



**EFEKTIVITAS DAN KEPUASAN PETANI CABAI MERAH
BESAR TERHADAP POLA KEMITRAAN DENGAN
KOPERASI HORTIKULTURA LESTARI
DI DESA DUKUH DEMPOK
KECAMATAN WULUHAN
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

**Imam Musta'in Marzuqi
NIM 091510601097**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**EFEKTIVITAS DAN KEPUASAN PETANI CABAI MERAH
BESAR TERHADAP POLA KEMITRAAN DENGAN
KOPERASI HORTIKULTURA LESTARI
DI DESA DUKUH DEMPOK
KECAMATAN WULUHAN
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan program studi Sosial Ekonomi Pertanian/
Agribisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Oleh

**Imam Musta'in Marzuqi
NIM 091510601097**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda tercinta Sarmiyati yang telah mendoakan dan memberikan kasih sayang serta pengorbanannya, baik materil maupun non materil selama ini serta Ayahanda Almahum Imam Muslim;
2. Guru-guruku mulai SD, SMP, SMA, dan PT terhormat, yang telah memberikan ilmu dan mendidik dengan penuh kesabaran dan dedikasi;
3. Almamater Jurusan Sosial Ekonomi / Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

MOTTO

“bila kamu telah berazzam (membulatkan tekad), maka bertawakkallah pada Allah” (Q.S. Ali Imron ayat 159)

“Hidup ini teramat singkat. Saya ingin meninggalkan bekas yang membuktikan bahwa saya pernah hidup” (Muhammad Yunus)

"Siapa yang bersungguh-sungguh, akan BERHASIL" (Pepatah Arab)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imam Musta'in Marzuqi

NIM : 091510601097

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: *“Efektivitas dan Kepuasan Petani Cabai Merah Besar terhadap Pola Kemitraan dengan Koperasi Hortikultura Lestari di Desa Dukuh Dempok Wuluhan Jember”* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan ke instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Agustus 2013

Yang Menyatakan

Imam Musta'in Marzuqi
NIM. 091510601097

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS DAN KEPUASAN PETANI CABAI MERAH
BESAR TERHADAP POLA KEMITRAAN DENGAN
KOPERASI HORTIKULTURA LESTARI
DI DESA DUKUH DEMPOK
KECAMATAN WULUHAN
KABUPATEN JEMBER**

Oleh

Imam Musta'in Marzuqi
NIM 091510601097

Pembimbing

Pembimbing Utama : Sudarko, SP. M.Si.
NIP 198002032005011001
Pembimbing Anggota : Rokhani, SP. M.Si.
NIP 197208052008012013

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Efektivitas dan Kepuasan Petani Cabai Merah Besar terhadap Pola Kemitraan dengan Koperasi Hortikultura Lestari di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Pertanian Universitas Jember pada:

hari : Jum’at

tanggal : 16 Agustus 2013

tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Tim Penguji

Penguji 1,

Sudarko, S.P., M.Si.

NIP 198002032005011001

Penguji 2,

Penguji 3,

Rokhani, S.P., M.Si.

NIP 197208052008012013

Dr. Ir. Yuli Hariyati, M.S.

NIP 196107151985032002

Mengesahkan
Dekan,

Dr. Ir. Jani Januar, MT.

NIP 195901021988031002

RINGKASAN

Efektivitas dan Kepuasan Petani Cabai Merah Besar terhadap Pola Kemitraan dengan Koperasi Hortikultura Lestari di Desa Dukuh Dempok Wuluhan Jember; Imam Musta'in Marzuqi, 091510601097; 2013; Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian / Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Koperasi Hortikultura Lestari melakukan kerjasama kemitraan dengan petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok. Kerjasama kemitraan ini memberi manfaat bagi petani berupa peningkatan pendapatan, efisiensi dan produktivitas usahatani cabai merah besar. Ketika kemitraan yang dijalankan bisa memberikan manfaat bagi petani cabai merah besar, dapat dikatakan kerjasama kemitraan tersebut efektif bagi petani sehingga perlu dipertahankan keberlanjutannya. Indikator lain dari efektivitas kerjasama kemitraan ini dapat dilihat juga dari kepuasan petani terhadap kinerja koperasi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui: (1) pola kemitraan petani cabai merah besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari, (2) efektivitas kemitraan antara petani cabai merah besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari, (3) tingkat kepuasan petani cabai merah besar dalam bermitra dengan Koperasi Hortikultura Lestari, (4) prioritas atribut-atribut kualitas pelayanan inti dalam kemitraan antara petani cabai merah besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari.

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Method*) yaitu di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan analitik. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode total sampling. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan bantuan kuisioner dan studi pustaka. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis rasio (keuntungan, efisiensi dan produktifitas), analisis skoring dari beberapa indikator pelayanan kemitraan dan analisis *Importance and Performance Analysis (IPA)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pola Kemitraan yang terjalin antara petani cabai merah besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari adalah pendekatan pola Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA), (2) kemitraan antara petani cabai merah besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari sudah efektif dan efisien tetapi belum produktif dengan nilai rasio keuntungan sebesar (121,77%), rasio efisiensi sebesar (122,07%), sedangkan rasio produktivitas sebesar (86,88%). (3) Tingkat kepuasan petani cabai merah besar dalam bermitra dengan Koperasi Hortikultura Lestari berada dalam kategori puas, (4) berdasarkan hasil analisis *Importance and Performance Analysis* (IPA), atribut kepuasan yang mempunyai prioritas tinggi untuk ditingkatkan kinerjanya yaitu ketepatan waktu pembayaran panen, penentuan spesifikasi produk hasil panen, dan kualitas sarana produksi yang dipinjamkan koperasi.

Kata kunci: Kemitraan, Efektivitas, Kepuasan

SUMMARY

Effectivity and Satisfaction of Red Chili Farmers Against Pattern Partnership with Hortikultura Lestari Cooperative in Dukuh Dempok Village Wuluhan Subdistrict Jember Regency; Imam Musta'in Marzuqi, 091510601097; 2013; Department of Social-Economics of Agriculture, Faculty of Agriculture, the University of Jember.

Hortikultura Lestari Cooperative does partnership with red chili farmers in Dukuh Dempok village. Partnership is give the benefits for farmers, in the form of increasing income, efficiency, and productivity of red chili farming. When the partnership can give the benefits to red chili farmers, the partnership can be said to be effective for farmers, so should be maintained the continuity. Other indicators of the effectiveness of this partnership can also be seen from the farmers' satisfaction on the cooperative's performances. The study is done with a view to know: (1) a pattern partnership of red chili farmers with Hortikultura Lestari Cooperative, (2) the effectiveness of partnership between red chili farmers with Hortikultura Lestari Cooperative, (3) the level of satisfaction red chili farmers in partnered with Hortikultura Lestari Cooperative, (4) the core priorities atribut-atribut the quality of service in partnership with Hortikultura Lestari Cooperative.

The research location was chosen by purposive method; that is, in Dukuh Dempok Village, Wuluhan Subdistrict, Jember Regency. The research methods were using descriptive and analytical methods. The sampling method used total sampling technique. The data retrieval method in this research used an interview technique with the help of questionnaires and literatures. The types of data were including primary data and secondary data. The analyses of data were descriptive analysis, analysis of ratio (profits, efficiency and productivity), analysis of scoring from some indicator partnership service and Importance and Performance Analysis (IPA).

The research result showed that: (1) a pattern partnership between red chili farmers with Hortikultura Lestari Cooperative is the approach of operational cooperation agribusiness (KOA). (2) The partnership between red chili farmers

with Hortikultura Lestari Cooperative is effective and efficient but have not productive yet by the value of the ratio of profit as much as (121,77 %) and the ratio of the efficiency of (122,07 %), while a value of the ratio of the productivity of (86,88 %). (3) The satisfaction level of red chili farmers in partnership with Hortikultura Lestari Cooperative was in the category of satisfied, (4) based on the result importance and performance analysis (IPA), an attribute of gratification which have a high priority to improve its performance that is, punctuality, the payment of harvest the determination of the harvest results, the specifications of harvest products and the quality of the means of production that are loaned by cooperative.

Key words: partnership, effectiveness, satisfaction

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Efektivitas dan Kepuasan Petani Cabai Merah Besar terhadap Pola Kemitraan dengan Koperasi Hortikultura Lestari di Desa Dukuh Dompok Wuluhan Jember*. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian / Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Jani Januar, MT., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember.
2. Dr. Evita Soliha Hani, MP., selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
3. Sudarko, SP. M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama, Rokhani, SP. MSi., selaku Dosen Pembimbing Anggota, yang selalu memberikan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
4. Dr. Ir. Yuli Hariyati, MS., selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu serta memberikan saran perbaikan skripsi ini.
5. Dr. Ir. Sugeng Raharto, MS., selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah membimbing selama menjadi mahasiswa.
6. Pengurus dan karyawan Koperasi Hortikultura Lestari serta petani mitra cabai merah di Desa Dukuh Dompok yang telah bersedia membantu dalam proses pengambilan data selama penelitian.
7. Teman-teman asisten di Laboratorium Sosiologi Pertanian (Mbak Tiwi, Mbak Ibanah, Mbak Dayu, Yhosa, Vanessa dan Asep) terimakasih atas kebersamaannya selama ini.
8. Ibu tercinta Sarmiyati serta semua keluarga besar yang telah mendoakan demi kesuksesan dan kelancaran studi penulis serta tidak bosan memberi dorongan agar penulis segera menyelesaikan pendidikan.

9. Eyang Sutjiningsih yang telah menyediakan tempat bagi penulis selama masa kuliah di Jember, serta teman-teman sekos (Mas Munir, Adip, Arif, Misbah), terima kasih atas pengertian dan bantuannya.
10. Kawan-kawan seperjuangan intelektual di Himaseta, F-SIAP, dan Program Studi Agribisnis terimakasih atas semua sumbangsih pemikiran yang hadir dalam setiap proses dan memberikan warna dalam kehidupanku.
11. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Agustus 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Gambaran Komoditas Cabai	10
2.2.1 Deskripsi Komoditas Cabai	10
2.2.2 Jenis Tanaman Cabai	11
2.2.3 Syarat Tumbuh Tanaman Cabai	11
2.3 Teori Kemitraan	12
2.3.1 Definisi Kemitraan	12
2.3.2 Unsur-unsur Kemitraan	13

2.3.3 Tujuan Kemitraan	14
2.3.4 Manfaat Kemitraan	15
2.3.5 Model dan Pola Kemitraan	15
2.4 Teori Kepuasan Pelanggan	22
2.4.1 Teori Kepuasan Pelanggan	22
2.4.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	24
2.5 Definisi dan Dimensi Kualitas Jasa	26
2.6 Teori Efektivitas	28
2.7 Teori Pendapatan dan Biaya Produksi	28
2.8 Teori Efisiensi Biaya Produksi	29
2.9 Importance and Performance Analysis (IPA)	31
2.10 Kerangka Pemikiran	32
BAB 3. METODE PENELITIAN	37
3.1 Penentuan Daerah Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Metode Pengambilan Sampel	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis Data	38
3.6 Terminologi	45
BAB 4. GAMBARAN UMUM	47
4.1 Keadaan Geografis	47
4.2 Keadaan dan Jenis Penggunaan Tanah	47
4.3 Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk	48
4.3.1 Keadaan Penduduk Menurut Usia	48
4.3.2 Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian	50
4.3.3 Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	51
4.4 Sarana Perhubungan dan Komunikasi	52
4.4.1 Sarana Perhubungan	52
4.4.2 Sarana Komunikasi dan Informasi	53
4.5 Profil Koperasi Hortikultura Lestari	54

BAB 5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
5.1 Pola Kemitraan Petani Cabai Merah Besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari	59
5.2 Efektivitas Kemitraan antara Petani Cabai Merah Besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari	63
5.2.1 Rasio Keuntungan	66
5.2.2 Rasio Efisiensi	67
5.2.3 Rasio Produktivitas	68
5.3 Kepuasan Petani Cabai Merah Besar dalam Kemitraan dengan Koperasi Hortikultura Lestari	69
5.4 Prioritas Atribut-atribut Kualitas Pelayanan Inti Kemitraan	76
5.4.1 Tingkat Kesesuaian Atribut Kualitas Pelayanan Inti Kemitraan	76
5.4.2 Matrik Kepentingan dan Pelaksanaan Kemitraan Petani Cabai Merah Besar	78
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN	86
6.1 Kesimpulan	86
6.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Luas Panen, Rata-rata, dan Total Produksi Sayur-sayuran Menurut Jenis Sayuran di Kabupaten Jember Tahun 2010	4
1.2 Luas Panen, Rata-rata Produksi dan Total Produksi Cabai Merah Menurut Kecamatan di Kabupaten Jember Tahun 2010	5
3.1 Atribut-atribut Kualitas Pelayanan Inti dalam Kemitraan Petani Cabai Merah Besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari	41
4.1 Penggunaan Tanah di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember Tahun 2010	49
4.2 Persentase Jumlah Penduduk Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember Berdasarkan Golongan Usia Tahun 2010 ..	50
4.3 Persentase Jumlah Penduduk Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember Berdasarkan Mata Pencaharian tahun 2010	51
4.4 Persentase Jumlah Penduduk Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2010	52
4.5 Data Ketersediaan Sarana Perhubungan Penduduk Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember Tahun 2010	53
4.6 Data Ketersediaan Sarana Komunikasi dan Informasi Penduduk Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember Tahun 2010	54
4.7 Pengurus Koperasi Hortikultura Lestari tahun 2013	56
4.8 Luas lahan Petani Cabai Merah Besar yang Bemitra dengan Koperasi Hortikultura Lestari Tahun 2013	58
5.1 Perhitungan Rasio Efisiensi, Produktivitas dan Keuntungan dalam Kemitraan Petani Cabai Merah Besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari tahun 2012	64
5.2 Tingkat Kepuasan Petani Cabai Merah Besar dalam Kemitraan dengan Koperasi Hortikultura Lestari Tahun 2012	70
5.3 Hasil Analisis Tingkat Kesesuaian Petani Cabai Merah Besar	77

5.4 Hasil Analisis Kepentingan dan Pelaksanaan Petani Cabai Merah Besar
dengan Analisis IPA 79



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Pola Kemitraan Inti Plasma	17
2.1 Pola Kemitraan Subkontrak	18
2.3 Pola Kemitraan Dagang Umum	19
2.4 Pola Kemitraan Keagenan	20
2.5 Pola Kemitraan Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA).....	21
2.6 Diagram Konsep Kepuasan Konsumen	23
2.7 Skema Kerangka Pemikiran Penelitian	36
3.1 Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja Konsumen	44
5.1 Kondisi Produk Cabai Merah Besar Berdasarkan Spesifikasi Perusahaan	61
5.2 Matrik Kepentingan dan Pelaksanaan Petani Cabai Merah Besar	79

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A Daftar Identitas Petani Mitra Cabai Merah Besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan	93
B Daftar Lampiran Biaya Tetap satu kali Musim Tanam Petani Mitra Cabai Merah Besar	94
C Daftar Lampiran Obat-obatan Usahatani Cabai Merah Besar Program Kemitraan Satu Kali Musim Tanam	96
D Komponen Biaya Tenaga Kerja Petani Cabai Merah Besar Satu Kali Musim Tanam	99
E Komponen Biaya Sarana Produksi Satu Kali Musim Tanam Petani Cabai Merah Besar	103
F Total Biaya Variabel Cabai Merah Besar Satu Kali Musim Tanam per Ha	107
G Total Keuntungan dan Efisiensi Petani Cabai Merah Besar Satu Kali Musim Tanam per Ha	108
H Analisa Usaha Tani Cabai Merah Besar Koperasi Hortikultura Lestari per 0,64 Ha	109
I Penghitungan Rasio Produktivitas, Keuntungan, dan Efisiensi Petani Mitra Cabai Merah	111
J Tabel Perhitungan Nilai Bobot Tingkat Kepentingan Petani Cabai Merah Besar	112
K Tabel Perhitungan Nilai Bobot Tingkat Kepuasan Petani Cabai Merah Besar	113
L Tabel Hasil Perhitungan Nilai Bobot Rata-rata dengan Analisis IPA pada Petani Cabai Merah	114
M Gambar Matrik Kepentingan dan Pelaksanaan Petani Mitra Cabai Merah Besar	115
N Kuisisioner Penelitian	116
O Surat Perjanjian Kemitraan	127



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertanian Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan terutama komoditas hortikultura. Komoditas hortikultura memberikan kontribusi besar terhadap pertanian Indonesia. Pengembangan komoditas hortikultura dapat mendatangkan PDB yang cukup besar. Nilai PDB hortikultura pada tahun 2005 mencapai Rp. 61.792 triliun. Nilai PDB tersebut meningkat pada tahun 2006 menjadi Rp. 66.879 triliun (Ditjen Hortikultura, 2007).

Pembangunan hortikultura telah memberikan sumbangan yang berarti bagi sektor pertanian maupun perekonomian nasional, yang dapat dilihat dari nilai Produk Domestik Bruto (PDB), jumlah rumah tangga yang mengandalkan sumber pendapatan dari sub sektor hortikultura, penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Pembangunan hortikultura juga meningkatkan nilai dan volume perdagangan internasional atas produk hortikultura nasional dan ketersediaan sumber pangan masyarakat. Pengembangan hortikultura dalam perspektif paradigma baru tidak hanya terfokus pada upaya peningkatan produksi komoditas saja tetapi terkait juga dengan isu-isu strategis dalam pembangunan yang lebih luas (Kementerian Pertanian, 2011).

Pengembangan hortikultura merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari upaya; 1) Pelestarian lingkungan, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan, 2) Menarik investasi skala kecil menengah, 3) Pengendalian inflasi dan stabilisasi harga komoditas strategis (cabai merah dan bawang merah), 4) Pelestarian dan pengembangan identitas nasional, 5) Peningkatan ketahanan pangan melalui penyediaan karbohidrat alternatif, dan 6) Menunjang pengembangan sektor pariwisata (Kementerian Pertanian, 2011).

Komoditas hortikultura merupakan salah satu sumber akselerasi pertumbuhan sektor pertanian karena sifat permintaannya yang elastis terhadap pendapatan. Seiring dengan laju pertumbuhan jumlah penduduk, yang dibarengi dengan peningkatan pendapatan, dan berkembangnya pusat kota-industri-wisata, serta liberalisasi perdagangan merupakan faktor potensial bagi peningkatan

permintaan produk hortikultura. Namun demikian potensi pasar tersebut belum mampu dimanfaatkan para pelaku agribisnis hortikultura secara optimal (Indraningsih, *et al.*, 2004)

Salah satu komoditas hortikultura yang banyak diusahakan oleh petani di Indonesia adalah cabai merah besar. Banyaknya petani yang menanam cabai merah besar ini disebabkan karena harga jualnya yang tinggi. Selain itu kebutuhan cabai per kapita di Indonesia pada tahun 2008 yang mencapai 4,5 - 5,5 kg. Jika penduduk Indonesia pada tahun 2008 sekitar 220 juta, Indonesia membutuhkan cabai segar sebanyak 990.000 – 1.210.000 ton per tahun. Banyaknya kebutuhan cabai ini menjadikan petani tertarik untuk menanamnya (Agromedia, 2008).

Komoditas cabai merah besar secara intrinsik memiliki sifat cepat busuk, rusak, dan susut besar. Sifat-sifat tersebut merupakan masalah yang dapat menimbulkan resiko produksi maupun resiko harga. Permasalahan pokok pengembangan agribisnis cabai merah besar adalah belum terwujudnya ragam, kualitas, kesinambungan pasokan, dan kuantitas yang sesuai dengan permintaan pasar. Permasalahan tersebut nampak nyata pada produk cabai merah besar untuk tujuan pasar super market, industri pengolahan, konsumen institusi (hotel, restoran, rumah sakit), dan terlebih untuk tujuan pasar ekspor. Permasalahan tersebut disebabkan oleh kurangnya penguasaan teknologi (teknologi pembibitan, budidaya, serta panen dan penanganan pasca panen), sistem usaha tani cabai merah besar yang masih yang berbeda-beda sehingga produksi tersebar dengan mutu yang beragam, serta lemahnya koordinasi antar pelaku agribisnis yang menyebabkan struktur jaringan agribisnis cabai merah besar yang terbangun kurang kuat. Akibatnya adalah komoditas cabai merah besar sebagai salah satu komoditas sumber pertumbuhan baru dalam pembangunan pertanian belum dapat dimaksimalkan, kesempatan kerja dan peluang usaha yang tercipta masih terbatas, bernilai tambah rendah, serta kurang memiliki daya saing di pasar. Salah satu jawaban dari permasalahan tersebut adalah pentingnya membangun strategi kemitraan usaha yang dapat meningkatkan daya saing secara berkelanjutan (Saptana *et al.*, 2010).

Kemitraan merupakan strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, dalam jangka waktu tertentu, untuk meraih keuntungan bersama, dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Kemitraan merupakan strategi bisnis yang keberhasilannya sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara pihak yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis. Hal ini erat kaitannya peletakan dasar-dasar moral berbisnis bagi pelaku-pelaku kemitraan (Sumardjo *et al.*, 2004).

Lahirnya konsep kerja sama atau kemitraan antara perusahaan besar pertanian dengan pertanian rakyat didasarkan atas dua argumen yaitu : (1) adanya perbedaan dalam penguasaan sumber daya (lahan dan kapital) antara masyarakat industrial di perkotaan (pengusaha) dengan masyarakat pertanian di perdesaan (petani). Di satu sisi pengusaha mempunyai modal dan pengetahuan, sedangkan di sisi lain petani mempunyai lahan dan tenaga kerja namun kurang modal dan kemampuan teknologi (keterampilan); dan (2) adanya perbedaan sifat hubungan biaya per satuan output dengan skala usaha pada masing-masing subsistem agribisnis. Pada usaha tani skala kecil lebih efisien atau sama efisiennya dengan skala usaha besar karena sifat hubungan biaya per satuan output dengan skala usaha bersifat tetap (*constant cost to scale*), sementara pada subsistem pemasaran, pengolahan dan pengadaan saprodi usaha skala besar lebih efisien daripada skala kecil, karena sifat hubungan biaya per satuan output dengan skala usaha bersifat menurun (*decreasing cost to scale*) (Sinaga dalam Supriyati *et al.*, 2010).

Kabupaten Jember merupakan salah satu sentra produksi komoditas hortikultura. Salah satu komoditas hortikultura yang banyak diusahakan petani di Kabupaten Jember adalah komoditas cabai merah besar. Komoditas cabai merah besar yang ditanam oleh petani tersebut ada yang dijual untuk kebutuhan agroindustri, konsumsi masyarakat maupun untuk kebutuhan benih. Pada tahun 2010 luas penanaman cabai merah besar di Kabupaten Jember adalah 534 Ha dengan jumlah produksi sebesar 14.717 kw. Dengan luas tanam sebesar 534 Ha membuat cabai merah besar menempati urutan ke empat produk hortikultura sayuran terluas areal panennya di kabupaten Jember. Secara lengkap data

mengenai luas panen, produktivitas, dan total produksi komoditas hortikultura sayuran dapat dilihat dalam Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Luas Panen, Rata-rata Produksi, dan Total Produksi Sayur-sayuran Menurut Jenis Sayuran di Kabupaten Jember Tahun 2010

No	Jenis Sayuran	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Kw/Ha)	Produksi (Kw)
1	Cabai Rawit	2245	12,34	27.709
2	Semangka	2134	120,81	257.815
3	Kacang Panjang	1008	22,01	22.190
4	Cabai Merah	669	19,43	12.998
5	Petsai/sawi	355	36,53	12.968
6	Terung	332	37,88	12.575
7	Kubis	294	83,17	24.435
8	Ketimun	292	38,87	11.350

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember 2011

Komoditas cabai merah besar merupakan komoditas hortikultura yang mempunyai nilai jual yang tinggi. Harga yang tinggi ini merupakan faktor pendorong bagi petani untuk menanamnya. Namun pada saat-saat tertentu harga komoditas ini juga bisa mengalami penurunan hingga harga terendah. Dinamika perubahan harga yang tidak bisa diprediksi ini membuat usaha tani cabai merah besar juga mempunyai resiko yang tinggi. Selain harga yang tidak pasti budidaya cabai merah besar juga membutuhkan pengetahuan yang lebih dibanding komoditas lain. Faktor cuaca dan faktor gangguan organisme pengganggu tanaman juga merupakan hal lain yang perlu dipertimbangkan dalam melakukan usaha budidaya cabai merah besar. Selain itu usaha budidaya komoditas ini juga membutuhkan modal yang cukup besar.

Kecamatan Wuluhan adalah salah satu sentra cabai merah besar yang ada di Kabupaten Jember. Total produksi cabai merah besar di Kecamatan Wuluhan pada tahun 2010 sebesar 4205 Kw dengan luas panen sebesar 179 Ha. Dengan produksi tersebut Kecamatan Wuluhan termasuk daerah penghasil cabai merah besar terbesar di Kabupaten Jember. Secara lengkap data mengenai luas panen dan produksi cabai merah besar di kecamatan di Kabupaten Jember di tunjukkan dalam Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2 Luas Panen, Rata-rata Produksi, dan Total Produksi Cabai Merah Menurut Kecamatan di Kabupaten Jember Tahun 2010

No	Kecamatan	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ka)
1	Wuluhan	179	4.205
2	Ledokombo	154	1.310
3	Tempurejo	72	1.770
4	Ajung	50	1.096
5	Gumukmas	25	832
6	Jombang	24	467
7	Kencong	20	392
8	Sukowono	18	270
9	Jenggawah	18	133
10	Umbulsari	15	386
11	Mayang	15	261
12	Ambulu	14	143
13	Panti	12	211
14	Patrang	11	318
15	Silo	9	205
16	Kalisat	8	154
17	Puger	8	120
18	Arjasa	7	132
19	Sumbersari	7	136
20	Sumberbaru	6	82
21	Pakusari	5	113
22	Rambipuji	4	69
23	Bangsalsari	4	50
24	Mumbulsari	3	69
25	Semboro	3	54
26	Jelbuk	1	20
Jumlah		692	12.998

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember 2011

Petani cabai merah besar yang ada Kecamatan Wuluhan ini sebagian besar melakukan kerja sama kemitraan dalam proses usaha taninya. Kerja sama kemitraan ini dilakukan petani dengan perusahaan benih maupun perusahaan yang mengolah cabai merah besar menjadi produk olahan sekunder. Proses kerja sama kemitraan yang dilakukan petani ini ada yang secara langsung dengan perusahaan melalui wadah suatu kelompok tani, dengan *supplier* yang kemudian menjadi pemasok bagi perusahaan dan melalui suatu koperasi yang bertindak sebagai *grower* bagi perusahaan.

Koperasi Hortikultura Lestari merupakan satu-satunya koperasi yang ada di Kabupaten Jember yang melakukan kontrak kerja sama dengan PT. Heinz ABC

sebagai *grower* bagi perusahaan. Untuk memenuhi target pengiriman produk cabai merah besar ke perusahaan koperasi melakukan kerja sama kemitraan dengan petani cabai merah besar yang ada di Kabupaten Jember. Dalam melakukan kerja sama kemitraan ini petani dan koperasi membuat aturan-aturan tertulis yang mengatur agar kerja sama kemitraan tersebut bisa berjalan dengan baik. Aturan-aturan ini di tulis dalam suatu surat perjanjian kemitraan yang ditanda tangani kedua pihak. Surat perjanjian tersebut berisi hak-hak dan kewajiban yang harus di kerjakan baik oleh petani maupun koperasi. Selain itu dalam perjanjian tersebut juga dimasukkan tentang sanksi bagi pihak yang melanggar kesepakatan yang sudah di buat.

Desa Dukuh Dempok merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Wuluhan. Sebagian besar penduduk desa ini bekerja sebagai petani dengan komoditas pertanian yang beraneka ragam. Salah satu komoditas yang banyak ditanam petani di Desa Dukuh Dempok adalah komoditas cabai merah besar. Komoditas cabai merah besar yang ditanam oleh petani di Desa Dukuh Dempok sebagian besar dijual kepada Koperasi Hortikultura Lestari dengan sistem kerja sama kemitraan. Dari hasil studi pendahuluan juga diketahui dari 78 petani yang berasal dari Kecamatan Wuluhan yang bermitra dengan Koperasi Hortikultura Lestari sebanyak 28 petani berasal dari Desa Dukuh Dempok.

Program kemitraan yang dijalankan oleh petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan dengan Koperasi Hortikultura Lestari diharapkan dapat mendatangkan manfaat untuk kedua belah pihak. Manfaat yang dirasakan bagi petani diantaranya dari segi produktivitas usahatani. Manfaat lain yang diharapkan yaitu adanya peningkatan efisiensi usahatani dan peningkatan keuntungan bagi petani cabai merah besar. Ketika kemitraan yang dijalankan tersebut bisa memberikan manfaat bagi petani cabai merah besar maka dapat dikatakan program kemitraan tersebut efektif bagi petani sehingga perlu dipertahankan keberlanjutannya.

Indikator lain dari efektivitas kemitraan yang dijalankan antara petani cabai merah besar dengan Koperasi Hortikultura Lestari adalah perasaan puas yang dimiliki oleh petani terhadap kerja sama kemitraan. Perasaan puas tersebut

bisa dilihat dari tanggapan petani terhadap pelayanan kemitraan oleh koperasi mulai dari tahapan pra produksi usahatani sampai pasca panen. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang pola kemitraan yang di jalankan oleh Koperasi Hortikultura Lestari dengan petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan serta dampaknya terhadap efektifitas dan kepuasan petani dalam kerja sama kemitraan yang dijalankan.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah pola kemitraan petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember dengan Koperasi Hortikultura Lestari?
2. Bagaimanakah efektivitas kemitraan antara petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember dengan Koperasi Hortikultura Lestari?
3. Bagaimanakah tingkat kepuasan petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember dalam bermitra dengan Koperasi Hortikultura Lestari?
4. Bagaimanakah prioritas atribut-atribut kualitas pelayanan inti dalam kemitraan antara petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember dengan Koperasi Hortikultura Lestari?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pola kemitraan petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember dengan Koperasi Hortikultura Lestari.
2. Untuk mengetahui efektivitas kemitraan antara petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember dengan Koperasi Hortikultura Lestari.

3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember dalam bermitra dengan Koperasi Hortikultura Lestari.
4. Untuk mengetahui prioritas atribut-atribut kualitas pelayanan inti dalam kemitraan antara petani cabai merah besar di Desa Dukuh Dempok Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember dengan Koperasi Hortikultura Lestari.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian dapat diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah dalam menetapkan dan menerapkan kebijakan untuk perbaikan sistem kemitraan petani.
2. Bagi perusahaan hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka perumusan strategi untuk meningkatkan kinerja dan pelayanan.
3. Bagi petani hasil penelitian dapat menjadi bahan informasi untuk melaksanakan kerja sama kemitraan yang saling menguntungkan.
4. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian mengenai identifikasi pola kemitraan telah dilakukan oleh Veronica (2001). Penelitian ini dilaksanakan di PT Agrobumi Puspa Sari yang bermitra dengan petani krisan. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode deskriptif. Penelitian ini menunjukkan bahwa pola kemitraan yang paling ideal dilaksanakan adalah pola kemitraan inti-plasma. Hal ini diputuskan karena perusahaan memiliki kelebihan pada kualitas sumberdaya manusia dan informasi pasar tetapi memiliki kelemahan pada kontinuitas produksi, sementara petani memiliki kekuatan pada kontinuitas produksi, tetapi lemah dalam teknologi, sumber modal, informasi pasar, dan sarana produksi pertanian.

Hasil penelitian Marliana (2008) mengenai pola kemitraan yang dijalankan petani sayuran *Lettuce Head* di daerah Garut dengan PT. Saung Mirwan menunjukkan bahwa pola kemitraan yang dijalankan adalah pola Kerja Sama Operasional Agribisnis (KOA). PT Saung Mirwan sebagai pihak perusahaan mitra menyediakan pinjaman sarana produksi berupa bibit, bimbingan teknis budidaya, dan jaminan pasar. Petani mitra menyediakan lahan, tenaga kerja dan sarana. Kerjasama kemitraan berhasil dijalankan karena didasari azas kesetaraan didalam menikmati keuntungan. Dengan azas *win-win solution* semua pihak merasakan manfaatnya baik petani maupun perusahaan serta masyarakat sekitar.

Penelitian yang terkait dengan efektivitas kemitraan telah dilakukan oleh Susrusa dan Zulkifli (2009) dalam penelitian mereka yang berjudul Efektivitas Kemitraan pada Usahatani Tembakau Virginia di Kabupaten Lombok Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemitraan antara petani dan perusahaan Tembakau Virginia di Lombok Timur berjalan dengan efektif. Efektifitas kerjasama kemitraan tersebut tercermin dari rasio keuntungan aktual/keuntungan direncanakan (112,23%), rasio efisiensi aktual/efisiensi direncanakan (103,07%), dan rasio produktivitas aktual/produktivitas direncanakan (104,6%). Angka-angka tersebut menjelaskan bahwa keuntungan, efisiensi, dan produktivitas yang ditawarkan oleh perusahaan kepada petani adalah sesuai.

Hasil penelitian dari Yasin (2008) tentang Evaluasi Kemitraan Pemuda Tani Indonesia dan Pengaruhnya terhadap Pendapatan Usahatani (Studi Kasus di Kelurahan Sukatani Kecamatan Cimanggis Depok, Jawa Barat). Penelitian ini menggunakan alat analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan indeks kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis *Importance Performance Analysis*, atribut yang masuk pada kuadran A (prioritas utama) adalah atribut sistem pengairan. Pada kuadran B (pertahankan prestasi) terdapat atribut harga sarana produksi yang dijual, bantuan biaya garap, ketepatan waktu pemberian biaya garap, lahan yang digarap, dan atribut respon terhadap segala keluhan. Kuadran C (prioritas rendah) mencakup atribut keragaman penyediaan sarana produksi, pembagian penguasaan lahan, dan sistem bagi hasil. Sedangkan pada kuadran D (berlebihan) terdapat atribut kualitas benih yang diberikan dan pola pemasaran jual sendiri. Secara keseluruhan, berdasarkan analisis indeks kepuasan konsumen, pelaksanaan kemitraan PTI telah memuaskan petani dengan nilai indeks kepuasan sebesar 72,4 persen.

2.2 Gambaran Komoditas Cabai

2.2.1 Deskripsi Komoditas Cabai

Cabai merupakan tanaman tahunan yang tumbuh tegak dengan batang berkayu, banyak cabang, serta ukuran yang mencapai tinggi 120 cm dan lebar tajuk tanaman hingga 90 cm. Umumnya, daun cabai berwarna hijau muda sampai hijau gelap, tergantung varietasnya. Daun cabai berbentuk bulat telur, lonjong ataupun oval dengan ujung yang meruncing tergantung spesies dan varietasnya. Bunga cabai keluar dari ketiak daun dan berbentuk seperti terompet. Bentuk buah cabai berbeda-beda, dari cabai keriting, cabai besar yang lurus, cabai rawit yang kecil-kecil tapi pedas, cabai paprika yang berbentuk seperti apel dan bentuk-bentuk cabai hias lainnya yang banyak ragamnya. Cabai berakar tunggang terdiri atas akar utama dan akar lateral yang mengeluarkan serabut. Dalam dunia tumbuh-tumbuhan cabai diklasifikasikan dalam taksonomi berikut.

Kerajaan : Plantae

Divisi : Spermatophyta

Subdivisi	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledoneae
Subkelas	: Sympetalae
Ordo	: Tubiflorae (Solanales)
Famili	: Solanaceae
Genus	: Capsicum
Spesies	: <i>Capsicum annum</i> L.

2.2.2 Jenis Tanaman Cabai

Cabai memiliki bermacam-macam jenis, dari cabai besar, cabai keriting, cabai hijau, cabai rawit, cabai paprika hingga cabai hias. Dipasaran, dikenal cabai merah besar keriting, cabai merah besar, dan cabai hijau. Cabai merah besar keriting berbentuk panjang mengeriting dan rasanya relatif lebih pedas dibandingkan cabai merah besar dan cabai hijau. Cabai merah besar adalah cabai besar yang bentuknya bulat memanjang dan lurus. Cabai hijau adalah cabai adalah cabai merah besar atau cabai keriting yang dipetik ketika masih muda dan belum berubah menjadi merah.

2.2.3 Syarat Tumbuh Tanaman Cabai

a) Curah Hujan dan Kelembapan

Curah hujan yang ideal untuk bertanam cabai adalah 1.000 mm/tahun. Curah hujan yang rendah menyebabkan tanaman kekeringan dan membutuhkan air untuk penyiraman. Sebaliknya curah hujan yang tinggi bisa merusak tanaman cabai serta membuat lahan penanaman becek dan kelembapannya tinggi. Tanaman cabai cocok hidup di daerah dengan kelembapan (70-80%), terutama saat pembentukan bunga dan buah. Kelembapan yang tinggi lebih dari (80%) bisa memacu tumbuhnya cendawan yang berpotensi merusak tanaman, sedangkan kelembapan yang terlalu rendah atau kurang dari (70%) dapat menyebabkan cabai kering dan mengganggu pertumbuhan generatifnya, terutama saat pembentukan bunga, penyerbukan, dan pembentukan buah.

b) Jenis Tanah, PH tanah dan Ketinggian lahan

Cabai menyukai tanah yang gembur dan banyak mengandung unsur hara. Cabai tumbuh optimal di tanah regosol dan andosol. Kadar keasaman (pH) tanah yang cocok untuk penanaman cabai secara intensif adalah 6-7. Tanah yang pH nya rendah atau asam harus dinetralkan terlebih dahulu dengan menebarkan kapur atau dolomit. Cabai secara umum bisa ditanam pada ketinggian lahan dari 1-2.000 m dpl. Biasanya ketinggian tempat berpengaruh pada jenis hama dan penyakit yang menyerang cabai.

2.3 Teori Kemitraan

2.3.1 Definisi Kemitraan

Menurut Hafsah (2000), kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Karena kemitraan adalah suatu strategi bisnis, maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis. Sedangkan menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1995 definisi kemitraan adalah kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah atau dengan Usaha Besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah atau Usaha Besar dengan memperlihatkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemitraan merupakan suatu kerja sama bisnis antara dua pihak atau lebih yang dilakuka dalam jangka waktu tertentu dengan prinsip saling membutuhkan dan membesarkan dan disertai dengan pembinaan. Pelaksanaan proses kerja sama kemitraan tersebut juga harus dilandasi oleh suatu etika bisnis yang baik oleh kedua pihak. Dengan adanya suatu etika bisnis yang baik diharapkan proses kerja sama kemitraan akan memberikan keuntungan bagi kedua pihak.

2.3.2 Unsur-unsur Kemitraan

Berdasarkan definisi kemitraan, menurut Hafisah (2000) terdapat beberapa unsur pokok di dalam kemitraan, yaitu :

1) Kerjasama Usaha

Kerjasama yang dilakukan antara Usaha Besar dengan Usaha Kecil didasarkan pada kesejajaran kedudukan atau mempunyai derajat yang sama terhadap kedua belah pihak yang bermitra. Kesejajaran ini berlaku pula pada kesetaraan hak dan kewajiban timbal balik sehingga tidak ada pihak yang dirugikan, tidak ada yang saling mengeksploitasi satu sama lain dan tumbuh berkembangnya rasa saling percaya diantara pihak terkait dalam mengembangkan usahanya. Dengan konsep ini, diharapkan agar pengusaha besar atau menengah dapat menjalin hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pengusaha kecil atau pelaku ekonomi lainnya, sehingga pengusaha kecil akan lebih berdaya dan tangguh di dalam berusaha demi tercapainya kesejahteraan.

2) Pembinaan dan Pengembangan

Pada dasarnya yang membedakan antara kemitraan dengan hubungan dagang biasa adalah adanya unsur pembinaan dan pengembangan yang dilakukan dalam konsep kemitraan. Pembinaan yang dilakukan di dalam kemitraan antara lain pembinaan dalam mengakses modal yang lebih besar, pembinaan manajemen usaha, pembinaan peningkatan sumber daya manusia (SDM), pembinaan manajemen produksi, pembinaan mutu produksi serta pembinaan dalam pengembangan aspek institusi kelembagaan, fasilitas alokasi serta investasi.

3) Prinsip Saling Memerlukan, Saling Memperkuat, dan Saling Menguntungkan

a. Prinsip Saling Memerlukan

Dalam kemitraan, usaha perusahaan besar dalam mengefisienkan biaya produksinya adalah dengan cara penghematan tenaga kerja. Penghematan tenaga kerja ini dilakukan dengan cara menggunakan tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan yang kecil. Sebaliknya, perusahaan kecil melakukan usaha efisiensi dengan cara menggunakan fasilitas teknologi, permodalan, dan sarana produksi dari perusahaan besar. Dengan demikian terdapat prinsip saling memerlukan diantara kedua belah pihak di dalam kemitraan.

b. Prinsip Saling Memperkuat

Seperti pada pelaksanaan usaha lainnya, kemitraan dilakukan agar semua pihak mendapatkan nilai tambah yang berarti. Nilai tambah tersebut dapat berupa nilai ekonomi seperti peningkatan modal, keuntungan, dan perluasan pangsa pasar. Bentuk nilai tambah lainnya dapat berupa nilai non ekonomi seperti peningkatan kemampuan manajemen dan penguasaan teknologi. Dengan melaksanakan konsep kemitraan diharapkan agar diantara kedua belah pihak terjadi saling mengisi atau saling memperkuat dari kekurangan masing-masing pihak yang bermitra.

c. Prinsip Saling Menguntungkan

Salah satu maksud dan tujuan kemitraan adalah terjadinya hubungan yang saling menguntungkan. Berpedoman pada kesejajaran kedudukan, tidak ada pihak yang tereksplotasi dan dirugikan, tetapi justru tercipta rasa saling percaya sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan atau pendapatan melalui pengembangan usahanya.

2.3.3 Tujuan Kemitraan

Tujuan dari kemitraan adalah *win-win solution partnership*. Kesadaran dan saling menguntungkan disini tidak berarti para pelaku dalam kemitraan tersebut harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi yang lebih dipentingkan adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing-masing. Dalam kondisi yang ideal, tujuan yang ingin di capai dalam pelaksanaan kemitraan secara lebih nyata adalah meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat; meningkatkan perolehan nilai tambah bagi pelaku kemitraan; meningkatkan pemerataan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil; meningkatkan pertumbuhan ekonomi perdesaan, wilayah dan nasional; memperluas kesempatan kerja; dan meningkatkan ketahanan ekonomi nasional (Hafsah, 2000).

2.3.4 Manfaat Kemitraan

Program kemitraan dijalankan diharapkan dapat mendatangkan manfaat untuk kedua belah pihak. Manfaat yang dirasakan diantaranya dari segi produktivitas dapat dirasakan peningkatannya dari kedua belah pihak. Produktivitas didefinisikan sebagai output dibagi dengan *input*, produktivitas akan meningkat apabila dengan *input* yang sama akan diperoleh hasil yang lebih tinggi atau dengan hasil yang sama dibutuhkan *input* yang lebih rendah (Schonberger dan Knod dalam Hafsah, 2000).

Berdasarkan teori di atas dikaitkan dengan pendekatan kemitraan, maka peningkatan produktivitas diharapkan dapat dirasakan oleh pihak-pihak yang bermitra. Bagi perusahaan besar peningkatan produktivitas dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama tingkat produksi (*output*) yang diharapkan dapat dicapai dengan mengurangi faktor input. Kedua peningkatan produktivitas bagi perusahaan besar dilakukan dengan meningkatkan produksi (*output*) dengan menggunakan sumberdaya sendiri yang sama/tetap baik jumlah maupun kualitasnya. Manfaat peningkatan produktivitas untuk petani mitra yaitu dengan cara mengurangi faktor *input* yang dapat digunakan secara bersama dengan sesama petani mitra (Sutawi, 2002).

Manfaat dari segi efisiensi misalnya dengan menghemat penggunaan tenaga kerja dan jumlah waktu produksi. Pihak perusahaan akan menghemat tenaga kerja dalam pencapaian target dengan memanfaatkan tenaga kerja petani mitra. Penghematan waktu produksi dilakukan petani mitra melalui teknologi dan sarana produksi yang dimiliki oleh perusahaan. Indikator diterimanya suatu produk oleh pasar adalah kesesuaian mutu yang diinginkan konsumen. Penetapan standar mutu produk atas kesepakatan bersama sangat diperlukan dalam program kemitraan. Jaminan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas produk diharapkan dapat diperoleh dengan program kemitraan (Hafsah, 2000).

2.3.5 Model dan Pola Kemitraan

Kemitraan usaha adalah hubungan bisnis yang melibatkan satu atau sekelompok orang/badan hukum dengan satu atau sekelompok orang/badan

dimana masing-masing pihak memperoleh penghasilan dari usaha bisnis yang sama atau saling berkaitan dengan tujuan menjamin terciptanya keseimbangan, keselarasan dan keterpaduan yang dilandasi saling menguntungkan, saling memerlukan, dan saling melaksanakan etika bisnis. Sebagai implementasi dari hubungan kemitraan tersebut dilaksanakan melalui pola-pola kemitraan yang sesuai sifat/ kondisi dan tujuan usaha yang dimitrakan dengan menciptakan iklim usaha yang kondusif, baik didalam pembinaan maupun pelaksanaan operasionalnya (Hafsah, 2000).

Pola kemitraan berdasarkan Undang-Undang No. 9 pasal 27 dalam Hafsah (2000), tentang kemitraan disebutkan kemitraan dilaksanakan dengan pola inti plasma, subkontrak, dagang umum, waralaba, keagenan, dan bentuk lain. Sedangkan menurut Sumardjo (2004), dalam sistem agribisnis di Indonesia, terdapat lima bentuk kemitraan antara petani dengan pengusaha besar. Bentuk-bentuk kemitraan tersebut yaitu pola kemitraan inti plasma, pola kemitraan subkontrak, pola kemitraan dagang umum, pola kemitraan keagenan dan pola kemitraan Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA). Adapun bentuk-bentuk kemitraan yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1) Pola kemitraan inti plasma.

Pola kemitraan inti plasma merupakan hubungan antara petani, kelompok tani, atau kelompok mitra sebagai plasma dengan perusahaan inti yang bermitra usaha. Perusahaan inti menyediakan lahan, sarana produksi, bimbingan teknis, manajemen, menampung dan mengolah, serta memasarkan hasil produksi. Sementara itu kelompok mitra bertugas memenuhi kebutuhan perusahaan inti sesuai dengan persyaratan yang berlaku (Sumardjo, 2004). Untuk lebih jelasnya pola ini dapat dilihat pada Gambar 2.1. Keunggulan dari pola kemitraan inti plasma ini antara lain:

a) Terciptanya saling ketergantungan dan saling memperoleh keuntungan

Rasa Ketergantungan tersebut timbul karena kedua pihak yang bermitra saling mendapatkan keuntungan. Usaha kecil sebagai plasma mendapatkan pinjaman permodalan, pembinaan teknologi dan manajemen, sarana produksi, pengolahan serta pemasaran hasil dari perusahaan mitra. Perusahaan inti

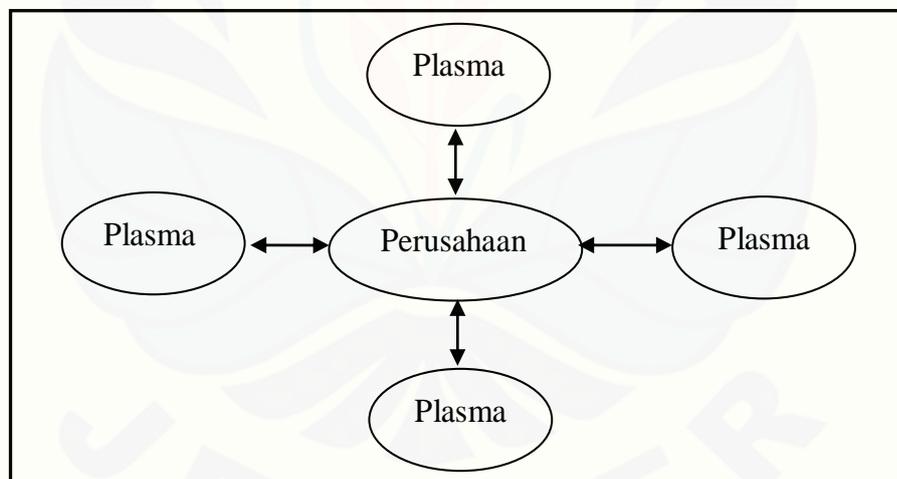
memperoleh standar mutu bahan baku industri yang lebih terjamin dan berkesinambungan.

b) Terciptanya peningkatan usaha

Peningkatan usaha ini dapat dilihat dari bertambah ekonomis dan efisiennya usaha kecil karena adanya pembinaan dari perusahaan inti. Kemampuan pengusaha ini dan kawasan pasar perusahaan meningkat karena dapat mengembangkan komoditas sehingga barang produksi yang dihasilkan mempunyai keunggulan dan lebih mampu bersaing pada pasar yang lebih luas, baik pasar nasional, regional, maupun internasional.

c) Dapat mendorong perkembangan ekonomi

Berkembangnya kemitraan inti plasma dapat mendorong tumbuhnya pusat-pusat ekonomi baru yang semakin berkembang. Kondisi tersebut menyebabkan kemitraan sebagai media pemerataan pembangunan dan mencegah kesenjangan sosial antar daerah.

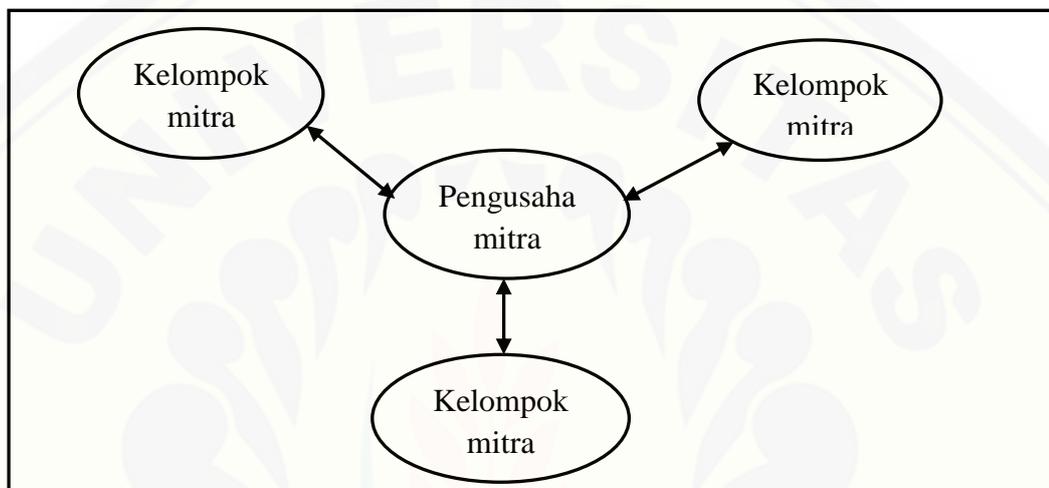


Gambar 2.1 Pola Kemitraan Inti Plasma

2) Pola kemitraan subkontrak

Pola subkontrak merupakan pola kemitraan antara perusahaan mitra usaha dengan kelompok mitra usaha yang memproduksi komponen yang diperlukan perusahaan mitra sebagai bagian dari produksinya. Pola ini ditandai dengan

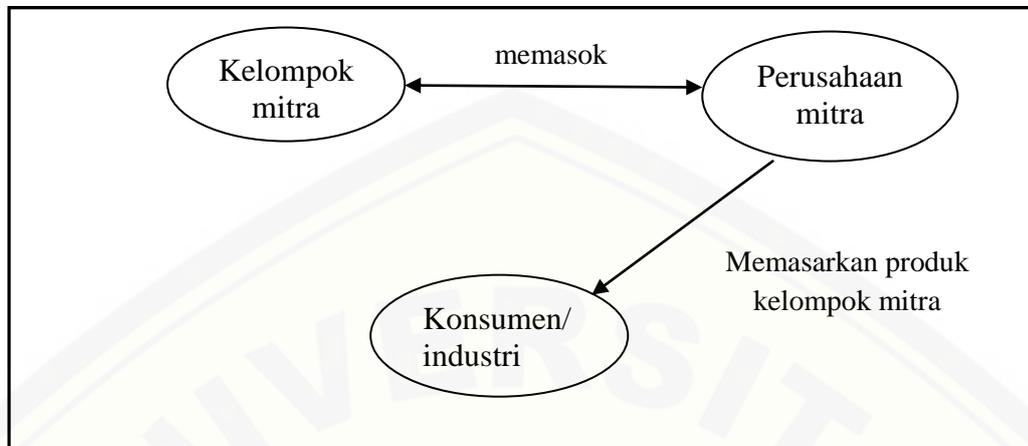
adanya kesepakatan tentang kontrak bersama yang mencakup volume, harga, mutu, dan waktu (Sumardjo, 2004). Menurut Sutawi (2002), dalam beberapa kejadian pola subkontrak juga sangat bermanfaat dan kondusif bagi terciptanya alih teknologi, modal, keterampilan dan produktivitas, serta terjaminnya pemasaran produk pada kelompok mitra. Hubungan kemitraan ini dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Pola Kemitraan Subkontrak

3) Pola kemitraan dagang umum

Pola kemitraan dagang umum merupakan hubungan usaha dalam pemasaran hasil produksi. Pihak yang terlibat dalam pola ini adalah pihak pemasaran dengan kelompok usaha pemasok komoditas yang diperlukan oleh pihak pemasaran tersebut. Pada dasarnya pola kemitraan ini adalah hubungan jual-beli sehingga diperlukan struktur pendanaan yang kuat dari pihak yang bermitra, baik perusahaan mitra maupun kelompok mitra. Keuntungan dalam pola kemitraan ini berasal dari margin harga dan jaminan harga produk yang diperjualbelikan, serta kualitas produk sesuai dengan kesepakatan pihak yang bermitra bentuk kemitraan dagang umum ini dapat dilihat pada Gambar 2.3 (Sumardjo, 2004).



Gambar 2.3 Pola Kemitraan Dagang Umum

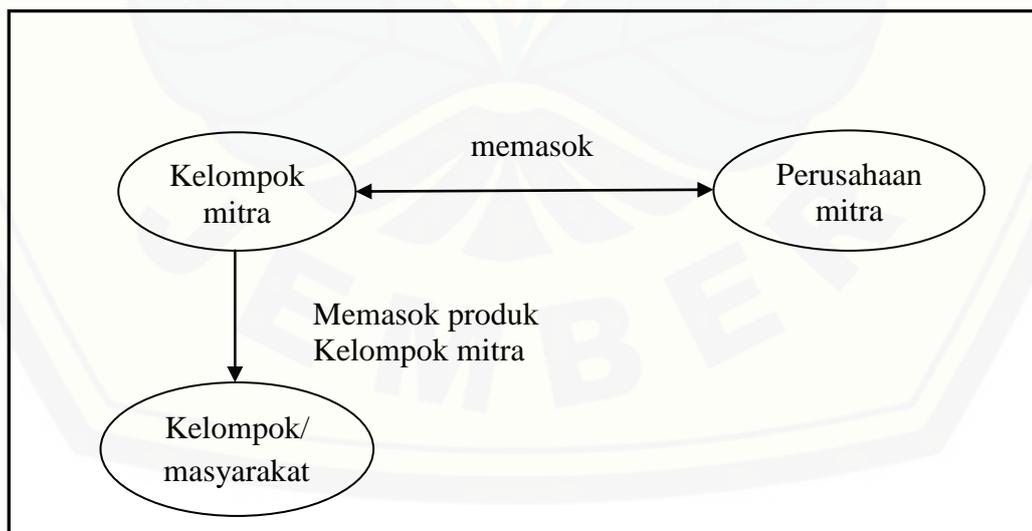
Menurut Sutawi (2002), beberapa kegiatan agribisnis khususnya produk hortikultura yang berlokasi di Sukabumi dan Kawasan Puncak, Bogor banyak menerapkan kemitraan pola dagang ini, dimana beberapa kelompok tani yang bergabung dalam bentuk koperasi maupun badan usaha lainnya bermitra dengan toko swalayan atau mitra usaha lainnya, untuk memenuhi atau mensuplai kebutuhan sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan oleh perusahaan mitra. Pola kemitraan ini memerlukan struktur pendanaan yang kuat dari pihak yang bermitra, baik mitra usaha besar maupun perusahaan mitra usaha kecil, membiayai sendiri-sendiri dari kegiatan usahanya karena sifat dari kemitraan ini pada dasarnya adalah hubungan membeli dan menjual terhadap produk yang dimitrakan.

Keuntungan dari pola kemitraan dagang umum ini adalah adanya jaminan harga atas produk yang dihasilkan dan kualitas harga sesuai dengan yang ditentukan atau disepakati. Sedangkan kelemahan dari pola ini adalah memerlukan permodalan yang kuat sebagai modal kerja dalam menjalankan usahanya baik oleh kelompok mitra usaha maupun perusahaan mitra. Kelemahan lainnya antara lain terkadang pengusaha besar seperti swalayan menentukan dengan sepihak mengenai harga volume yang sering merugikan pengusaha kecil. Selain itu pembayaran barang-barang perusahaan kecil sering tertunda akibat

pelaksanaan yang cenderung berbentuk konsinyasi. Kondisi ini sangat merugikan perputaran uang pengusaha kecil (Sutawi, 2002).

4) Pola kemitraan keagenan

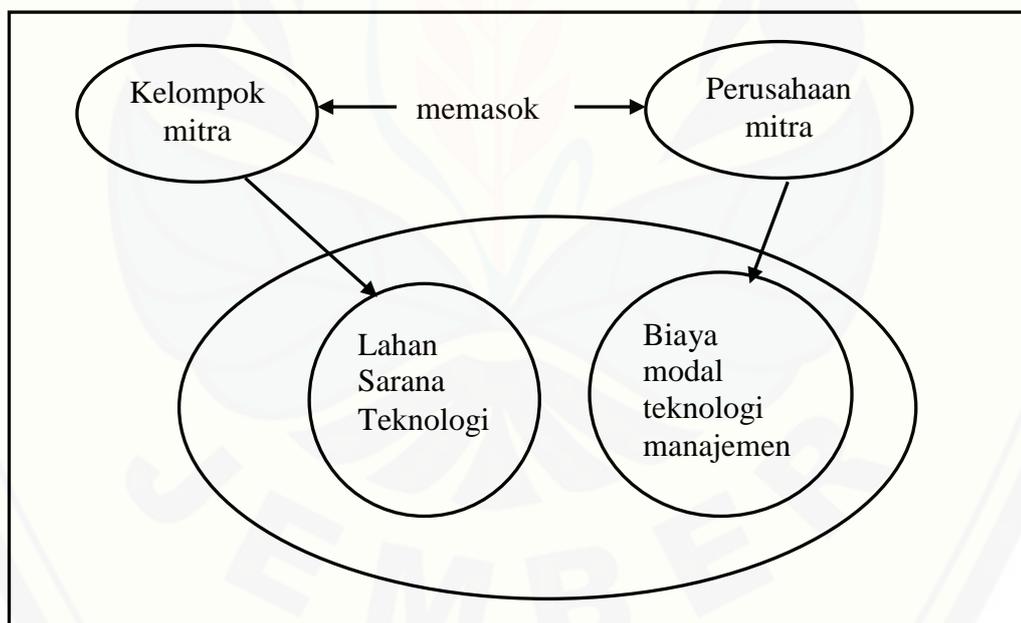
Pola kemitraan keagenan merupakan bentuk kemitraan yang terdiri dari pihak perusahaan mitra dan kelompok mitra atau pengusaha kecil mitra. Pihak perusahaan mitra (perusahaan besar) memberikan hak khusus kepada kelompok mitra untuk memasarkan barang atau jasa perusahaan yang dipasok oleh pengusaha besar mitra. Perusahaan besar atau menengah bertanggung jawab atas mutu dan volume produk (barang atau jasa), sedangkan usaha kecil mitranya berkewajiban memasarkan produk atau jasa. Diantara pihak-pihak yang bermitra terdapat kesepakatan tentang target-target yang harus dicapai dan besarnya komisi yang diterima oleh pihak yang memasarkan produk (Sumardjo, 2004). Untuk lebih memahami pola ini, dapat di lihat pada Gambar 2.4. Keuntungan usaha kecil (kelompok mitra) dari pola kemitraan keagenan ini bersumber dari komisi yang diberikan oleh pengusaha mitra sesuai dengan kesepakatan. Kemitraan keagenan ini sudah banyak ditemukan dan sudah berkembang sampai ke desa-desa, terutama di antara usaha-usaha kecil kelontong dan usaha kecil lainnya (Sutawi, 2002).



2.4 Pola Kemitraan Keagenan

5) Pola kemitraan Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA)

Pola kemitraan KOA merupakan pola hubungan bisnis yang dijalankan oleh kelompok mitra dan perusahaan mitra. Kelompok mitra menyediakan lahan, sarana, dan tenaga kerja, sedangkan pihak perusahaan mitra menyediakan biaya, modal, manajemen, dan pengadaan sarana produksi untuk mengusahakan atau membudidayakan suatu komoditas pertanian. Perusahaan mitra juga sering berperan sebagai penjamin pasar produk dengan meningkatkan nilai tambah produk melalui pengolahan dan pengemasan. KOA telah dilakukan pada usaha perkebunan, seperti perkebunan tebu, tembakau, sayuran, dan usaha perikanan tambak. Dalam pelaksanaannya, KOA terdapat kesepakatan tentang pembagian hasil dan resiko dalam usaha komoditas pertanian yang dimitrakan. Pola kemitraan kerjasama operasional agribisnis dapat dilihat pada Gambar 2.5. (Sumardjo, 2004).



Gambar 2.5 Pola Kemitraan Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA)

Keunggulan pola KOA ini sama dengan keunggulan sistem inti-plasma. Pola KOA paling banyak ditemukan pada masyarakat pedesaan, antara usaha kecil di desa dengan usaha rumah tangga dalam bentuk sistem bagi hasil.

Beberapa kelemahan yang sering ditemukan pada pelaksanaan sistem kemitraan pola KOA adalah sebagai berikut:

- a) Pengambilan untung oleh perusahaan mitra yang menangani aspek pemasaran dan pengolahan produk terlalu besar sehingga dirasakan kurang adil oleh kelompok usaha kecil mitranya.
- b) Perusahaan mitra cenderung monopsoni sehingga memperkecil keuntungan yang diperoleh pengusaha kecil mitranya.
- c) Belum ada pihak ketiga yang berperan efektif dalam memecahkan permasalahan di atas.

2.4 Teori Kepuasan Pelanggan

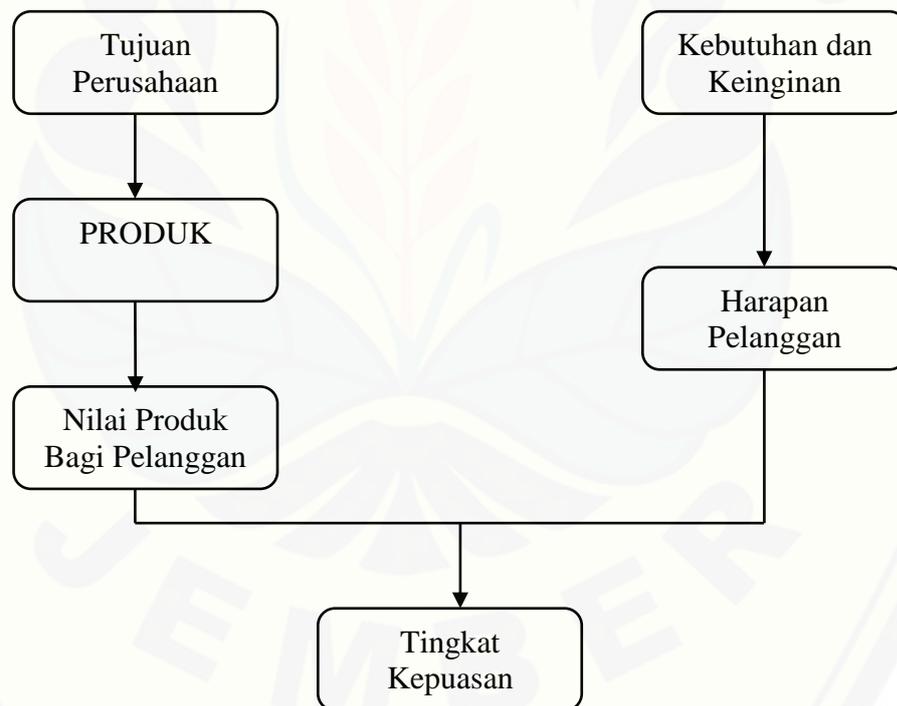
2.4.1 Teori Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan berarti pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan berarti pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2009). Engel, *et al.* (1994) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Menurut Oliver dalam Umar (2003), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Pemahaman mengenai ketidakpuasan lebih dominan dibandingkan dengan kepuasan pelanggan. Dalam hal ketidakpuasan, riset banyak diarahkan pada aspek disonasi dan perilaku complain. Disonasi berkaitan dengan keraguan atas pilihan dan keputusan pembelian yang telah dilakukan. Dalam situasi ini konsumen bimbang apakah ia telah memilih produk yang tepat atau tidak. Situasi sulit yang demikian dipengaruhi juga oleh tingkat kecemasan seseorang.

Makin besar kecemasan, makin besar pula tingkat disonasinya. Sementara itu, perilaku komplain akibat ketidakpuasan konsumen tentu terjadi setelah konsumen mengalami jasa. Bentuknya bermacam-macam seperti berkurangnya pembelian ulang, peralihan merek, *word of mouth* yang negatif, dan sebagainya. Konsep kepuasan pelanggan diperlihatkan pada Gambar 2.6.

Menurut Rangkuti (2002), 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*).



Gambar 2.6 Diagram Konsep Kepuasan Konsumen.
Sumber : Engel et. al (1994)

2.4.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan itu dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik (Guntur, 2010).

Kotler dalam Guntur (2010), mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bila diisi langsung maupun yang bisa dikirim lewat pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka

dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

3) *Lost Customer Analysis*

Metode pengukuran ini dilakukan dengan cara menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/ penyempurnaan selanjutnya.

4) Survey Kepuasan Pelanggan

Metode pengukuran dengan survey ini umumnya banyak diterapkan oleh perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan. Survey ini dapat dilakukan baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Menurut Umar (2003), ada beberapa konsep yang dapat dipakai untuk pengukuran kepuasan pelanggan. Berikut ini enam konsep umum yang dapat dipakai dalam pengukuran kepuasan pelanggan.

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan. Caranya dengan menanyakan pelanggan mengenai tingkat kepuasan atas jasa yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan atas jasa yang mereka terima dari pesaing.
- 2) Dimensi kepuasan pelanggan. Prosesnya melalui empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf pelayanan terhadap pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta pelanggan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada di kelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

- 3) Konfirmasi harapan. Pada cara ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa yang dijual perusahaan.
- 4) Minat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang atas jasa yang sama yang dia konsumsi.
- 5) Kesiediaan untuk merekomendasi. Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relatif sama, seperti jasa pendidikan tinggi.
- 6) Ketidakpuasan pelanggan. Dapat dikaji misalnya dalam hal komplain, biaya garansi, *word of mouth* yang negatif, serta *defections*.

2.5 Definisi dan Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2009) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya dapat dikaitkan dengan produk fisik maupun tidak. Sedangkan Zeithaml *et al.* dalam Tiar (2008) mendefinisikan jasa sebagai suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk. Jasa dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah, serta bersifat tak berwujud.

Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan. Sebaliknya, bila jasa yang dirasakan lebih besar daripada yang diharapkan, ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi.

Menurut Zeithaml *et al.* dalam Tiar (2008) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan

memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Menurut Zeithaml *et al* dalam Umar (2003), terdapat lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

- 1) Berwujud (*Tangible*) meliputi penampilan fasilitas fisik penyedia jasa seperti gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan fisik dari personel penyedia jasa.
- 2) Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan tepat (*accurately*), kemampuan untuk dapat dipercaya (*dependably*), serta tepat waktu (*on time*).
- 3) Kesigapan (*Responsiveness*) merupakan dimensi yang menekankan kepada kesediaan penyedia jasa dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan pelanggan secara cepat dan tepat.
- 4) Kepastian (*Assurance*) merupakan dimensi yang menekankan kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan keyakinan dan rasa percaya diri pelanggan bahwa penyedia jasa mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya. Meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, serta kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan. Dimensi ini terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) Empati (*Empathy*) merupakan dimensi yang berkaitan dengan perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti, kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada pelanggan dan urusan perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2.6 Teori Efektivitas

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia efektif berarti ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya), manjur atau mujarab, dapat membawa hasil. Jadi efektivitas adalah adanya kesesuaian antara orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Masalah efektivitas biasanya berkaitan erat dengan perbandingan antara tingkat pencapaian tujuan, ketepatan waktu, dan adanya partisipasi aktif dari anggota (Mulyasa, 2005).

Efektivitas adalah pencapaian sasaran yang telah disepakati atas usaha bersama (Bernard dalam Prisilla 2008). Sedangkan Sudharsono dalam Prisilla (2008) mendefinisikan efektivitas sebagai perbandingan antara output dan input. Siagian (2001) menyatakan bahwa efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana, dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atau jasa kegiatan yang dijalankan. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan. Apabila hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti makin tinggi efektivitasnya.

Keefektifan dapat diketahui melalui kegiatan evaluasi agar keluaran sesuai dengan kebutuhan. Suatu keefektifan tidak pernah dapat disimpulkan dengan sempurna dan bergantung pada situasi apapun. Keefektifan berlaku apabila seseorang mengetahui yang dilakukan adalah kegiatan yang tepat dan sesuai pada situasi yang diharapkan. Terdapat indikator untuk mengukur efektifitas, yaitu penggunaan sumberdaya optimal, mendapatkan hasil, meningkatkan keuntungan, dan pengembangan kreatifitas (Reddin dalam Arimby, 2010).

2.7 Teori Pendapatan dan Biaya Produksi

Biaya usahatani dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*Variable cost*). Biaya tetap atau *fixed cost* umumnya diartikan sebagai biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun output yang diperoleh banyak atau sedikit, misalnya pajak (*tax*). Biaya tidak tetap dapat pula diartikan sebagai biaya yang sifatnya berubah-ubah sesuai dengan besarnya komoditas pertanian. Biaya total atau *total cost*

adalah jumlah dari biaya tetap atau *fixed cost* (FC) dan biaya tidak tetap atau *variable cost* (VC). Biaya total dapat dirumuskan sebagai berikut (Rahim dan Hastuti, 2007).

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = biaya total (*total cost*)

FC = biaya tetap (*fixed cost*)

VC = biaya tidak tetap (*variable cost*)

Pendapatan dapat juga disebut keuntungan, merupakan selisih antara penerimaan total dengan biaya total, dan biaya itu terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap. Secara matematis analisis pendapatan dapat ditulis sebagai berikut (Soetrisno, 2010):

$$\begin{aligned}\Pi &= TR - TC \\ TR &= P \times Q \\ TC &= TFC + TVC\end{aligned}$$

Keterangan:

Π : Pendapatan

TR : Penerimaan Total

TC : Total Biaya

P : Harga persatuan

Q : Jumlah produksi

TFC : Biaya tetap total

TVC : Biaya variabel total

2.8 Teori Efisiensi Biaya Produksi

Efisiensi adalah ukuran yang menunjukkan bagaimana baiknya sumber-sumber daya ekonomi digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan output. Efisiensi merupakan karakteristik proses yang mengukur performansi aktual dari sumber daya relatif terhadap standar yang ditetapkan. Peningkatan