output.

Biaya adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Lupiyoadi (2001) menyebutkan empat faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

a. Biaya.

Konsumen cenderung puas terhadap produk atau jasa yang sedikit mengeluarkan biaya tambahan.

b. Kualitas Produk.

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

c. Kualitas Pelayanan.

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

d. Emosional.

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

Berdasarkan uraian di atas maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2001) salah satunya adalah kualitas biaya. Biaya tambahan yang rendah akan meningkatkan keuntungan oleh pelaku usaha ataupun produsen.

Kemitraan antara perusahaan dan petani adalah sebuah jaringan organisasi antara pasar dan hirarki, yang dibentuk oleh transaksi berulang-ulang selama pembagian kerja dan kerjasama antara perusahaan dan petani (Cao et al, 2011). Sebuah jaringan organisasi mengacu pada berbagai hubungan formal atau informal yang terbentuk oleh perilaku subyek yang memiliki kemampuan untuk berpartisipasi dalam kegiatan melalui arus sumber daya dalam proses partisipasi aktif atau pasif.

### **G. Tingkat Kepuasan Berpengaruh Terhadap Keberlanjutan Program**

Faktor-Faktor yang berhubungan dengan keberhasilan kemitraan menurut Hasyim (2005), banyak elemen kesuksesan kemitraan, beberapa elemen diantaranya :

1. Peran inti dan plasma yang aktif bersinergi yang kuat.

Peranan inti dalam pemasaran input bagi petani plasma dan pembelian produk usaha tani petani plasma menentukan dalam program kemitraan. Oleh sebab itu, peranan supervisor dan ketua kelompok tani penting sebagai pembina petani plasma program kemitraan yang selalu menggunakan teknologi baru dalam berbagi kegiatan sub sistem dan farming.

2. Saling menghargai antar peserta kemitraan.

Secara teoritis, rasa saling menghargai akan sulit dibangun selama pendekatan kekuatan dan perasaan ingin menguasai tetap ada. Oleh sebab itu, rasa saling menghargai antara peserta sangat penting dan perlu dibangun, sehingga mampu membangun kesaling ketergantungan antar peserta.

3. Saling percaya.

Kesesuaian antar peserta yang didasarkan pada saling menghargai dan kepercayaan antar peserta, bahkan ketika harapan dan kebutuhan yang berbeda pada kepentingan yang berbeda, kesesuaian ini perlu dipelihara. Secara psikologis, perbedaan akan selalu dapat diselesaikan dapat digunakan untuk membantu setiap peserta memperluas pandangannya.

4. Saling ketergantungan.

Saling ketergantungan antar peserta mampu membangun rasa kebersamaan dan semangat saling membantu. ketergantungan terbentuk jika informasi dan pasar terbuka. Petani plasma tergantung pada inti pada pengadaan input dan pasar produk, perusahaan inti tergantung pada petani plasma pada produk plasma yang memasok kebutuhan industri perusahaan inti, dan kelompok tani diperlukan keduanya sebagai fasilitator dan penengah terjadinya konflik.

5. Sinergi yang kuat.

Kesinergian program dan kekuasaan, walaupun beberapa peserta kemitraan mungkin mempunyai sumberdaya atau kapasitas yang kecil dibanding yang lain, tetapi kesinergian perlu tetap dibangun dalam basis sumberdaya tersebut. Untuk itu berbagai langkah harus disusun agar semua peserta terlibat. Kesinergian program dan kekuasaan, walaupun beberapa peserta kemitraan mungkin mempunyai sumberdaya atau kapasitas yang kecil dibanding yang lain, tetapi kesinergian perlu tetap dibangun dalam basis sumberdaya tersebut.

6. Transparansi.

Transparansi informasi dan pasar, transparansi informasi penting dibangun tanpa transparansi akan menimbulkan kesalahpengertian yang mungkin berakibat pada konflik kepentingan. Transparansi informasi harus lengkap, menyangkut informasi teknologi, pasar, harga, kualitas,

besaran produk, pendapatan, dan berbagai variabel produksi lainnya serta transparansi kebijakan.

7. Integritas, kesabaran, dan keajegan semua peserta.

Hambatan selalu akan dihadapi, frustrasi akan muncul, kemajuan akan lambat serta tandatanda adanya kemajuan mungkin suatu saat tidak muncul seketika. Elemen-elemen tersebut, dikombinasikan dengan kepercayaan dan penghargaan, akan memungkinkan peserta melewati saat-saat sulit yang tak terhindarkan.

Adapun kepuasan petani/peternak dalam prakteknya dapat stabil bahkan terus meningkat/berkelanjutannya suatu sistem kerjasama kemitraan sebagai berikut:

a. Kemitraan

Kemitraan merupakan jalinan kerjasama usaha yang merupakan strategi bisnis yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperkuat dan saling menguntungkan yang disertai adanya pembinaan dan pengembangan. Menurut Hafsah, (2000) pola inti-plasma adalah hubungan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar, yang didalamnya usaha menengah atau usaha besar bertindak sebagai inti dan usaha kecil selaku plasma, perusahaan ini melaksanakan pembinaan mulai dari penyediaan sarana produksi, bimbingan teknis, sampai dengan pemasaran hasil produksi.

b. Loyalitas/komitment

Hunjra dkk, (2011) menyatakan bahwa dimana pelanggan yang loyal adalah mereka yang puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga

mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Loyalitas adalah respon perilaku/ pembelian yang bersifat bisa dan terungkap secara terus-menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis.

c. Kualitas Produk (*Perceived Product Quality*)

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Penelitian Ervana,(2020) menunjukkan bahwa atribut-atribut produk mempengaruhi kepuasan peternak. Sementara kualitas produk diukur dari persepsi pelanggan atas tingkat kerusakan suatu produk mempengaruhi tingkat kepuasan.

d. Kualitas Layanan (*Perceived Service Quality*)

Kualitas pelayanan yang baik timbul karena adanya strategi pelayanan yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan perusahaan. Strategi pelayanan harus dapat terus dikembangkan untuk dipelihara dan ditingkatkan terutama untuk menciptakan *customer loyalty*. Strategi pelayanan harus dapat memberikan nilai *perceive value* yang diterima oleh pelanggannya, seperti pelayanan yang harus memenuhi harapan pelanggannya, maka hal ini akan memotivasi pelanggan untuk tetap setia pada perusahaan tersebut dari pada harus pindah ke perusahaan pesaing.

e. Kepuasan Kinerja/ Cara Kerja

Kepuasan dalam menjalankan suatu program adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi

dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Menurut Rangkuti (2006) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dengan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan kinerja adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Apabila kinerja di bawah harapan, pelanggan kecewa. Apabila kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang, atau gembira (Rangkuti, 2003).

#### f. Complaint

Komplain adalah suatu sikap pelanggan yang tidak puas terhadap produk atau pelayanan yang diterima dari penyedia jasa. Faktor ini mengacu pada intensitas keluhan dan cara di mana perusahaan mengatasi keluhan ini. Diharapkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan harus menurunkan kejadian keluhan (Bowo, 2011).

Menurut penelitian Afrilia dkk, (2016) bahwa ada beberapa komponen yang ada dalam menjalin kerjasama kemitraan dengan petani di jabarkan sebagai berikut:

##### **a. Kepercayaan Terhadap Kemitraan**

Penelitian ini juga mendukung penelitian Fu et al, (2013) yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kerjasama kemitraan. Hal ini dikarenakan adanya ketergantungan sehingga meningkatkan rasa konsistensi anggota untuk mendukung terus berlanjutnya kerjasama. Sejalan dengan teori ketergantungan sumber daya menyarankan

bahwa kerjasama antara perusahaan dan petani didasarkan pada rasa ketergantungan. Untuk menunjukkan ketulusan mereka, mereka memberikan aset khusus untuk mempertahankan dan mengembangkan hubungan mereka. Meningkatkan rasa ketergantungan akan menambah konsistensi kepentingan anggota, yang mengarah ke konsistensi dalam hal sikap, nilai-nilai dan tujuan. Ini adalah hubungan saling menguntungkan, yang akan membawa manfaat yang cukup besar untuk satu sama lain.

#### **b. Kepercayaan Terhadap Kinerja Kemitraan.**

Kauser dan Shaw, (2004), bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja kemitraan. Dalam kerjasama kemitraan kepuasan berperan penting. Karena kepuasan tersebut akan memperdalam hubungan dan meningkatkan kepercayaan satu sama lain. Sementara itu, tingkat kepercayaan yang rendah dan hubungan kerja sama yang kurang menguntungkan tidak akan memotivasi untuk mengelola kemitraan yang lebih fleksibel daripada perjanjian kontrak formal. Kepercayaan juga yang rendah juga menyebabkan konflik, hal ini disebabkan kecurigaan pada mitra yang akan membahayakan kerjasama dan menyebabkan kinerja kemitraan yang buruk.

#### **c. Kepercayaan Terhadap Stabilitas Kemitraan**

Penelitian Fu et al, (2013) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap stabilitas kemitraan. Hal ini dikarenakan hanya karena sebuah hubungan memberikan nilai tambah bagi anggotanya sehingga terjalin stabilitas kerjasama. Dalam setiap kemitraan pada dasarnya, berfungsi untuk memaksimalkan penciptaan nilai.

## **H. Biaya Transaksi Berpengaruh Terhadap Keberlanjutan Program Kemitraan**

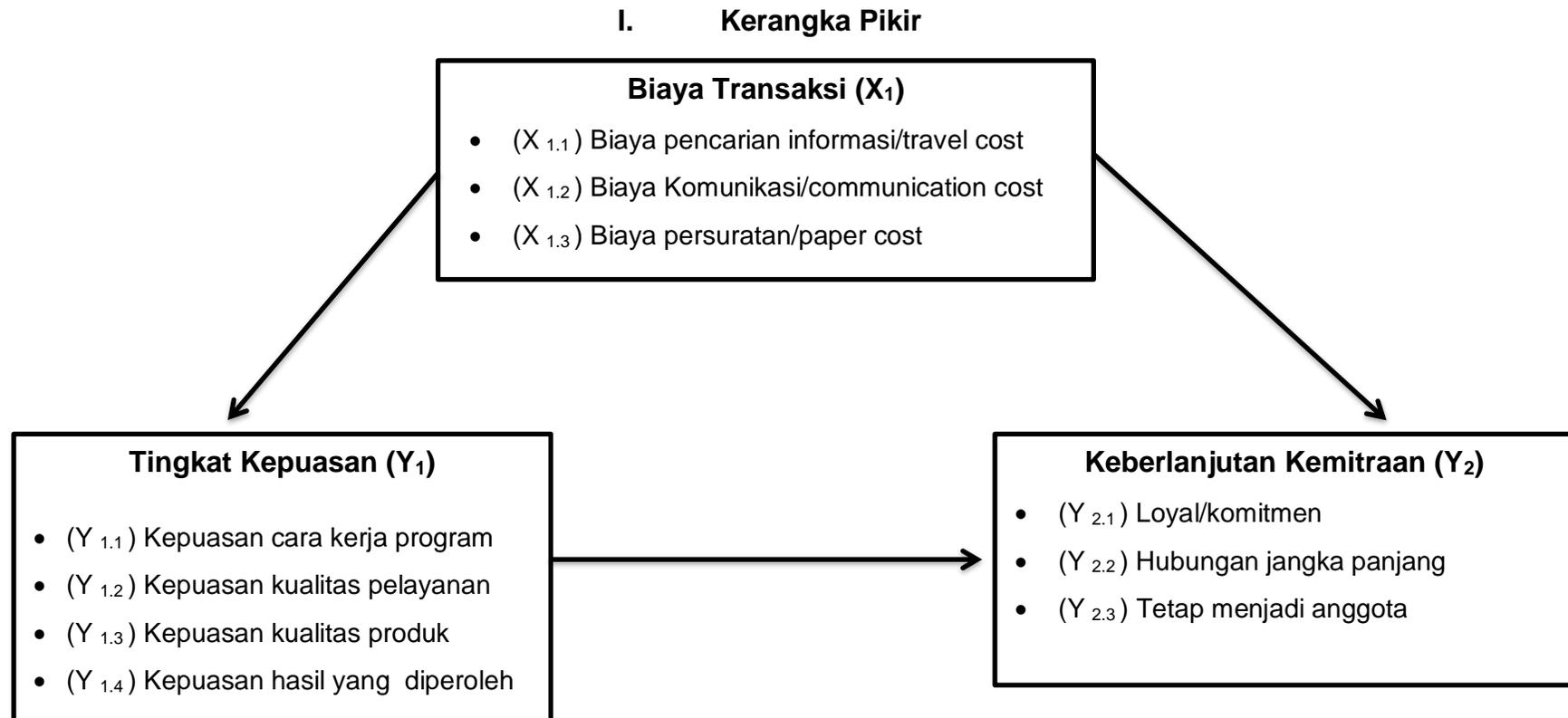
Dalam aktivitas ekonomi biaya transaksi sulit dihindari, sehingga menimbulkan tekanan ekonomi bagi peternak karena terjadinya transfer surplus yang cukup besar dari rumah tangga peternak ke pihak lain. Secara langsung biaya transaksi akan mengurangi penerimaan (benefit) peternak. Meskipun sulit dihindari, biaya transaksi perlu ditekan hingga mencapai tingkat yang efisien, agar benefit yang diterima dapat lebih maksimal dalam kerjasama kemitraan (Moss, 2013).

Kemitraan yang dijalankan seyogyanya memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, inti maupun plasma. Keberlanjutan ekonomi bermakna bahwa usaha yang dijalankan memiliki produktifitas yang tinggi dan memberikan keuntungan bagi peternak jika rendah dalam taraf biaya transaksi yang dikeluarkan (Salikin, 2003).

Biaya transaksi yang rendah secara otomatis akan berpengaruh pada peningkatan keuntungan dalam hal ini keuntungan ekonomi namun sebaliknya jika biaya meningkat maka akan menurunkan keuntungan ekonomi. Keberadaan biaya transaksi akan meningkatkan total biaya yang akan dikeluarkan sehingga mengakibatkan perbedaan harga yang diterima (Zulkarnai dan Windu, 2017).

Usaha peternakan akan berkelanjutan jika usaha tersebut mampu menghasilkan ternak dan produk peternakan secara berkesinambungan, sehingga terjadi peningkatan yang ditandai dengan peningkatan pendapatan peternak, penyerapan tenaga kerja, dan tumbuhnya berbagai kegiatan usaha pendukung, (Suyitman dkk, 2016).

Dalam konsep pembangunan peternakan yang berkelanjutan, termasuk usaha upaya pengembangan peternakan sapi (*farming sustainability*), memerlukan tiga pilar yang dipertahankan secara terus-menerus, yaitu secara ekonomi menguntungkan, ramah lingkungan, serta secara sosial memberikan rasa keadilan. Pendapatan peternak memiliki tiga dimensi yang berkaitan dengan ketiga pilar di atas, yaitu pertama dimensi teknis, kedua ekonomi dan ketiga sosial. Dengan demikian, setiap kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan peternak melalui sistem kemitraan yang strategis dalam mempertahankan kesinambungan usaha peternakan (Direktorat Jenderal Peternakan, 2007).



Gambar 1. Kerangka pikir

Gambar 1. Menunjukkan bahwa adanya variabel eksogen dan variabel endogen serta beberapa second order variabel. Diagram jalur *Model Structural Equation Modelling (SEM)* berfungsi untuk menunjukkan pola hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam *Model Structural Equation Modelling (SEM)* pola hubungan antar variabel akan diisi dengan variabel yang diobservasi, variabel laten dan indikator. Pada penelitian ini variabel eksogen yaitu biaya transaksi ( $X_1$ ) memiliki second order variabel yaitu biaya informasi ( $X_{1.1}$ ), biaya komunikasi ( $X_{1.2}$ ) dan biaya persuratan/pencatatan ( $X_{1.3}$ ), sedangkan variabel endogen tingkat kepuasan ( $Y_1$ ) memiliki second order variabel ( $Y_{1.1}$ ) Kepuasan cara kerja program, ( $Y_{1.2}$ ) Kepuasan kualitas pelayanan, ( $Y_{1.3}$ ) Kepuasan kualitas produk, dan ( $Y_{1.4}$ ) Kepuasan hasil yang diperoleh. Variabel endogen keberlanjutan kemitraan ( $Y_2$ ) memiliki second order variabel ( $Y_{2.1}$ ) Loyal/komitmen, ( $Y_{2.2}$ ) Hubungan jangka panjang dan ( $Y_{2.3}$ ) Tetap menjadi anggota. Penyusunan hipotesa menggunakan model sebab akibat (causal modeling) atau disebut juga analisis jalur (path analysis), yang menyusun hipotesa hubungan-hubungan sebab akibat.

## J. Hipotesis

Hipotesis adalah proporsi yang masih bersifat sementara dan masih harus di uji kebenarannya. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka hipotesis yang diambil penelitian ini adalah:

### a. Hipotesis Statistik (Umum)

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh biaya transaksi terhadap tingkat kepuasan dan keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.

$H_a$  : Terdapat pengaruh biaya transaksi terhadap tingkat kepuasan dan keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.

### b. Hipotesis Penelitian (Khusus)

$H_1$  : (-) Semakin meningkat biaya transaksi maka semakin menurun tingkat kepuasan peternak terhadap program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.

$H_2$  : (+) Semakin meningkat tingkat kepuasan peternak maka semakin meningkat keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.

$H_3$  : (-) Semakin meningkat biaya transaksi maka semakin menurun tingkat keberlanjutan kemitraan program pembibitan Sapi Bali *Maiwa Breeding Center (MBC)* diKabupaten Barru.