

## ANALISIS KEPUASAN PETERNAK TERHADAP PELAYANAN PERUSAHAAN INTI PADA SISTEM KEMITRAAN AYAM BROILER DI BALI

SUKANATA, I W. DAN I W. WIJANA

\*Fakultas Peternakan Universitas Udayana  
e-mail: wayansukanata@unud.ac.id

### ABSTRAK

Sistem kemitraan Inti-Plasma pada peternakan ayam broiler di Bali berkembang pesat setelah krisis moneter tahun 1997. Perusahaan besar sebagai inti mempunyai posisi tawar yang lebih kuat dibandingkan peternak yang menjadi mitranya. Dengan demikian perusahaan inti mempunyai peranan yang lebih dominan dalam menentukan isi perjanjian kerja sama kemitraan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana kepuasan peternak terhadap kualitas pelayanan perusahaan inti. Kualitas pelayanan tersebut dilihat berdasarkan beberapa dimensi pelayanan yaitu; bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara terhadap 100 orang peternak yang ikut dalam kemitraan yang dipilih secara acak dari 8 Kabupaten di Bali. Data dianalisis dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performan Analisis* (IPA). Tingkat kepuasan peternak terhadap kualitas pelayanan perusahaan inti mencapai 76,05%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan perusahaan inti terhadap peternak mitra masih sangat perlu ditingkatkan terutama terkait dengan dimensi fisik (CSI<sub>tangible</sub> 72,16%) dan dimensi jaminan (CSI<sub>assurance</sub> 73,87%). Atribut-atribut kualitas pelayanan yang hendaknya menjadi prioritas utama diperbaiki adalah; kualitas *Day old Chick* (DOC), umur panen, perjanjian kemitraan, waktu pembayaran hasil kepada peternak, standar performa, pendapatan peternak, garansi bibit, dan harga sarana produksi.

*Kata kunci: kepuasan peternak, kemitraan, ayam broiler.*

## ANALYSIS OF FARMER'S SATISFACTION ON INTI COMPANY SERVICE OF BROILER PARTNERSHIPS IN BALI

### ABSTRACT

The Inti-Plasma partnership system in broiler chicken farms in Bali developed rapidly after the monetary crisis 1997. Large companies as the Inti have a stronger bargaining position than the farmers (plasma) as their partners. So that the Inti company has a more dominant role in determining the contents of the partnership agreements. This study aims to see how of the farmer's satisfaction to the service quality of the Inti company. The service quality is seen based on several service dimension such as; physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The data used is primary data collected through interviews with 100 farmers who took part in partnerships who were randomly selected from 8 districts in Bali. Data were analyzed using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. The level of farmer satisfaction to the service quality of the Inti company reached 76.05%. This shows that the quality of the Inti company's service to the farmers is really need to be improved, especially in relation to the physical dimension (CSI Tangible 72.16%) and the guarantee dimension (CSI Assurance 73.87%). Attributes of service quality that should be a top priority for improvement are; *Day Old Chick* (DOC) quality, harvest age, partnership agreement, Harvest-payment time interval to the farmers, performance standards, farmer income, DOC guarantee, and the price of production facilities.

*Key words: farmer's satisfaction, partnership, broiler chicken.*

## PENDAHULUAN

Kemitraan Inti-Plasma ayam broiler di Bali merupakan kemitraan antara peternak-peternak kecil sebagai plasma dengan satu perusahaan peternakan yang umumnya merupakan perusahaan besar sebagai intinya. Peternak dapat menjadi mitra perusahaan peternakan jika memenuhi persyaratan yang ditetapkan perusahaan inti dan tentunya harus menyetujui isi perjanjian kontrak kerjasama tersebut. Perusahaan inti memiliki posisi tawar yang lebih kuat dibandingkan peternak sehingga isi perjanjian kontrak lebih dominan ditentukan oleh perusahaan inti. Di sisi lain peternak merasa sarana produksi terutama bibit *Day Old Chick* (DOC) yang diberikan dianggap kualitasnya kurang stabil, jadwal panen tidak menentu, harga saponak terlalu tinggi, dan standar performa yang sulit dicapai. Peternak tidak punya pilihan lain kecuali menerima hal tersebut. Menurut Walid *et al.* (2021), dari segi ekonomi, peternakan ayam ras broiler mandiri lebih menguntungkan daripada kemitraan. Kenyataan ini tentu dapat mengurangi pendapatan bahkan merugikan peternak plasma. Hal ini sejalan dengan Pastika *et al.* (2016) dan Maharatih *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa pendapatan peternak plasma termasuk dalam kategori rendah yang salah satu penyebabnya adalah kualitas DOC yang rendah. Hal ini juga sesuai dengan Nuryati (2019) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap performa berat badan ayam broiler saat panen adalah kualitas anak ayam (DOC).

Tingkat kepuasan peternak mitra sangat penting diketahui untuk menjaga loyalitas mereka. Semakin puas peternak plasma tentu juga akan semakin loyal dan bersikap positif terhadap perusahaan inti. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana kepuasan peternak terhadap pelayanan perusahaan inti, dan menganalisa atribut-atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki sehingga dapat meningkatkan kepuasan peternak di masa mendatang.

## MATERI DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi Bali pada bulan Juni-November 2021. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dengan bantuan kuesioner terhadap 100 orang peternak ayam broiler yang dipilih secara acak yang ikut dalam kemitraan Inti-Plasma dan sudah pernah panen ayam minimal tiga periode. Skala pengukuran data yang digunakan adalah skala Likert. Untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan layak untuk digunakan, maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan (Siregar, 2013). Kepuasan peternak terhadap pelayanan perusahaan inti dilihat

berdasarkan beberapa dimensi pelayanan, antara lain; bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan metode *Importance Performance Analysis* (Aritonang, 2005; Nurfarida, 2015; Rahmasari *et al.*, 2017).

### Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Metode pengukuran CSI meliputi tahap-tahap berikut ini.

1. Menentukan rata-rata skor tingkat kepentingan ( $MIS_i$ ) dan rata-rata skor performa ( $MSS_i$ ) suatu atribut dengan rumus berikut ini.

$$MIS_i = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots 1$$

$$MSS_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots 2$$

Keterangan:

$Y_i$  = skor tingkat kepentingan suatu atribut dari responden ke- $i$

$X_i$  = skor performan suatu atribut dari responden ke- $i$

$i$  = 1, 2, ..., n

$n$  = jumlah responden

2. Menghitung *Weighted Factor* (WF) dan *Weighted Score* (WS)

WF dan WS dihitung dengan rumus berikut:

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^k MIS_i} \times 100\% \dots\dots\dots 3$$

$$WS_i = MSS_i \times WF_i \dots\dots\dots 4$$

Keterangan:

$i$  = atribut ke  $i$  (1,2,3, ..., k)

3. Menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan rumus berikut;

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^k WS_i}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots 5$$

Keterangan:

HS = Highest Score (dalam penelitian ini adalah 5)

Berdasarkan nilai CSI maka tingkat kepuasan peternak dapat digolongkan menjadi lima kriteria seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rentang skala penilaian CSI

Nilai Rentang Skala (CSI) (%)	Kriteria
80% < CSI ≤ 100%	Sangat Puas
60% < CSI ≤ 80%	Puas
40% < CSI ≤ 60%	Kurang Puas
20% < CSI ≤ 40%	Tidak Puas
0% < CSI ≤ 20%	Sangat Tidak Puas

### Important-Performance Analysis

Hubungan kinerja dengan kepentingan dari masing-masing atribut pelayanan digambarkan dalam diagram cartesius. Diagram tersebut dibagi atas empat kuadran yang terbentuk dari dua buah garis yang berpotongan pada titik ( $\overline{MSS}$ ,  $\overline{MIS}$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Pola Kemitraan Ayam Broiler di Bali

Pola kemitraan yang berkembang di Bali merupakan pola kemitraan Inti-Plasma. Perusahaan inti berperan sebagai penyedia input produksi (bibit, pakan, obat-obatan), memasarkan hasil, dan juga memberikan bimbingan teknis, sedangkan peternak menyediakan kandang dan perlengkapannya, serta memelihara ayam. Perusahaan inti akan menjual sapronak kepada peternak plasma dengan sistem kredit dimana pembayaran sapronak kepada perusahaan inti akan dilakukan dengan cara memotong langsung hasil penjualan ayam, dan sisanya (jika masih ada) baru akan dibayarkan kepada peternak. Harga sapronak seperti harga pakan, harga DOC, dan harga ayam ditentukan oleh perusahaan inti melalui surat kontrak harga.

### Kepuasan Peternak terhadap Pelayanan Perusahaan Inti

Berdasarkan kelima dimensi pelayanan yang diteliti (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) maka dapat diketahui bahwa kepuasan peternak terhadap kualitas pelayanan perusahaan inti belum maksimal yang ditunjukkan oleh nilai CSI sebesar 76,05%. Namun demikian, tingkat kepuasan tersebut lebih tinggi dibandingkan apa yang diperoleh Yudhabaskara (2017) dengan nilai CSI 70,65% dan Irawati *et al.* (2020) yang menyatakan kepuasan peternak terhadap Kemitraan Perusahaan Modal Asing (KMA) sebesar 73,38% dan Kemitraan Perusahaan Multi Nasional (KMN) sebesar 74,08%.

Secara parsial, dari lima dimensi pelayanan yang diukur, dimensi kehandalan memberikan kepuasan peternak paling tinggi dengan  $CSI_{reliability}$  87,90% dan yang paling rendah adalah dimensi bukti fisik dengan  $CSI_{tangible}$  sebesar 72,16%. Kepuasan terhadap dimensi *emphathy* ( $CSI_{emphathy}$ ) 82,42%, sedangkan kepuasan terhadap daya tanggap ( $CSI_{responsiveness}$ ) dan dimensi jaminan ( $CSI_{assurance}$ ) masing-masing 78,70% dan 73,87%.

Kualitas DOC sangat penting bagi peternak yang ditunjukkan oleh nilai MIS yang maksimal sebesar 5, namun demikian DOC yang diterima peternak selama ini kurang stabil yang ditunjukkan oleh nilai MSS sebesar 3,53 dari nilai maksimalnya (5) seperti yang dapat dilihat pada Tabel 2. Sementara itu, target performa pro-

duksi yang ditetapkan oleh perusahaan inti kepada peternak masih sulit dicapai apalagi dengan kualitas DOC yang kurang, tentu akan lebih sulit lagi dicapai. Selama ini peternak belum mendapat ganti rugi/garansi jika DOC yang diterima kualitasnya kurang baik, di samping itu perusahaan inti juga tidak menurunkan target performa jika DOC kurang bagus sehingga bonus performa sulit diperoleh. Hal ini sejalan dengan Pastika *et al.* (2016) dan Maharatih *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa pendapatan peternak plasma termasuk dalam kategori rendah yang salah satu penyebabnya adalah kualitas DOC yang rendah.

Tabel 2. Rata-rata tingkat kepentingan dan performa atribut kepuasan peternak

No Atribut	Atribut Pelayanan	$\overline{MIS}$	$\overline{MSS}$	WF (%)	WS
<b>Bukti fisik (tangibles)</b>					
1	Kualitas <i>Day Old Chick</i> (DOC)	5,00	3,53	4,16	0,15
2	Kualitas Pakan	5,00	4,13	4,16	0,17
3	Kualitas Obat-obatan	5,00	4,17	4,16	0,17
4	Prosedur/persyaratan pelayanan	4,26	3,83	3,55	0,14
5	Kejelasan petugas (TS)	4,41	3,96	3,67	0,15
6	Lama panen	4,79	3,08	3,99	0,12
7	Umur panen	4,83	3,04	4,02	0,12
8	Jarak panen dengan DOC in	4,87	3,97	4,05	0,16
9	Kejelasan Perjanjian kemitraan	5,00	3,05	4,16	0,13
10	Lama waktu pencairan penerimaan peternak	4,92	3,39	4,10	0,14
11	Frekuensi kunjungan Technical Service (TS)	4,30	3,94	3,58	0,14
12	Kemudahan mencapai Standar performa	5,00	3,47	4,16	0,14
13	Pendapatan peternak	5,00	3,43	4,16	0,14
<b>Keandalan (reliability)</b>					
14	Pengetahuan Technical Service (TS)	5,00	4,32	4,16	0,18
15	Keterampilan TS memberikan bimbingan teknis masalah pemeliharaan ayam	5,00	4,47	4,16	0,19
<b>Daya tanggap (Responsiveness)</b>					
16	Kecepatan pelayanan	4,51	3,82	3,75	0,14
17	Kedisiplinan petugas TS	4,60	4,01	3,83	0,15
18	Kecepatan merespon masalah/ keluhan peternak	4,89	3,97	4,07	0,16
<b>Jaminan (Assurance)</b>					
19	Garansi bibit	5,00	3,39	4,16	0,14
20	Harga panen	5,00	4,37	4,16	0,18
21	Harga sapronak	5,00	3,32	4,16	0,14
<b>Empati (Emphaty)</b>					
22	Keadilan Pelayanan	5,00	4,41	4,16	0,18
23	Kemudahan petugas untuk dihubungi	5,00	4,28	4,16	0,18
24	Kesopanan dan keramahan petugas	4,36	3,91	3,63	0,14
25	Memperhatikan saran dan kritik	4,38	3,82	3,65	0,14
Total		120,12	95,08	100	3,80

Keterangan

$\overline{MIS}$  = rata rata dari MIS

$\overline{MSS}$  = rata rata dari MSS

Panen ayam biasanya dilakukan pada umur sekitar 30 hari, namun saat pasar sepi, panen bisa mundur sampai umur 45 hari. Di samping itu, lama panen dalam satu kandang mencapai 2 sampai 4 hari. Hal ini tentu akan mengurangi target siklus produksi dalam setahun, meningkatkan kematian, meningkatkan *feed conversion ratio* (FCR) yang berdampak pada penurunan pendapatan peternak. Perusahaan inti memiliki posisi tawar yang lebih kuat dalam menentukan isi perjanjian sehingga dianggap otoriter. Apa yang dituangkan dalam isi perjanjian oleh perusahaan inti tidak bisa ditawarkan oleh peternak, peternak tidak punya pilihan lain kecuali harus menerima daripada kandangnya kosong tidak bisa beroperasi.

Peternak berharap pencairan dana hasil panen bisa dipercepat. Selama ini peternak baru bisa mendapatkan uang hasil panen sekitar 12-14 hari setelah panen. Di samping itu, peternak juga berharap pendapatan yang diperoleh dapat ditingkatkan di masa mendatang, karena pendapatan yang diperoleh selama ini masih dianggap kurang. Rata-rata penerimaan peternak dari perusahaan inti termasuk bonus performa adalah sekitar Rp. 5.000/ekor/periode sedangkan biaya yang dikeluarkan untuk biaya sekam, tenaga kerja, listrik, air, gas, dan penyusutan adalah sekitar Rp.3.000/ekor/periode, sehingga keuntungan yang diperoleh sekitar Rp. 2.000/ekor/periode. Biaya bangun kandang dan perlengkapannya sekitar Rp. 60.000/ekor/periode. Dengan demikian Return on Investmet (ROI) yang diperoleh sekitar 3,33%/periode. Namun demikian, jika DOC yang diberikan oleh Perusahaan inti kurang bagus maka hasil yang diperoleh jauh di bawah capaian tersebut dan bahkan peternak akan rugi. Sementara itu, harga sapronak seperti pakan dan DOC dianggap terlalu tinggi oleh peternak karena harga yang diterima peternak plasma lebih tinggi dari harga di luar kemitraan, sehingga peternak berharap di masa mendatang mendapat harga yang sama dengan harga di luar kemitraan.

### Atribut-atribut Pelayanan Prioritas Utama

Berdasarkan Gambar 1, dapat diketahui ada delapan atribut pada Kuadran I yang merupakan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh peternak tetapi kinerja pelayanan perusahaan inti terkait dengan atribut-atribut tersebut masih rendah. Atribut-atribut tersebut antara lain; kualitas *Day Old Chick* (DOC), standar performa, garansi DOC, umur panen, perjanjian kemitraan, waktu pencairan penerimaan peternak, pendapatan peternak, dan harga sapronak. Atribut-atribut tersebut hendaknya menjadi prioritas utama di dalam melakukan perbaikan di masa mendatang untuk meningkatkan kepuasan peternak.



Gambar 1. Kuadran kartesius atribut pelayanan perusahaan inti

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan peternak terhadap kualitas pelayanan perusahaan inti belum maksimal dengan nilai CSI 76,05% sehingga perlu ditingkatkan di masa mendatang sehingga mendekati angka 100%. Atribut-atribut pelayanan yang hendaknya menjadi prioritas utama diperbaiki oleh perusahaan inti adalah; kualitas *Day Old Chick* (DOC), umur panen, perjanjian kemitraan, waktu pembayaran hasil panen kepada peternak, standar performa, pendapatan peternak, garansi DOC, dan harga sarana produksi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Rektor dan Ketua LPPM Universitas Udayana atas dana yang diberikan melalui dana DIPA PNPB Universitas Udayana, sehingga penelitian dan penulisan artikel ini dapat dilaksanakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R. L. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Irawati, E., D. Fitra, dan I. Kantra. 2020. Analisis kepuasan peternak plasma terhadap kinerja kemitraan ayam pedaging di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Peternakan*. 17(2): 64-71.
- Rahmasari, L. F., R. Nurmalina, dan W. B. Priatna. 2017. Analisis sikap, konsistensi dan kepuasan pada Teh Kotak Ultrajaya: An experimental marketing research on IPB Agribusiness Master of Science Students. *Forum Agribisnis*. 7(1): 85-102.
- Nurfarida, I. N. 2015. Pengukuran indeks kepuasan pelanggan untuk peningkatan kualitas layanan. *Jurnal*

*Ekonomi, Modernisasi*. 11(2): 135-146

- Pastika, K. W., N. Suparta, dan G. A. M. K. Dewi. 2016. Hubungan tingkat pendapatan dan kepuasan peternak dengan loyalitas sebagai plasma pada kemitraan ayam broiler di Kabupaten Tabanan. *Majalah Ilmiah Peternakan*. 19(1): 18-23.
- Maharatih, N. M. D., I W. Sukanata, dan I P, A. Astawa. 2017. Analisis *performance* usaha ternak ayam broiler pada model kemitraan dengan sistem *open house* (Studi kasus di Desa Baluk Kecamatan Negara). *Peternakan Tropika*. 5(2): 407-416.
- Nuryati, T. 2019. Analisis performans ayam broiler pada kandang tertutup dan kandang terbuka. *Jurnal Peternakan Nusantara*. 5(2):77-86.
- Siregar, S. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Penerbit Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.
- Walid, A. H., W. Artini, T. D. Sutiknjo, dan N. Lisanty. Komparasi pendapatan peternak ayam broiler pola mandiri dan pola kemitraan di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Ilmiah Nasional Pertanian*. 1(2):101-110.
- Yudhabaskara, R. N. 2017. Analisa Tingkat Kepuasan Kemitraan Peternak Plasma terhadap Pelayanan Perusahaan Inti (Kasus di Peternak Mitra Duta Technovet). Skripsi. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.