

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PETERNAK PLASMA
TERHADAP POLA KEMITRAAN TUNAS MEKAR FARM
DI KECAMATAN NANGGUNG, KABUPATEN BOGOR**

SKRIPSI

MANTERA KUSUMAH



**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2008**

RINGKASAN

MANTERA KUSUMAH. D34103055. ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PETERNAK PLASMA TERHADAP POLA KEMITRAAN TUNAS MEKAR FARM DI KECAMATAN NANGGUNG, KABUPATEN BOGOR. Skripsi. Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.

Pembimbing Utama : Ir. Juniar Atmakusuma, MS.

Pembimbing Anggota : Ir. Burhanuddin, MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) untuk mengidentifikasi karakteristik peternak plasma Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor dan (2) untuk menganalisis tingkat kepuasan peternak plasma terhadap atribut mutu pelayanan Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2007 menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dan pengamatan langsung kepada peternak. Data sekunder diperoleh dari data Tunas Mekar Farm dan studi literatur. Ada 22 orang peternak yang bergabung dengan kemitraan Tunas Mekar Farm dan semuanya menjadi responden dengan menggunakan metode sensus. Data yang didapat ditabulasikan kemudian dianalisis menggunakan metode Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja dan Indeks Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) umumnya peternak plasma berusia produktif, bejenis kelamin laki-laki, pendidikan SD, dan mata pencaharian utamanya adalah dari peternakan. (2) Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja menunjukkan bahwa atribut yang paling memuaskan peternak adalah kualitas pakan. Atribut yang memiliki prioritas utama untuk ditingkatkan kualitasnya adalah respon terhadap segala keluhan dan pemberian kompensasi. Nilai Indeks Kepuasan Peternak mempunyai nilai 60,00% yang berarti bahwa pelayanan Tunas Mekar Farm cukup memuaskan peternak.

Kata kunci : peternak plasma, Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja, Indeks Kepuasan Peternak

ABSTRACT

Analysis Satisfaction Degree of Plasma Farmers Concerning Partnership Implementation of TUNAS MEKAR FARM in Nanggung, Bogor

Kusumah, M., J. Atmakusuma, Burhanuddin

The aims of this research were : (1) to identify characteristic and (2) to analyze plasma farmers satisfaction level toward the quality service attributes of Tunas Mekar Farm in Nanggung, Bogor. This research was conducted in August 2007. It used primary and secondary data. Data were analyzed by descriptive analysis. Primary data was collected from interview and observation to plasma farmers. Secondary data gained from Tunas Mekar Farm reports and additional data. There were 22 member of Tunas Mekar Farm partnership pattern in Nanggung, Bogor, and all of them made to be sample by using census method. Data was obtained then compiled by tabulation form and elaborated descriptively using Importance and Performance Analysis and Customer Satisfaction Index. The result of this research showed that : (1) almost plasma farmers were in productive ages, man, graduated from elementary school, and had primary occupation from husbandry sector. (2) Importance and Performance Analysis showed that the most satisfied attribute was the feed quality. The attributes that had priority to improve it's performance were DOC quality, response to plasma farmers complaint and compensation replacement; Customer Satisfaction Index showed satisfaction level about 60,00% which mean that the performance of Tunas Mekar Farm had satisfied enough to it's plasma farmers.

Keyword : plasma farmers, Importance and Performance Analysis, Customer Satisfaction Index,

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PETERNAK PLASMA
TERHADAP POLA KEMITRAAN TUNAS MEKAR FARM
DI KECAMATAN NANGGUNG, KABUPATEN BOGOR**

**MANTERA KUSUMAH
D34103055**

**Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Peternakan pada
Fakultas Peternakan
Institut Pertanian Bogor**

**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2008**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PETERNAK PLASMA
TERHADAP POLA KEMITRAAN TUNAS MEKAR FARM
DI KECAMATAN NANGGUNG, KABUPATEN BOGOR**

Oleh

MANTERA KUSUMAH

D34103055

**Skripsi ini telah disetujui dan disidangkan di hadapan
Komisi Ujian Lisan pada Tanggal 8 Agustus 2008**

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

**Ir. Juniar Atmakusuma, MS.
NIP. 130 804 891**

**Ir. Burhanuddin, MM.
NIP. 132 232 454**

**Dekan Fakultas Peternakan
Institut Pertanian Bogor**

**Dr. Ir. Luki Abdullah, MSc.Agr.
NIP. 131 955 531**

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 26 Maret 1985 di Bogor. Penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara, pasangan Bapak Daday Mindayat dan Ibu Yeti Kelana Badrawati. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar pada tahun 1997 di SDN Sukaasih I. Pendidikan lanjutan menengah pertama diselesaikan pada tahun 2000 di SLTPN 1 Leuwiliang, dan pendidikan menengah atas diselesaikan pada tahun 2003 di SMUN 1 Leuwiliang.

Penulis diterima sebagai mahasiswa pada program studi Sosial Ekonomi Industri Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor pada tahun 2003. Penulis memilih minat studi Agribisnis Peternakan pada program studi Sosial Ekonomi Industri Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor pada tahun 2004.

Selama mengikuti pendidikan di Institut Pertanian Bogor, penulis aktif dalam berbagai kegiatan dan kepanitiaan diantaranya sebagai panitia PESTA IPB 2004, SEIP Project tahun 2004, Lomba Cepat Tepat Sosial Ekonomi Industri Peternakan (LCT SEIP) tahun 2004, Lomba Cepat Tepat Fakultas Peternakan (LCT Fapet) tahun 2005, Fieldtrip Himaseip 2005, Talkshow Peternakan 2005, Pelatihan Design Grafis tahun 2006, dan Fieldtrip SEIP 40 tahun 2006. Penulis juga aktif dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Industri Peternakan (HIMASEIP) sebagai pengurus pada periode tahun 2003/2004 dan 2005/2006. Selain itu, penulis juga mengikuti Kejuaraan Nasional Pencak Silat Antar Perguruan Tinggi sebagai atlet pada tahun 2005.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Peternak Plasma Terhadap Pola Kemitraan Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan pada Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor.

Daging ayam ras merupakan komoditi daging utama di Kabupaten Bogor. Setiap tahun jumlah produksinya terus meningkat yang mengindikasikan adanya peningkatan jumlah permintaan terhadap daging ayam ras. Selain harganya yang paling murah diantara harga daging sapi, daging kerbau, daging domba dan daging kambing, daging ayam broiler juga lebih mudah didapat karena umur panen ayam ras pedaging relati cepat yaitu kurang dari delapan minggu.

Perusahaan kemitraan perunggasan merupakan salah satu bentuk kerjasama antara peternak besar dan peternak rakyat untuk membudidayakan ayam ras pedaging. Peternak besar berperan sebagai inti dan peternak rakyat sebagai plasma. Sampai tahun 2006, di Kabupaten Bogor telah berdiri 14 perusahaan kemitraan perunggasan (Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Bogor).

Tunas Mekar Farm adalah salah satu perusahaan mitra yang baru belum lama berdiri dan telah mempunyai peternak plasma yang cukup banyak. Pengetahuan tentang tingkat kepuasan peternak plasma dapat membantu untuk memahami penilaian terhadap kinerja perusahaan sebagai inti selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan.

Bogor, Agustus 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	5
Kegunaan Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
Ayam <i>Broiler</i>	7
Kemitraan	7
Kebijakan Pembinaan Peternakan Ayam Ras Pedaging.....	8
Tinjauan Pola Kemitraan Usaha Ternak Ayam Ras Pedaging	9
Karakteristik Peternak	10
Kepuasan Konsumen	12
Pengukuran Kepuasan	15
Dimensi Mutu Pelayanan	15
<i>Importance and Performace Analysis</i>	17
Penelitian Terdahulu	18
KERANGKA PEMIKIRAN	20
PROSEDUR PENELITIAN	24
Populasi dan Sampel	24
Desain Penelitian	24
Data dan Instrumentasi	24
Pengumpulan Data	25
Analisis Data	26
Uji Kuisisioner	26
Uji Validitas	26
Uji Reliabilitas	27
Analisis Deskriptif	27
Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja	28
Indeks Kepuasan Pelanggan	31

DEFINISI ISTILAH	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
Sejarah Berdirinya Tunas Mekar Farm	34
Keadaan Umum Lokasi	36
Karakteristik Demografi	37
Identifikasi Usaha Peternak	38
Kepuasan Peternak	41
Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	50
Tingkat Kesesuaian	52
Indeks Kepuasan Peternak	53
Analisis Kuadran	54
KESIMPULAN DAN SARAN	59
Simpulan	59
Saran	59
UCAPAN TERIMA KASIH	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Harga Rata-Rata Daging di Tingkat Konsumen di Kabupaten Bogor...	1
2. Produksi Daging Berbagai Jenis Ternak di Kabupaten Bogor.....	2
3. Kerjasama Kemitraan Usaha Peternakan di Kabupaten Bogor Tahun 2006	3
4. Perkembangan Ayam Ras di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor.....	4
5. Daftar Atribut Kuisisioner Penelitian.....	25
6. Skala Likert Pengukuran Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Kepuasan konsumen	29
7. Karakteristik Demografi Peternak	38
8. Identifikasi Usaha Peternak	41
9. Sebaran Peternak Terhadap Tingkat Kepentingan	45
10. Sebaran Peternak Terhadap Tingkat Kinerja	49
11. Insentif Untuk Peternak Setiap Selisih FCR	49
12. Rataan Skor Tingkat Kepentingan Peternak	51
13. Rataan Skor Tingkat Kinerja	52
14. Tingkat Kesesuaian antara Atribut-Atribut Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja	53
15. Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> Peternak Mitra Tunas .. Mekar Farm	54

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Tingkat Kepuasan Konsumen	13
2.	Diagram Kesenjangan yang dirasakan konsumen	13
3.	Model Diskonfirmasi Harapan dari Kepuasan dan Ketidakpuasan ...	14
4.	Kerangka Pemikiran Konseptual	22
5.	Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja Konsumen	30
6.	Diagram Kartesius Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada .. Kemitraan Tunas Mekar Farm	55

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Hasil Uji Validitas Atribut Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Tunas Mekar Farm	65
2. Hasil Analisis Uji Reliabilitas Atribut Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Tunas Mekar Farm	66
3. Perjanjian Kerjasama Kemitraan Ayam <i>Broiler</i> (Harga Kontrak) ...	67
4. Kontrak Kerjasama Harga Garansi	68
5. Standar FCR dan Mortalitas Ayam yang Berlaku di Tunas Mekar Farm	69

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peternakan sebagai subsektor dari pertanian mempunyai peranan yang besar dalam menyediakan bahan pangan. Meningkatnya populasi penduduk Indonesia harus diiringi pula oleh peningkatan bahan pangan. Peran penting peternakan yaitu penyediaan bahan pangan yang mempunyai gizi dan protein yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan manusia melalui produk-produk peternakan diantaranya daging, susu dan telur. Hal ini tentunya menjadikan peternakan sebagai salah satu andalan dalam upaya pemenuhan kebutuhan protein hewani.

Daging ayam merupakan salah satu komoditi unggulan peternakan. Umumnya, daging ayam yang dikonsumsi oleh masyarakat adalah jenis ayam pedaging (broiler). Konsumsi daging ayam lebih banyak dibandingkan dengan daging sapi ataupun daging kerbau. Harga daging ayam yang relatif lebih murah merupakan salah satu faktor penyebab lebih dipilihnya daging ayam dibandingkan dengan harga daging sapi maupun daging kerbau. Selain itu, ketersediaan daging ayam lebih banyak daripada daging sapi, kerbau ataupun kambing sehingga lebih mudah didapatkan oleh konsumen. Hal ini didukung oleh umur panen ayam ras pedaging yang relatif cepat yaitu kurang dari delapan minggu.

Tabel 1. Harga Rata-Rata Daging di Tingkat Konsumen di Kabupaten Bogor

Daging	Harga Konsumen (Rupiah/kg)		
	2004	2005	2006
Sapi	36.375	42.500	49.084
Kerbau	36.375	42.500	49.084
Kambing	29.435	31.125	34.230
Domba	29.435	31.125	34.230
Ayam Ras	13.300	13.563	15.344

Sumber : Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Bogor Tahun 2004-2006

Setiap tahun produksi daging ayam ras di Kabupaten Bogor terus meningkat. Kontribusi daging ayam terhadap produksi daging keseluruhan di Kabupaten Bogor merupakan yang paling besar. Tingginya produksi daging ayam ras ini mengindikasikan bahwa kebutuhan pasar akan daging ayam ras cukup besar. Tingginya permintaan pasar terhadap daging ayam ras serta harga daging ayam ras yang lebih terjangkau oleh konsumen merupakan peluang bagi pengusaha ataupun peternak untuk dapat memenuhi permintaan pasar tersebut.

Tabel 2. Produksi Daging Berbagai Jenis Ternak di Kabupaten Bogor

No	Ternak	Produksi Daging (kg)		
		Tahun 2004	Tahun 2005	Tahun 2006
1	Sapi	4.843.803	3.597.503	9.442.706
2	Kerbau	359.823	190.825	249.444
3	Kambing	529.930	667.389	157.450
4	Domba	1.285.672	1.848.576	3.239.999
5	Ayam Ras	39.106.743	41.424.910	59.061.545
6	Ayam Buras	1.312.443	1.141.808	1.112.349
7	Itik	80.701	85.194	150.515

Sumber : Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Bogor Tahun 2004-2006

Keberadaan perusahaan dan peternakan rakyat mempunyai peran yang penting dalam peningkatan produksi ternak dan daging. Pemerintah juga telah mengupayakan untuk meningkatkan produksi ternak maupun daging. Langkah yang diambil pemerintah diantaranya adalah dengan membuat program pengembangan inseminasi buatan, pengembangan kemitraan pada usaha perunggasan dan sapi potong, serta program pemberantasan penyakit. Disamping itu, ada juga kebijakan untuk melindungi produsen dan konsumen melalui penetapan tarif, pengaturan tata niaga, serta kebijakan yang berkaitan dengan investasi (Ilham, 2001).

Program pengembangan kemitraan merupakan salah satu kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah untuk meningkatkan produksi ternak dan daging. Kemitraan usaha peternakan di Indonesia dikembangkan sejak tahun 1984 melalui pola Perusahaan Inti Rakyat (PIR) dalam perunggasan. Perusahaan peternakan berfungsi sebagai inti dan peternak rakyat sebagai plasma yang selanjutnya dikenal dengan pola Inti-Plasma. Dasar pelaksanaannya adalah Kepres Nomor 50 Tahun 1981 tentang Pembinaan Usaha Peternakan Ayam Ras yang selanjutnya digantikan dengan Kepres Nomor 22 Tahun 1990. Kemitraan diharapkan dapat menjadi solusi untuk merangsang tumbuhnya peternak di Indonesia terutama bagi peternak rakyat yang kepemilikan modalnya relatif kecil.

Atas dasar Kepres diatas perusahaan kemitraan perunggasan terus tumbuh dan berkembang. Sampai dengan tahun 2006 di Kabupaten Bogor terdapat 14 perusahaan kemitraan dengan 232 peternak plasma. Untuk tahun 2006 kemitraan peternakan memberikan kontribusi ayam ras pedaging sebanyak 2.428.800 ekor.

Tabel 3. Kerjasama Kemitraan Usaha Peternakan di Kabupaten Bogor Tahun 2006

No	Inti	Komoditas	Pola Kerjasama
1	PT. Sierad Produce	Ayam Ras Pedaging	PIR
2	PT. Charoen Pokphand	Ayam Ras Pedaging	PIR
3	Tunas Mekar Farm	Ayam Ras Pedaging	PIR
4	H. Sobari	Ayam Ras Pedaging	PIR
5	Janur Putro	Ayam Ras Pedaging	PIR
6	Ceng Suih	Ayam Ras Pedaging	Bagi Hasil
7	Lan Moy	Ayam Ras Pedaging	Bagi Hasil
8	Hartono	Ayam Ras Pedaging	Bagi Hasil
9	Malindo	Ayam Ras Pedaging	Bagi Hasil
10	Wonokoyo	Ayam Ras Pedaging	Bagi Hasil
11	Salim Wijaya	Ayam Ras Pedaging	Bagi Hasil
12	PKP	Ayam Ras Pedaging	Bagi Hasil
13	Sahabat Ps.	Ayam Ras Pedaging	Bagi Hasil
14	Prungpung Ps.	Ayam Ras Pedaging	Bagi Hasil

Sumber : Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Bogor Tahun 2004-2006

Berdirinya perusahaan kemitraan tentunya didasari dengan harapan akan adanya peternak rakyat yang bekerjasama dengan inti. Tujuan kerjasama kemitraan adalah agar kedua pihak baik perusahaan inti maupun peternak plasma mendapatkan keuntungan bersama. Banyaknya perusahaan kemitraan perunggasan di Kabupaten Bogor akan menyebabkan adanya persaingan untuk menarik peternak rakyat agar menjadi peternak plasma di perusahaan tersebut. Selain itu peternak inti juga harus dapat mempertahankan peternak plasma yang ada agar tetap bermitra, jangan sampai berhenti apalagi pindah ke perusahaan mitra pesaing. Oleh sebab itu, perusahaan sebagai inti harus dapat memberikan pelayanan dan kinerja yang memuaskan peternak plasma agar peternak plasma tetap bermitra dan loyal terhadap perusahaan. Pelayanan dan kinerja inti yang buruk dan tidak memuaskan peternak plasma dapat mengakibatkan peternak plasma berhenti bermitra ataupun pindah bermitra dengan pesaing.

Salah satu daerah perkembangan peternakan kemitraan ayam ras pedaging di Kabupaten Bogor adalah Kecamatan Nanggung. Sejak tahun 2004 sampai dengan tahun 2006 perkembangan ayam ras pedaging mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya penambahan jumlah peternak ataupun volume produksi sehingga jumlah ayam ras pedaging terus bertambah.

Tabel 4. Perkembangan Ayam Ras di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor

No	Ternak	Tahun		
		2004	2005	2006
1	Ayam Ras Petelur	0	25.000	30.000
2	Ayam Ras Pedaging	66.494	192.133	575.000

Sumber : Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Bogor Tahun 2004-2006

Tunas Mekar Farm (TMF) adalah salah satu perusahaan kemitraan ayam ras pedaging yang berkembang di Kecamatan Nanggung sejak tahun 2004. Penelitian tentang kepuasan peternak plasma terhadap kinerja dan pelayanan inti dapat membantu inti untuk memahami penilaian kepuasan peternak plasma selama bermitra dengan inti.

Perumusan Masalah

SK Menteri Pertanian Nomor 940/Kpts/OT/210/10/1997 menerangkan bahwa substansi dari kemitraan adalah suatu perwujudan sinergi kerjasama yang saling menguntungkan antara kelompok mitra dan perusahaan mitra. Baik plasma maupun inti memperoleh peningkatan pendapatan dan kesinambungan usaha. Sebagai inti, perusahaan berperan dalam menyediakan sarana produksi dan menampung hasil panen dan tugas peternak plasma adalah melakukan budidaya dengan sebaik-baiknya.

Informasi mengenai karakteristik dan persepsi peternak plasma dalam menilai kualitas pelayanan dan kinerja inti merupakan masukan yang sangat penting bagi perusahaan inti dalam menilai kinerjanya. Karakteristik peternak plasma sangat beragam dalam hal umur, pendidikan, status dan sebagainya. Keragaman ini akan membentuk perilaku yang bervariasi dalam memutuskan untuk memilih suatu perusahaan kemitraan untuk bekerja sama, bertindak loyal terhadap inti, berhenti bermitra dengan inti, maupun tindakan untuk beralih ke perusahaan mitra pesaing. Penilaian peternak plasma terhadap atribut-atribut mutu pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya akan berbeda dan tidak persis sama antara satu peternak dengan yang lainnya.

Kepuasan peternak plasma terhadap inti akan membawa dampak positif, karena peternak cenderung untuk loyal terhadap perusahaan. Sebaliknya, ketidakpuasan peternak plasma terhadap kinerja maupun pelayanan akan berdampak

negatif bagi perusahaan karena peternak plasma yang tidak puas dapat berhenti bermitra ataupun mencari perusahaan mitra lain yang menurut mereka kinerjanya lebih baik.

Agar peternak tidak merasa kecewa atau merasa tidak puas maka pihak Tunas Mekar Farm sebagai perusahaan inti harus mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan peternak plasma terhadap kinerja perusahaan ditinjau dari kesenjangan mutu pelayanan yang dirasakan peternak plasma dengan yang diharapkan. Pemahaman atas kepuasan peternak plasma yang disertai dengan perbaikan kinerja perusahaan akan menciptakan kepercayaan serta dapat meningkatkan loyalitas peternak plasma terhadap inti. Perusahaan juga harus dapat memberikan kepuasan yang lebih agar dapat memenangkan persaingan sesama perusahaan sejenis. Citra perusahaan dimata peternak plasma merupakan sesuatu yang sangat penting. Citra perusahaan terbentuk dari penilaian dan persepsi dari kinerja yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Dari uraian di atas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana karakteristik umum peternak plasma Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor?
2. Bagaimana tingkat kepuasan peternak plasma terhadap atribut mutu pelayanan Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi karakteristik umum peternak plasma. Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor.
2. Menganalisis tingkat kepuasan peternak plasma terhadap atribut mutu pelayanan Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor.

Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk :

1. Perusahaan

Sebagai masukan atau bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan ataupun menetapkan kebijakan untuk memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kinerja dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam melihat karakteristik dan tingkat kepuasan peternak plasma terhadap inti, serta dapat dijadikan bahan perbandingan dan acuan dalam studi lanjutan.

3. Penulis sendiri

Penelitian ini berguna untuk melatih kemampuan dalam menganalisa masalah berdasarkan data dan fakta yang ada disesuaikan dengan pengetahuan yang didapatkan selama kuliah.

TINJAUAN PUSTAKA

Ayam Broiler

Murtidjo (1987) menyatakan bahwa broiler adalah istilah untuk menyebut *strain* hasil budidaya teknologi yang memiliki karakteristik ekonomis dengan ciri khas pertumbuhan cepat sebagai penghasil daging, konversi pakan irit, siap potong pada usia relatif muda, serta menghasilkan kualitas daging berserat lemak. Lebih lanjut Rasyaf (1999) menambahkan bahwa ayam *broiler* merupakan anggota tunggal dari kelompok ayam pedaging yang memenuhi dua kriteria sekaligus yaitu mengenai hasil utama dan pertumbuhannya.

Faktor pertumbuhan ayam broiler merupakan hasil interaksi antara faktor hereditas dengan lingkungannya, sehingga hasilnya akan tergantung pada *strain broiler* yang dipelihara, mutu pakan yang diberikan, sistem perkandangan dan pencegahan penyakit (Rasyaf, 1999).

Kemitraan

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

Tujuan kemitraan pertanian dalam Surat Keputusan Mentan No 940/Kpts/OT.210/10/1997 menerangkan bahwa kemitraan usaha pertanian berdasarkan azas persamaan kedudukan, keselarasan dan peningkatan keterampilan kelompok mitra oleh perusahaan mitra melalui perwujudan sinergi kemitraan yaitu hubungan yang saling memerlukan, memperkuat dan menguntungkan. Saling memerlukan dalam arti perusahaan mitra memerlukan pasokan bahan baku dan kelompok mitra memerlukan penampungan hasil dan bimbingan. Saling memperkuat artinya kelompok mitra maupun perusahaan mitra sama-sama memperhatikan tanggung jawab moral dan etika bisnis. Saling menguntungkan yaitu baik kelompok mitra dan perusahaan mitra memperoleh peningkatan pendapatan, dan kesinambungan usaha. Lebih lanjut

dinyatakan dalam Surat Keputusan Mentan No 940/Kpts / OT.210/1997 bahwa pola kemitraan usaha pertanian terdiri dari lima macam yaitu :

1. Pola Inti Plasma, adalah hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra yang didalamnya perusahaan bertindak sebagai inti dan kelompok mitra sebagai plasma. Kelebihan pola ini adalah 1) kepastian sarana produksi 2) pelayanan /bimbingan dan 3) menampung hasil. Kekurangan adalah 1) inti plasma menyediakan operasional 2) kegagalan dalam panen menjadi kerugian plasma.
2. Pola Sub Kontrak, adalah hubungan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra yang didalamnya kelompok mitra memproduksi komponen yang diperlukan perusahaan mitra sebagai bagian dari produksinya
3. Pola Dagang Umum, adalah hubungan kemitraan antara kelompok dengan perusahaan mitra yang didalamnya perusahaan mitra memasarkan hasil produksi kelompok mitra, atau kelompok mitra memasok kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan mitra.
4. Pola Agenan, adalah hubungan kemitraan yang didalamnya kelompok mitra diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa perusahaan mitra.
5. Pola KOA (Kerjasama Operasional Agribisnis) adalah hubungan kemitraan yang didalamnya kelompok mitra menyediakan lahan sarana dan tenaga kerja, sedangkan perusahaan mitra menyediakan biaya atau modal dan/atau sarana untuk mengusahakan /membudidayakan suatu komoditi pertanian.

Kebijakan Pembinaan peternakan Ayam Ras Pedaging

Shepherd dan Futtrell (1982) *dalam* Suhendar (1997) menyatakan bahwa pesatnya perkembangan budidaya biasanya diikuti dengan meningkatnya harga input produksi. Sebagai konsekuensi tingginya harga input, usaha ternak unggas dewasa ini telah berkembang menjadi usaha padat modal. Hal ini telah mengakibatkan kecenderungan tersisihnya peternak kecil dalam persaingan dengan pengusaha budidaya unggas yang melakukan usahanya dalam skala besar. Untuk mengatasi kondisi tersebut, pemerintah mengeluarkan kebijakan melalui Surat Keputusan Menteri Pertanian No. 472 Kpts /TN.330/6/1996 yang mengatur tentang tata cara perizinan dibidang peternakan.

Tinjauan Pola Kemitraan Usaha ternak Ayam Ras Pedaging

Suharno (1999) menyatakan bahwa kemitraan adalah suatu kerjasama bisnis antara peternak dan pengusaha untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama tersebut harus dilakukan secara adil sehingga masing-masing pihak yang terlibat harus mempunyai posisi dan kepentingan yang sama. Saragih (1998) mengemukakan syarat yang harus dipenuhi dalam pola kemitraan, yaitu syarat keharusan yang menginvestasikan dalam wujud kebiasaan yang kuat antara mereka yang bermitra dan syarat kecukupan berupa adanya peluang saling menguntungkan bagi pihak-pihak yang bermitra melalui pelaksanaan kemitraan.

Menurut Surat Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia No. 472/Kpts/TN/330/6/1996, pola umum kemitraan antara pengusaha dan peternak dapat dikategorikan dalam tiga kelompok, yaitu :

1. Perusahaan Inti Rakyat (PIR) yaitu perusahaan yang melakukan fungsi perencanaan, bimbingan dan pelayanan sarana produksi, kredit, pengolahan dan pemasaran hasil tani yang bimbingannya sambil menjalankan usaha tani yang memiliki dan dikelola sendiri
2. Perusahaan pengelola, yaitu perusahaan yang melakukan fungsi perencanaan bimbingan dan pelayanan sarana produksi, kredit, pengelolaan dan pemasaran hasil usaha tani yang dibimbingnya tetapi tidak menyelenggarakan usaha tani sendiri.
3. Perusahaan penghela yaitu perusahaan yang hanya melakukan fungsi perencanaan, bimbingan dan pemasaran hasil.

Hafsah (1999) menyatakan bahwa dalam sistem pola kemitraan inti plasma, perusahaan bertindak sebagai inti bertanggung jawab terhadap pengadaan DOC, obat, pakan dan pembinaan pelaksanaan budidaya ayam serta membantu manajemen usaha peternak plasma, sedangkan peternak sebagai plasma menyediakan sarana perkandangan, melakukan pemeliharaan serta mengikuti aturan yang telah ditetapkan bersama.

Johari (2000) menyatakan ada 3 pilihan bagi peternak ayam ras pedaging menjadi peternak mandiri atau peternak plasma, yaitu :

1. Ikut menjadi plasma, ini disarankan untuk peternak baru (dalam taraf belajar), juga peternak yang bangkrut atau jatuh, atau bagi yang ingin berinvestasi secara aman atau takut resiko rugi, serta bagi mereka yang bermodal terbatas.
2. Menjadi peternak mandiri, dengan syarat peternak mempunyai pengalaman teknis dan modal yang cukup.
3. Sebagai plasma dan peternak mandiri

Bila dilihat dari segi pelaku pola kemitraan maka jenis kemitraan dapat dibedakan jadi dua tipe yaitu vertikal dan horizontal. Kemitraan vertikal terjadi apabila peserta kemitraan merupakan integrasi dari hulu hingga hilir, sedangkan horizontal terjadi apabila pelakunya melakukan usaha sejenis (Suharno, 1999). Untuk meningkatkan daya saing produksi perunggasan nasional, perlu dikembangkan kemitraan melalui integrasi vertikal, melihat kondisi struktur peternakan nasional masih didominasi oleh peternak rakyat berskala kecil bahwa koordinasi vertikal lebih sesuai untuk dijalankan karena dapat mengurangi biaya, meningkatkan keuntungan serta memberikan arus keuntungan yang lebih stabil, pertumbuhan tetap, pemasokan bahan mentah secara tetap, atau salah satu kemungkinan memperoleh keuntungan ekonomis lainnya (Saragih, 1998).

Karakteristik Peternak

Umur

Arisani (2001) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa tingkat umur berhubungan nyata ($p < 0,05$) dengan skala kepemilikan ternak dan tingkat penerimaan per bulan. Semakin tinggi tingkat umur peternak menunjukkan semakin tinggi pula ternak ayam pedaging yang dimilikinya, karena dengan bertambahnya umur membuat peternak semakin berpengalaman. Semakin tinggi tingkat umur juga menunjukkan semakin tinggi tingkat pendapatan, karena peternak semakin berpengalaman dalam menambah sumber pendapatannya, salah satunya melalui usaha ternak ayam ras pedaging. Selanjutnya Arisani (2001) menyatakan bahwa, sebagian besar peternak yang mengalami peningkatan pada usaha ternaknya berada pada kelompok umur 45 tahun sampai kurang dari 55 tahun. Sebaliknya peternak yang mengalami penurunan pada usaha ternaknya berada pada kelompok umur kurang dari 45 tahun. Hal ini disebabkan karena peternak yang berumur lebih tua

memiliki pengalaman yang lebih banyak, sehingga menambah kemampuan mereka dalam mengolah usaha ternak ayam ras pedaging (Arisani, 2001).

Pendidikan Peternak

Pendidikan merupakan salah satu unsur yang cukup penting yang dapat merubah sikap dan perilaku, meningkatnya dan berkembangnya pola pikir, wawasan serta lebih memudahkan seseorang menyerap informasi yang sifatnya membawa pembaharuan dan kemajuan. Tingkat pendidikan peternak merupakan salah satu unsur yang cukup dominan bagi kemungkinan terjadinya perkembangan dan kemajuan dari dunia usahanya Pendidikan akan berpengaruh dalam penyerapan atau adopsi terhadap inovasi pertanian maupun peternakan serta dapat meningkatkan kemampuan berpikir dalam mengelola usaha peternakannya, sehingga dapat meningkatkan efisiensi usaha peternakannya (Chaprialin, 2000).

Lumentha (1997) dalam penelitiannya menyatakan bahwa tingkat pendidikan berhubungan nyata ($p < 0,05$) dengan skala kepemilikan ternak, penerimaan per bulan dan kekosmopolitan. Semakin tinggi tingkat pendidikan peternak, maka semakin tinggi jumlah ternak yang dimilikinya. Hal ini disebabkan karena begitu pentingnya mempunyai usaha ternak dengan jumlah yang cukup banyak untuk menambah pendapatan bagi keluarga, peternak juga semakin pandai dalam mengelola usaha ternaknya.

Pengalaman Beternak

Pengalaman beternak mempengaruhi tingkat pengetahuan dan keterampilan peternak dalam pengelolaan usaha peternakannya. Semakin lama pengalaman beternak cenderung semakin memudahkan peternak dalam mengambil keputusan yang berhubungan proses produksi (Chaprialin, 2000). Menurut Hendarto (2000) dalam penelitiannya pengalaman beternak menggambarkan tentang lama responden (peternak) mengenal usaha ternak. Semakin lama pengalaman beternak, maka semakin banyak pula pengetahuan tentang pengelolaannya, sehingga akan berpengaruh juga pada hasil yang didapatkan dari usaha ternak tersebut.

Tingkat Partisipasi

Hendarto (2000) menyatakan bahwa tingkat partisipasi merupakan jumlah kehadiran peternak dalam pertemuan dan kegiatan yang bersifat menunjang kegiatan

usaha ternak. Tingkat partisipasi peternak dibagi menjadi beberapa kategori yaitu : jarang (< 2 kali per bulan), sedang (2 kali per bulan) dan sering (lebih dari 3 kali perbulan).

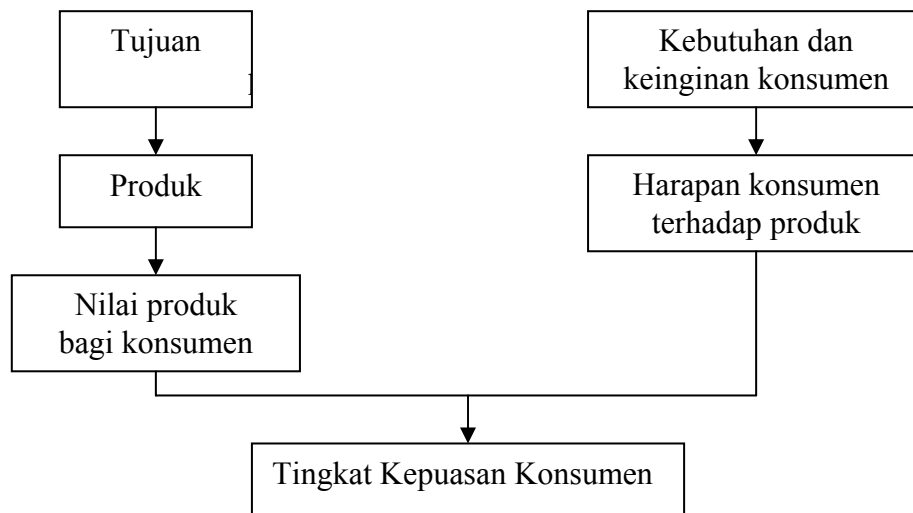
Lumentha (1997) dalam penelitiannya menyatakan bahwa peternak mengalami peningkatan atau penurunan pada usaha ternaknya berada pada kelompok tingkat kosmopolitan (tingkat partisipasi) jarang mengikuti pertemuan dan kegiatan penunjang usaha ternak. Hal ini karena peternak belum memiliki kesadaran akan pentingnya informasi untuk menunjang usaha ternak dan merasa belum perlu sebab jumlah kepemilikan ternak yang relatif kecil.

Kepuasan Konsumen

Kotler (2000) menyatakan bahwa konsumen membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal itu, kenyataan bahwa suatu penawaran yang memenuhi nilai harapan konsumen akan mempengaruhi kepuasan dan kemungkinan 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).

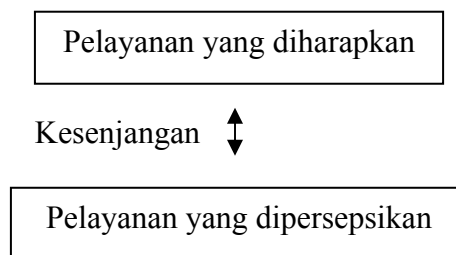
Lele dan Seth dalam Syafrudin (2001) menyatakan bahwa memuaskan pelanggan adalah pertahanan paling baik melawan pesaing. Keunggulan pangsa pasar yang memberikan perlindungan jangka panjang dan tak dapat ditandingi bukan diwujudkan melalui penemuan baru, teknologi, biaya tenaga lebih rendah, peraturan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

Engel *et al.* (1994) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan konsumen muncul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Tingkat kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Tingkat Kepuasan Konsumen (Engel *at al.* 1994)

Menurut Rangkuti (2003), salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai mutu jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangible*. Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan kesenjangan antara harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima konsumen. Kesenjangan merupakan ketidaksesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kesenjangan yang dirasakan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut :

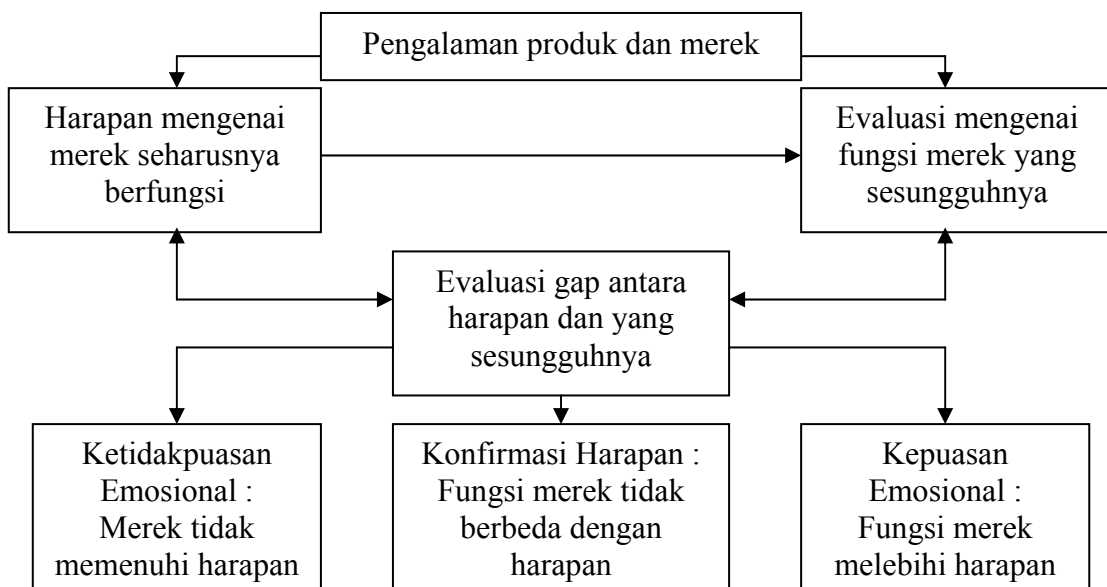


Gambar 2. Diagram Kesenjangan yang dirasakan konsumen (Rangkuti, 2003)

Sumarwan (2003) menyatakan bahwa teori yang menjelaskan kepuasan dan ketidakpuasan konsumen adalah *the expectancy disconfirmation model*. Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen. Ketika konsumen membeli suatu produk, ia memiliki harapan tentang

bagaimana produk tersebut berfungsi (product performance). Produk akan berfungsi sebagai berikut :

- a. Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, disebut dengan diskonfirmasi positif (positive disconfirmation), maka konsumen akan merasa puas.
- b. Produk berfungsi seperti yang diharapkan, disebut dengan diskonfirmasi sederhana (simple disconfirmation). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, akan tetapi produk tersebut juga tidak mengecewakan, maka konsumen akan memiliki perasaan netral.
- c. Produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, disebut dengan diskonfirmasi negatif (negative disconfirmation). Produk yang berfungsi buruk tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen dan menyebabkan kekecewaan konsumen, sehingga konsumen merasa tidak puas.



Gambar 3. Model Diskonfirmasi Harapan dari Kepuasan dan Ketidakpuasan (Mowen dan Minor (1988) dalam Sumarwan 2003)

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

Pengukuran Kepuasan

Manfaat dari pengukuran kepuasan konsumen adalah sebagai berikut (Gerson, 2001) :

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

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

Dimensi Mutu Pelayanan

Menurut Kotler (2000) jasa merupakan produk yang ditawarkan tetapi tidak berwujud dan tidak tahan lama. Keadaan tersebut merupakan bagian dari beberapa karakteristik jasa. Empat karakteristik utama mutu pelayanan jasa yaitu :

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat *intangibility* sehingga lebih sulit didefinisikan karena jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, maupun diraba karena jasa merupakan suatu perbuatan kinerja (*performance*) atau usaha.

2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Jasa tidak berada terpisah dari penyedia jasa, maka jasa dengan saluran distribusi menjadi tidak terpisahkan. Jasa biasanya dijual terlebih dahulu lalu diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Heterogenitas* (beraneka ragam)

Jasa sangat beraneka ragam karena jasa bersifat *standard output*, artinya bahwa jasa sangat bervariasi dalam bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Ada beberapa faktor yang menyebabkan keanekaragaman jasa, yaitu kerjasama atau partisipasi konsumen selama penyampaian jasa, moral atau motivasi karyawan dalam melayani konsumen, dan beban kerja perusahaan. Keanekaragaman jasa mengharuskan perusahaan untuk mengefektifkan manajemen saluran distribusinya agar tercapai standarisasi jasa.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Jika tidak digunakan maka jasa tersebut tidak berlaku atau tidak dapat digunakan lagi.

Supranto (2001) menyatakan bahwa mutu merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik oleh penyedia jasa. Aplikasi mutu sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja adalah bagian yang paling penting dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkembang, baik sebagai pemimpin pasar ataupun untuk strategi terus tumbuh.

Zeithaml *et al.* dalam Umar (2003) mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu :

1. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. *Responsiveness*, yaitu respon atau kesigapan karyawan atau staf dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara cepat, keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan

dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

4. *Emphaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
5. *Tangibles*, yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Menurut Parasuraman *et al.* dalam Supranto (2003), ada lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa dalam rangka memberikan kualitas jasa yang tinggi kepada konsumennya, yaitu sebagai berikut :

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen, dikarenakan manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan konsumen.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa, dikarenakan manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifikasi.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa, dikarenakan para *personel* mungkin tidak terlatih baik dan tidak memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal, dikarenakan harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil perusahaan dan iklan perusahaan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan, dikarenakan konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

Importance and Performace Analysis

Supranto (2001) menyatakan bahwa *Performance and Importance Analysis* merupakan metode untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan. Analisis data tingkat kepuasan dilakukan dengan memplotkan hubungan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja (kepuasan) konsumen pada sebuah perusahaan ke dalam sebuah diagram kartesius yang memiliki empat kuadran. Data yang diplotkan merupakan rata-rata nilai dari masing-

masing atribut mutu kepentingan dengan tingkat kepuasan (kinerja) dimana tingkat kepuasan sebagai absis (sumbu X) dan tingkat kepentingan sebagai ordinat (sumbu Y).

Masing-masing atribut diletakan dalam empat kuadran dengan dua nilai pembatas (batas antara rasa puas dan kurang puas serta batas antara penting dan tidak penting). Nilai pembatas merupakan nilai rata-rata tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut mutu pelayanan dan mutu produk sebagai batas antara penting dan tidak penting. Nilai rata-rata tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut mutu pelayanan dan mutu produk sebagai batas antara puas dan tidak puas terhadap kinerja dari semua atribut.

Masing-masing kuadran disusun dari kuadran I-IV diurutkan secara berlawanan dengan arah jarum jam. Persepsi dari konsumen merupakan interpretasi konsumen mengenai atribut-atribut mutu yang dihubungkan dengan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan (kinerja) yang diterima.

Penelitian Terdahulu

Rochmatika (2006) meneliti tingkat kepuasan petani tebu rakyat terhadap pelaksanaan kemitraan pabrik gula XYZ dilakukan dengan menggunakan metode Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja dan Indeks Kepuasan Pelanggan. Petani mitra dibagi tiga berdasarkan lahan skala usaha. Petani mitra skala kecil menilai atribut yang paling mempengaruhi kepuasan adalah bantuan biaya tebang angkut, sedangkan atribut yang memiliki tingkat kepuasan paling rendah adalah bantuan biaya garap. Petani mitra skala menengah menilai atribut bantuan biaya tebang angkut merupakan yang paling mempengaruhi kepuasan, sedangkan atribut penentuan kualitas memiliki tingkat kesesuaian paling rendah. Petani mitra skala besar menilai atribut yang memberikan tingkat kepuasan paling tinggi adalah kualitas dan kuantitas bibit yang diberikan. Atribut yang memiliki tingkat kepuasan paling rendah adalah waktu pembayaran hasil panen. Indeks Kepuasan Pelanggan petani mitra skala kecil, skala menengah dan skala besar masing-masing adalah sebesar 63,214 persen; 61,469 persen dan 60,25 persen. Nilai indeks menunjukkan bahwa petani mitra cukup puas terhadap kemitraan yang dijalankan.

Romdhoni (2003) meneliti tentang pendapatan dan tingkat kepuasan peternak terhadap pelaksanaan kemitraan ayam ras di PT. XYZ. Penilaian peternak plasma menunjukkan kepuasan terhadap pelayanan teknis budidaya dan pasca panen, sedangkan pelayanan sarana produksi kurang memuaskan. Penilaian peternak yang pernah bermitra menunjukkan bahwa pelayanan sarana produksi dan pasca panen kurang memuaskan, sedangkan pelayanan teknis budidaya memuaskan.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan berhubungan dengan perbedaan antara harapan dan kinerja yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan mengindikasikan bahwa kinerja suatu perusahaan sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan (Supranto, 2001).

Potensi usaha peternakan ayam ras pedaging yang besar selain merupakan peluang juga merupakan jalan bagi perusahaan pesaing untuk masuk dan berkembang. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus dapat memenangkan persaingan dengan perusahaan sejenis.

Ternak ayam ras pedaging merupakan komoditi daging utama di Kabupaten Bogor. Hal ini tentunya merupakan peluang bisnis baik bagi perusahaan ternak maupun peternak rakyat. Kemitraan merupakan pertemuan dari peternak besar dan peternak rakyat untuk bekerja sama dalam membudidayakan hewan ternak dengan tujuan kedua belah pihak memperoleh keuntungan.

Tunas Mekar Farm (TMF) berdiri pada bulan April 2004, didirikan oleh Ir. Muslikhin Irmat bersama rekannya, Bapak Agus yang tadinya bekerja di salah satu perusahaan mitra juga. Ketidakpuasan terhadap kinerja yang dijalankan di perusahaan mitra tersebut membuat keduanya berinisiatif untuk mendirikan perusahaan mitra sendiri. Dibantu oleh salah satu investor di Bogor, akhirnya berdiri TMF.

Kantor pusat TMF berlokasi di Ciluar Permai B I/12 Bogor. Sampai dengan tahun 2006 peternak rakyat yang bermitra dengan TMF berjumlah lebih dari 150 orang tersebar di wilayah Bogor seperti Leuwiliang, Nanggung, Cigudeg, Jasinga, Cibinong, Cisarua-Puncak, Parung dan Cariu, juga wilayah Depok. *Strain* DOC yang diberikan kepada peternak plasma diantaranya adalah *MB*, *Superchick*, *Pokhpand*, *Asia-Africa*, *Wonokoyo* dan *Patriot*. Pakan yang digunakan berasal dari Jafta Comfeed dan Pokhpand. Fasilitas sarana produksi seperti DOC, pakan, obat-obatan dan vaksin diantar kepada peternak plasma. Saat panen, ayam diambil oleh TMF dan pembayaran hasil panen dilakukan seminggu setelah ayam diambil.

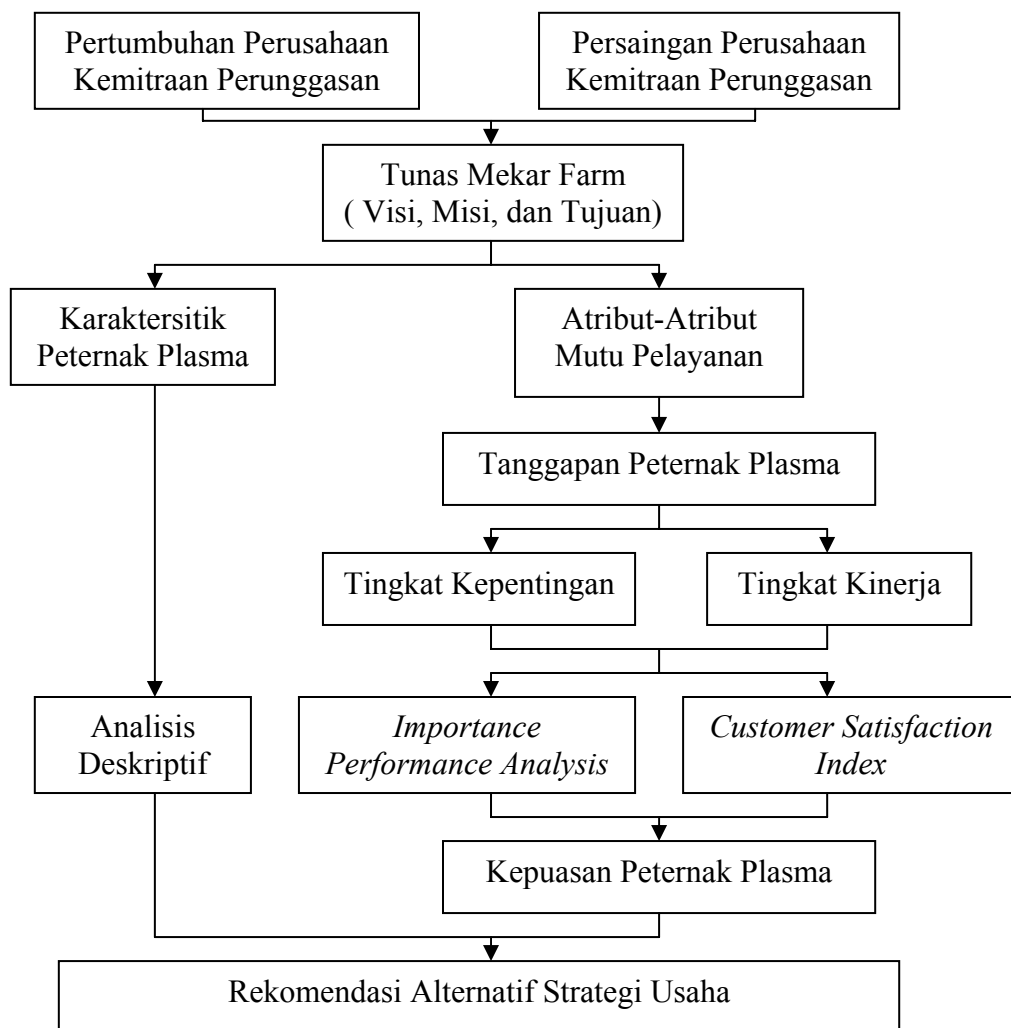
Dalam pelaksanaan kemitraan antara Tunas Mekar Farm sebagai inti dengan peternak rakyat sebagai plasma dapat timbul suatu permasalahan yang dapat menghambat berlangsungnya kemitraan. Ketidakpuasan peternak plasma terhadap

pelayanan maupun kinerja inti merupakan masalah yang tidak boleh diabaikan. Oleh sebab itu, perlu dilakukan suatu pengkajian untuk menilai kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut-atribut yang ada selama berlangsungnya kemitraan.

Zeithaml *et al.* dalam Umar (2003) mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. *Responsiveness*, yaitu respon atau kesigapan karyawan atau staf dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara cepat, keramahmatan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
4. *Emphaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
5. *Tangibles*, yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Penilaian tingkat kepuasan peternak plasma dilakukan dengan melihat penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kemitraan terhadap atribut-atribut kepuasan peternak plasma. Metode *Importance Performance Analysis* digunakan untuk melihat tingkat kesesuaian dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan (harapan) dari tiap atribut pelayanan yang meliputi pelayanan sarana produksi, pelayanan teknis budidaya, dan pelayanan pasca panen. Indeks Kepuasan Pelanggan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan secara keseluruhan melalui nilai rata-rata skor tingkat kinerja dan tingkat kepentingan Tunas Mekar Farm.



Gambar 4. Kerangka Pemikiran Konseptual

Tingkat kinerja mengukur sejauh mana pihak perusahaan telah melakukan kerjanya, sedangkan tingkat kepentingan adalah harapan peternak plasma terhadap kinerja perusahaan. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari kesenjangan antara kinerja perusahaan dan harapan peternak plasma. Apabila kinerja dibawah harapan maka peternak plasma akan merasa kecewa ataupun tidak puas. Apabila kinerja sesuai bahkan lebih dari yang diharapkan maka peternak plasma akan merasa puas. Tanggapan terhadap atribut mutu produk dan jasa dianalisa secara deskriptif melalui tabulasi penilaian peternak plasma.

Hasil penilaian atribut dengan metode IPA kemudian dijabarkan kedalam Analisis Kuadran. Semua atribut pelayanan ditempatkan kedalam empat kuadran berdasarkan skor penilaian masing-masing atribut. Atribut-atribut yang berada di

kuadran I merupakan prioritas utama, kuadran II pertahankan prestasi, kuadran III prioritas rendah dan kuadran IV merupakan pelaksanaan berlebihan. Hasil analisis kuadran dapat digunakan untuk menentukan strategi yang dilakukan untuk menjaga kesinambungan kemitraan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh peternak plasma Tunas Mekar Farm (TMF) di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor yang berjumlah 22 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus yaitu responden dalam penelitian ini adalah semua peternak ayam ras pedaging di Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor yang bermitra dengan TMF. Singarimbun dan Effendi (1989) menyatakan bahwa semakin besar sampel yang diambil, semakin kecil pula terjadinya penyimpangan. Apabila sampel sudah sama besar dengan populasi, maka penyimpangan oleh pemakaian sampel akan hilang.

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian survei pada peternak plasma yang bermitra dengan Tunas Mekar Farm. Penelitian survei adalah pengumpulan data primer dengan cara melakukan wawancara atau tanya jawab dengan responden. Pertanyaan yang diajukan kepada responden dilakukan dengan menggunakan kuisisioner. Data yang diperoleh kemudian dikumpulkan, disusun dan ditabulasikan.

Data dan Instrumentasi

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung terhadap responden dengan menggunakan kuisisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Wawancara juga dilakukan dengan pihak manajemen selama jangka waktu penelitian. Data sekunder diperoleh dari data perusahaan serta literatur dan pustaka acuan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Data perusahaan yang diperlukan dalam penelitian ini diantaranya adalah :

1. Sejarah singkat berdirinya Tunas Mekar Farm.
2. Struktur organisasi Tunas Mekar Farm.
3. Kegiatan usaha yang dilakukan Tunas Mekar Farm.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisisioner. Petanyaan-pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan atribut-atribut yang menjadi perhatian peternak plasma, baik itu atribut produk maupun atribut jasa. Pengukuran tingkat kepuasan menggunakan skala untuk mengurangi subyektifitas responden (Sumarwan, 2003). Penggunaan skala juga dimaksudkan untuk mempermudah penjabaran tentang tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing-masing atribut. Kuisisioner dibuat berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

Tabel 5. Daftar Atribut Kuisisioner Penelitian

Periode	No Atribut	Dimensi Kualitas Pelayanan
Pelayanan Sarana Produksi	1 Penerapan harga kontrak DOC	<i>Assurance</i> (jaminan)
	2 Kualitas DOC	<i>Tangible</i> (bukti nyata)
	3 Harga kontrak pakan	<i>Tangible</i> (bukti nyata)
	4 Kualitas pakan	<i>Tangible</i> (bukti nyata)
	5 Harga obat dan vaksin	<i>Tangible</i> (bukti nyata)
	6 Kualitas obat dan vaksin	<i>Tangible</i> (bukti nyata)
	7 Jadwal pengiriman sarana produksi	<i>Assurance</i> (jaminan)
Pelayanan Teknis Budidaya	8 Frekuensi bimbingan teknis	<i>Empathy</i> (empati)
	9 Pelayanan dan materi bimbingan	<i>Assurance</i> (jaminan)
	10 Penerapan standar produksi	<i>Assurance</i> (jaminan)
	11 Kesesuaian waktu panen	<i>Reliability</i> (dapat dipercaya)
	12 Respon terhadap segala keluhan	<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)
Pelayanan Pasca Panen	13 Kesesuaian harga <i>output</i>	<i>Assurance</i> (jaminan)
	14 Pemberian bonus	<i>Reliability</i> (dapat dipercaya)
	15 Pemberian kompensasi	<i>Reliability</i> (dapat dipercaya)

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilaksanakan pada peternak plasma yang bermitra Tunas Mekar Farm Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat. Penentuan lokasi penelitian ini dipilih sengaja dengan pertimbangan bahwa Tunas Mekar Farm merupakan perusahaan kemitraan yang belum lama berdiri.

Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan yaitu bulan Agustus 2007. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara langsung dengan peternak plasma dan pihak manajemen Tunas Mekar Farm.

Analisis Data

Jenis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Data yang diperoleh disusun dalam bentuk tabulasi dan diuraikan secara deskriptif. Metode *Importance and Performance Analysis* atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja (kepuasan) digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang dirasakan peternak plasma terhadap atribut-atribut mutu pelayanan Tunas Mekar Farm. *Customer Satisfaction Index* atau Indeks Kepuasan Pelanggan digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan peternak plasma secara keseluruhan.

Uji Kuisisioner

Pengujian kuisisioner dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner dapat dimengerti oleh responden. Pengujian kuisisioner yang dilakukan adalah dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Butir-butir pertanyaan kuisisioner harus saling berhubungan dengan konsep-konsep yang diinginkan. Apabila ada pertanyaan yang tidak berhubungan, maka pertanyaan tersebut tidak valid, dan akan dihilangkan atau diganti dengan konsep pertanyaan lain yang lebih sah (Umar, 2003)

Uji Validitas

Validitas diartikan sebagai suatu derajat kebenaran alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Uji ini menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus korelasi *product moment* (Umar, 1999).

Untuk mengetahui atribut yang valid, dilakukan teknik korelasi *product moment* dengan prosedur sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesa yang akan diuji, yaitu :

H_0 = Kemungkinan atribut yang diuji tidak dipertimbangkan oleh seluruh responden.

H_1 = Kemungkinan atribut yang diuji dipertimbangkan oleh seluruh responden.

2. Menghitung korelasi antara masing-masing atribut atau pernyataan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

R_{xy} = Koefisien korelasi *product moment* antara butir dengan jumlah skor

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

n = Banyaknya butir pertanyaan

3. Penentuan r_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan $0,01$, derajat kebebasan (dk) = $n - 2$, maka diperoleh r_{tabel} ($0,05$ dan $0,01$; dk) dari tabel r *product moment*.

4. Keputusan :

Terima H_1 dan tolak H_0 , jika $r_{hit} > r_{tabel}$

Tolak H_1 dan terima H_0 , jika $r_{hit} < r_{tabel}$

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang menggunakan ketepatan, ketelitian atau akurasi yang ditujukan oleh instrumen pengukuran (Umar, 1999). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keandalan kuisisioner yang diajukan kepada responden. Pengukuran reliabilitas kuisisioner dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach's* (Simamora, 2002) dengan rumus :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana :

r = Koefisien realibilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah keragaman butir pertanyaan

σ_t^2 = Keragaman total

Analisis Deskriptif

Analisis ini dilakukan pada data yang bersifat kualitatif karena tidak semua data yang diperoleh dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Penggambaran secara deskriptif bermanfaat untuk melihat kondisi lingkungan perusahaan dan karakteristik peternak. Data karakteristik tentang responden dikelompokkan kemudian ditabulasikan.

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja atau *Importance Performance Analysis* merupakan suatu teknik penerapan untuk mengukur variabel atau atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Analisis ini menggunakan skala likert 1-5.

Total penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut diperoleh dengan cara menjumlahkan hasil perkalian skor masing-masing skala dengan jumlah responden yang memilih skor pada skala tersebut. Untuk menginterpretasikan nilai suatu atribut secara keseluruhan oleh responden berdasarkan tingkat kinerja dan kepentingan, dibutuhkan suatu rentang skala.

Adapun rentang (*range*) bobot tiap skala, menurut Martila dan James dalam Novanda, (2003) adalah :

$$\frac{(X_{ib} - X_{ik})}{X} \text{ sehingga } \frac{(5 - 1)}{5} = \frac{(4)}{5} = 0,8$$

Dimana:

X_{ib} = Skor terbesar yang mungkin diperoleh dengan asumsi bahwa semua responden memberikan jawaban sangat penting atau sangat puas (skor 5) terhadap setiap atribut i.

X_{ik} = Skor terkecil yang mungkin diperoleh dengan asumsi bahwa semua responden memberikan jawaban tidak penting atau tidak puas (skor 1) terhadap setiap atribut i.

X = Banyaknya skala pengukuran

Besar *range* skor untuk setiap kelas yang diteliti adalah :

$$\frac{(X_{\max} * Y) - (X_{\min} * Y)}{Z} \text{ Sehingga } \frac{(5 * 22) - (1 * 22)}{5} = \frac{(110) - (22)}{5} = 17,6$$

Dimana :

X_{\max} = Skor jawaban terbesar

X_{\min} = Skor jawaban terkecil

Y = Jumlah responden yang memilih

Z = Banyaknya skala jawaban

Tabel 6. Skala Likert Pengukuran Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Skor	Bobot	Skor Jawaban	Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Kepentingan (X)
22,0 – 39,5	1,00 – 1,79	5	Sangat puas	Sangat penting
39.6 – 57.1	1,80 – 2,59	4	Puas	Penting
57.2 – 74.7	2,60 – 3,39	3	Biasa saja	Biasa saja
74.8 – 92.3	3,40 – 4,19	2	Kurang puas	Kurang penting
92.4 – 110.	4,20 – 5,00	1	Tidak puas	Tidak penting

Hasil perhitungan skor jawaban tingkat kepentingan dan tingkat kinerja akan menghasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja (kepuasan). Tingkat kesesuaian yang diperoleh akan menggambarkan urutan prioritas peningkatan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan peternak.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Dimana :

TK_i = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian tingkat kinerja (kepuasan) peternak pada atribut i

Y_i = Skor penilaian tingkat kepentingan peternak pada atribut i

Pada penggunaan diagram kartesius, sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Kemudian akan terbentuk suatu plot berdasarkan pasangan nilai atau skor rata-rata masing-masing atribut pada diagram kartesius. Perhitungan ini didapatkan dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

X_i = Skor penilaian tingkat kinerja (kepuasan) peternak pada atribut i

Y_i = Skor penilaian tingkat kepentingan peternak pada atribut i

n = Jumlah responden

Selanjutnya skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan akan menempatkan atribut pada diagram kartesius yang dibagi menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus dengan titik (\bar{X}, \bar{Y}) , dimana \bar{X} merupakan skor rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut dan \bar{Y} merupakan skor rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut. Titik perpotongan dua garis ini didapatkan dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{k} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{k}$$

Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut mutu

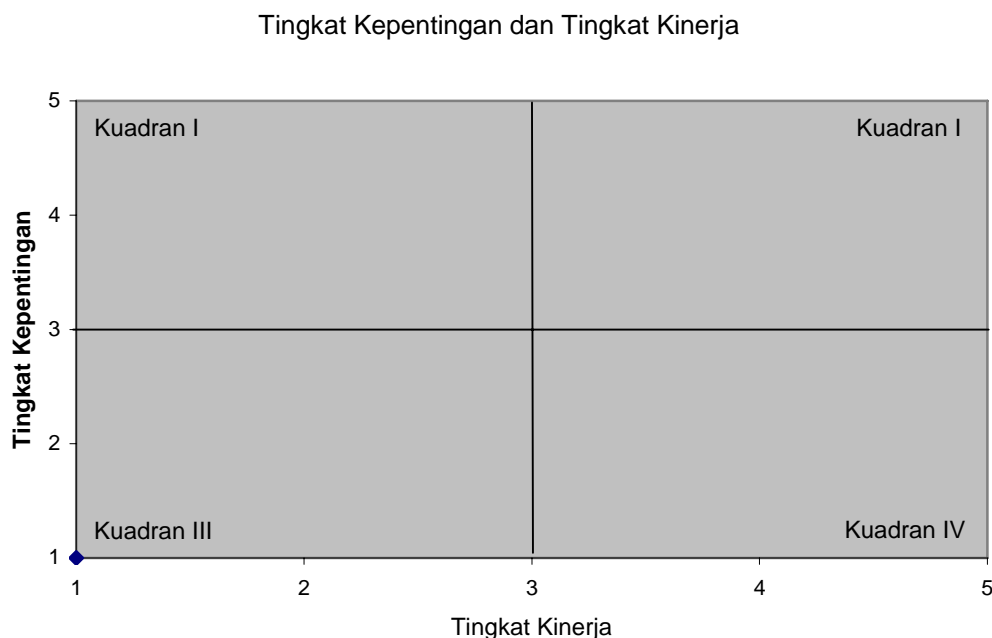
\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut mutu

X_i = Skor penilaian tingkat kinerja peternak pada atribut i

Y_i = Skor penilaian tingkat kepentingan peternak pada atribut i

k = Banyaknya atribut mutu yang mempengaruhi kinerja peternak

Selanjutnya unsur-unsur tersebut diplotkan kedalam diagram kartesius (Supranto, 2001) yang dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja Konsumen (Supranto, 2001)

Keterangan:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Daerah dimana atribut-atribut produk atau jasa dianggap penting oleh peternak plasma, tetapi pada kenyataannya atribut-atribut ini dinilai belum sesuai dengan harapan. Atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran ini harus mendapatkan perhatian lebih atau diperbaiki sehingga kinerjanya meningkat.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Daerah dimana atribut-atribut produk atau jasa dianggap penting dan kinerjanya dirasakan sudah sesuai dengan kenyataan yang dirasakan oleh peternak plasma sehingga tingkat kepuasan dinilai relatif tinggi. Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran II harus tetap dipertahankan, karena atribut-atribut inilah yang telah menarik perhatian konsumen untuk memanfaatkan produk tersebut.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Menunjukkan bahwa atribut-atribut yang bersangkutan dianggap kurang penting dan pada kenyataannya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan sangat kecil.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh peternak plasma namun kenyataannya sudah dijalankan dengan baik atau sangat memuaskan, sehingga konsumen menilai kinerja atribut terlalu berlebihan.

Indeks Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Index)

Santoso (2006) menyatakan bahwa Indeks Kepuasan Pelanggan adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen akan produk tertentu. Menggunakan indeks, secara praktis akan diketahui apakah konsumen puas atau tidak puas terhadap kinerja sebuah produk atau jasa tertentu. Semakin besar nilai indeks yang didapat, semakin memuaskan kinerja sebuah produk atau jasa dalam persepsi konsumen. Pengukuran terhadap Indeks Kepuasan Konsumen dapat dijadikan acuan untuk menentukan sasaran-sasaran dimasa yang akan datang berdasarkan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut-atribut mutu produk dan mutu pelayanan yang telah diukur.

Metode pengukuran CSI melewati beberapa tahap, yaitu :

1. Menghitung *weighting factors*, yaitu mengubah nilai kepentingan (importance score) menjadi angka persentase, sehingga total *weighting factors* 100%.
2. Menghitung *weighted score*, yaitu nilai perkalian antara nilai kepuasan (satisfaction score) dengan *weighting factor*.
3. Menghitung *weighted average*, yaitu dengan menjumlahkan *weighted score* dari semua atribut mutu produk dan mutu pelayanan.
4. Menghitung *satisfaction index*, yaitu *weighted average* dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimal 5), kemudian dikali 100%.
5. Hasil CSI tersebut memiliki arti sebagai berikut :

0,00 – 0,34 = Tidak Puas

0,35 – 0,50 = Kurang Puas

0,51 – 0,65 = Cukup Puas

0,66 – 0,80 = Puas

0,81 – 1,00 = Sangat Puas

Definisi Istilah

1. Inti adalah Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor yang memberikan pasokan sarana produksi (DOC, pakan, obat-obatan dan vaksin), memberikan bimbingan kepada peternak plasma serta menampung seluruh hasil panen.
2. Peternak plasma adalah peternak ayam ras pedaging yang sedang bermitra dengan Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor dalam usaha budidaya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dengan inti.
3. FCR (*Feed Conversion Ratio*) adalah jumlah pakan yang dihabiskan untuk menghasilkan 1 kilogram bobot badan ayam.
4. DOC (*Day Old Chick*) adalah ayam yang berumur satu hari
5. Pelayanan sarana produksi meliputi, penerapan harga kontrak DOC, kualitas DOC, harga kontrak pakan, kualitas pakan, harga obat dan vaksin, kualitas obat dan vaksin, serta jadwal pengiriman sarana produksi.
6. Pelayanan teknis budidaya meliputi, frekuensi bimbingan teknis, pelayanan dan materi bimbingan, penerapan standar produksi, kesesuaian waktu panen, dan respon terhadap segala keluhan.
7. Pelayanan pasca panen meliputi kesesuaian harga *output* dipasaran, pemberian bonus, penanganan sisa sapronak, dan pemberian kompensasi.
8. Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan apa yang diterima dengan yang diharapkan.
9. Responden adalah peternak plasma yang sedang bermitra dengan Tunas Mekar Farm di Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor selama penelitian berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Berdirinya Tunas Mekar Farm

Tunas Mekar Farm (TMF) berdiri pada bulan April 2004, didirikan oleh Ir. Muslikhin Irmat bersama rekannya, Bapak Agus yang tadinya bekerja di salah satu perusahaan mitra. Ketidakpuasan terhadap kinerja yang dijalankan di perusahaan mitra tersebut adalah alasan keduanya meninggalkan perusahaan mitra tersebut. Beberapa hal yang dianggap kurang memuaskan di perusahaan mitra lama diantaranya adalah: jaminan saponak tidak tentu yang artinya kualitasnya tidak selalu terjamin, pemberian intensif hasil produksi kepada peternak memakan waktu yang cukup lama, bahkan bisa mencapai waktu satu bulan. Cara kerja di dalam perusahaan yang terlalu baku dengan aturan sehingga kurang adanya rasa kekeluargaan antara peternak dan perusahaan mitra, serta komunikasi antara peternak dan pihak perusahaan mitra yang kurang lancar sehingga menghambat hubungan kerjasama merupakan faktor lain yang membuat keduanya berinisiatif untuk mendirikan perusahaan mitra sendiri. Dibantu oleh salah satu investor di Bogor, akhirnya berdiri TMF.

Berdirinya Tunas Mekar Farm diharapkan dapat memberikan solusi terbaik kepada peternak dalam melakukan hubungan kemitraan yang saling menguntungkan. TMF ingin mengubah hal-hal yang dianggap kurang memuaskan menjadi lebih baik dengan memberikan jaminan kualitas saponak terbaik kepada peternak mitranya. Perhitungan hasil produksi peternak dilakukan paling lambat satu minggu setelah panen agar peternak dapat segera menerima hasil ternak ayamnya. Rasa kekeluargaan antara peternak dan perusahaan mitra juga ingin ditingkatkan dengan adanya pertemuan rutin yang diadakan satu sampai dua kali dalam setahun untuk mempererat tali silaturahmi dan untuk berdiskusi seputar hubungan kemitraan ayam ras pedaging.

Kantor pusat TMF berlokasi di Ciluar Permai B I/12 Bogor. Sampai dengan tahun 2006 peternak rakyat yang bermitra dengan TMF berjumlah lebih dari 150 orang peternak yang tersebar di wilayah Bogor seperti Leuwiliang, Nanggung, Cigudeg, Jasinga, Cibinong, Cisarua-Puncak, Parung dan Cariu, juga wilayah Depok. *Strain* DOC yang diberikan kepada peternak plasma diantaranya adalah *MB*, *Superchick*, *Pokhpand*, *Asia-Africa*, *Wonokoyo* dan *Patriot*. Pakan yang digunakan

berasal dari Jafta Comfeed dan Pokhpand. Fasilitas sarana produksi seperti DOC, pakan, obat-obatan dan vaksin diantar kepada peternak plasma. Saat panen, ayam diambil oleh TMF dan pembayaran hasil panen dilakukan seminggu setelah ayam diambil.

Struktur Organisasi

Saat ini Tunas Mekar Farm memiliki delapan orang pegawai tetap. Tugas masing masing pegawai di Tunas Mekar Farm adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan

Pimpinan mempunyai tugas untuk membuat kebijakan, mengawasi dan mengatur pemasaran produk ayam yang akan dijual serta mengatur pasokan sapronak dari perusahaan pembibitan, perusahaan obat, dan perusahaan pakan.

2. *Technical Service* (TS)

TS berjumlah tiga orang bertanggung jawab untuk kelancaran produksi peternakan dari mulai DOC masuk sampai panen, mengurus kesehatan ayam, memberikan pembinaan dan teknik manajemen di dalam kandang serta cara beternak ayam yang baik dan benar.

3. Keuangan

Bagian keuangan dikelola oleh satu orang. Tugasnya adalah mengurus masalah penghitungan insentif ataupun bonus yang diterima peternak baik berdasarkan konversi pakan ataupun mortalitas dan menghitung semua biaya yang telah dikeluarkan peternak dari perusahaan dan menghitung hasil panen ayam peternak.

4. Administrasi

Bagian administrasi berjumlah dua orang yang bertugas membantu pimpinan mengatur surat surat tanda bukti pembayaran dan lainnya, serta mengatur administrasi pegawai ataupun peternak mitranya.

5. Logistik

Bagian logistik diurus oleh satu orang. Tugasnya adalah bertanggung jawab terhadap pengadaan dan persediaan serta pengendalian dan pengawasan sistem distribusi sapronak (sarana produksi peternakan).

Keadaan Umum Lokasi

Daerah lokasi penelitian adalah Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor, Jawa Barat dengan keadaan umum lokasi sebagai berikut :

1. Keadaan Geografis

Secara administratif Kecamatan Nanggung dibatasi oleh :

1. Bagian utara dibatasi Kecamatan Cigudeg
2. Bagian selatan dibatasi Kecamatan Sukabumi
3. Bagian barat dibatasi Kecamatan Cigudeg dan kecamatan Sukajaya
4. Bagian timur dibatasi Kecamatan Leuwiliang

Kecamatan Nanggung membawahi 10 desa, di bagian hulu terdapat Desa Malasari, Bantarkaret, dan Cisarua. Bagian tengah terdapat Desa Curug Bitung, Nanggung, dan Pangkal Jaya. Bagian hilir terdapat Desa Parakanmuncang, Hambaro, Sukaluyu, dan Kalong Liud.

2. Iklim

Rata-rata curah hujan tahunan sekitar 5.948 mm dari tahun 1980-1985 berdasarkan hasil pencatatan stasiun klimatologi Cianten-Leuwiliang. Rata-rata temperatur harian bervariasi antara 24,70°C dan 26,50°C dimana rata-rata temperatur tinggi bervariasi antara 31,0°C – 34,80°C dan temperatur rendah antara 18,30°C hingga 23,40°C. Periode bulan kering (curah hujan < 100 mm) muncul di beberapa tahun di bulan Juli.

3. Geologi tanah dan topografi

Kecamatan Nanggung memiliki wilayah seluas 11.000 km² dengan topografi terdiri dari daratan bergelombang dengan beberapa bukit yang memiliki kemiringan lereng curam. Ketinggian tempat (elevasi) berada pada 340 hingga 1.800 m dpl (desa sampai 1.000 m dpl). Dua jenis tanah yang mendominasi kawasan kecamatan Nanggung adalah Andosol dan Latosol.

Karakteristik Demografi

Kuisisioner disebarakan kepada seluruh peternak plasma TMF di Kecamatan Nanggung, yaitu sebanyak 22 orang. Karakteristik peternak yang diamati adalah karakteristik demografi. Karakteristik demografi peternak yang dideskripsikan penelitian ini adalah (1) usia; (2) jenis kelamin; (3) status pernikahan; (4) pendidikan terakhir; dan (5) mata pencaharian.

1. Usia

Hasil survei menunjukkan bahwa usia peternak menyebar mulai dari 24 tahun sampai dengan 65 tahun. Sebanyak 90,91% peternak berusia 24-54 tahun, dan sisanya yaitu sebanyak 9,09% peternak berusia 55-65 tahun. Hal ini berarti sebagian besar peternak berada dalam usia produktif.

2. Jenis kelamin

Hampir seluruh peternak berjenis kelamin laki-laki yaitu dengan persentase sebesar 95,45%, sedangkan sisanya satu orang atau sebesar 4,55% adalah perempuan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh kecenderungan bahwa laki-laki (suami) lebih berperan sebagai tulang punggung keluarga. Adapun perempuan yang beternak ayam ras pedaging adalah untuk membantu suami dalam mencari penghasilan tambahan bagi kebutuhan keluarganya.

3. Status pernikahan

Seluruh peternak (100%) berstatus sudah menikah (berkeluarga) dan memiliki anak. Status peternak yang sudah berkeluarga menuntut peternak untuk memiliki penghasilan agar dapat menafkahi keluarganya.

4. Pendidikan

Sebagian besar peternak berpendidikan Sekolah Dasar yaitu dengan persentase sebesar 54,55%. Selanjutnya yaitu peternak yang berpendidikan SMA/SMK sebesar 36,36%, dan sisanya yaitu peternak yang berpendidikan SMP sebesar 9,09%. Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat beternak ayam ras pedaging seseorang tidak perlu mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi. Walau demikian tingkat pendidikan juga akan mempengaruhi cara berpikir peternak.

Tabel 7. Karakteristik Demografi Peternak

No.	Karakteristik Responden	Jumlah Orang	Persentase
1	Usia		
	24-54 Tahun	20	90,91
	55-65 Tahun	2	9,09
2	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	21	95,45
	Perempuan	1	4,55
3	Pendidikan		
	SD	12	54,55
	SMP	2	9,09
	SMA/SMK	8	36,36
4	Mata Pencaharian		
	Usaha Pokok	18	81,82
	Sampingan	4	18,18

5. Mata Pencaharian

Mata pencaharian dalam penelitian ini yaitu kontribusi pendapatan dari peternakan terhadap biaya hidup peternak. Sebanyak 81,82% responden menjadikan usaha ternaknya sebagai usaha pokok. Walaupun beberapa peternak mempunyai pekerjaan lain diluar bidang peternakan ayam ras pedaging seperti petani, PNS, pegawai BUMN dan wiraswasta, tetapi kontribusi pendapatan dari pekerjaan tersebut jumlahnya masih lebih kecil daripada pendapatan dari hasil panen ayam.

Selanjutnya sebanyak 18,18% responden menjawab bahwa usaha ternaknya merupakan usaha sampingan. Peternak yang masuk kelompok ini mempunyai pekerjaan utama atau usaha pokok diluar bidang peternakan dan hasil pendapatan dari pekerjaan tersebut mempunyai kontribusi yang lebih besar terhadap kebutuhan hidup peternak daripada pendapatan dari hasil panen ayam.

Identifikasi Usaha Peternak

Identifikasi peternak yang dideskripsikan penelitian ini adalah adalah (1) lama beternak ayam ras pedaging; (2) lama bermitra dengan TMF; (3) pertimbangan utama bermitra dengan TMF; (4) sumber informasi mengenai TMF; (5) pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan kemitraan dengan TMF; (6) umur panen; (7) berat badan ayam siap panen; dan (8) mortalitas per periode.

1. Lama beternak ayam ras pedaging

Peternak plasma yang bermitra dengan TMF di Kecamatan Nanggung rata-rata mempunyai pengalaman beternak 4,08 tahun. Peternak plasma umumnya merupakan peternak baru dengan lama pengalaman beternak berkisar dibawah 4,08 tahun (sebanyak 86,36%). Sedangkan untuk peternak yang sudah cukup lama berkecimpung dalam bisnis ternak ayam ras pedaging hanya sebanyak 13,64% dengan lama pengalaman beternak berkisar diatas 4,08 tahun.

2. Lama bermitra dengan TMF

Tunas Mekar Farm adalah perusahaan mitra ayam ras pedaging yang baru berdiri pada april 2004. Sampai tahun 2007 berarti peternak yang paling lama bergabung dengan TMF adalah 3 tahun, sedangkan yang baru mulai bermitra dengan TMF adalah kurang dari 1 tahun.

Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 45,45% peternak menjawab bahwa mereka sudah bermitra ayam ras pedaging selama 1-2 tahun. Peternak yang sudah bermitra lebih dari 2 tahun sebanyak 40,91%, dan sisanya sebanyak 13,64% adalah peternak yang baru bergabung dengan Tunas Mekar Farm kurang dari 1 tahun tetapi sudah berproduksi lebihdari satu kali.

3. Pertimbangan utama bermitra dengan TMF

Pertimbangan utama yang menyebabkan peternak memilih bermitra dengan TMF adalah ingin mempunyai penghasilan (sebanyak 54,55%). Hal ini selaras dengan variabel mata pencaharian, dimana sebagian besar peternak mengandalkan usaha ternak ayamnya sebagai mata pencaharian utama (usaha pokok).

Peternak yang mempunyai pertimbangan selain untuk mempunyai penghasilan yaitu ingin mendapatkan kemudahan dalam memperoleh sarana produksi sebanyak 22,73%, dan birokrasi yang lebih mudah sebanyak 9,09%. Sisanya yaitu peternak yang mempunyai pertimbangan kekeluargaan, ingin mempunyai pengalaman beternak, serta sekedar mengikuti saran temannya yang sudah bergabung dengan TMF mempunyai persentase yang sama yaitu 4,55%.

4. Sumber informasi mengenai TMF

Sebagian peternak mendapatkan informasi mengenai TMF dari rekan/teman yaitu sebanyak 50,00%. Disamping mendapatkan informasi dari teman, sebanyak

18,18% peternak mendapatkan informasi dari sanak keluarganya. Peternak yang mendapatkan informasi langsung dari pihak TMF sebanyak 13,64%. Sedangkan sisanya yaitu peternak yang mendapatkan informasi dari warga yang beternak dan tahu sendiri mempunyai persentase yang sama yaitu 9,09%.

5. Pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan kemitraan dengan TMF

Hasil jawaban peternak menunjukkan bahwa sebagian besar peternak tahu dan paham tentang peraturan kemitraan yaitu sebanyak 77,27%. Sedangkan sisanya sebanyak 22,73% adalah peternak yang kurang tahu dan paham tentang peraturan kemitraan dengan TMF.

6. Umur panen

Sebanyak 68,18% peternak menyatakan bahwa ayam dipanen pada umur 30 – 32 hari. Selanjutnya yaitu peternak yang menjawab ayam dipanen pada umur 33 – 34 hari sebanyak 27,27%. Sedangkan sisanya yaitu 4,55% adalah peternak yang menyatakan ayamnya dipanen pada umur 35 – 36 hari.

Penentuan panen ayam ditetapkan oleh pihak TMF. Pihak inti mengetahui umur ayam yang dipelihara peternak dari catatan pengiriman DOC. Setelah ada permintaan dari konsumen, inti mengontak peternak yang memiliki ayam usia panen agar mengangkat/memanen ayamnya.

7. Berat badan ayam siap panen

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sebagian (50,00%) peternak memanen ayamnya pada bobot badan 1,3 – 1,4 Kg. Karena pada kisaran bobot badan tersebut, merupakan kisaran bobot badan yang dikehendaki oleh TMF. Sebanyak 45,45 % peternak menjawab ayam mereka dipanen pada kisaran bobot badan 1,5 – 1,6 Kg. Selain itu ada juga peternak yang memanen ayamnya pada kisaran 1,7 – 1,8 Kg (4,55%). Perbedaan kisaran tersebut karena pihak TMF mengikuti permintaan konsumennya.

8. Mortalitas per periode

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pada umumnya (81,82%) peternak mengalami mortalitas ayam sebesar 5-6 % per periode pemeliharaan. Sebanyak 9,09% mengalami mortalitas ayam yang cukup tinggi yaitu sebesar 7-8 persen. Peternak yang mengalami mortalitas ayam sebesar 3-4% sebanyak 4,55%.

Sedangkan sisanya sebesar 4,55% yaitu peternak yang mengalami mortalitas paling kecil, yaitu dibawah 3 %.

Tabel 8. Identifikasi Usaha Peternak

No,	Identifikasi Peternak	Jawaban	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Lama beternak ayam ras pedaging	Rata-rata 4,08 tahun		
		< 4,08 tahun	19	86,36
		> 4,08 tahun	3	13,64
2	Lama bermitra dengan TMF	< 1 tahun	3	13,64
		1 - 2 tahun	10	45,45
		> 2 tahun	9	40,91
3	Pertimbangan utama bermitra dengan TMF	Ingin punya penghasilan	12	54,55
		Kemudahan memperoleh sarana produksi	5	22,73
		Kekeluargaan	1	4,55
		Birokrasi lebih mudah	2	9,09
		Ingin punya pengalaman	1	4,55
		Ikut-ikutan teman	1	4,55
4	Sumber informasi mengenai TMF	Teman/rekan kerja	11	50,00
		Keluarga/saudara	4	18,18
		Warga yang beternak	2	9,09
		Tahu sendiri	2	9,09
		Langsung dari TMF	3	13,64
5	Pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan kemitraan dengan TMF	Paham	17	77,27
		Kurang Paham	5	22,73
6	Umur panen	30 – 32 hari	15	68,18
		33 – 34 hari	6	27,27
		35 – 36 hari	1	4,55
7	Berat badan ayam siap panen	1,3-1,4 kg	11	50,00
		1,5-1,6 kg	10	45,45
		1,7-1,8 kg	1	4,55
8	Mortalitas per periode	< 3%	1	4,55
		3 - 4%	1	4,55
		5 - 6%	18	81,82
		7 - 8%	2	9,09

Kepuasan Peternak

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya (Umar, 2003). Kepuasan konsumen dalam penelitian ini ditujukan kepada kepuasan peternak. Parameter kepuasan peternak

ditunjukkan oleh penilaian peternak terhadap atribut-atribut yang ada. Atribut yang menentukan kepuasan peternak plasma dari TMF sebagai inti adalah sebagai berikut: (1) penerapan harga kontrak DOC; (2) kualitas DOC; (3) harga kontrak pakan; (4) kualitas pakan; (5) harga obat dan vaksin; (6) kualitas obat dan vaksin; (7) jadwal pengiriman sarana produksi; (8) frekuensi bimbingan teknis; (9) pelayanan dan materi bimbingan; (10) penerapan standar produksi Bobot Badan dan FCR; (11) kesesuaian waktu panen; (12) respon terhadap segala keluhan; (13) kesesuaian harga *output*; (14) pemberian bonus; dan (15) pemberian kompensasi.

1. Penerapan harga kontrak DOC

DOC didapatkan peternak dari TMF. Oleh karena itu, harga DOC yang disepakati merupakan hal yang penting. Semakin tinggi harga DOC, maka semakin besar pula biaya operasionalnya. Sebanyak 59,09% peternak menjawab penerapan harga kontrak DOC adalah penting dan 40,91% menjawab sangat penting. Sebanyak 45,45% peternak menjawab puas. Peternak yang merasa kurang puas dan biasa saja mempunyai persentase yang sama yaitu 22,73%. Sedangkan hanya 9,09% yang merasa tidak puas. Peternak merasa sangat penting dalam penerapan harga DOC (4,41). Sedangkan kinerja yang telah dilakukan oleh pihak TMF masih biasa saja (dibawah harapannya), yaitu 3,05. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 13 dan Tabel 14.

Harga DOC dari TMF lebih mahal daripada membeli langsung dipasaran. Harga DOC pada saat penelitian sebesar Rp.3.000/ekor tetapi harga ini sudah termasuk ongkos angkut. Sedangkan harga DOC dipasaran yaitu sebesar Rp.2.500/ekor. Adapun pemasok DOC adalah Japfa Comfeed dan Charoen Pokphand. Peternak memesan DOC terlebih dahulu, kemudian TMF mengirimkannya. Proses pengiriman tersebut membutuhkan waktu 5-7 hari setelah pemesanan.

2. Kualitas DOC

Kualitas DOC sangat menentukan keberhasilan dari peternakan. Peternak menginginkan DOC yang bagus dan mempunyai kondisi prima. Sebagian besar (72,73%) peternak merasa sangat penting terhadap kualitas DOC dan sisanya (27,27%) merasa penting.

Sebanyak 59,09% peternak menilai biasa saja terhadap kinerja TMF atas kualitas DOC. Peternak yang merasa kurang puas sebanyak 22,73%. Peternak yang

merasa tidak puas sebanyak 9,09%. Sedangkan peternak yang merasa puas hanya sebesar 9,09%. Peternak menilai kualitas DOC sangat penting dengan skor tingkat kepentingan sebesar 4,73 tetapi peternak masih merasakan biasa dengan kualitas DOC yaitu dengan skor kinerja sebesar 2,68.

3. Harga kontrak pakan

Sebagian peternak (50,00%) merasa bahwa atribut harga kontrak pakan adalah penting. Sebanyak 36,36% peternak merasa sangat penting, sedangkan sisanya sebesar 13,64% menganggap biasa saja. Untuk tingkat kinerja, sebanyak 45,45% peternak merasa biasa saja. Peternak yang merasa puas dan kurang puas mempunyai persentase yang sama yaitu sebesar 22,73%. Sedangkan sisanya sebanyak 4,55% merasa tidak puas terhadap harga kontrak pakan.

Harga pakan dinilai sangat penting bagi peternak dengan skor kepentingan sebesar 4,23. Hal ini karena biaya pakan merupakan biaya terbesar bagi peternakan *broiler*. Menurut Rasyaf (2006), biaya terbesar dalam peternakan ayam *broiler* adalah biaya pakan, yaitu mencapai 70% dari biaya variabel. Akan tetapi, peternak masih merasa biasa saja terhadap harga pakan yang ditetapkan TMF (skor 2.86). Menurut peternak, harga pakan yang dibeli dari TMF masih terasa lebih mahal dari harga pakan di pasar atau tempat lain. Harga pakan di TMF sebesar Rp. 2.500/kg. Namun peternak merasa diuntungkan karena TMF mengirimkan langsung pakan kepada peternak sehingga ada efisiensi biaya serta kemudahan bagi peternak.

Peternak tidak diperbolehkan membeli pakan sendiri, tetapi peternak boleh membuat ransum sendiri dengan catatan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan. Perusahaan yang biasa memasok pakan antara lain Japfa Comfeed dan Charoen Pokhpand.

4. Kualitas pakan

Sebagian besar peternak yaitu sebesar 63,64% merasa sangat penting terhadap kualitas pakan dan sebanyak 36,36 % merasa penting. Untuk tingkat kinerja, sebagian besar peternak yaitu sebesar 54,55% sudah merasa puas. Peternak yang merasa sangat puas sebanyak 4,55%. Peternak yang merasa biasa saja sebanyak 27,27% dan sisanya sebanyak 13,6% adalah peternak merasa kurang puas.

Peternak merasa sangat penting bagi TMF untuk memberikan pakan dengan kualitas yang baik (skor kepentingan 4,64). Peternak menyadari bahwa pakan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan dan hasil panen ayam. Kualitas pakan yang bagus akan menghasilkan ayam dengan performa yang bagus juga. Sedangkan terhadap kinerja yang diberikan TMF, peternak sudah merasa puas (skor kinerja 3,50).

5. Harga obat dan vaksin

Sebanyak 45,45% peternak merasa harga obat dan vaksin merupakan faktor yang penting. Peternak yang merasa sangat penting sebanyak 40,91%. Sedangkan peternak yang menjawab biasa saja hanya sebesar 13,64%. Sebanyak 40,91% peternak merasa biasa saja terhadap kinerja TMF pada harga obat dan vaksin. Peternak yang merasa puas terhadap harga obat dan vaksin sebanyak 22,73%. Sedangkan peternak yang merasa kurang puas dan tidak puas masing-masing sebanyak 31,82% dan 4,55%.

Peternak menilai bahwa harga obat dan vaksin sangat penting (skor 4,27). Sedangkan peternak masih merasa biasa terhadap kinerja TMF pada atribut harga obat dan vaksin tersebut (skor 2,82).

Seperti DOC dan pakan, biasanya harga obat dan vaksin di TMF lebih mahal daripada di pasar. Obat yang biasa dipakai peternak adalah produk dari Sanbe dan SAS. Lain hal dengan DOC dan pakan, peternak diperbolehkan membeli obat sendiri di pasar. Adapun mekanisme pengiriman obat dan vaksin adalah dikirim sekaligus untuk 1 periode pemeliharaan. Pengiriman tersebut dilakukan sebelum DOC. Obat yang biasa dipersiapkan adalah antibiotik, vitamin dan vaksin. Adapun vaksinasi yang dilakukan adalah vaksin ND dan Gumboro.

6. Kualitas obat dan vaksin

Peternak yang merasa sangat penting terhadap kualitas obat dan vaksin sebanyak 68,18% dan peternak yang merasa penting sebanyak 31,82%. Tidak ada peternak yang merasa tidak penting, kurang penting, dan sangat penting. Pada tingkat kinerja, sebanyak 40,91% peternak merasa puas. Selain itu peternak yang merasa kurang puas sebanyak 31,82%. Peternak yang merasa biasa saja sebanyak 18,18%. Peternak yang merasa puas dan tidak puas mempunyai persentase yang sama yaitu 4,55%.

Kualitas obat dan vaksin dinilai sangat penting oleh peternak (skor 4,68). Peternak menyadari bahwa kualitas obat dan vaksin sangat berperan bagi keberhasilan usahanya. Sedangkan pada kenyataannya, peternak masih merasa biasa saja terhadap kualitas obat dan vaksin yang diberikan TMF (skor 3,09).

Tabel 9. Sebaran Peternak Terhadap Tingkat Kepentingan

No.	Atribut	Tingkat Kepentingan (%)				
		Tidak Penting	Kurang Penting	Biasa	Penting	Sangat Penting
1	Penerapan harga kontrak DOC	0,00	0,00	0,00	59,09	40,91
2	Kualitas DOC	0,00	0,00	0,00	27,27	72,73
3	Harga kontrak pakan	0,00	0,00	13,64	50,00	36,36
4	Kualitas pakan	0,00	0,00	0,00	36,36	63,64
5	Harga obat dan vaksin	0,00	0,00	13,64	45,45	40,91
6	Kualitas obat dan vaksin	0,00	0,00	0,00	31,82	68,18
7	Jadwal pengiriman sarana produksi	0,00	0,00	4,55	59,09	36,36
8	Frekuensi bimbingan teknis	0,00	0,00	9,09	40,91	50,00
9	Pelayanan dan materi bimbingan	0,00	0,00	4,55	63,64	31,82
10	Penerapan standar produksi BB FCR	0,00	0,00	13,64	54,55	31,82
11	Kesesuaian waktu panen	0,00	0,00	4,55	59,09	36,36
12	Respon terhadap segala keluhan	0,00	0,00	4,55	40,91	54,55
13	Kesesuaian harga <i>output</i>	0,00	0,00	18,18	54,55	27,27
14	Pemberian bonus	0,00	0,00	13,64	40,91	45,45
15	Pemberian kompensasi	0,00	0,00	9,09	27,27	63,64

7. Jadwal pengiriman sarana produksi

Sebanyak 59,09% peternak merasa penting terhadap jadwal pengiriman sarana produksi ternak. Peternak yang merasa sangat penting sebanyak 36,36%. Sedangkan sisanya sebanyak 4,55% merasa biasa saja,. Tidak ada peternak yang merasa tidak penting dan kurang penting. Untuk tingkat kinerja, Sebagian besar peternak (63,64%) merasa puas. Peternak yang merasa kurang puas sebanyak 27,27%. Sisanya adalah peternak yang merasa biasa saja dan peternak yang merasa tidak puas dengan persentase yang sama yaitu 4,55%. Tidak ada peternak yang merasa sangat puas.

Peternak merasa sangat penting (skor kepentingan 4,32) bagi TMF untuk mengirimkan sapronak secepat mungkin atau tepat pada waktunya. Peternak menyadari bahwa pengiriman sapronak yang tepat waktu dapat menjamin

ketersediaan sapronak di peternak. Jadwal pengiriman sarana produksi yang sesuai dengan waktu membuat peternak tidak merasa khawatir terhadap ketersediaan sapronak. Penilaian peternak terhadap kinerja yang diberikan TMF masih merasa biasa (skor kinerja 3,27).

8. Frekuensi bimbingan teknis

Sebagian peternak (50,00%) merasa sangat penting terhadap atribut frekuensi bimbingan teknis. Peternak yang merasa penting sebanyak 40,91%. Sisanya sebanyak 9,09% peternak merasa biasa. Penilaian terhadap kinerja menunjukkan bahwa, 40,91% peternak merasa puas, 31,82% peternak merasa kurang puas, 22,73% peternak merasa biasa, dan sisanya sebanyak 4,55% peternak merasa sangat puas. Tidak ada peternak yang merasa tidak puas.

Bimbingan teknis dinilai sangat penting bagi peternak. Oleh karena itu, mereka sangat mengharapkan frekuensi bimbingan yang teratur dan berkesinambungan. Atribut ini dirasakan sangat penting, yaitu dengan skor 4,41. Sedangkan pada kenyataannya, peternak masih merasa belum terpuaskan dengan kinerja yang dilakukan TMF atau masih biasa (skor 3,18).

Bimbingan teknis yang dilakukan di 2 tempat, yaitu di kantor TMF dan di kandang masing-masing peternak. Bimbingan di kantor TMF dilakukan setiap minggu. Metodenya adalah ceramah atau penyuluhan dan dilanjutkan dengan tanya-jawab dengan peternak. Bimbingan di kandang, dilakukan setiap minggu. Tetapi dapat dilakukan sesuai permintaan peternak. Metodenya adalah mengecek kinerja anak kandang, memberikan penyuluhan langsung atas penggunaan pakan, obat, dan vaksin.

9. Pelayanan dan materi bimbingan

Peternak yang merasa penting, sangat penting, dan biasa terhadap atribut pelayanan dan materi bimbingan, masing-masing mempunyai persentase sebanyak 63,64%, 31,82%, dan 4,55%. Tidak ada peternak yang merasa tidak penting maupun kurang penting terhadap atribut ini. Peternak yang merasa puas sebanyak 36,36%. Peternak yang merasa biasa sebanyak 31,82%. Peternak yang merasa kurang puas sebanyak 27,27% dan sisanya 4,55% adalah peternak yang merasa sangat puas. Tidak ada peternak yang merasa tidak puas.

Peternak merasa bahwa pelayanan dan materi bimbingan terhadap teknis beternak ayam *broiler* adalah sangat penting (skor 4,27). Materi bimbingan diharapkan membantu peternak dalam menghadapi permasalahan di lapangan. Sedangkan peternak masih merasa biasa terhadap kinerja atribut tersebut (skor 3,18). Materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peternak.

10. Penerapan standar produksi (BB dan FCR)

Pada dasarnya, standar panen adalah dengan menggunakan berat badan akhir ayam. Sedangkan FCR dijadikan patokan keberhasilan peternak. Peternak dapat dikatakan berhasil jika berat badan ayam panen sesuai dengan yang diharapkan dengan FCR yang lebih rendah dari standar FCR yang ditetapkan oleh TMF. Adapun standar FCR berubah-ubah sesuai dengan kondisi di lapangan. FCR digunakan untuk menentukan jumlah bonus yang akan diterima peternak. Besarnya bonus berbeda-beda sesuai dengan selisih FCR aktual dengan FCR standar. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 11.

Sebagian besar (54,55%) peternak merasa bahwa penerapan standar produksi dengan menggunakan Bobot Badan dan FCR adalah penting. Sebanyak 31,82% peternak merasa sangat penting dan sisanya sebanyak 13,64% merasa biasa. Penilaian kinerja menunjukkan bahwa 36,36% peternak merasa puas. Sebanyak 31,82% peternak yang merasa biasa dan sisanya 4,55% merasa tidak puas. Tidak ada peternak yang merasa sangat puas terhadap atribut ini.

Bagi peternak, FCR berfungsi selain untuk meningkatkan efisiensi penggunaan pakan, juga untuk menentukan besar bonus yang akan diterima. Semakin besar selisih FCR-nya maka akan semakin besar juga bonus yang didapat. Karena itu peternak merasa penting (skor kepentingan 4,18) sedangkan penilaian kinerja menunjukkan biasa saja (skor kinerja 3,00).

11. Kesesuaian waktu panen

Sebagian besar peternak (59,09%) merasa penting terhadap atribut kesesuaian waktu panen. Peternak yang merasa sangat penting sebanyak 36,36% dan sisanya 4,55% peternak merasa biasa. Penilaian terhadap kerja menunjukkan bahwa peternak yang merasa puas dan kurang puas mempunyai persentase yang sama yaitu masing-masing sebanyak 36,36%. Peternak yang merasa biasa sebanyak 22,73%. Sisanya

adalah peternak yang merasa sangat puas sebanyak 4,55%. Tidak ada peternak yang merasa tidak puas terhadap atribut ini.

Peternak merasa sangat penting terhadap kesesuaian waktu panen yang ditetapkan TMF. Hal ini ditunjukkan dengan skor kepentingan sebesar 4,32. Peternak menganggap bahwa waktu panen yang sesuai dengan rencana akan mempermudah dan memberikan kepuasan. Waktu panen yang terlalu lama akan meningkatkan konsumsi pakan, sedangkan bila terlalu cepat berat badan ayam akan rendah dan merugikan peternak. Penilaian kinerja atribut kesesuaian waktu panen dirasakan masih biasa oleh peternak (skor 3,09).

12. Respon terhadap segala keluhan

Sebagian besar peternak (54,55%) menilai atribut respon terhadap keluhan adalah sangat penting. Peternak yang merasa penting sebanyak 40,91%, dan sisanya sebanyak 4,55% peternak merasa biasa. Penilaian kinerja menunjukkan bahwa sebanyak 36,36% peternak yang merasa kurang puas dan 13,64% peternak merasa tidak puas. Sedangkan peternak yang merasa puas sebanyak 27,27%, dan peternak yang merasa biasa sebanyak 22,73%. Tidak ada peternak yang merasa sangat puas.

Peternak merasa bahwa respon TMF terhadap segala keluhan peternak adalah sangat penting (skor 4,50). Peternak sangat membutuhkan tanggapan atau respon dari TMF dalam menanggulangi masalah-masalah yang terjadi di lapangan. Pada kenyataannya peternak masih merasa biasa akan respon TMF. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan skor kepuasan sebesar 2,64.

13. Kesesuaian harga *output*

Sebagian besar peternak (54,55%) merasa puas terhadap kesesuaian harga *output*. Peternak yang merasa sangat puas sebanyak 27,27% dan sisanya sebanyak 18,18% merasa biasa. Pada sisi kinerja, sebanyak 54,55% peternak merasa biasa saja terhadap atribut kesesuaian harga *output* dipasaran. Peternak yang merasa kurang puas dan tidak puas, yaitu masing-masing sebanyak 27,27% dan 9,09%. Peternak yang merasa puas hanya sebanyak 9,09%. Tidak ada peternak yang merasa sangat puas.

Peternak merasa dirugikan bila harga kontrak ayam yang lebih rendah dari harga pasar. Sedangkan bila harga ayam lebih tinggi dari harga pasar TMF yang akan

merugi. Oleh sebab itu peternak menganggap penting terhadap atribut kesesuaian harga *output*, yaitu dengan skor 4,09.

Peternak merasakan harga *output* yang ditetapkan oleh TMF masih biasa (skor 2,64) bila dibandingkan dengan harga pasar. Melalui penerapan harga *output* dipasaran, peternak akan terlindungi dari resiko fluktuasi harga di pasaran.

Tabel 10. Sebaran Peternak Terhadap Tingkat Kinerja

No.	Atribut	Tingkat Kinerja (%)				
		Tidak Puas	Kurang Puas	Biasa	Puas	Sangat Puas
1	Penerapan harga kontrak DOC	9,09	22,73	22,73	45,45	0,00
2	Kualitas DOC	9,09	22,73	59,09	9,09	0,00
3	Harga kontrak pakan	4,55	27,27	45,45	22,73	0,00
4	Kualitas pakan	0,00	13,64	27,27	54,55	4,55
5	Harga obat dan vaksin	4,55	31,82	40,91	22,73	0,00
6	Kualitas obat dan vaksin	4,55	31,82	18,18	40,91	4,55
7	Jadwal pengiriman sarana produksi	4,55	27,27	4,55	63,64	0,00
8	Frekuensi bimbingan teknis	0,00	31,82	22,73	40,91	4,55
9	Pelayanan dan materi bimbingan	0,00	27,27	31,82	36,36	4,55
10	Penerapan standar produksi BB FCR	4,55	27,27	31,82	36,36	0,00
11	Kesesuaian waktu panen	0,00	36,36	22,73	36,36	4,55
12	Respon terhadap segala keluhan	13,64	36,36	22,73	27,27	0,00
13	Kesesuaian harga <i>output</i>	9,09	27,27	54,55	9,09	0,00
14	Pemberian bonus	4,55	22,73	36,36	31,82	4,55
15	Pemberian kompensasi	13,64	22,73	31,82	27,27	4,55

14. Pemberian bonus

TMF akan memberikan bonus kepada peternak bila peternak dapat melebihi standar FCR dan meminimalkan mortalitas ayam. Standar FCR dan mortalitas besarnya berbeda-beda sesuai dengan hari ayam dipanen. Adapun besarnya bonus selisih FCR tersebut ditunjukkan oleh Tabel 11. Standar Mortalitas dapat dilihat di Lampiran 5.

Tabel 11. Insentif untuk peternak setiap selisih FCR

Selisih FCR	Insentif (Rp/kg)
0,100 – 0,101	150
0,100 – 0,051	120
0,050 - 0,001	80

Sumber : Tunas Mekar Farm, 2007

Peternak yang menilai atribut pemberian bonus sangat penting dan penting mempunyai persentase masing-masing sebanyak 45,45% dan 40,91%. Sedangkan sisanya sebanyak 13,64% menilai biasa saja. Penilaian terhadap kinerja atribut memperlihatkan bahwa sebanyak 36,36% merasa biasa. Peternak yang merasa puas sebanyak 31,82%. Sedangkan sisanya adalah peternak yang merasa sangat puas dan tidak puas dengan persentase yang sama yaitu masing-masing sebesar 4,55%.

Peternak merasakan sangat penting akan adanya kebijakan tersebut. Hal ini tercermin atas skor kepentingan yang didapat sebesar 4,32. Sedangkan untuk kepuasan terhadap kinerja yang diberikan TMF, peternak merasa biasa saja (skor 3,09).

15. Pemberian kompensasi.

Sebagian besar peternak (63,64%) merasa sangat penting. Peternak yang merasa penting sebesar 27,27% dan sisanya sebesar 9,09 adalah peternak yang menilai biasa. Tidak ada peternak yang merasa kurang penting dan tidak penting. Penilaian kinerja atribut memperlihatkan bahwa, sebanyak 31,82% peternak merasa biasa saja. Peternak yang merasa puas dan sangat puas masing-masing mempunyai persentase sebesar 27,27% dan 4,55%. Peternak yang merasa kurang puas dan tidak puas masing-masing mempunyai persentase sebesar 22,73% dan 13,64%.

Peternak menilai bahwa pemberian kompensasi bagi peternak adalah sangat penting (skor kepentingan 4,55) sedangkan penilaian kinerja yang diberikan oleh TMF masih tergolong biasa. Hal ini tercermin dari skor kinerja sebesar 2,86.

Kompensasi akan diberikan kepada peternak yang mengalami kerugian. Namun ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi peternak sebelum ia dinyatakan layak untuk diberi kompensasi. Syarat tersebut diantaranya adalah kerapihan administrasi dan penyebab kerugian bukan dari kesalahan perorangan, baik oleh peternak ataupun oleh anak kandang. Pihak inti akan mempelajari serta menganalisa hal tersebut dari catatan harian kandang.

Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau *Importance and Performance Analysis* (IPA) adalah analisis yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang kepuasan peternak sebagai plasma terhadap kemitraan dengan TMF sebagai inti. Analisis ini diharapkan dapat berguna bagi TMF untuk mengetahui keadaan masing-

masing atribut mutu kepuasan dan kinerja yang ditinjau dari segi harapan dan pelaksanaan yang dirasakan oleh peternak. Selain itu, analisis ini juga diharapkan dapat berguna dalam peningkatan kualitas kemitraan yang kondusif, sehingga dapat terciptanya suatu kerjasama yang saling menguntungkan.

Atribut kualitas DOC merupakan atribut yang paling penting dirasakan oleh peternak (4,73). Hal ini karena DOC merupakan salah satu penentu kelangsungan operasi. Sedangkan atribut yang dirasakan paling rendah kepentingannya adalah atribut kesesuaian harga *output* di pasaran (4,09). Secara keseluruhan atau rata-rata, peternak merasa bahwa semua atribut yang ada merupakan sangat penting, yaitu dengan skor rata-rata kepentingan sebesar 4,39.

Tabel 12. Rataan Skor Tingkat Kepentingan Peternak

No	Atribut	Tingkat Kepentingan
2	Kualitas DOC	4,73
6	Kualitas obat dan vaksin	4,68
4	Kualitas pakan	4,64
17	Pemberian kompensasi	4,55
12	Respon terhadap segala keluhan	4,50
8	Frekuensi bimbingan teknis	4,41
1	Penerapan harga kontrak DOC	4,41
7	Jadwal pengiriman sarana produksi	4,32
11	Kesesuaian waktu panen	4,32
15	Pemberian bonus	4,32
5	Harga obat dan vaksin	4,27
9	Pelayanan dan materi bimbingan	4,27
3	Harga kontrak pakan	4,23
10	Penerapan standar produksi (BB, FCR)	4,18
13	Kesesuaian harga <i>output</i>	4,09
Rata-Rata		4,39

Keterangan:

- 1,00-1,80 Tidak penting
- 1,81-2,60 Kurang penting
- 2,61-3,40 Biasa
- 3,41-4,20 Penting
- 4,21-5,00 Sangat penting

Tingkat kinerja yang paling tinggi adalah atribut kualitas pakan (3,50). Hal ini karena peternak merasa puas dengan kinerja yang telah diberikan. Sedangkan atribut yang paling rendah dirasakan oleh peternak yaitu kesesuaian harga output di pasaran dan respon terhadap segala keluhan peternak (2,64). Peternak menginginkan harga output (ayam) lebih disesuaikan lagi dengan harga pasar, yaitu agar harga beli

ayam yang ditetapkan oleh TMF selisihnya tidak terlalu besar dengan harga pasar. Peternak mengharapkan keluhan yang disampaikan peternak kepada TMF agar lebih ditindaklanjuti dengan upaya yang nyata, bukan hanya sebatas mendengarkan. Secara keseluruhan, peternak merasa bahwa atribut-atribut tersebut masih biasa saja atau netral dengan skor rata-rata kinerja 3,00. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 13. Rataan Skor Tingkat Kinerja

No	Atribut	Tingkat Kinerja
4	Kualitas pakan	3,50
7	Jadwal pengiriman sarana produksi	3,27
8	Frekuensi bimbingan teknis	3,18
9	Pelayanan dan materi bimbingan	3,18
6	Kualitas obat dan vaksin	3,09
11	Kesesuaian waktu panen	3,09
15	Pemberian bonus	3,09
1	Penerapan harga kontrak DOC	3,05
10	Penerapan standar produksi (BB, FCR)	3,00
3	Harga kontrak pakan	2,86
17	Pemberian kompensasi	2,86
5	Harga obat dan vaksin	2,82
2	Kualitas DOC	2,68
12	Respon terhadap segala keluhan	2,64
13	Kesesuaian harga <i>output</i>	2,64
	Rata-Rata	3,00

Keterangan:

1,00-1,80 Tidak puas

1,81-2,60 Kurang puas

2,61-3,40 Biasa

3,41-4,20 Puas

4,21-5,00 Sangat puas

Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian merupakan hasil bagi antara angka tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja. Tabel 12 menunjukkan urutan prioritas atribut, dimulai dari tingkat kesesuaian tertinggi hingga terendah. Tingkat kesesuaian tertinggi terdapat pada atribut jadwal pengiriman sarana produksi, yaitu sebesar 75,79%. Hal ini karena peternak merasa bahwa jadwal pengiriman sarana produksi adalah sangat penting dan TMF telah menunjukkan kinerja yang dinilai baik oleh peternak pada atribut ini. Seperti yang tertera pada Tabel 12.

Tingkat kesesuaian terendah pada atribut kualitas DOC, yaitu sebesar 56,73%. Hal ini karena rata-rata peternak menilai kualitas DOC adalah sangat penting, namun kualitas DOC yang diberikan belum memuaskan peternak.

Tabel 14. Tingkat Kesesuaian antara Atribut Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian
7	Jadwal pengiriman sarana produksi	75,79
4	Kualitas pakan	75,49
9	Pelayanan dan materi bimbingan	74,47
8	Frekuensi bimbingan teknis	72,16
10	Penerapan standar produksi (BB, FCR)	71,74
11	Kesesuaian waktu panen	71,58
15	Pemberian bonus	71,58
1	Penerapan harga kontrak DOC	69,07
3	Harga kontrak pakan	67,74
6	Kualitas obat dan vaksin	66,02
5	Harga obat dan vaksin	65,96
13	Kesesuaian harga <i>output</i>	64,44
17	Pemberian kompensasi	63,00
12	Respon terhadap segala keluhan	58,59
2	Kualitas DOC	56,73

Indeks Kepuasan Peternak

Pengukuran terhadap *Customer Satisfaction Index* (CSI) sangat diperlukan untuk menentukan sasaran-sasaran dimasa yang akan datang dan dapat digunakan untuk mengetahui besarnya indeks kepuasan yang diberikan oleh perusahaan. Tanpa adanya *Customer Satisfaction Index* tidak mungkin *Top Manager* dapat menentukan *goal* dalam peningkatan kepuasan konsumen (Irawan, 2003). Nilai rata-rata pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut produk dan pelayanan digunakan untuk menghitung indeks kepuasan pelanggan.

Pada Tabel 15 dapat dilihat bahwa nilai *weighted average* sebesar 3,00. Nilai ini merupakan penjumlahan dari *weighted score* seluruh atribut kualitas pelayanan Tunas Mekar Farm. Nilai *Customer Satisfaction Index* diperoleh dengan membagi nilai *weighted average* dengan skala maksimum (skala 5) yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian nilai *Customer Satisfaction Index* adalah sebesar $3,00/5 = 0,6000$ atau sebesar 60,00%. Hasil perhitungan indeks kepuasan peternak yang mampu diberikan oleh Tunas Mekar Farm disajikan pada Tabel 15.

Nilai Indeks kepuasan peternak sebesar 0,60. Secara keseluruhan, kinerja atribut yang mampu diberikan TMF kepada peternak hanya sebesar 60% yang berarti bahwa indeks kepuasan peternak terhadap atribut pelayanan Tunas Mekar Farm berada pada kriteria cukup puas. Kriteria ini menilai tingkat kepentingan menurut

peternak dengan tingkat kinerja. Menurut Santoso (2006), nilai CSI pada rentang 0,51 – 0,65 berimplikasi cukup puas. Dengan demikian, secara keseluruhan peternak mitra dari TMF sudah merasa cukup puas dengan segala atribut serta kinerja yang dilakukan.

Tabel 15. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* Peternak Mitra Tunas Mekar Farm.

No	Atribut	Skor Rata-rata Kepentingan	<i>Importance Weighting factorrs</i>	Skor Rata-rata Kinerja	<i>Weighted Score</i>
1	Penerapan harga kontrak DOC	4,41	6,69	3,05	0,20
2	Kualitas DOC	4,73	7,17	2,68	0,19
3	Harga kontrak pakan	4,23	6,41	2,86	0,18
4	Kualitas pakan	4,64	7,03	3,50	0,25
5	Harga obat dan vaksin	4,27	6,48	2,82	0,18
6	Kualitas obat dan vaksin	4,68	7,10	3,09	0,22
7	Jadwal pengiriman sarana produksi	4,32	6,55	3,27	0,21
8	Frekuensi bimbingan teknis	4,41	6,69	3,18	0,21
9	Pelayanan dan materi bimbingan	4,27	6,48	3,18	0,21
10	Penerapan standar produksi (BB, FCR)	4,18	6,34	3,00	0,19
11	Kesesuaian waktu panen	4,32	6,55	3,09	0,20
12	Respon terhadap segala keluhan	4,50	6,83	2,64	0,18
13	Kesesuaian harga <i>output</i>	4,09	6,21	2,64	0,16
14	Pemberian bonus	4,32	6,55	3,09	0,20
15	Pemberian kompensasi	4,55	6,90	2,86	0,20
Total		65,91	100,00	44,95	
Weighted Average					3,00
CSI					0,6000

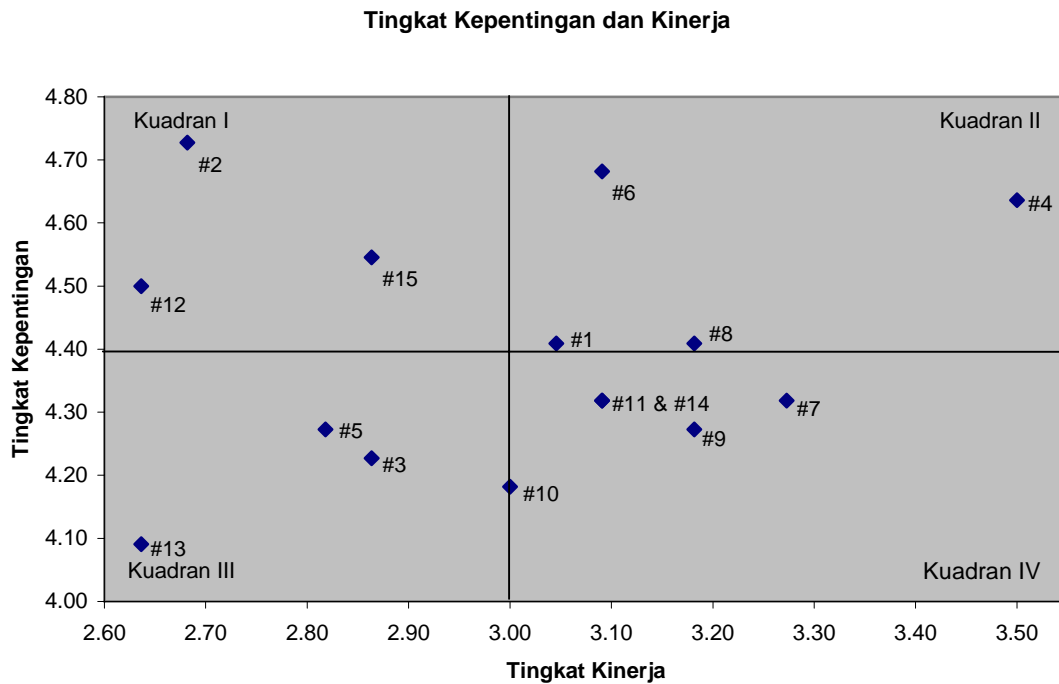
Keterangan :

- 0,00 – 0,34 = Tidak Puas
- 0,35 – 0,50 = Kurang Puas
- 0,51 – 0,65 = Cukup Puas
- 0,66 – 0,80 = Puas
- 0,81 – 1,00 = Sangat Puas

Analisis Kuadran

Agar lebih jelas penempatan atribut-atribut yang ada, maka atribut-atribut tersebut dikelompokkan kedalam 4 kuadran dalam diagram kartesius. Diagram Kartesius menunjukkan posisi atribut-atribut dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan peternak terhadap TMF. Posisi masing-masing atribut tersebut dapat dijadikan sebagai alat bantu dalam menetapkan alternatif strategi untuk meningkatkan kepuasan dari peternak plasma. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai

pedoman untuk melakukan perbaikan pada atribut yang belum sesuai antara kinerja yang diberikan dengan harapan peternak. Hal ini dijelaskan pada Gambar 6.



Gambar 6. Diagram Kartesius Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pada Kemitraan Tunas Mekar Farm.

Keterangan:

- 1 adalah atribut penerapan harga kontrak DOC
 - 2 adalah atribut kualitas DOC
 - 3 adalah atribut harga kontrak pakan
 - 4 adalah kualitas pakan
 - 5 adalah atribut harga obat dan vaksin
 - 6 adalah atribut kualitas obat dan vaksin
 - 7 adalah atribut jadwal pengiriman sarana produksi
 - 8 adalah atribut frekuensi bimbingan teknis
 - 9 adalah atribut pelayanan dan materi bimbingan
 - 10 adalah atribut penerapan standar produksi (BB, FCR)
 - 11 adalah atribut kesesuaian waktu panen
 - 12 adalah atribut respon terhadap segala keluhan
 - 13 adalah atribut kesesuaian harga *output*
 - 14 adalah atribut pemberian bonus
 - 15 adalah atribut pemberian kompensasi
- Kuadran I (prioritas utama)
 Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran I merupakan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh peternak, akan tetapi pihak TMF belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan atau harapan peternak. Atribut yang

berada pada kuadran A harus mendapatkan perhatian agar kinerjanya meningkat serta peternak dapat merasa puas. Terdapat 3 atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini, yaitu: (2) kualitas DOC; (12) respon terhadap segala keluhan; dan (15) pemberian kompensasi.

TMF harus meningkatkan kinerja atribut kualitas DOC karena merupakan atribut yang sangat penting bagi peternak dalam kelangsungan beternak. Akan tetapi, performa DOC dinilai masih kurang memuaskan peternak. Peternak mengharapkan kualitas DOC agar mempunyai performa yang baik dan lebih tahan terhadap penyakit dan stres. Hal yang dapat dilakukan TMF yaitu memberikan DOC dengan performa yang lebih baik seperti keinginan peternak tetapi disesuaikan juga dengan harga DOC.

TMF dinilai peternak kurang dapat merespon keluhan yang diajukan oleh mereka. Keluhan yang ada pada umumnya hanya didengarkan atau ditampung saja tanpa ada tindakan yang lebih nyata. TMF sebaiknya lebih memberikan pengertian kepada peternak bahwa semua keluhan yang disampaikan peternak tidak semuanya dapat dilaksanakan menyangkut keterbatasan biaya, waktu, dan tenaga. Bila terdapat keluhan peternak yang dapat segera ditindaklanjuti, TMF sebaiknya cepat menanggapi agar kepercayaan peternak terhadap TMF bisa lebih meningkat.

Pemberian kompensasi diberikan kepada peternak yang merugi (ayam banyak yang mati) akan tetapi nilai kerugiannya tidak melebihi yang ditetapkan oleh TMF. Apabila peternak merugi, pada dasarnya TMF juga ikut merugi karena ayam yang dipelihara peternak sebenarnya adalah ayam milik TMF. Sama seperti respon terhadap keluhan, TMF juga harus bisa memberikan pengertian yang lebih kepada peternak menyangkut pemberian kompensasi agar kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan.

- Kuadran II (pertahankan prestasi)

Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran II merupakan atribut-atribut yang dianggap penting oleh peternak dan TMF telah melaksanakan kinerja sesuai dengan keinginan atau harapan peternak. Terdapat 4 atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini, yaitu: (1) penerapan harga kontrak DOC; (4) kualitas pakan; (6) kualitas obat dan vaksin; serta (8) frekuensi bimbingan teknis.

Penerapan harga kontrak DOC dinilai sudah sesuai dengan harapan peternak. Peternak tidak perlu membuang waktu dan susah untuk mencari DOC karena DOC dikirim langsung oleh TMF. Kualitas pakan dirasakan sudah menunjukkan kinerja yang sesuai dengan harapan peternak karena pakan yang diberikan TMF menunjukkan pertumbuhan ayam yang baik. Kinerja frekuensi bimbingan teknis harus tetap dipertahankan dan sebaiknya TMF juga memberikan bimbingan non-teknis seperti bimbingan menjadi manajer yang baik, cara berhubungan sosial yang baik dengan pegawai.

- Kuadran III (prioritas rendah)

Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran III merupakan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh peternak dan pihak TMF belum memperhatikan kinerjanya sesuai dengan keinginan atau harapan peternak. Terdapat 3 atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini, yaitu: (3) harga kontrak pakan; (5) harga obat dan vaksin; dan (13) kesesuaian harga *output*.

Walaupun atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini mempunyai prioritas rendah, namun tetap harus diperhatikan karena peternak menilai tingkat kinerja atribut-atribut ini belum sesuai dengan harapan mereka. Sebaiknya TMF juga meningkatkan kinerja atribut-atribut pada kuadran ini dengan asumsi bahwa tingkat kepentingan atribut-atribut ini akan meningkat di masa mendatang. Peternak tidak terlalu menganggap penting atribut harga kontrak pakan, atribut harga obat dan vaksin, serta atribut kesesuaian harga *output*. Akan tetapi peternak menilai kinerja atribut-atribut ini masih belum memuaskan. Peternak menginginkan harga kontrak pakan dan harga obat dan vaksin bisa lebih murah mendekati harga pasar. Peternak juga menginginkan harga *output* (ayam) waktu panen tidak jauh berbeda dengan harga beli ayam di pasar. Untuk mengatasi hal ini, TMF sebaiknya menjelaskan dan memberikan pemahaman yang lebih kepada peternak bahwa harga disesuaikan dengan ongkos antar, resiko, efisiensi, dan waktu.

- Kuadran IV (berlebihan)

Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran IV merupakan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh peternak, akan tetapi pihak TMF telah melaksanakan kinerjanya dengan sangat baik. Oleh karena itu atribut yang berada

pada kuadran IV dirasakan berlebihan oleh peternak. Terdapat 5 atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini, yaitu: (7) jadwal pengiriman sarana produksi; dan (9) pelayanan dan materi bimbingan; (10) penerapan standar produksi BB dan FCR; (11) kesesuaian waktu panen; dan (14) pemberian bonus.

Hal yang sebaiknya dilakukan oleh TMF adalah mempertahankan kinerja atribut-atribut pada kuadran ini dengan asumsi bahwa tingkat kepentingan atribut-atribut ini akan meningkat di masa mendatang. Bila kinerja atribut-atribut ini dipertahankan, maka pihak restoran akan mempunyai keunggulan dibanding pesaing-pesaingnya karena mempunyai atribut-atribut yang dinilai mempunyai kinerja yang baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Karakteristik umum peternak mayoritas adalah laki-laki yang berstatus sebagai kepala keluarga dengan usia produktif. Semua peternak sudah menikah. Sebagian besar berpendidikan formal di Sekolah Dasar, mempunyai pekerjaan mata pencaharian pokok dari hasil ternak.
2. Hasil analisis CSI menunjukkan bahwa peternak sudah merasa cukup puas dengan kinerja yang dilakukan oleh Tunas Mekar Farm. Skor CSI-nya adalah 60,00%. Sedangkan berdasarkan analisis IPA, diketahui bahwa atribut yang sudah sesuai dengan harapan peternak adalah atribut (1) penerapan harga kontrak DOC; (4) kualitas pakan; (6) kualitas obat dan vaksin; (8) serta frekuensi bimbingan teknis. Atribut yang harus menjadi prioritas utama perbaikan kinerja adalah (2) kualitas DOC; (12) respon terhadap segala keluhan; dan (15) pemberian kompensasi.

Saran

1. Berdasarkan analisis kuadran, TMF harus lebih meningkatkan kualitas DOC. Bila peternak setuju, harga DOC dinaikan dengan catatan kualitas DOC juga ditingkatkan. Keluhan peternak sebaiknya lebih diperhatikan dengan melakukan tindakan yang nyata. Pemberian kompensasi agar bisa dilakukan lebih bijaksana dengan melihat kerja keras peternak Bimbingan teknis lebih difokuskan lagi tentang pemeliharaan DOC yang baik, penanganan penyakit yang benar serta pemberian obat dan vaksin yang tepat. TMF juga harus lebih memperhatikan peternak dengan merespon keluhan secara lebih bijaksana. Hal ini dilakukan agar peternak merasa lebih diperhatikan.
2. Walaupun peternak sudah merasa cukup puas tetapi nilai kepuasannya masih kecil sehingga atribut mutu pelayanan secara keseluruhan harus lebih ditingkatkan agar lebih memuaskan peternak. Jika tidak, bukan tidak mungkin peternak akan berhenti bermitra dengan TMF untuk mencari perusahaan mitra lain yang dinilai mempunyai atribut mutu pelayan yang lebih baik dari TMF. Selain TMF, di Kecamatan Nanggung terdapat perusahaan mitra ternak lain seperti Charoen Pokhpand, Wonokoyo, Sahabat Ps. dan Janur Putro.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karuniaNya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tak lupa penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan umatnya hingga akhir masa.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, *my little brother*, Garna, dan seluruh keluarga besar yang telah banyak membantu baik secara materi, motivasi, do'a, serta kasih sayang yang tulus tiada henti-hentinya. Kepada Ibu Ir. Juniar Atmakusuma, MS. sebagai pembimbing akademik yang telah memberikan saran, motivasi, waktu dan tenaga sejak penulis masuk tahun kedua sampai penulis menyelesaikan studi. Kepada Ibu Ir. Juniar Atmakusuma, MS. dan Bapak Ir. Burhanuddin, MM. yang sabar membimbing, mengarahkan, dan membantu penulis dari awal penyusunan proposal, pada saat penelitian hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Kepada Ir. Lucia Cyrilla Msi. yang telah menjadi panitia pada saat seminar, kepada Ir. Widya Hermana Msi dan Dr. Ir. Sri Mulatsih Msc. Agr. yang memberikan masukan yang berarti pada saat sidang, serta kepada Dr. Ir. Sri Mulatsih Msc. Agr. yang telah bersedia menjadi panitia sidang.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan juga kepada pihak Tunas Mekar Farm (Bapak Ir. Muslikhin Irmat) yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian. Kepada Bapak Herno atas bantuan yang sangat berarti selama penelitian. Kepada rekan-rekan SEIP 40, Nidya, Ruslan, Yusnider, Renti, J-Lo, Brili, Nova, Nanda, Sandy, Ichi, Rahma, Sari, Jamal, Pipit, Beny, Izzep, Joni, Icha, Eko, Yeni, Ruben, Rahmi, Cynta, Siska, Gamal, Lando, Rendy, Ifa, Baried, Che, Lifa, Ale, Rojat, Vina, Wulan, Akso, Ela, Nizar, Abdick, Titi Mar'atun, Lia, Prita, Suhe, Disti, Hardhy, Erick, Markum, Tika, Mardiana, Koedil, Bayu, Dodi, Sapta, Yulianita, Aska, Nana, Ratna, Helevan, *Gunx's*, Deny, Risna, Kucing, Venny, Sulei, Fresh, Nissa dan Pandityanto serta kepada seluruh mahasiswa SEIP angkatan lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terima kasih kepada warga Loker di TPB 40. Kepada warga Gizi Abadi tahun 2004-2005 (rumah penulis di tahun ketiga).

Terakhir penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh civitas akademika Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisani, N. W. I. 2001. Optimalisasi penggunaan faktor-faktor produksi suatu kasus pada peternakan ayam pedaging CV. Pekerja Keras Bogor. Skripsi. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Agribisnis Deptan. 1996. Keputusan Mentan Nomor 472/TN. 330 Kpts/6/1996 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembinaan Usaha Peternakan Ayam Ras.
- _____. 1997. Keputusan Mentan Nomor 940/Kpts/OT/210/10/1997 tentang Pedoman Kemitraan Usaha Pertanian.
- Chaprialin, R. 2000. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembalian kredit oleh peternak sapi perah di KUD Makmur Kecamatan Sukabumi, Kabupaten Sukabumi, Propinsi Jawa Barat. Skripsi. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Engel, J. F, Roger D. Blackwell, Paul W. M. 1994. Perilaku Konsumen. Jilid I. Edisi Keenam. Binarupa Aksara. Jakarta
- Gerson, R. F. 2001. Mengukur Kepuasan Pelanggan (Terjemahan). Pusat Pengembangan Manajemen.
- Hafsah .1999. Kemitraan Usaha–Konsepsi dan Strategis. Pustaka Sinar Harapan Jakarta
- Hendarto, E. 2000. Analisis peluang pengembalian kredit usahaternak ayam buras. Skripsi. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Ilham. 2001. Analisis Penawaran dan Permintaan Komoditas Peternakan Unggulan. PSE-Balitbang-Deptan. Bogor
- Irawan, H. 2003. Indonesian Customer Satisfaction. Membedah Strategi Kepuasan Merek Pemenang ISCA. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Johari, S. 2000. Menjadi Peternak Broiler Mandiri atau Plasma. Poultry Indonesia. Vol. IX No. 238. Jakarta.
- Kotler, P. 2000. Manajemen Pemasaran. Jilid I (Terjemahan). PT. Prenhalindo. Jakarta
- Lumentha, L. 2000. Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan usahaternak ayam broiler di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. Skripsi. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Murtidjo, B. A. 1987. Pedoman Beternak Ayam Broiler. Kanisius. Yogyakarta.

- Novanda, P. 2003. Analisis respon konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan Toko Sayur Mayur The Bandung Farmer Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Skripsi. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Pemerintah Kabupaten Bogor. 2004. Buku Saku Peternakan dan Perikanan Tahun 2004. Dinas Peternakan dan Perikanan. Cibinong – Bogor.
- _____.2005. Buku Saku Peternakan dan Perikanan Tahun 2004. Dinas Peternakan dan Perikanan. Cibinong – Bogor.
- _____.2006. Buku Data Potensi Peternakan dan Perikanan Tahun 2004. Dinas Peternakan dan Perikanan. Cibinong – Bogor.
- Rangkuti, F. 2003. Riset Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rasyaf, M. 1999. Beternak Ayam Pedaging. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rochmatika, R. L. (2006). Kajian kepuasan petani tebu rakyat terhadap pelaksanaan kemitraan Pabrik Gula XYZ. Skripsi. Departemen Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Romdoni, E. (2003). Analisis pendapatan dan tingkat kepuasan peternak terhadap pelaksanaan kemitraan ayam ras di Kabupaten Bogor. Skripsi. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Santoso, S. 2006. Seri Solusi Bisnis Berbasis TI : Menggunakan SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Saragih, B. 1998. Agribisnis Berbasis Peternakan. Pusat Studi Pembangunan Lembaga Penelitian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Simamora, B. 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Singarimbun, M. dan S. Effendi. 1989. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta
- Suharno, B. 1999. Kiat Sukses Berbisnis Ayam. Penebar Swadaya. Jakarta
- Suhendar, E. 1997. Evaluasi pola kerjasama plasma-inti pada kelompok peternak ayam ras pedaging di Kabupaten Bogor dan Sukabumi (studi kasus di PT. Argo Utama). Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Industri Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sumarwan, U. 2003. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran. PT. Ghalia Indonesia. Jakarta.

- Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- _____.2003. Metode Riset Dalam Aplikasi Pemasaran. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Syafrudin. 2001. Kajian nilai kepuasan pelanggan melalui mutu dan pelayanan produk *fastfood* di Texas Chicken Jakarta. Skripsi. Departemen Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Umar, H. 1999. Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____. 2003. Riset Pemasaran Dalam Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Utama Bekerjasama dengan Jakarta Business Research Center (JBRC). Jakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Validitas Atribut Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Tunas Mekar Farm

Kode	Atribut	Nilai Korelasi Product Moment	
		Kepentingan	Kepuasan
1	Penerapan harga kontrak DOC	0.495	0.605
2	Kualitas DOC	0.522	0.501
3	Harga kontrak pakan	0.544	0.664
4	Kualitas pakan	0.489	0.526
5	Harga obat dan vaksin	0.548	0.711
6	Kualitas obat dan vaksin	0.647	0.499
7	Jadwal pengiriman sarana produksi	0.590	0.500
8	Frekuensi bimbingan teknis	0.779	0.514
9	Pelayanan dan materi bimbingan	0.624	0.491
10	Penerapan standar produksi (BB, FCR)	0.699	0.599
11	Kesesuaian waktu panen	0.688	0.483
12	Respon terhadap segala keluhan	0.863	0.583
13	Kesesuaian harga <i>output</i> dipasaran	0.745	0.774
14	Waktu pembayaran hasil panen	0.489	0.408*
15	Pemberian bonus	0.603	0.795
16	Penanganan sisa sapronak (pakan)	0.605	0.288*
17	Pemberian kompensasi	0.539	0.496

* : Nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel

Lampiran 2. Hasil Analisis Uji Reliabilitas Atribut Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Tunas Mekar Farm

Reliability Coefisients (Kepentingan)

N of Cases = 15.0

N of Items = 22

Alpha = .8914

Reliability Coefisients (Kinerja)

N of Cases = 15.0

N of Items = 22

Alpha = .8412

Lampiran 3. Perjanjian Kerjasama Kemitraan Ayam *Broiler* (Harga Kontrak)

**PERJANJIAN KERJASAMA KEMITRAAN AYAM BROILER
(HARGA KONTRAK)**

Perjanjian Kerjasama ini dibuat dan ditanda-tangani Jum'at 05 Juni 2007 oleh dan antara :

- I. Nama : Ir. Muslikhin Irmat, beralamat di Komplek Ciluar Permai blok 1/12, Bogor, yang bertindak selaku wakil dan kuasa dari INTI, selanjutnya disebut "PIHAK PERTAMA".
- II. Nama :
Alamat :
Pekerjaan :
Dalam Hal ini bertindak untuk diri sendiri selanjutnya disebut "PIHAK KEDUA" yang memiliki kandang dan kapasitas ekor, berlokasi di

Kedua belah pihak mengadakan perjanjian kerjasama sebagai berikut :

1. Pihak pertama akan mensuplai seluruh saponak (DOC, pakan, obat, vitamin, vaksin, disinfektan) kepada pihak kedua dengan harga kontrak.
2. Pihak kedua berkewajiban memberikan jaminan (surat tanah) dan menyediakan kandang komplit dengan peralatannya sesuai standar, memelihara ayam dan menjaga keamanan sampai ayam tersebut panen.
3. Pihak pertama akan membeli seluruh ayam pihak kedua dengan harga kontrak.
4. Pihak kedua wajib menjual ayamnya kepada pihak pertama, dan tidak diperkenankan menjual ayam keluar.
5. Perhitungan Laba/Rugi didapat dari selisih penjualan ayam besar dengan pengambilan saponak, seluruhnya menjadi hak peternak.
6. Pihak pertama wajib membayar SHU kepada pihak kedua dalam tempo \pm 7 hari kerja dari panen.
7. Apabila ada perselisihan akan diselesaikan secara musyawarah. Bila belum selesai akan dibawa ke Pengadilan Negeri Bogor.
8. Harga kesepakatan tertuang dalam "LEMBAR HARGA GARANSI".
9. Dalam hal ini peternak memberi jaminan berupa..... atas nama dengan luas tanah

Demikian perjanjian ini dibuat.

PIHAK KESATU

PIHAK KEDUA

Materai Rp. 6.000,-

(Ir.Muslikhin Irmat)

(.....)

Lampiran 4. Kontrak Kerjasama Harga Garansi

HARGA GARANSI

- Harga Bahan Baku
DOC = Rp. 3.000,-/Ekor
Starter Super (Bestfeed) = Rp. 3.800,-/Kg
Starter = Rp. 3.750,-/Kg
Obat = Price List dari Supplier
- Harga Garansi Ayam Panen

Berat Badan (Kg / Ekor)	Harga Garansi (Rp)
< 1,00-1,09	9.000
1,10-1,19	9.715
1,20-1,29	9.585
1,30-1,39	9.490
1,40-1,49	9.440
1,50-1,59	9.375
1,60-1,69	9.320
1,70-1,79	9.305
1,80-1,89	9.290
1,90-1,99	9.265
2,00 Keatas	9.240

Catatan :

- Harga garansi ini dapat berubah sewaktu-waktu jika terjadi perubahan harga makanan ternak.
- Inti akan memberikan insentif/bonus FCR berdasarkan perbandingan standar FCR.

Sebagai Berikut :

Selisih FCR	Insentif (Rp / Kg)
0,150-0,101	150
0,100-0,051	120
0,050-0,001	80

- Inti akan memberikan insentif mortalitas jika kematian lebih rendah atau sama dengan standar Rp.30,-/kg
- Jika ayam sakit atau kualitas buruk, maka inti akan memberikan pemotongan harga garansi (tergantung kondisi ayam).
- Ketentuan ini berlaku mulai DOC masuk.

Menyetujui,

Bogor, 01 Agustus 2007

(.....)
Peternak No.

(Ir.Muslikhin Irmat)

Lampiran 5. Standar FCR dan Mortalitas Ayam yang Berlaku di Tunas Mekar Farm.

STANDARD OF BROILER (TMF)

AGE (DAYS)	AVG B.W	MORT (%)	FCR TMF	AGE (DAYS)	AVG B.W	MORT (%)	FCR TMF	AGE (DAYS)	AVG B.W	MORT (%)	FCR TMF
6	0,15	1,50	0,927	20	0,80	3,00	1,356	26	1,22	3,64	1,543
7	0,18	1,61	0,948	20	0,81	3,00	1,361	26	1,23	3,64	1,517
8	0,21	1,71	0,977	20	0,82	3,00	1,366	26	1,24	3,64	1,551
9	0,25	1,82	1,007	20	0,83	3,00	1,371	27	1,25	3,75	1,555
10	0,29	1,92	1,038	20	0,84	3,00	1,375	27	1,26	3,75	1,559
11	0,33	2,04	1,072	20	0,85	3,00	1,380	27	1,27	3,75	1,563
12	0,37	2,14	1,106	21	0,86	3,11	1,385	27	1,28	3,75	1,567
13	0,42	2,25	1,138	21	0,87	3,11	1,390	27	1,29	3,75	1,570
14	0,46	2,36	1,172	21	0,88	3,11	1,394	27	1,30	3,75	1,574
14	0,47	2,36	1,179	21	0,89	3,11	1,399	27	1,31	3,75	1,578
14	0,48	2,36	1,185	21	0,90	3,11	1,404	28	1,32	3,86	1,582
14	0,49	2,36	1,192	21	0,91	3,11	1,408	28	1,33	3,86	1,586
14	0,50	2,36	1,198	22	0,92	3,21	1,413	28	1,34	3,86	1,590
15	0,51	2,46	1,205	22	0,93	3,21	1,418	28	1,35	3,86	1,594
15	0,52	2,46	1,210	22	0,94	3,21	1,423	28	1,36	3,86	1,597
15	0,53	2,46	1,215	22	0,95	3,21	1,428	28	1,37	3,86	1,601
15	0,54	2,46	1,221	22	0,96	3,21	1,432	28	1,38	3,86	1,605
15	0,55	2,46	1,226	22	0,97	3,21	1,437	29	1,39	3,96	1,609
15	0,56	2,46	1,231	23	0,98	3,32	1,442	29	1,40	3,96	1,613
16	0,57	2,57	1,136	23	0,99	3,32	1,446	29	1,41	3,96	1,617
16	0,58	2,57	1,242	23	1,00	3,32	1,450	29	1,42	3,96	1,621
16	0,59	2,57	1,248	23	1,01	3,32	1,454	29	1,43	3,96	1,624
16	0,60	2,57	1,255	23	1,02	3,32	1,458	29	1,44	3,96	1,628
16	0,61	2,57	1,261	23	1,03	3,32	1,462	29	1,45	3,96	1,633
17	0,62	2,68	1,267	23	1,04	3,32	1,466	30	1,46	4,07	1,636
17	0,63	2,68	1,272	24	1,05	3,43	1,470	30	1,47	4,07	1,640
17	0,64	2,68	1,277	24	1,06	3,43	1,474	30	1,48	4,07	1,643
17	0,65	2,68	1,282	24	1,07	3,43	1,478	30	1,49	4,07	1,647
17	0,66	2,68	1,287	24	1,08	3,43	1,482	30	1,50	4,07	1,651
17	0,67	2,68	1,292	24	1,09	3,43	1,486	30	1,51	4,07	1,655
18	0,68	2,79	1,297	24	1,10	3,43	1,490	30	1,52	4,07	1,658
18	0,69	2,79	1,302	24	1,11	3,43	1,494	31	1,53	4,18	1,662
18	0,70	2,79	1,307	25	1,12	3,54	1,498	31	1,54	4,18	1,665
18	0,71	2,79	1,313	25	1,13	3,54	1,503	31	1,55	4,18	1,668
18	0,72	2,79	1,318	25	1,14	3,54	1,508	31	1,56	4,18	1,671
18	0,73	2,79	1,323	25	1,15	3,54	1,513	31	1,57	4,18	1,675
19	0,74	2,89	1,328	25	1,16	3,54	1,517	31	1,58	4,18	1,678
19	0,75	2,89	1,333	25	1,17	3,54	1,522	31	1,59	4,18	1,681
19	0,76	2,89	1,337	26	1,18	3,64	1,527	31	1,60	4,18	1,684
19	0,77	2,89	1,342	26	1,19	3,64	1,531	32	1,61	4,29	1,687
19	0,78	2,89	1,347	26	1,20	3,64	1,535	32	1,62	4,29	1,691
19	0,79	2,89	1,351	26	1,21	3,64	1,539	32	1,63	4,29	1,694