

JURNAL CITRA AGRITAMA

CAT. Vol. 13, (1), Pp: 1-6, Juni 2023

ISSN: 2089-5437

Website: <https://ejurnal.unmura.ac.id/index.php/citraagritama>

DAYA TARIK PEMASARAN HASIL PRODUKSI BAGI PETERNAK AYAM BROILER DALAM POLA KEMITRAAN

Acip Rakhmat¹, Muhammad Andri Zuliansyah², Ghaling Achmad Abdul Ghonisah³

^{1,2}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Selatan

Jl. Jend. Sudirman KM 4,5 Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Jl. Peta No.177, Kahuripan, Kec. Tawang, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46115

*) Correspondent: Tel. +62812 80143179

Email: aciprakhmat@uss.ac.id

ABSTAK

Salah satu klausul yang ditawarkan dalam paket kemitraan usaha ayam broiler adalah penawaran kepada peternak mitra untuk menjual hasil panen kepada perusahaan mitra dengan harga yang sudah ditentukan didalam kontrak. Dengan adanya penawaran tersebut, peternak mitra mendapat kepastian harga jual dan pembeli untuk produk yang dihasilkannya. Penelitian bertujuan untuk mengetahui daya tarik kontrak penjualan hasil terhadap minat peternak dalam mengikuti pola kemitraan. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja di Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim dengan pertimbangan bahwa di lokasi penelitian mayoritas peternak ayam broiler mengikuti pola kemitraan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan pengambilan sampel dilakukan secara acak berlapis (*stratified random sampling*). Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS versi 24.0 dan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hasil penelitian ini adalah regresi logistik tepatnya model binomial logistik. Kepastian harga (Pr), kepastian adanya pembeli (B) dan motivasi peternak (M) merupakan variabel bebas yang diuji untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan peternak (P) untuk mengikuti pola kemitraan. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan peternak untuk mengikuti pola kemitraan dengan tingkat kontribusi sebesar 32% dan 68% ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian yang turut serta mempengaruhi keputusan peternak untuk bermitra. Variabel kepastian pembeli (B) memiliki nilai daya tarik lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal tersebut timbul karena peternak menghindari risiko kesulitan dalam memasarkan hasil produksi mengingat peternak cukup banyak sedangkan pasar sasaran tidak bertambah.

Kata Kunci: kontrak pemasaran hasil; pola kemitraan

PENDAHULUAN

Peternak ayam broiler skala kecil menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, kurangnya akses terhadap informasi dan teknologi, ketidakpastian dalam penyediaan sarana produksi (input) dan jaminan pemasaran hasil (Utami et al., 2018). Akibat kendala tersebut tidak sedikit peternak yang tidak mampu mempertahankan usahanya dan walaupun mampu bertahan, peternak sulit untuk meningkatkan skala usahanya (Mappigau, 2012). Kehadiran pola kemitraan yang ditawarkan oleh perusahaan mitra memberi angin segar bagi peternak dalam memecahkan masalah tersebut (Kalangi et al., 2021). Melalui pola kemitraan, peternak mitra mendapatkan kemudahan dalam mengakses pemenuhan modal usaha, informasi dan teknologi serta jaminan dalam memasarkan hasil yang disediakan oleh perusahaan mitra. Selain itu, pola kemitraan dapat berfungsi sebagai sebuah alat manajemen risiko oleh karena terjadi *sharing* antara pelaku yakni perusahaan (inti) dan peternak (Bahari et al., 2016). Sementara itu, bagi perusahaan mitra, adanya kemitraan ini akan mampu meningkatkan pencapaian target produksi perusahaan (Suryanti et al., 2019).

Salah satu paket yang ditawarkan dalam kontrak kemitraan adalah penjualan hasil melalui perusahaan mitra. Jika peternak sepakat dengan penawaran tersebut, maka perusahaan mitra wajib untuk membeli hasil produksi yang dihasilkan oleh peternak mitra dengan harga sesuai dengan yang telah disepakati didalam kontrak

(Ridwan & Amrawaty, 2018). Dengan adanya kontrak pembelian hasil oleh perusahaan mitra, peternak mitra terhindar dari ketidakpastian pasar dan ketidakpastian harga jual hasil. Peternak mitra tidak lagi memikirkan masalah pemasaran dan harga jual produk, meskipun harga riil yang terjadi di pasar saat panen jauh lebih tinggi dari harga kontrak dan peternak tetap komitmen dengan kesepakatan dengan perusahaan mitra (Nurtini et al., 2017). Sebagai apresiasi atas komitmen tersebut, jika harga riil saat panen lebih tinggi dari harga kontrak, perusahaan mitra masih memberikan insentif atas selisih harga dengan mempertimbangkan indeks prestasi (IP) peternak mitra (Ridwan & Amrawaty, 2018). Indeks prestasi peternak mitra biasanya merujuk kepada tingkat kematian (*mortality*) dan rasio konsumsi pakan (*food consumption ratio*) (Rohani et al., 2019).

Didalam perjanjian kemitraan, selain penawaran pembelian hasil panen, beberapa penawaran lain yang ditawarkan oleh perusahaan mitra yaitu penyediaan bibit ayam (*day old chicken/DOC*), penyediaan pakan, vitamin, vaksin dan pengawasan serta bimbingan teknis selama usaha berlangsung (Wantasen et al., 2021). Pengadaan sarana produksi berupa bibit, pakan, vitamin, vaksin dan bimbingan teknis berkorelasi positif terhadap kendala yang dihadapi peternak selama ini. Pengadaan bibit dan pakan berkontribusi hampir 60% dari total modal produksi yang harus disediakan oleh peternak. Hal ini menjadi solusi atas kendala keterbatasan modal peternak, sedangkan adanya pengawasan dan bimbingan teknis menjadi solusi atas kendala keterbatasan akses peternak terhadap informasi dan teknologi serta tata kelola usaha ternak ayam broiler (Amam et al., 2019).

Dalam perjanjian kemitraan, pemasaran hasil panen dilakukan oleh perusahaan mitra (inti) dengan harga yang telah disepakati dalam kontrak. Namun, dalam kenyataannya peternak mitra menjadi pihak yang lebih lemah posisinya karena kontrak kemitraan yang disodorkan merupakan aturan baku yang dibuat oleh perusahaan mitra untuk diterima tanpa adanya perundingan mengenai isi kontrak tersebut (Saputra, 2011). Dalam posisi tersebut, peternak mitra hanya menerima harga yang ditetapkan di dalam kontrak (*price taker*). Dengan demikian, apakah penawaran kontrak pembelian hasil panen oleh perusahaan mitra memiliki daya tarik dan mendorong minat peternak untuk mengikuti pola kemitraan. Hal tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut untuk menemukan hubungan kepastian harga dan kepastian pembeli terhadap daya tarik peternak serta diukur tingkat kontribusi daya tariknya terhadap pilihan peternak untuk bermitra.

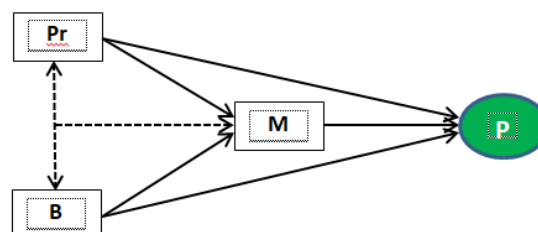
MATERI DAN METODE

Metode Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Gelumbang merupakan kecamatan yang memiliki jumlah peternak paling banyak dibandingkan dengan kecamatan lain di Kabupaten Muara Enim. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 84 peternak dari 113 peternak yang ada di lokasi penelitian. Data primer dihasilkan melalui pengamatan dan wawancara secara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (*questioner*) dan dikumpulkan dari sampel yang diambil secara acak berlapis proposional (*proportional stratified random sampling*) karena di lokasi penelitian terdapat beberapa peternak dengan skala usaha yang berbeda-beda (Singh, et al. 2014). Kemudian untuk data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka dan informasi yang valid dari lembaga-lembaga baik pemerintah maupun swasta.



Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu kepastian harga (Pr), kepastian pembeli (B), dan motivasi peternak (M) serta satu variabel terikat yaitu keputusan peternak untuk bermitra (P). Hubungan dari variabel-variabel tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

- Pr : Variabel kepastian harga
- B : Variabel kepastian pembeli
- M : Variabel motivasi
- P : Variabel peluang keputusan bermitra

 : Pengaruh langsung
 : Pengaruh tidak langsung

Untuk mengetahui hubungan pengaruh kepastian harga, kepastian pembeli dan motivasi peternak terhadap keputusan bermitra, selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi logistik atau dikenal dengan model binomial logistik. Regresi Logistik adalah suatu metode analisis statistika untuk mendeskripsikan hubungan antara variabel terikat yang memiliki dua kategori atau lebih dengan satu atau lebih peubah bebas berskala kategori atau kontinu (Hosmer & Lemeshow, 2000). Logistik biner merupakan bagian dari regresi logistik yang variabel dependennya hanya terdiri dari 2 kategori. Pada penelitian ini ingin diketahui pengaruh variabel independen berupa kepastian harga (Pr), kepastian pembeli (B) dan motivasi peternak (M) terhadap variabel dependen berupa keputusan peternak untuk bermitra (P). Dalam analisis regresi logistik, variabel bebas disebut juga sebagai prediktor. Hal ini dengan pertimbangan bahwa pengaruh dari variabel-variabel yang diteliti, diprediksi memiliki atau tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan yang akan diambil oleh peternak dalam mengikuti pola kemitraan (Kilic, 2015). Persamaan regresi logistiknya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Log}_e \left[\frac{P(Y = 1 | X_1, \dots, X_p)}{1 - P(Y = 1 | X_1, \dots, X_p)} \right] &= \text{Log}_e \left[\frac{\pi}{1 - \pi} \right] = \\ &= \alpha + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p = \alpha + \sum_{j=1}^p \beta_j X_j \end{aligned}$$

Atau persamaan tersebut bisa disederhanakan dalam bentuk :

$$\text{Log} (P/1 - p) = \beta_0 + \beta_1 Pr + \beta_2 B + \beta_3 M + e$$

Dimana :

P = Kemungkinan bahwa Y = 1 (Bermitra)

β_0 = Koefisien regresi

Pr, B dan M masing-masing adalah variabel bebas (prediktor) untuk kepastian harga (Pr), kepastian pembeli (B) dan motivasi peternak (M).

Dalam model LRA, π adalah probabilitas bersyarat dalam bentuk $P(Y=1 | X_1, \dots, X_p)$. Artinya, diasumsikan bahwa peluang peternak untuk bermitra atau tidak bermitra akan turut ditentukan oleh kombinasi nilai variabel prediktor (Pr, B dan M).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 24, diperoleh model regresi logistik sebagai berikut:

$$\pi(x) = \frac{\exp(-16,407 + 0,355 Pr + 0,830 B + 0,058 M)}{1 + \exp(-16,407 + 0,355 Pr + 0,830 B + 0,058 M)}$$

Berdasarkan model regresi logistik di atas dapat diketahui beberapa informasi sebagai berikut.

1. Pengaruh variabel Pr (kepastian harga) positif terhadap variabel P (keputusan peternak). Maka diketahui bahwa peningkatan kepastian harga akan meningkatkan juga keputusan peternak untuk bermitra.
2. Pengaruh variabel B (kepastian pembeli) positif terhadap variabel P (keputusan peternak). Maka dapat diketahui bahwa peningkatan kepastian pembeli akan meningkatkan juga keputusan peternak untuk bermitra.
3. Pengaruh variabel M (motivasi peternak) positif terhadap variabel P (keputusan peternak). Maka dapat diketahui bahwa peningkatan motivasi peternak akan meningkatkan juga keputusan peternak untuk bermitra.

1. Uji Simultan

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 1 Uji Simultan

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	7.594	3	.055
	Block	7.594	3	.055
	Model	7.594	3	.055

Hasil uji simultan pada tabel 1 di atas diperoleh nilai sig (*p-value*) sebesar 0,005 dimana nilai tersebut lebih besar dari α (0,05). Dengan demikian diperoleh keputusan terima H_0 dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel independen yaitu kepastian harga, kepastian pembeli dan motivasi peternak terhadap variabel dependen yaitu keputusan peternak untuk bermitra.

2. Uji Parsial

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen.

Tabel 2 Uji Parsial

Variables in the Equation						
		B	S.E.	Wald	df	Sig.
Step 1 ^a	Pr (kepastian harga)	.355	.365	.944	1	.331
	B (kepastian pembeli)	.830	.857	.937	1	.333
	M (motivasi peternak)	.058	1.123	.003	1	.959
	Constant	-16.407	8.628	3.616	1	.057
a. Variable(s) entered on step 1: Pr (kepastian harga), B (kepastian pembeli), M (motivasi peternak).						

Hasil uji parsial pada tabel 2 di atas diperoleh beberapa hasil sebagai berikut.

1. Pengaruh variabel **Pr** (kepastian harga) terhadap variabel **P** (keputusan peternak) memperoleh nilai sig (*p-value*) sebesar 0,331 dimana nilai tersebut lebih besar dari α (0,05). Maka diperoleh keputusan terima H_0 dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel **Pr** (kepastian harga) terhadap variabel **P** (keputusan peternak).
2. Pengaruh variabel **B** (kepastian pembeli) terhadap variabel **P** (keputusan peternak) memperoleh nilai sig (*p-value*) sebesar 0,333 dimana nilai tersebut lebih besar dari α (0,05). Maka diperoleh keputusan terima H_0 dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel **B** (kepastian pembeli) terhadap variabel **P** (keputusan peternak).
3. Pengaruh variabel **M** (motivasi peternak) terhadap variabel **P** (keputusan peternak) memperoleh nilai sig (*p-value*) sebesar 0,959 dimana nilai tersebut lebih besar dari α (0,05). Maka diperoleh keputusan terima H_0 dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel **M** (motivasi peternak) terhadap variabel **P** (keputusan peternak).

3. Odd Ratio

Perhitungan odd ratio dilakukan untuk mengetahui kecenderungan variabel independen mempengaruhi variabel dependen pada suatu kategori tertentu.

Tabel 3 Odd Ratio

Variables in the Equation				
		Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
			Lower	Upper
Step 1 ^a	Pr (kepastian harga)	1.426	.697	2.918
	B (kepastian pembeli)	2.293	.427	12.307
	M (motivasi peternak)	1.060	.117	9.570
	Constant	.000		

a. Variable(s) entered on step 1: Pr (kepastian harga), B (kepastian pembeli), M (motivasi peternak).

Hasil perhitungan odd ratio pada tabel 3 di atas diperoleh beberapa hasil sebagai berikut.

1. Nilai odd ratio variabel **Pr** (kepastian harga) sebesar 1,426. Hal ini berarti bahwa peningkatan variabel **Pr** (kepastian harga) akan mengakibatkan peternak memutuskan untuk bermitra sebesar 1,426 kali lebih besar dari pada tidak bermitra.
2. Nilai odd ratio variabel **B** (kepastian pembeli) sebesar 2,293. Hal ini berarti bahwa peningkatan variabel **B** (kepastian pembeli) akan mengakibatkan peternak memutuskan untuk bermitra sebesar 2,293 kali lebih besar dari pada tidak bermitra.
3. Nilai odd ratio variabel **M** (motivasi peternak) sebesar 1,060. Hal ini berarti bahwa peningkatan variabel **M** (motivasi peternak) akan mengakibatkan peternak memutuskan untuk bermitra sebesar 1,060 kali lebih besar dari pada tidak bermitra.

4. Koefisien Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4 Koefisien Determinasi

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	18.643 ^a	.082	.320

a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001.

Hasil perhitungan koefisien determinasi pada tabel 4 di atas diperoleh nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,320. Hal ini berarti bahwa keseluruhan variabel independen berupa kepastian harga, kepastian pembeli dan motivasi peternak mampu mempengaruhi variabel independen berupa keputusan peternak sebesar 32%. Sedangkan sisanya sebesar 68% (100%-32%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kepastian adanya pembeli dan kepastian harga baik secara parsial maupun bersama-sama dengan motivasi peternak mempengaruhi keputusan peternak untuk mengikuti pola kemitraan. Kepastian pembeli memiliki kekuatan pengaruh lebih besar dibandingkan dengan kepastian harga dan motivasi peternak. Hal tersebut timbul karena diduga peternak menghindari risiko kesulitan dalam memasarkan hasil produksi mengingat penghasil ayam broiler cukup banyak sedangkan pasar sasaran tidak bertambah. Berdasarkan koefisien determinasi dari variabel kontrak pemasaran (dengan indikator kepastian harga dan kepastian pembeli) terhadap variabel keputusan menunjukkan bahwa kontrak pemasaran hasil memberikan daya tarik terhadap keputusan peternak dengan tingkat kontribusi 32%. Dengan demikian terdapat variabel lain diluar penelitian yang turut mempengaruhi keputusan peternak untuk bermitra dengan tingkat kontribusi pengaruh 68%.

UCAPAN TERIMA KASIH

Team peneliti mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sumatera Selatan dan LPPM Universitas Perjuangan Tasikmalaya atas dukungan dan kolaborasi penelitian serta penyusunan hingga artikel ini terbit.

DAFTAR PUSTAKA

- Amam, A., Fanani, Z., Hartono, B., & Nugroho, B. A. (2019). The Power of Resources in Independent Livestock Farming Business in Malang District, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 372(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/372/1/012055>
- Bahari, N., Mustadjab, M. M., Hanani, N., & Nugroho, B. A. (2016). Analisis Contract Farming Usaha Ayam Broiler. *Jurnal Agro Ekonomi*, 30(2), 109. <https://doi.org/10.21082/jae.v30n2.2012.109-127>
- Kalangi, L. S., Lombogia, S. O. B., & Regar, M. N. (2021). Analysis of Income on the Partnership Program-based Broiler Business in Regency of North Minahasa, North Sulawesi, Indonesia. *International Journal of Applied Business and International Management*, 6(1), 14–24. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i1.937>
- Kilic, S. (2015). Binary logistic regression analysis. *Journal of Mood Disorders*, 5(4), 191. <https://doi.org/10.5455/jmood.20151202122141>
- Mappigau, P. (2012). Entrepreneurial Quality of Small Scale (SMEs) Broiler Farming with Independent Business Model in Maros District of South Sulawesi Province, Indonesia. *International Journal of Business and Social Science*. <https://www.academia.edu/download/35872176/10.pdf>
- Nurtini, S., Muzayyanah, M. A. U., Haryadi, F. T., & Hakim, A. (2017). Performance of Broiler Farmer in Partnerships System at Surakarta, Indonesia. *Journal of Advanced Agricultural Technologies*, 4(2), 196–199. <https://doi.org/10.18178/joaat.4.2.196-199>
- Ridwan, M., & Amrawaty, A. (2018). Agribusiness partnership performance in empowering broiler breeders. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 24(5), 750–758.
- Rohani, S., Aminawar, M., Siregar, A. R., Darwis, M., & Kurniawan, M. E. (2019). Farmers satisfaction level on broiler partnership system in Tompobulu District, Maros Regency, South Sulawesi Province, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 247(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/247/1/012057>
- Saputra, Dian. (2011). Analisis Kepuasan Peternak Plasma Terhadap Pola Kemitraan Ayam Broiler Studi Kasus Kemitraan Dramaga Unggas Farm Di Kabupaten Bogor. Skripsi. IPB University. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/5313>
- Suryanti, R., Sumardjo, S., Syahyuti, S., & Tjitropranoto, P. (2019). The business capacity of broiler farmers in the partnership business pattern. *Journal of the Indonesian Tropical Animal Agriculture*, 44(3), 314–322. <https://doi.org/10.14710/jitaa.44.3.314-322>
- Utami, H. D., Nugroho, B. A., Ningsih, U. W., Radiati, L. E., & Nugroho, H. (2018). Broiler Partnerships Scheme Advantages toward Minimising Its Production and Marketing Risks at Mojokerto Indonesia. *Journal of Advanced Agricultural Technologies*, 5(3), 222–226. <https://doi.org/10.18178/joaat.5.3.222-226>
- Wantasen, E., Umboh, S. J. K., & Leke, J. R. (2021). Investment advantages of broiler production using the partnership system: A study in Indonesia. *Journal of Agricultural Sciences - Sri Lanka*, 16(2), 215–225. <https://doi.org/10.4038/jas.v16i2.9325>