

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Subsektor peternakan memegang peran vital dalam agribisnis Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian, ketahanan pangan, dan kesejahteraan masyarakat. Sub sektor peternakan adalah salah satu pilar utama dalam dunia agroindustri di Indonesia. Hal ini disebabkan pertambahan penduduk dan isu ketahanan pangan yang merupakan alasan pemerintah untuk terus mendorong kemajuan sub sektor peternakan (Azizah, 2024). Salah satu produk peternakan yang menjadi sumber protein hewani paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah ayam pedaging (Febryansyah, 2022). Agribisnis ayam pedaging merupakan salah satu bidang usaha yang sangat penting dalam penyediaan kebutuhan pangan di Indonesia. Konsumsi daging ayam di dalam negeri terus meningkat tiap tahunnya. Hal ini didorong oleh harga daging broiler yang relatif murah dibandingkan dengan jenis daging lainnya. Selain itu, daging ayam broiler juga lebih mudah didapatkan.

Konsumsi per kapita daging ayam broiler di Indonesia menunjukkan tren yang meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) dan Outlook Komoditas Peternakan, konsumsi daging ayam broiler oleh rumah tangga relatif stabil di angka sekitar 5,73 kg per kapita per tahun pada periode 2020 hingga 2022. Namun, terjadi peningkatan signifikan pada tahun 2023, di mana konsumsi rumah tangga tercatat sebesar 7,46 kg per kapita per tahun. Pada tahun 2024, konsumsi rumah tangga mencapai 8,95 kg, dan pada tahun 2025 diperkirakan meningkat menjadi 9,23 kg per kapita per tahun. Jika digabungkan dengan konsumsi non-rumah tangga (seperti dari sektor hotel, restoran, katering, dan industri lainnya), total konsumsi nasional diperkirakan berada pada angka 11,22 kg per kapita pada 2023, dan akan meningkat menjadi 11,46 kg per kapita pada 2025.

Dari sisi produksi, laju pertumbuhan produksi ayam broiler menunjukkan tren positif. Berikut data Secara nasional terkait jumlah produksi daging ayam ras per kapita masyarakat Indonesia dalam kurun waktu 4 tahun terakhir.

Table 1. Data jumlah produksi ayam broiler nasional (2021-2024)

No.	Tahun	Produksi (juta ton)
1	2021	4,36
2	2022	4,69
3	2023	3,81
4	2024	3,98 (sementara)

Sumber : Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2025)

Data produksi selama periode 2021 hingga 2024 menunjukkan fluktuasi yang cukup mencolok, diawali kenaikan dari 4,36 juta ton pada 2021 menjadi 4,69 juta ton pada 2022, yang umumnya dipengaruhi oleh kondisi cuaca yang relatif mendukung dan permintaan pasar yang stabil (Budiyanto & Solahudin, 2013; Hasrul & Herman, 2024). Namun, produksi menurun signifikan menjadi 3,81 juta ton pada 2023 yang diduga dipicu oleh kenaikan harga pakan, gangguan cuaca ekstrem, serta potensi wabah penyakit ternak yang memengaruhi kesehatan dan angka kematian ternak (Wiratni & Panasea, 2023). Tahun 2024 mencatat sedikit pemulihan menjadi 3,98 juta ton meskipun masih belum kembali menyamai capaian tertinggi tahun 2022, yang menunjukkan betapa sektor peternakan sangat rentan terhadap faktor internal maupun eksternal, sehingga diperlukan upaya perbaikan berkelanjutan (Kurniati & Suharyani, 2024, Andriani et al., 2024).

Di Sulawesi Selatan, salah satu sentra produksi ayam broiler di luar Pulau Jawa, kontribusi produksi daging ayam ras pedaging mencapai 3,00% dari total nasional atau sekitar 93.500 hingga 132.000 ton per tahun (BPS, 2024). Tingginya produksi ayam broiler di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari peran aktif dan strategis para pelaku usaha dalam industri perunggasan. Pertumbuhan industri ini didorong oleh meningkatnya minat perusahaan dan masyarakat dalam budidaya ayam broiler (Harvey Febrianta & Tota Pirdo Kasih, 2023).

Permintaan yang terus meningkat ini direspons oleh industri perunggasan nasional melalui ekspansi produksi, baik oleh perusahaan besar maupun peternak plasma dalam sistem kemitraan, sehingga volume produksi ayam broiler mencapai angka jutaan ton setiap tahunnya. Penelitian menunjukkan bahwa jumlah peternak mitra berpengaruh positif dan signifikan terhadap total produksi ayam broiler di Indonesia; setiap pertumbuhan jumlah peternak mitra diikuti dengan peningkatan produksi ayam broiler secara nasional (Ridwan, 2020). Temuan ini menegaskan peran strategis kemitraan dalam pengembangan sektor peternakan ayam broiler.

Usaha budidaya ayam broiler pada dasarnya dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan cara mandiri atau bekerjasama dengan perusahaan dalam bentuk kemitraan. Namun, usaha peternakan broiler yang dijalankan secara mandiri menuntut peternak untuk menanggung seluruh investasi serta biaya produksi secara mandiri, sehingga sistem ini cenderung kurang diminati oleh peternak di Indonesia dibandingkan dengan pola kemitraan yang menawarkan dukungan dari pihak perusahaan inti (Gusti et al., 2021; Suryanti, 2020)(Febrianto et al., 2023). Oleh karena itu, pola kemitraan menjadi bentuk dominan dalam usaha budidaya ayam broiler, karena dinilai lebih efisien dan menguntungkan dibanding pola mandiri. Model usaha ini juga didukung oleh pemerintah yang mendorong petani untuk berkolaborasi melalui kemitraan dengan pemilik modal (Rohani et al., 2020).

Model kemitraan yang umum digunakan peternak ayam broiler berupa model kemitraan inti plasma (*Nucleus-plasm pattern*) dimana perusahaan berperan sebagai inti sementara peternak berperan sebagai plasma. Kerjasama pada model kemitraan berguna untuk saling menguntungkan bagi perusahaan dan peternak. Pihak perusahaan menyediakan sarana produksi seperti pakan, DOC (*Day Old Chicken*) atau bibit, vaksin dan obat, serta pengawas lapangan, sedangkan peternak menyiapkan biaya

operasional, kandang dan operator kandang (Wahid et al., 2023). Dalam pola kemitraan ini, perusahaan inti dan peternak plasma bekerja sama secara sinergis. Dengan integrasi dari hulu ke hilir ini, pola kemitraan tidak hanya meningkatkan efisiensi dan produktivitas tetapi juga menjamin kualitas produk, stabilitas pasokan, dan kesejahteraan peternak plasma. Adanya kemitraan merupakan salah satu strategi pengembangan usaha menuju arah yang lebih baik karena dengan adanya komitmen dan kerja sama dalam bentuk kemitraan membantu mengusahakan dengan menyediakan pengadaan sarana produksi yang lebih layak dan jaminan harga yang lebih stabil (Hestiningtyas et al., 2022)

Secara keseluruhan, data dari Ditjen PKH Kementan tahun 2022 menyebutkan bahwa di Sulawesi Selatan terdapat 244 perusahaan peternakan ayam ras pedaging, yang sebagian besar merupakan perusahaan kemitraan. Jumlah peternak mitra sendiri mencapai 572 peternak, yang menunjukkan skala kemitraan yang cukup besar di provinsi ini.

Tabel berikut menyajikan beberapa perusahaan kemitraan ayam broiler yang aktif beroperasi di Sulawesi Selatan, beserta keterangan utama mengenai model kemitraan atau jaringan yang mereka kelola

Table 2. Daftar Perusahaan Inti dalam Skema Kemitraan Ayam Broiler sdi Sulawesi Selatan

Nama Perusahaan/Kemitraan	Keterangan Utama
PT Charoen Pokphand Indonesia (CPI)	Salah satu pemain terbesar nasional. Di Sulsel, kemitraan dijalankan melalui PT. Semesta Mitra Sejahtera (SMS) dan grup terkait lainnya Memiliki sub-kemitraan seperti PT. Primatama Karya Persada (PKP) dan PT. Ciomas Adisatwa. Juga memiliki jaringan plasma di
PT Japfa Comfeed Indonesia (JCI)	berbagai kabupaten
PT Malindo Feedmill Indonesia	Beroperasi melalui kemitraan broiler dan anak
PT Sierad Produce	usaha seperti PT. Prima Faja
PT Sierad Produce	Salah satu pelaku industri kemitraan broiler
PT Super Unggas Jaya (SUJA)	skala nasional
PT Patriot Intan Abadi (PIA)	Terlibat dalam distribusi bibit dan pakan untuk
PT Ciomas Adisatwa	mitra broiler
PT Bintang Sejahtera Bersama (BSB)	Bergerak di bidang kemitraan unggas,
PT Bintang Sejahtera Bersama (BSB)	termasuk Sulsel
PT Bintang Sejahtera Bersama (BSB)	Grup Japfa, menjalankan pola kemitraan inti-
PT Bintang Sejahtera Bersama (BSB)	plasma secara aktif di Sidrap dan daerah lain
PT Bintang Sejahtera Bersama (BSB)	Salah satu mitra PT Charoen Pokphand,
PT Bintang Sejahtera Bersama (BSB)	bergerak dalam kemitraan ayam broiler di
PT Bintang Sejahtera Bersama (BSB)	Sulawesi Selatan khususnya

Sumber : Data Sekunder Diolah

Melalui keberadaan perusahaan-perusahaan inti tersebut, pola kemitraan di Sulawesi Selatan bukan hanya menjadi sarana distribusi input produksi, tetapi juga membentuk

ekosistem usaha ayam broiler yang relatif stabil dan terintegrasi. Di Sulawesi Selatan, sektor perunggasan ayam broiler didominasi oleh dua perusahaan inti besar, yaitu PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk dan PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Keduanya menjalankan pola kemitraan inti–plasma yang telah lama menjadi pilihan utama peternak plasma di berbagai wilayah, seperti Maros, Pangkep, Bone, hingga Gowa. PT Jass Mandiri Sejahtera menjadi salah satu perusahaan inti yang aktif menjalankan kemitraan inti–plasma di Kabupaten Pangkep

Hasil penelitian (Ni Putu Arya Wiratni, 2023) menunjukkan bahwa jumlah penyedia kemitraan pada industri broiler semakin banyak sedangkan jumlah peternak tidak mengalami peningkatan yang cepat. Ketatnya persaingan dalam industri kemitraan broiler ini mendorong perusahaan menyusun strategi bisnis yang tepat sehingga bisa menjadi mitra pilihan dari peternak. Strategi yang berorientasi pada kepuasan mitra menjadi elemen kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Menurut (Yani et al., 2022) Kunci utama perusahaan untuk memenangkan sebuah persaingan adalah dengan memberikan kepuasan kepada mitra atau pelanggannya.

Kepuasan peternak plasma terhadap kinerja dari pihak inti merupakan suatu indikator bahwa kerjasama kemitraan telah berjalan ideal sesuai dengan prinsip-prinsip kemitraan (Azizah et al., 2024). Kepuasan peternak plasma terhadap perusahaan inti dapat berdampak yang positif, karena peternak cenderung loyal dan tidak akan mencari perusahaan kemitraan lain. Begitupun sebaliknya, apabila peternak plasma merasa tidak puas terhadap kinerja dan pelayanan yang diberikan inti, peternak plasma diduga akan mencari perusahaan yang memberikan kinerja yang lebih baik (Sepoetri et al., 2016). Hal ini sejalan dengan yang disampaikan (Ayun & Suryoko, 2020) bahwa Jika mitra merasa puas, maka mitra akan kembali melakukan pembelian ulang dan menjadi mitra yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi tersebut, yaitu mendapatkan mitra yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika mitra merasa tidak puas, maka mitra tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah mitra dari perusahaan tersebut. Apabila kondisi perpindahan peternak plasma dari satu perusahaan inti ke perusahaan inti lainnya berlanjut secara terus menerus, maka hal ini tidak hanya meruhkan perusahaan tapi juga dapat mengganggu kinerja industri broiler secara keseluruhan (Wijaya et al., 2012). Fenomena perpindahan peternak plasma dari satu perusahaan inti ke perusahaan lain, yang kerap disebabkan oleh ketidakpuasan terhadap layanan atau kinerja, menjadi isu penting dalam keberlangsungan sistem kemitraan.

Kepuasan peternak merupakan elemen krusial dalam menilai keberhasilan program kemitraan antara peternak dan perusahaan inti, serta menjadi indikator penting dalam menjamin keberlanjutan usaha peternakan. Namun demikian, kepuasan tidak terjadi secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan dan kompleks.

Beberapa penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa skema kemitraan antara peternak (plasma) dan perusahaan inti memiliki peran penting dalam membentuk

kepuasan peternak. Misalnya, studi terhadap 30 peternak plasma PT Mitratama Karya Abadi di Malang menunjukkan CSI rata-rata sebesar 66,75 %, mengindikasikan tingkat kepuasan yang sedang. Meski demikian, terdapat enam atribut—termasuk kualitas DOC, manajemen pakan, dan layanan teknis—yang performanya dinilai masih rendah oleh peternak, sehingga memerlukan perhatian serius (Azizahi et al., 2024). Penelitian serupa oleh (Mappigau & Kasim, 2012) terhadap 58 peternak broiler juga melaporkan CSI sebesar 77,04 %, yang mencerminkan kepuasan "cukup baik". Namun, ditemukan tujuh atribut layanan perusahaan yang memiliki pentingnya tinggi, tapi performanya masih kurang memuaskan. Sementara itu, hasil penelitian Subiyanto et al., 2021 mengidentifikasi CSI yang lebih tinggi, yaitu 81,20 %, pada peternak broiler dalam kontrak kemitraan PT Gemilang Unggas Prima. Di samping itu, analisis IPA menunjukkan bahwa perusahaan perlu meningkatkan kualitas peralatan unggas untuk mempertahankan performa kemitraan.

Menurut (Jannah & Hayuningtias, 2024), (Mbalari et al., 2023), kepuasan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya (Tjiptono 2019, Armstrong (2019:115). Kualitas produk (sapronak) merupakan bagian penting bagi kepuasan peternak plasma karena faktor utama yang mempengaruhi pendapatan peternak disebabkan oleh kualitas DOC dan pakan (Pastika et al., 2020). Semakin baik kualitas sapronak yang diterima peternak, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka, karena dapat meningkatkan produktivitas dan profitabilitas usaha ternak mereka (Fitriono et al., 2021).

Menurut (Darno & Sri Yanthy Yosepha, 2022; Mandiri et al., 2022), kepuasan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung (Kotler dan Armstrong, 2019:61). Pentingnya kualitas layanan dalam menumbuhkan kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan konsep yang sudah mapan dalam pemasaran dan manajemen bisnis. Hal ini berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan selama berinteraksi dengan layanan perusahaan, yang mencakup elemen-elemen seperti keandalan layanan, daya tanggap, empati, bukti fisik, dan jaminan. (Rane et al., 2023).

Menurut (Mbalari et al., 2023)(Sepoetri et al., 2016), Kepuasan peternak dalam kerjasama dengan perusahaan inti dipengaruhi oleh citra perusahaan. Citra perusahaan mengacu pada persepsi subjektif konsumen terhadap perwakilan perusahaan termasuk kesan keseluruhan mereka terhadap produk, layanan, dan partisipasi perusahaan dalam kegiatan kesejahteraan masyarakat. (Cheng et al., 2024) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang erat antara reputasi perusahaan dengan kepuasan pelanggan. Reputasi perusahaan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagaimana dibenarkan dalam penelitian2 sebelumnya (Poromatikul et al., 2020). Reputasi perusahaan dan kepuasan pelanggan dijalankan dengan cara yang sama, yaitu semakin tinggi citra perusahaan maka semakin besar pula kepuasan pelanggan (Bernarto et al., 2022). Reputasi perusahaan yang buruk akan berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan dan reputasi yang baik akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan. Oleh karena itu, reputasi perusahaan harus ditingkatkan untuk mencapai kepuasan pelanggan (Ningrum, 2025).

Menurut (Susanto et al., 2023), (Arthur et al., 2024) (Lim et al., 2021) kepuasan dipengaruhi oleh kepercayaan. Menurut Kotler & Keller (2016: 225) “kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Commitment-Trust Theory Menjelaskan bahwa kepercayaan adalah fondasi dalam hubungan jangka panjang yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas. Kepercayaan peternak memiliki pengaruh terhadap kepuasan peternak terhadap perusahaan inti (Rosanti et al., 2022). Hubungan kemitraan harus didasari rasa saling menghormati, menghargai, dan saling percaya (Radic & Kuswandi, 2021). Hal ini juga berlaku dalam kemitraan broiler. Kemitraan dibangun atas dasar saling mempercayai, membutuhkan, dan menguntungkan. Kepercayaan ini diperlukan agar kemitraan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak tanpa merugikan satu sama lain (Nurihayanti, 2023)

Dalam konteks hubungan kemitraan antara peternak dan perusahaan inti, kepuasan memegang peranan strategis tidak hanya sebagai indikator keberhasilan operasional, tetapi juga sebagai faktor determinan dalam membentuk loyalitas peternak. *Satisfaction–loyalty framework* menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna, maka semakin tinggi pula loyalitas mereka (Sambo et al., 2022). Seiring dengan meningkatnya kepuasan, pengguna cenderung akan menggunakan layanan tersebut secara berulang dan merekomendasikannya kepada orang lain, sehingga memperkuat loyalitas mereka. (Askari et al., 2024). Jika peternak merasa tidak puas terhadap kinerja dan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung mencari perusahaan yang menawarkan kinerja yang lebih baik (Sepoetri et al., 2016).

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini secara khusus diarahkan untuk mengkaji secara kolektif pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan menambahkan variabel kepercayaan yang belum banyak dikaji secara eksplisit pengaruhnya terhadap kepuasan peternak plasma, serta implikasinya terhadap loyalitas dalam konteks kemitraan ayam broiler. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan, baik secara teoretis dalam memperkaya literatur mengenai manajemen hubungan kemitraan di sektor agribisnis, maupun secara praktis sebagai dasar pengambilan keputusan strategis bagi perusahaan inti dalam membangun hubungan kemitraan yang lebih efektif, berkelanjutan, dan saling menguntungkan.

1.2 Research Gap

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan acuan mengenai penelitian yang sejenis dan akan dijadikan sebagai pembandingan untuk mendapatkan hasil yang mengarah pada keadaan yang sebenarnya. Adapun penelitian yang terkait yaitu pada hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ayun & Suryoko, 2020) dengan judul “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Mitra Melalui Kepuasan Mitra (Studi pada Mitra Leker Joker Corporation di Yogyakarta)* ” yang menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan SPSS 26 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra dan loyalitas mitra. Hasil Penelitian (Jannah & Hayuningtias, 2024) juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan selanjutnya kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu penelitian (Harahap et al., 2023) juga mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas. (Saridewi &

Nugroho, 2022) juga menemukan bahwa kepuasan bisa melakukan mediasi variabel kualitas produk kepada loyalitas konsumen. Hal ini bertentangan dengan temuan (Sepoetri et al., 2016), yang berjudul "*Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Peternak Plasma Dalam Kemitraan Usaha Ternak Ayam Ras Pedaging/Broiler Rayon Yogyakarta (Kasus di Kemitraan PT. Malindo Feedmill Cabang Yogyakarta)*" dengan menggunakan metode alternatif dari *Structural Equation Modelling* (SEM), yaitu metode *Partial Least Square* (PLS) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan peternak plasma.

Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ni Putu Arya Wiratni, 2023) dengan judul "*Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas (Studi Kasus Pada Pt Kasi Garuda Bali)*" yang menggunakan analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan dan kepuasan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas anggota plasma secara positif dan signifikan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurihayanti, 2023) yang berjudul "*Pola Pola Kemitraan Ayam Ras Pedaging dalam Membangun Loyalitas Kerjasama Peternak Inti-Plasma*" yang menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 24, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pelayanan perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas kerjasama pola kemitraan ayam ras pedaging. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Budiarno et al., 2022) yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*" dengan menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS vs.21 menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Mbalari et al., 2023) yang berjudul "*Determinants of Broiler Chicken Farmer Satisfaction and Loyalty within Corporate Partnerships*" dengan menggunakan metode alternatif dari *Structural Equation Modelling* (SEM), yaitu metode *Partial Least Square* (PLS) menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas peternak plasma dalam kemitraan broiler. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Danang & Erni, 2023) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan*" dengan menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan mampu memediasi pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Deri Pranoto, 2021) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Pt. Bank Bri Persero Tbk.Cabang Tenggarong)*" dengan menggunakan metode alternatif dari *Structural Equation Modelling* (SEM), yaitu metode *Partial Least Square* (PLS) 3.2.8 menunjukkan bahwa citra perusahaan tidak terbukti meningkatkan pengaruh kepuasan mitra terhadap loyalitas mitra.

Dalam berbagai studi mengenai kemitraan peternakan ayam broiler di Indonesia, fokus utama penelitian sering kali tertuju pada aspek pendapatan, kualitas

pelayanan, dan kepuasan peternak. Namun, variabel kepercayaan antara peternak dan perusahaan inti belum banyak mendapat perhatian sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan peternak. Padahal, kepercayaan merupakan elemen kunci dalam menjalin hubungan kemitraan yang berkelanjutan dan harmonis. Sebagai contoh, dalam buku Syarif dan Firmansyah 2024, menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan peternak untuk melanjutkan kemitraan, namun tidak secara eksplisit mengkaji dampaknya terhadap kepuasan peternak. Beberapa penelitian dalam konteks berbeda juga menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk kepuasan (Christina Dewi W et al., 2023; Muslimah, 2023; Surip, 2023; Yuliamir et al., 2023). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji secara bersama-sama variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan dalam mempengaruhi kepuasan peternak ayam broiler dalam pola kemitraan, sehingga dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan strategi kemitraan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Selain itu, sebagian besar kajian mengenai pola kemitraan dalam usaha ayam broiler di Indonesia masih berpusat pada wilayah Pulau Jawa, khususnya di provinsi seperti Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Jawa Barat. Konsentrasi penelitian pada kawasan tersebut menyebabkan keterbatasan pemahaman terhadap dinamika kemitraan di wilayah luar Jawa. Padahal, daerah seperti Sulawesi Selatan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap produksi nasional ayam broiler, sebagaimana tercermin dalam data Ditjen PKH (2022). Ketiadaan kajian empiris yang memadai di wilayah tersebut menciptakan kesenjangan penelitian (*research gap*) yang penting untuk diisi guna membangun pemahaman yang lebih holistik dan representatif terhadap implementasi pola kemitraan di berbagai konteks geografis di Indonesia.

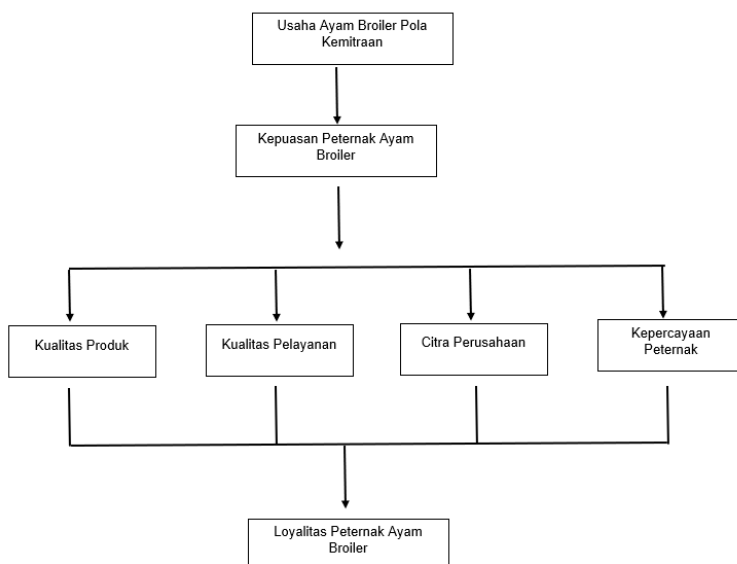
1.3 Kerangka Pikir

Agribisnis ayam broiler memiliki peran strategis dalam menunjang ketahanan pangan nasional, khususnya dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani masyarakat. Dalam praktiknya, pola kemitraan antara perusahaan inti dan peternak plasma menjadi model dominan dalam industri perunggasan karena dinilai mampu meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi risiko usaha, dan menjamin kepastian pasar bagi kedua belah pihak.

Keberhasilan dan keberlanjutan pola kemitraan tersebut sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan peternak plasma terhadap kinerja perusahaan inti. Tingkat kepuasan ini berperan penting dalam membentuk loyalitas peternak, yang menjadi salah satu indikator keberlanjutan hubungan kemitraan dalam jangka panjang. Sejumlah faktor diduga berkontribusi terhadap kepuasan peternak, antara lain kualitas sarana produksi ternak (sapronek), kualitas pelayanan, citra perusahaan, serta tingkat kepercayaan peternak terhadap perusahaan inti. Kualitas sapronek berkaitan langsung dengan performa budidaya, pelayanan yang optimal menciptakan kenyamanan dalam kerja sama, citra perusahaan membentuk persepsi dan reputasi, sedangkan kepercayaan menjadi fondasi hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan kompleksitas hubungan antar variabel tersebut, perlu disusun suatu kerangka pikir yang mampu memetakan pengaruh langsung dan tidak langsung dari masing-masing faktor terhadap kepuasan dan loyalitas peternak plasma. Kerangka

pikir ini akan menjadi dasar konseptual dalam menganalisis dinamika hubungan kemitraan dalam industri ayam broiler.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian Topik Penelitian

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan *research gap*, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan peternak terhadap kepuasan peternak, dan kaitannya dengan loyalitas peternak ?

1.5 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap kepuasan peternak pada usaha ternak ayam broiler pola kemitraan di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan

1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka penelitian sebelumnya dan kerangka pikir penelitian yang telah digambarkan di atas, maka dalam penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H1 Kualitas produk (saprotrak) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peternak
- H2 Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peternak
- H3 Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peternak
- H4 Kepercayaan peternak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peternak
- H5 Kepuasan peternak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peternak

- H6 Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peternak melalui kepuasan peternak
- H7 Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peternak melalui kepuasan peternak
- H8 Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peternak melalui kepuasan peternak
- H9 Kepercayaan Peternak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peternak melalui kepuasan peternak

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

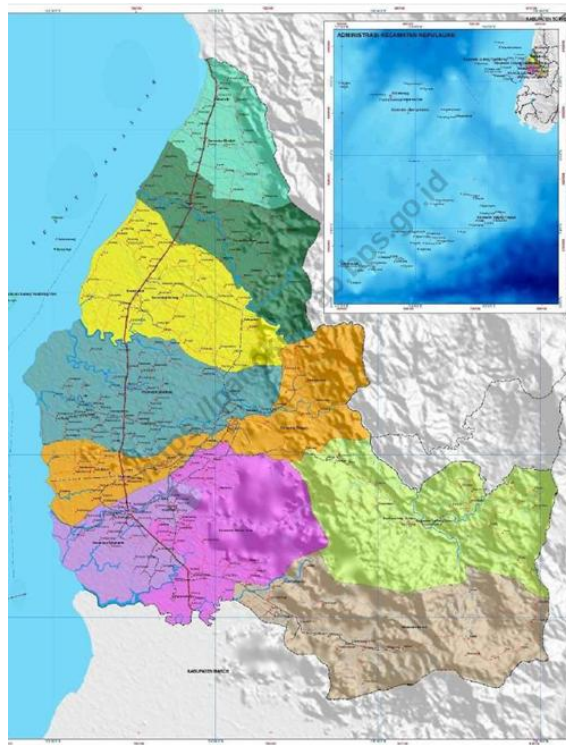
Adapun manfaat dari penelitian ini adalah ;

1. Bagi akademisi : sebagai acuan atau referensi penelitian ke depan terkait faktor-faktor yang menentukan kepuasan dan loyalitas peternak ayam broiler pada usaha ternak pola kemitraan
2. Bagi peternak plasma : Penelitian ini dapat dijadikan sebagai media dalam menyalurkan aspirasi peternak terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas peternak dalam bermitra guna menyusun strategi pelayanan yang tepat
3. Bagi perusahaan inti : Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi serta pengetahuan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasa dan loyalitas peternak dalam bermitra guna menyusun strategi pelayanan yang tepat
4. Bagi pemerintah dan instansi terkait : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran guna membantu pengembangan potensi dari usaha ternak ayam broiler pola kemitraan atau sektor agribisnis lainnya serta menjembatani pihak usaha dengan lembaga penunjang dalam hal kemitraan.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian



Gambar 2. Peta Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, Sulawesi Selatan
Sumber : Peta Tematik Indonesia (2024)

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan (Pangkep). Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive* yaitu penentuan lokasi penelitian secara sengaja dengan mempertimbangkan bahwa kabupaten pangkep merupakan salah satu pusat kegiatan peternakan ayam broiler berbasis kemitraan di Sulawesi Selatan, di mana perusahaan inti dan peternak plasma beroperasi secara aktif. Penelitian ini dilaksanakan selama 9 bulan, yaitu dari bulan september 2024 – Juni 2025. Periode ini mencakup tahap persiapan instrumen penelitian, pengumpulan data di lapangan melalui survei dan wawancara, serta tahap pengolahan dan analisis data hingga penyusunan laporan penelitian.

2.2 Design Penelitian

Dalam model penelitian ini, masing-masing variabel independen, yaitu **Kualitas Produk (X1)**, **Kualitas Layanan (X2)**, **Citra Perusahaan (X3)**, dan **Kepercayaan Peternak (X4)**, diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap variabel **Kepuasan Peternak (Y1)**. Pengaruh langsung ini merefleksikan sejauh mana persepsi peternak terhadap dimensi-dimensi tersebut membentuk kepuasan mereka dalam menjalani hubungan kemitraan dengan perusahaan inti. Lebih lanjut, variabel **Kepuasan Peternak (Y1)** diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara keempat variabel eksogen tersebut dengan variabel endogen **Loyalitas Peternak (Z1)**. Oleh karena itu, dalam kerangka model struktural, terdapat pengaruh tidak langsung dari X1, X2, X3, dan X4 terhadap Z1 melalui Y1. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan **Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS)** untuk mengestimasi pengaruh langsung dan tidak langsung antar konstruk. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi kekuatan dan signifikansi hubungan kausal dalam model, serta menguji peran mediasi kepuasan peternak dalam membentuk loyalitas peternak plasma pada pola kemitraan ayam broiler di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.

2.3 Populasi dan Sampel

2.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh peternak yang saat ini menjalankan bisnis usaha ayam broiler pola kemitraan inti plasma yang tersebar di beberapa Kecamatan yang ada di Kabupaten Pangkep.

2.3.2 Sampel

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2021), *purposive sampling* merupakan salah satu teknik *non-probability sampling*, di mana sampel dipilih secara sengaja oleh peneliti karena dianggap memiliki informasi yang paling sesuai dan relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini sering digunakan ketika populasi penelitian memiliki karakteristik tertentu yang hanya dapat diwakili oleh responden yang memenuhi kriteria spesifik, sehingga pemilihan sampel tidak dilakukan secara acak melainkan berdasarkan pertimbangan peneliti. Mulyana et al. (2024) juga menjelaskan bahwa *purposive sampling* memungkinkan peneliti untuk memfokuskan analisis pada subjek yang diyakini paling memahami fenomena yang diteliti. Adapun kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini meliputi :

- a. Usia responden dewasa atau diatas 17 tahun
- b. Berdomisili di Kabupaten Pangkep
- c. Responden sedang menjalankan usaha ternak ayam broiler pola kemitraan minimal 2 tahun
- d. Kapasitas kandang minimal 2000 DOC (*day old chicken*)

2.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari responden dengan membagikan kuesioner secara *offline* yang berisikan pertanyaan-pertanyaan. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mendatangi langsung peternak sebagai responden. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh data yang akurat dan memastikan bahwa responden memahami setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan metode ini, peneliti dapat berinteraksi langsung dengan peternak, memberikan penjelasan jika terdapat pertanyaan yang kurang dipahami, serta memastikan bahwa kuesioner diisi secara lengkap dan sesuai dengan tujuan penelitian. Data sekunder merupakan data-data yang berfungsi sebagai pelengkap maupun pendukung terhadap penelitian yang dilakukan. Sumber data akan dijelaskan lebih rinci sebagai berikut.

2.4.1 Data primer

Data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono, 2009). Metoda pengumpulan data yang dipakai untuk mendapatkan data primer dilakukan dengan cara menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian diberikan kepada responden untuk diisi. Setelah itu, kuesioner dikembalikan kepada peneliti (Bungin, 2017:133). Penyebaran kuesioner diberikan secara langsung dengan mendatangi alamat rumah atau kandang peternak yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel pada kuesioner dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Saputra & Nugroho, 2017). Metode *scoring* skala likert yang dilakukan dapat ditunjukkan dengan keterangan sebagai berikut

Table 3. Instrumen Penelitian dalam Skala Likert

Instrumen Skala Likert	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5

Instrumen Skala Likert	Skala	Skor
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Penyusunan kuesioner untuk alternatif jawaban responden adalah dengan menggunakan skala dari 1-5, mulai dari pilihan “Tidak Setuju” sampai “Sangat Setuju”, sehingga responden mampu menuangkan penilaian terhadap pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang diberikan.

2.4.2 Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang digunakan sebagai pelengkap dan penunjang data primer yang telah diperoleh sesuai dengan bukti yang relevan. Metode pengambilan data sekunder sebagai berikut:

a. Akun Resmi Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan

Akun resmi tersebut digunakan sebagai pencarian informasi mengenai regulasi pelaksanaan kemitraan, pelaku kemitraan, dan bentuk kemitraan yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan alat kelengkapan data yang digunakan untuk menunjang informasi yang telah didapat. Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini meliputi foto dan video yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.

2.5 Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian

Dalam analisis struktural, variabel-variabel dalam suatu model dibedakan menjadi dua kelompok utama, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Pemahaman terhadap kedua jenis variabel ini penting untuk menjelaskan arah hubungan kausal dalam model penelitian. Variabel eksogen adalah variabel yang nilainya mempengaruhi variabel lain di dalam model (Yudiatmajaya, 2021). Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan peternak. Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas yang mana pada penelitian ini ialah kepuasan dan loyalitas peternak. Adapun indikator dari setiap variabel dapat dilihat pada tabel 4. berikut

Table 4. Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel Laten	Variabel Indikator			Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol	Pernyataan	
1	Kualitas Produk	Performance (Kinerja)	Kemampuan Doc, pakan, obat dan vaksin untuk menjalankan fungsinya secara optimal	KUALI1	1. Pertumbuhan livebird yang disediakan oleh perusahaan inti normal dan sehat	Menurut Amrullah, et.al (2017)
		(Feature) Fitur	karakteristik Doc, pakan, obat dan vaksin yang dapat diukur secara objektif atau dinilai secara subjektif oleh peternak plasma	KUALI2	1. Kondisi DOC yang diterima oleh peternak mitra terbebas dari abnormalitas (kaki bengkok, kepala cacat, leher terpelintir dan paruh menyilang)	
		Kehandalan (Reliability)	kemampuan perusahaan inti untuk memberikan respons yang cepat dan sesuai terhadap permintaan dan kebutuhan peternak plasma ayam broiler	KUALI3	1. Mortalitas (tingkat kematian) DOC kurang dari 5% selama periode budi daya 2. FCR sesuai dengan pertumbuhan berat badan ayam broiler yang dibudidayakan	

No	Variabel Laten	Variabel Indikator			Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol		
	Durability (Daya Tahan)	(Daya	Kemampuan Doc, pakan, obat dan vaksin untuk mempertahankan kualitas dan fungsinya selama periode penggunaan yang diharapkan dalam pemeliharaan ayam broiler	KUALI4	1. Pakan perusahaan inti tidak kadaluwarsa selama masa budi daya 2. Tidak terdapat ayam broiler yang diafkir (tidak sehat) selama proses budi daya	
	Conformance (kesesuaian)		Kemampuan Doc, pakan, obat dan vaksin untuk mematuhi standar kualitas dan spesifikasi teknis yang ditetapkan oleh industri terkait penggunaan dalam pemeliharaan ayam broiler	KUALI5	1. DOC, pakan, obat, dan vaksin yang saya terima sudah sesuai dengan standar atau ketentuan dari perusahaan 2. DOC, pakan, obat, dan vaksin yang saya terima cocok dan sesuai untuk dipakai dalam pemeliharaan ayam broiler	

No	Variabel Laten	Variabel Indikator				Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol	Pernyataan		
2	Kualitas Pelayan an	<i>Responsiveness (Daya tanggap)</i>	kemampuan perusahaan inti untuk memberikan respons yang cepat dan sesuai terhadap permintaan dan kebutuhan peternak plasma ayam broiler	LAYAN AN1	1. Jika terjadi komplain terhadap kualitas DOC dan pakan, perusahaan inti menanggapinya dengan cepat 2. Respon PPL kepada peternak mitra cepat dan tepat waktu	Likert Scale	Menurut (Kotler & Keller 2016:140
		Reliability (Keandalan)	kemampuan perusahaan inti untuk memberikan layanan yang konsisten dan sesuai dengan standar yang dijanjikan atau diharapkan	LAYAN AN2	1. Pemanenan dan penjualan livebird dilakukan dengan cepat dan tepat waktu 2. Pembayaran hasil budi daya dilakukan kurang dari 10 hari		
		<i>Assurance (Jaminan)</i>	kemampuan perusahaan inti untuk memberikan keyakinan dan rasa aman kepada peternak plasma	LAYAN AN3	1. Peternak mitra merasa aman melakukan kerja sama dengan perusahaan inti 2. PPL memiliki pengetahuan yang baik tentang skema		

No	Variabel Laten	Variabel Indikator			Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol		
					kontrak dan teknik budi daya ayam broiler	
	Emphaty (Empati)		Kemampuan perusahaan untuk memahami, merasakan, dan merespons kebutuhan serta kekhawatiran peternak plasma dengan cara yang penuh perhatian dan peduli	LAYAN AN4	1. Perusahaan inti memberikan perhatian kepada peternak mitra secara personal 2. PPL dapat dihubungi dan memiliki ketersediaan waktu saat dihubungi oleh peternak mitra	
	<i>Tangibles Fisik)</i>	<i>(Bukti</i>	Aspek fisik dan material dari layanan yang disediakan perusahaan	LAYAN AN5	1. PPL berpenampilan menarik dan rapi 2. PPL dilengkapi dengan peralatan kerja yang memadai dan terkini, terutama untuk teknis budi daya (timbangan, termometer elektronik, humidity meter, dan gunting bedah)	

No	Variabel Laten	Variabel Indikator			Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol		
3	Citra Perusahaan	Kepribadian (<i>Personality</i>)	karakteristik yang dipersepsikan peternak plasma tentang perusahaan inti	CITRA1	1. Perusahaan inti selalu terbuka dan transparan dalam komunikasi mereka dengan peternak mitra	Likert Scale Menurut Griffin (2010)
		Reputasi (<i>Reputation</i>)	Kesan yang berkembang di mitra bisnis mengenai kredibilitas, integritas, dan kualitas perusahaan inti	CITRA2	1. Perusahaan inti memiliki reputasi yang baik di industri kemitraan broiler	
		Nilai (<i>Value</i>)	prinsip, standar, dan komitmen yang dipegang oleh perusahaan inti dalam hubungannya dengan peternak plasma	CITRA3	1. Saya merasa bahwa nilai-nilai perusahaan inti selaras dengan nilai-nilai pribadi saya dalam menjalankan bisnis ayam broiler	
		Identitas Perusahaan (<i>Corporate identity</i>)	Atribut dan elemen yang membedakan perusahaan inti dari kompetitornya	CITRA4	1. Logo dan nama perusahaan ini mudah dikenali dan membedakan mereka dari pesaing di industri kemitraan ayam broiler	

No	Variabel Laten	Variabel Indikator				Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol	Pernyataan		
4	Kepercayaan	Keyakinan (<i>Benevolence</i>)	Keyakinan peternak plasma bahwa perusahaan inti akan memenuhi janji dan komitmen mereka dalam hal pengiriman produk, kualitas, dan layanan sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat	PERCA YA1	1. Perusahaan inti selalu jujur dan bersikap ramah terhadap peternak 2. Perusahaan inti selalu menepati janji-janji yang mereka buat kepada peternak plasma	Likert Scale	Menurut (Kotler & Keller 2016:140)
		Kemampuan (<i>ability</i>)	Penilaian peternak plasma terhadap sejauh mana perusahaan inti memiliki kapasitas untuk memenuhi komitmen mereka dalam kemitraan	PERCA YA2	1. Saya yakin bahwa perusahaan inti memiliki keahlian teknis yang diperlukan untuk mendukung kebutuhan peternakan saya 2. Perusahaan mitra saya menyediakan kualitas jasa yang terbaik		
		Kejujuran (<i>integrity</i>)	Tingkat keyakinan peternak plasma bahwa perusahaan inti bertindak dengan	PERCA YA3	1. Perusahaan inti selalu memenuhi tanggung jawabnya terhadap peternak plasma		

No	Variabel Laten	Variabel Indikator				Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol	Pernyataan		
5	Kepuasan	Minat bekerjasama kembali	transparansi, integritas, dan etika dalam setiap aspek kemitraan	PERCA YA4	1. Saya merasa bahwa saya dapat bergantung pada perusahaan inti untuk memenuhi kebutuhan saya dalam usaha budidaya ayam broiler	Likert Scale	Menurut Griffin (2010)
			Tingkat kesiapan peternak plasma untuk mengandalkan perusahaan inti dalam memenuhi kebutuhan proses budidaya ayam broiler mereka		2. Perusahaan inti selalu dapat diandalkan dalam menyediakan produk dan layanan berkualitas		
			Tingkat kesediaan dan keinginan peternak plasma untuk terus menjalin hubungan bisnis atau kemitraan dengan perusahaan inti		1. Saya berniat untuk melanjutkan kerja sama dengan perusahaan inti dimasa yang akan datang 2. Saya merasa puas dengan produk dan		

No	Variabel Laten	Variabel Indikator				Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol	Pernyataan		
					layanan perusahaan inti sehingga saya tidak tertarik untuk mencari pemasok lain		
		Kesesuaian harapan	Sejauh mana produk atau layanan yang diterima oleh peternak plasma memenuhi atau melebihi ekspektasi dan kebutuhan yang telah mereka tetapkan sebelumnya	PUAS2	1. Produk yang saya terima dari perusahaan inti sesuai dengan harapan saya sebelum membeli	Likert Scale	
		Kesediaan merekomendasikan	Tingkat keinginan peternak plasma untuk merekomendasikan produk atau layanan yang mereka terima kepada peternak lain	PUAS3	1. Saya akan merekomendasikan perusahaan inti kepada peternak lain sebagai mitra bisnis yang terpercaya 2. Saya percaya bahwa peternak lain akan mendapatkan manfaat yang sama baiknya		

No	Variabel Laten	Variabel Indikator				Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol	Pernyataan		
6	Loyalitas	Repeat purchase	Kecenderungan peternak plasma untuk terus membeli produk atau layanan dari perusahaan inti	LOYAL1	jika mereka menjalin kemitraan dengan perusahaan inti 1. Saya tetap akan membeli DOC dan pakan yang disediakan oleh perusahaan inti	Likert Scale	Menurut Griffin (2010)
		Retention	Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan peternak plasma sebagai pelanggan tetap dalam jangka waktu yang lama	LOYAL2	1. Saya loyal terhadap perusahaan inti dan tidak berencana untuk mengganti mitra bisnis saya 2. saya akan tetap memilih perusahaan mitra saya saat ini meskipun ada penawaran dari perusahaan inti lain		
		Referrals	Seberapa cenderung peternak plasma untuk merekomendasikan perusahaan inti kepada peternak lain	LOYAL3	1. Saya bersedia menjadi referensi bagi perusahaan inti untuk peternak lain yang	Likert Scale	

No	Variabel Laten	Variabel Indikator				Measurement Unit Type	Sumber
		Nama	Definisi Operasional	Simbol	Pernyataan		
					mempertimbangkan kemitraan		

1.6 Teknik Analisis Data

1.6.1 Analisis deskriptif responden

Analisis deskriptif responden digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui profil peternak plasma ayam broiler di Kabupaten Pangkep sebagai responden penelitian, sehingga dapat memberikan konteks terhadap hasil analisis lebih lanjut. Karakteristik yang dianalisis mencakup beberapa variabel demografis dan usaha, antara lain, usia, jenis kelamin, lama beternak, kapasitas kandang, serta motivasi dalam mengikuti program kemitraan. Informasi tersebut disajikan dalam bentuk tabel pada bab berikutnya guna mendukung interpretasi data dan analisis lebih lanjut

1.6.2 Analisis SEM-PLS (*Partial Least Square*)

Pada analisis inferensial ini, Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini analisis data statistik inferensial diukur dengan menggunakan software SmartPLS mulai dari pengukuran model (outer model), struktur model (inner model) dan pengujian hipotesis. PLS menurut Ghozali (2015), merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang powerfull, tidak harus memenuhi persyaratan asumsi normalitas data dan ukuran sampel tidak harus besar. PLS selain dapat digunakan sebagai konfirmasi teori juga dapat digunakan untuk membangun hubungan yang belum ada landasan teorinya atau untuk pengujian proposisi (Juliandi, 2018).

Ukuran sampel minimal yang digunakan PLS-SEM lebih kecil dari CB-SEM. PLS-SEM sangat baik digunakan ketika ukuran sampel kecil (Hair et al. dalam Zuhdi, 2016). Pada PLS-SEM (Chin, 2008) menyatakan minimal ukuran sampel yang digunakan PLS-SEM ialah 30-100 ukuran sampel. Menurut (Arya Pering, 2020) PLS merupakan metode analisis *powerfull* dan sering disebut juga sebagai *soft modelling* karena meniadakan asumsi-asumsi *Ordinary Least Square* (OLS) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara multivariate dan tidak adanya problem multikolonieritas antar variabel eksogen. Ghozali (2021) merekomendasikan untuk menggunakan PLS-SEM jika penelitian adalah eksplorasi atau perpanjangan dari teori struktural yang ada.

Dengan demikian, alasan peneliti menggunakan pendekatan Partial Least Squares (PLS) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. PLS merupakan metode analisis yang dapat diterapkan pada semua skala data.

- b. Peneliti tidak bertujuan untuk membangun teori baru.
- c. PLS dapat digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel yang landasan teorinya lemah atau untuk melakukan konfirmasi teori (pengujian hipotesis).
- d. PLS dapat menghasilkan informasi yang baik sehingga dapat digunakan baik untuk eksplanasi, prediksi, maupun konfirmasi.

1. Evaluasi Outer Model (Model pengukuran)

Evaluasi outer model atau evaluasi model pengukuran berarti evaluasi sejauhmana menguji validitas, reliabilitas indikator serta validitas diskriminan yang digunakan untuk mengukur variabel laten, Hair et al, 2017. Dalam melakukan analisis jalur menggunakan metode SEM terdapat beberapa langkah – langkah yang harus dilakukan.

Langkah pertama dalam melakukan evaluasi yaitu terdapat 3 langkah pengujian yaitu sebagai berikut:

a. Uji *Individual Item Reliability*

Menurut Hair et al. (2011) valid berarti instrumen tersebut dapat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas alat ukur diuji dengan menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari setiap butir pertanyaan dengan keseluruhan yang diperoleh pada alat ukur tersebut. Nilai *factor loading* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut memang menjelaskan variabel yang diukurnya. Indikator yang memiliki nilai *factor loading* antara 0.7 dapat diterima. Nilai *Outer Loading* Menurut Hair et al. (2011) nilai validitas konvergen yang dapat diterima dan dianggap valid dalam sistem SmartPLS adalah apabila nilai dari *factor loading* diatas 0.7 namun secara umum nilai dari *loading factor* harus > 0.7 .

b. Uji *Internal Consistency*

Menurut Sugiyono (2019) bahwa reliabilitas adalah hasil penelitian dimana terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Untuk pengujian reliabilitas, terdapat dua indikator yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Menurut Hair et al., 2017, uji *composite reliability* dapat diterima dan dinyatakan valid apabila nilai > 0.70 dan nilai *cronbach's alpha* > 0.60 dianggap dapat diterima atau masih dikatakan valid dalam sebuah penelitian

c. Uji *discriminant Validity*

Pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar perbedaan antar variabel. Nilai yang dilihat dalam pengujian ini adalah nilai *average variance extrracted* (AVE) yang diperoleh sebagai hasil estimasi dimana nilainya harus > 0.50 . Syarat berikutnya yang juga harus dipenuhi adalah nilai akar kuadrat dari AVE setiap variabel, harus lebih besar daripada nilai korelasi dengan variabel lainnya (Hair et al., 2011).

2. Evaluasi Structural Model (*Inner Model*)

Evaluasi ini berkaitan dengan pengujian hipotesis yaitu menguji koefisien jalur/*path coefficient* dan tingkat signifikansinya. Evaluasi inner model ini terdiri dari :

a. Pemeriksaan kolinieritas antara variabel

Pertama adalah pemeriksaan multikolinier antara variabel eksogen yang mempengaruhi variabel endogen. Nilai inner VIF < 5 menunjukkan tidak ada multikolinier

b. Pengujian Signifikansi *Path Coefficient*

Pada penelitian ini, taraf signifikansi yang digunakan (α) adalah sebesar 5%. Pada tingkat tersebut, maka nilai *t-table* yang digunakan sebagai pembandingan dengan nilai *t-statistic* masing-masing hubungan adalah 1,964, artinya apabila hubungan antar variabel memiliki nilai *t statistic* di atas nilai tersebut maka hipotesa terhadap hubungan tersebut dapat diterima. Analisis koefisien jalur bertujuan untuk melihat signifikansi besaran *coefficient path (regression weights estimate)* untuk membuktikan hipotesis yang ada. Pada pengujian dua arah (*two tailed*), hipotesis diterima (H_a diterima dan H_0 ditolak) jika dengan tingkat signifikansi 0,05 nilai *critical ratio* > 1,96 dan dengan tingkat signifikansi 0,05 nilai *critical ratio* > 2,58.

Proses pengujian hipotesis dalam analisis SEM PLS menggunakan proses *bootstrapping* karena alasan bahwa SEM PLS tidak mengasumsikan bahwa data berdistribusi tertentu (*non parametrik*). Bila *p-value* koefisien jalur mediasi kurang dari 0,05 maka ada pengaruh signifikan antara variabel, Hair et al (2017). Metode *bootstrapping* yang digunakan adalah *bias corrected and accelerated bootstrap* dimana metode ini dianjurkan untuk menskalakan data ketika data tidak berdistribusi normal, Hair et al 2021.

Dalam bukunya Husein (2015: 21) pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai *t-statistik* dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk α 5% nilai *t-statistik* yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak ketika *t-statistik* > 1,96. Untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai $p < 0,05$.

c. Effect size *f square*

Effect size square atau disebut *F Square* menjelaskan pengaruh variabel pada level struktural. Dalam Hair et al (2021) interpretasi nilai *f square* 0,02 (pengaruh rendah), 0,015 (pengaruh sedang) dan 0,35 (pengaruh tinggi).

3. Evaluasi kebaikan dan kecocokan model

Evaluasi kebaikan dan kecocokan model dapat dilihat dari nilai *R square*, *Q square*, SRMR, PLS *predict*, (Hair et al., 2019), dengan kriteria sebagai berikut

a. *R square*

Ukuran statistik *R square* menggambarkan besarnya variasi variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen/endogen lainnya dalam model. Menurut Chin (1998) nilai interpretasi *R square* secara kualitatif adalah 0,19 (pengaruh rendah), 0,66 (pengaruh moderat), dan 0,66 (pengaruh tinggi).

b. *Q square*

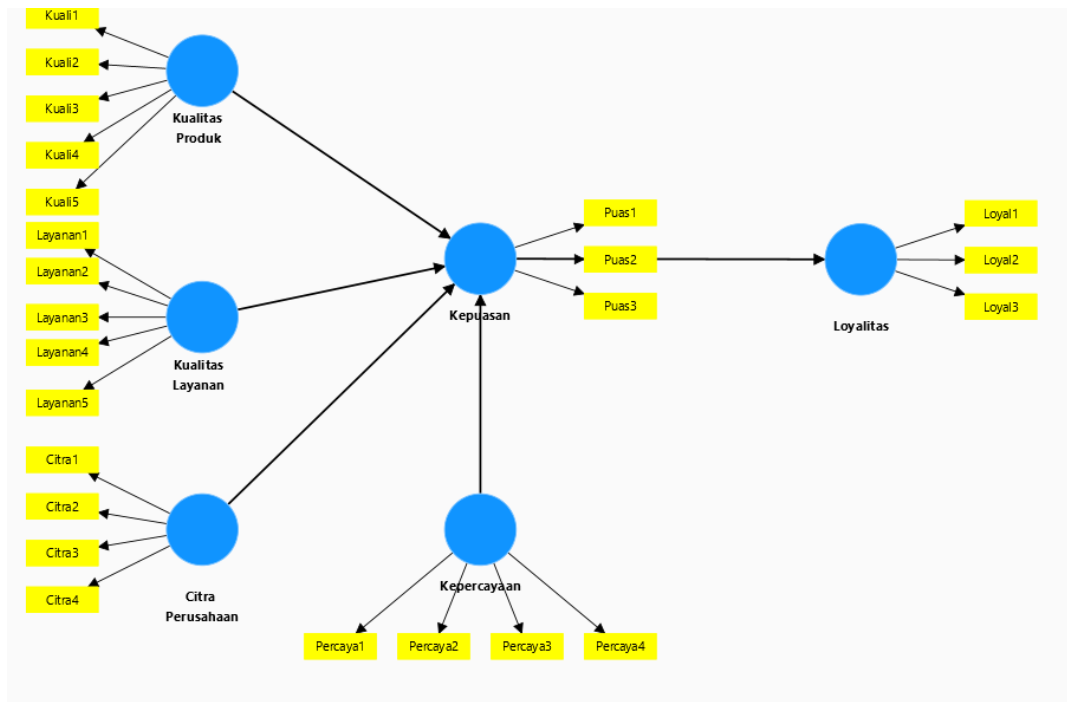
Ukuran statistik Q square menggambarkan ukuran akurasi prediksi yaitu seberapa baik setiap perubahan variabel eksogen/endogen mampu memprediksi variabel endogen. Ukuran ini merupakan bentuk validitasi PLS untuk menyatakan kesesuaian prediksi model (*predictive relevance*). Nilai q square diatas 0 menyatakan model mempunyai *predictive relevance* akan tetapi dalam hair et al (2019) nilai interpretasi q square secara kualitatif adalah 0 (pengaruh rendah), 0,25 (pengaruh moderat), dan 0,50 (pengaruh tinggi).

c. *Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)*

SRMR yaitu ukuran *fit model* (kecocokan model) yaitu perbedaan antara matrik korelasi dengan matrik korelasi taksiran model. Dalam Yamin (2022), nilai ini merupakan ukuran *fit model* (kecocokan model) yaitu perbedaan antara matriks korelasi data dengan matrik korelasi taksiran model. Dalam Hair et al (2021), nilai SRMS dibawah 0,08 menunjukkan model fit (cocok) dan nilai SRMR antara 0,08-0,10 menunjukkan model *acceptable fit*.

B. PLS Predict

Hair et al (2019) menyatakan bahwa PLS adalah analisis SEM dengan tujuan prediksi. Oleh karena itu maka perlu dikembangkan satu ukuran bentuk validasi model untuk menunjukan seberapa baik kekuatan prediksi model yang diajukannya. PLS *predict* bekerja sebagai bentuk validasi kekuatan uji prediksi PLS. Untuk menunjukan bahwa hasil PLS mempunyai ukuran kekuatan prediksi yang baik maka perlu dibandingkan dengan model dasar yaitu model regresi linier (LM). Model mempunyai *accuracy predictive* tinggi bila seluruh nilai RMSE (*Root mean squared error*) atau MAE (*Mean absolute error*) model PLS lebih rendah dari model pembanding Naïve LM (Model Regresi Linier). Bila sebagian besar atau sama dengan 50% item pengukuran variabel endogen model PLS mempunya nilai indikator nilai RMSE dan MAE dibandingkan model regresi linear maka model PLS mempunyai kekuatan prediksi medium. Jika sebagian kecil model PLS mempunyai kekuatan prediksi rendah.



Gambar 3. Diagram jalur SEM penelitian aplikasi *structural equation modeling* dalam menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan peternak terhadap loyalitas peternak melalui kepuasan peternak ayam broiler pola kemitraan

