

RINGKASAN

Maria Pinkan Elionora Sepoetri. H0812111. 2016. **Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Peternak Plasma dalam Kemitraan Usaha Ternak Ayam Ras Pedaging/Broiler Rayon Yogyakarta (Kasus di Kemitraan PT. Malindo Feedmill Cabang Yogyakarta)**. Dibimbing oleh Dr. Ir. Heru Irianto, MM dan Nuning Setyowati, SP, M.Sc. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta,

Ayam merupakan salah satu sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat. Meningkatnya konsumsi masyarakat akan daging ayam membuat usaha peternakan ayam banyak diminati dan kemitraan adalah salah satu cara untuk meningkatkan produksi ayam broiler. PT. Malindo Feedmill merupakan salah satu perusahaan besar yang menawarkan pola kemitraan dengan pola inti-plasma, dimana peternak mitra sebagai plasma perusahaan mitra sebagai inti. Perusahaan-perusahaan yang menawarkan sistem kemitraan memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Hal tersebut menimbulkan persaingan dalam mendapatkan dan mempertahankan loyalitas peternak. Loyalitas peternak didapatkan dari kepuasan peternak dari kemitraan yang dijalankan. Kepuasan peternak plasma terhadap perusahaan inti, dapat dilihat dari kepuasannya akan produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan inti, kesesuaian harapan peternak serta citra perusahaan. Kepuasan peternak plasma terhadap perusahaan inti dapat berdampak yang positif, karena peternak cenderung loyal dan tidak akan mencari perusahaan kemitraan lain, begitupun sebaliknya. Demi menjaga loyalitas peternak plasma, perusahaan diharapkan dapat memenuhi kepuasan peternak yang dipengaruhi oleh faktor kualitas produk, kualitas pelayanan, harapan peternak dan citra perusahaan. Oleh karena itu diperlukan penelitian untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas peternak plasma dalam kemitraan usaha ternak ayam broiler di PT. Malindo Feedmill Cabang Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan pelaksanaan kemitraan yang sedang dijalankan oleh PT. Malindo Feedmill Cabang Yogyakarta. (2) Menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harapan peternak dan citra perusahaan terhadap kepuasan peternak plasma. (3) Menganalisis pengaruh kepuasan peternak plasma terhadap loyalitas. Metode dasar penelitian ini adalah deskriptif analitis dan teknik survey. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja di PT. Malindo Feedmill Cabang Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan selama satu bulan dalam bulan Juni 2016 di lima daerah yang termasuk cakupan area Yogyakarta menurut PT. Malindo Feedmill, yaitu Sleman, Magelang, Gunung Kidul, Bantul, dan Kulonprogo. Responden penelitian ini adalah 2 orang karyawan/ manager PT. Malindo Feedmill dan 75 orang peternak plasma yang diambil secara sensus (semua populasi dijadikan sampel). Analisis data yang digunakan adalah metode *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan PT. Malindo Feedmill menjalankan kemitraan dengan tujuan memperoleh profit dan ikut serta dalam swasembada pangan. Menerapkan pola kemitran inti-plasma, dengan perusahaan sebagai inti yang menyediakan sarana produksi ternak serta bimbingan teknis, dan peternak sebagai plasma yang menyediakan kandang serta tenaga produksi. Strategi yang digunakan adalah 'win-win solution', dengan harapan tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Peternak yang ingin menjadi mitra harus memenuhi beberapa syarat yang dibuat oleh perusahaan. Masalah yang sering timbul dalam kemitraan ini, diantaranya pengelolaan dana hasil yang terlalu lama, panen yang lama, pengiriman pakan, rugi besar, dan banyak peternak yang tidak memberikan data lengkap kepada perusahaan. Peternak plasma PT. Malindo Feedmill didominasi oleh laki-laki dengan rentang usia produktif 40-49 tahun. Tingkat pendidikan mayoritas Sarjana (45%) dan SMA (40%). Kebanyakan peternak bergantung pada usaha ternaknya (47%). Lama beternak dan pengalaman beternak rata-rata lebih dari 5 tahun, dengan populasi ternak lebih dari 5000 ekor. Alasan beternak adalah karena cepat memperoleh keuntungan. Alasan bermitra adalah ingin meningkatkan keuntungan. Berdasarkan analisis dengan bantuan model *Partial Least Square* (PLS) diketahui bahwa: 1) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan peternak, 2) Kualitas pelayanan, harapan peternak dan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan peternak, 3) Kepuasan peternak berpengaruh positif terhadap loyalitas peternak. Saran yang dapat diberikan adalah diharapkan perusahaan inti meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan peternak dan menjaga citra perusahaan, serta koordinasi yang baik antara peternak dan inti untuk menjaga hubungan kerjasama.

SUMMARY

Maria Pinkan Elionora Sepoetri. H0812111. 2016. ***Factors that Influence to The Loyalty of Broiler Breeder as Plasma of Partnership Rayon Yogyakarta (The Case Study in PT. Malindo Feedmill Partnership Yogyakarta Branch)***. Guided by Dr. Ir. Heru Irianto, MM and Nuning Setyowati, S.P, M.Sc. Faculty of Agriculture. Sebelas Maret University Surakarta.

Broiler chicken is one of protein sources from animals which are consumed daily by people. The increase of people consumption of broiler chicken has developed poultry farms to spread their bussines and it is found that partneship is one of the ways to increase the production of chiken broiler. PT. Malindo is one of the biggest companies which offers a partnership pattern using core-plasma pattern, it means that the breeder partnership as the plasma and the firm partnrneship as the core. Companies that offer partnership system has advantages and disadvantages of each. This raises the competition to attract and retain the loyalty of breeder. Loyalty breeders obtained from the satisfaction of the partnership is run. The satisfication of the plasma breeder toward the core company can be seen by their satisfactory products and servises which are given by core company itself, the suitability of breeder expectation and the corporate image as well. The satisfactory of plasma breeder to the core company can produce positive affects because the breeders tend to be loyal and will not seek others partnership companies. To keep the credibility of plasma breeders, the company has been expected to meet breeder satisfications, which these satisfications are influenced by the quality product factors, the quality service, the breeder expectations, and the corporate images. Therefore, the research is required to recognize some factors which influence the credibility of plasma breeders in the broiler farm partnership at PT. Malindo Feedmill Yogyakarta Branch.

The purpose of this research is (1) to describe the implementation of partnership which is being run by PT. Malindo Feedmill Yogyakarta Branch. (2) to analyze the effect of the quality product, the quality service, the breeder expectation, and the corporate images towards plasma breeder satisfaction. (3) to analyze the effect of plasma breeder satisfaction towards their credibility. The basic method of this research is descriptive analysis. The determination of research location is lead deliberately at PT. Malindo Feedmill Yogyakarta Branch. This research was conducted for one month in the month of June 2016 in five areas including Yogyakarta area coverage by PT. Malindo Feedmill, namely Sleman, Magelang, Gunung Kidul, Bantul and Kulon Progo. The respondents of this study was 2 employees / manager of PT. Malindo Feedmill and 75 plasma breeders who was taken by census (all population sampled). Partial Least Square (PLS) is used to complete the data analysis.

The result of the research has showed that PT. Malindo Feedmill has run good partnership which aims to gain profit and actively participated in food self-

sufficiency. applying the core-plasma partnership pattern, with the company as the core that provides a means of livestock production and technical guidance, and farmers as the plasma that provides enclosure and power production. The strategy used is a 'win-win solution', thus both of parties will not get disadvantaged. The breeders who want to be a partner must meet some requirements made by the company. Problems often arise in this partnership, such as the long-term fund management result, the long-term harvest, the shipping feed, the great loss, and breeders which submit uncomplete data to the company. The breeders who are partnering with PT. Malindo Feedmill are dominated by male breeders in productive age range 40-49 years old. The majority of education level meets only undergraduate (45%) and high school (40%). Most of breeders depend their lives on their poultry farm. The long-term of raising chickens and the experience of breeding usually take more than 5 years which the number of population more than 5000 chickens. The reason to breed is to gain more profit quickly and the reason to partner is to increase their income. Based on analysis using Partial Least Square (PLS) model, it is found that : 1) The quality product has no effect to the breeder satisfication, 2) The quality service, the breeder expectations, and the corporate images have positive impacts towards the breeder satisfications, 3) The breeder satisfication influences positively to breeder credibility. The core company is suggested to intensify the quality service to meet the breeder necessity, to maintain corporate image, and to develop good coordination between the breeders and the core company to keep good relationship in the future.