I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu dari lima subsektor pertanian. Peternakan adalah kegiatan memelihara hewan ternak untuk dibudidayakan agar mendapatkan keuntungan. Pembangunan sektor peternakan merupakan bagian dari pembangunan yang bertujuan untuk menyediakan pangan berupa daging, susu, telur yang bernilai gizi tinggi, meningkatkan pendapatan peternak serta memperluas kesempatan kerja, hal inilah yang mendorong pembangunan sektor peternakan sehingga pada masa yang akan datang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata dalam pembangunan ekonomi negara. Untuk mencapai pembangunan pertanian khususnya sektor peternakan, maka sebagai penunjang kebutuhan protein hewani yang merupakan bagian dari kebutuhan dasar manusia perlu diusahakan produktifitas yang maksimal sehingga dapat meningkatkan pendapatan peternak (Salam dkk, 2006). Keunggulan protein hewani membuat pengusaha peternakan mempunyai potensi yang besar untuk maju dan berkembang, karena konsumsi daging di Indonesia yang masih rendah dan dapat terus meningkat (Ratnasari dkk, 2015).

Peranan ayam pedaging sangat penting dalam memenuhi kebutuhan protein, pangan yang bergizi untuk masyarakat. Upaya pemenuhan protein hewani dan peningkatan pendapatan peternak, maka pemerintah dan peternak berupaya menggunakan sebagian besar sumber komoditi ternak yang dikembangkan, diantaranya adalah ayam pedaging. Ayam pedaging merupakan ternak penghasil daging yang relatif lebih cepat dibandingkan dengan ternak potong lainnya. Faktor inilah yang mendorong sehingga banyak peternak yang mengusahakan peternakan ayam pedaging agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Populasi ayam pedaging di Provinsi Lampung dari tahun ke tahun terus meningkat. Adapun populasi ayam pedaging seluruh Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Populasi Ayam Pedaging Provinsi Lampung Tahun 2016-2017 (ekor)

No	Kabupaten	2016	2017
1	Lampung Barat	30,00	30,00
2	Tanggamus	343,69	357,13
3	Lampung Selatan	12.302,72	13.732,4
4	Lampung Timur	2.960,01	5.803,19
5	Lampung Tengah	2.153,7	2219,3
6	Lampung Utara	13.04,25	1.331,64
7	Way Kanan	555,20	566,07
8	Tulang Bawang	1.735,22	1.740,22
9	Pesawaran	3.906,48	4.011,09
10	Pringsewu	2617,5	2642
11	Mesuji	228,80	231,80
12	Tulang Bawang Barat	647,14	658,47
13	Pesisir Barat	3,04	7,28
14	Bandar Lampung	23,00	23,00
15	Metro	1.183,2	1.360,8
	Lampung	29.993,96	34.714,39

Sumber: Dinas Pertanian Provinsi Lampung (Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Lampung), 2019

Tabel 1 menunjukkan populasi ayam pedaging meningkat setiap tahun. Populasi tertinggi berada di Kabupaten Lampung Selatan dengan persentase kenaikan dari Tahun 2016 ke 2017 sebesar 12%. Peningkatan ini merupakan peluang bagi pelaku usaha ayam pedaging untuk mengembangkan usahanya dengan melibatkan peternak sekitar sehingga dapat meningkatkan produksi daging ayam pedaging. Peranan ayam pedaging sangat penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan daging sebagai bahan pangan yang bergizi, hal ini mengingat populasi ayam tersebut yang cukup besar dan budidaya ayam pedaging hampir berada diseluruh wilayah Indonesia (Ratnasari dkk, 2015).

Peningkatan produksi ayam pedaging diperlukan kerjasama antara pelaku usaha dengan peternak sehingga mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan. Kemitraan merupakan bentuk hubungan kerjasama yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak yang bermitra disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha besar sehingga saling membutuhkan, menguntungkan dan menguatkan (Sudirman, I., & Baba, S. 2010). Pencapaian keberhasilan dalam suatu usaha kemitraan sangat diharapkan oleh pelaku mitra,

dimana perusahaan mampu mencapai tujuan yang sesuai dengan harapan serta dapat mengembangkan usahanya (Salam dkk, 2006).

PT Nai Nau Nam Mandiri merupakan perusahaan kemitraan yang bergerak dibidang peternakan ayam pedaging. PT Nai Nau Nam Mandiri merupakan perusahaan yang berperan sebagai penyalur sarana produksi berupa DOC, pakan, dan OVK. Perusahaan PT Nai Nau Nam Mandiri yang melakukan kegiatan usaha yaitu dibidang budidaya ayam pedaging dengan program kemitraan. Peningkatan usaha ternak dengan pola kemitraan atau kerjasama diharapkan dapat mengurangi permasalahan-permasalahan yang dialami peternak ayam pedaging misalnya terkait sarana produksi, teknologi dan informasi yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan peternak ayam pedaging. Permasalahan utama yang sering dialami oleh peternak adalah keterbatasan modal usaha dan sarana produksi yang tidak seimbang dengan harga jual produksi, sehingga membuat peternak takut untuk mengambil risiko dalam mengembangkan usaha peternakan ayam pedaging dengan skala produksi yang lebih besar. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi peternak diperlukan peran pemerintah dalam menggerakkan perusahaan-perusahaan swasta dan lembaga-lembaga pembiayaan dalam menunjang pengembangan produksi peternakan khususnya ayam pedaging, seperti yang dilakukan PT Nai Nau Nam Mandiri dengan peternak ayam pedaging di Kabupaten Lampung Selatan. Adanya pola kemitraan dengan PT Nai Nau Nam Mandiri ini diharapkan mampu meningkatkan kesungguhan peternak untuk bermitra dengan perusahaan dengan mendapatkan keuntungan atas hasil budidaya yang dilakukan serta mendapatkan bimbingan dan pelatihan yang diberikan perusahaan untuk mengembangkan pengetahuan peternak dalam beternak ayam pedaging.

Kabupaten Lampung Selatan khususnya di Desa Batuliman Indah merupakan salah satu wilayah yang mengembangkan peternakan ayam pedaging. Produksi ayam pedaging di Lampung Selatan merupakan produksi terbesar diseluruh Lampung, selain itu pemasaran ayam pedaging di Lampung Selatan mudah karena dekat dengan kota sehingga permintaan ayam pedaging meningkat. Kemitraan yang dilakukan oleh PT Nai Nau Nam Mandiri di Kabupaten Lampung Selatan diharapkan mampu membantu peternak dalam masalah permodalan

seperti sarana produksi dan pemasaran hasil peternakan serta lemahnya pengetahuan dan informasi dibidang peternakan ayam pedaging.

Upaya yang dianggap tepat dalam memecahkan masalah kesenjangan ekonomi adalah melalui kemitraan. Melalui pola kemitraan yang dijalankan merupakan bentuk hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak yaitu pihak perusahaan dan pihak peternak. Pola kerjasama yang dilakukan PT Nai Nau Nam Mandiri dengan peternak yaitu peternak mendapatkan sarana produksi berupa DOC (*Day One Chick*), pakan, OVK (obat, vitamin, vaksin), bimbingan dalam budidaya dan hasil budidaya yang didapatkan setelah pengembalian modal yang diberikan perusahaan sehingga dengan hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan peternak dan memenuhi kebutuhan produksi daging.

Timbal balik yang didapat PT Nai Nau Nam Mandiri yaitu berupa keuntungan peningkatan penyaluran sarana produksi berupa DOC (*Day One Chick*), pakan, OVK (obat, vitamin, vaksin) dan PT Nai Nau Nam Mandiri akan mendapatkan sarana promosi yang lebih luas dari peternak ke peternak lain agar mau bergabung dengan mitra PT Nai Nau Nam Mandiri dalam mengembangkan usaha peternakan ayam pedaging. Program kemitraan yang dilaksanakan PT Nai Nau Nam Mandiri merupakan program yang baru dijalankan sejak bulan Juni 2020 sehingga diperlukan analisis lebih lanjut apakah program kemitraan yang diterapkan PT Nai Nau Nam Mandiri menguntungkan bagi kedua belah pihak atau tidak. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis mengangkat tema "Analisis Pola Kemitraan Peternak Ayam Pedaging dengan PT Nai Nau Nam Mandiri di Desa Batuliman Indah Kabupaten Lampung Selatan" sebagai kajian Laporan Tugas Akhir.

1.2 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir ini sebagai berikut:

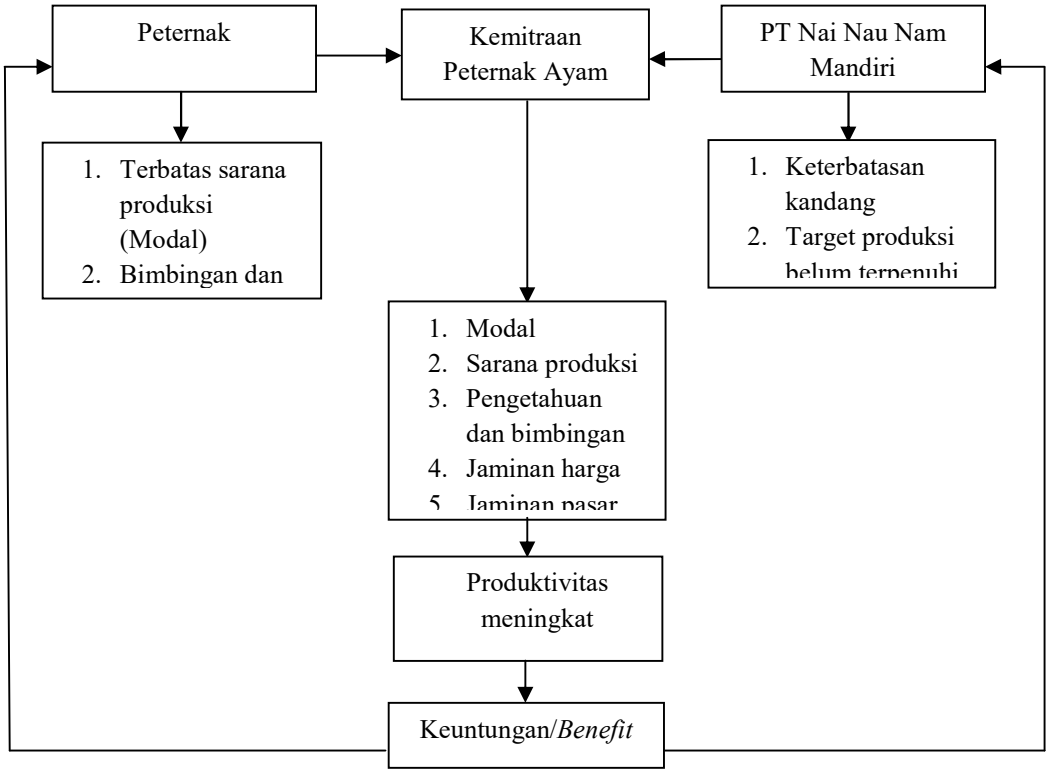
1. Menjelaskan prosedur kemitraan antara peternak ayam pedaging dengan PT Nai Nau Nam Mandiri
2. Menganalisis pola kemitraan peternak ayam pedaging dengan PT Nai Nau Nam Mandiri

1.3 Kerangka Pemikiran

PT Nai Nau Nam Mandiri merupakan perusahaan kemitraan yang bergerak dibidang peternakan ayam pedaging. PT Nai Nau Nam Mandiri merupakan perusahaan yang berperan sebagai penyalur sarana produksi berupa DOC (*Day One Chick*), pakan, dan OVK (Obat, vitamin, vaksin). Perusahaan PT Nai Nau Nam Mandiri yang melakukan kegiatan usaha yaitu dibidang budidaya ayam pedaging dengan program kemitraan. Program kemitraan yang dilakukan PT Nai Nau Nam Mandiri dapat membantu peternak dalam budidaya ayam pedaging, dimana PT Nai Nau Nam Mandiri menyediakan sarana produksi yaitu DOC (*Day One Chick*), pakan, dan OVK (Obat, vitamin, vaksin), perusahaan memfasilitasi peternak dengan adanya pegawai penyuluh lapang (PPL) untuk membimbing dalam proses budidaya. Program kemitraan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi daging ayam dan meningkatkan pendapatan peternak.

Kemitraan merupakan strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu yang sudah disepakati antara kedua belah pihak, untuk mendapatkan keuntungan bersama sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Menurut peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 17 tahun 2013 menyatakan bahwa kemitraan mencakup proses bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumberdaya manusia, dan teknologi sesuai dengan pola kemitraan. Tujuan kemitraan PT Nai Nau Nam Mandiri adalah mengembangkan usaha budidaya ayam pedaging dalam pengadaan sarana produksi untuk mitra peternak berupa DOC (*Day One Chick*), pakan dan OVK (Obat, vitamin, vaksin), menjadi pasar bagi peternak yang bermitra dengan melakukan panen ayam pedaging yang telah memasuki umur panen, dan membina peternak dalam proses budidaya dan memberikan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar perusahaan. Pengembangan usaha ini diperlukan kerjasama yang baik antara kedua belah pihak dan memahami surat perjanjian kerjasama yang sudah disepakati. Surat perjanjian kerjasama harus jelas agar tidak memberatkan salah satu pihak yang bekerjasama. Kemitraan antara perusahaan dengan peternak sekitar merupakan solusi guna memberikan dampak yang positif bagi perusahaan maupun bagi peternak.

Kemitraan yang terjalin antara peternak di Provinsi Lampung dengan PT Nai Nau Nam Mandiri sebanyak 41 peternak dengan 9 peternak berasal dari Lampung Selatan. Kemitraan ini bermanfaat sebagai hubungan sosial ekonomi bagi masyarakat sekitar untuk mengatasi masalah peternak seperti kurangnya modal, sarana produksi, dan lemahnya pengetahuan. Fasilitas yang diberikan perusahaan dapat membantu peternak untuk melakukan kegiatan proses budidaya sesuai dengan manajemen pemeliharaan yang baik, sehingga dengan hal tersebut peternak berkaitan erat dengan keberhasilan memproduksi ayam pedaging yang berkualitas sesuai dengan keinginan perusahaan dan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Kerjasama yang dilakukan oleh kedua belah pihak harapannya dapat memenuhi kebutuhan pasar dan menjalin kemitraan yang efektif dan efisien. Kerangka pemikiran Analisis Pola Kemitraan Peternak Ayam Pedaging dengan PT Nai Nau Nam Mandiri di Desa Batuliman Indah Kabupaten Lampung Selatan dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Kerangka pemikiran analisis pola kemitraan peternak ayam pedaging dengan PT Nai Nau Nam Mandiri di Desa Batuliman Kabupaten Lampung Selatan

1.4 Kontribusi

Kontribusi dalam penulisan tugas akhir adalah sebagai berikut:

1. Bagi Politeknik Negeri Lampung, diharapkan laporan tugas akhir ini dapat menjadi sumber dan referensi bacaan untuk kebutuhan akademisi dalam bidang Agribisnis.
2. Bagi pembaca, diharapkan laporan tugas akhir ini dapat menambah pengetahuan dalam informasi bagi pembaca mengenai kemitraan ayam pedaging.
3. Bagi PT Nai Nau Nam Mandiri, diharapkan laporan tugas akhir ini dapat dijadikan bahan masukan dalam pengambilan kebijakan mengenai kegiatan program kemitraan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ayam Pedaging

Usaha ayam pedaging merupakan salah satu jenis usaha yang sangat berpotensial untuk dikembangkan. Keunggulan yang dimilikinya antara lain masa produksi yang relatif pendek kurang lebih 28-30 hari, produktivitas tinggi, harga relatif murah, dan permintaan di pasar semakin meningkat. Ayam pedaging merupakan jenis hewan ternak kelompok unggas yang tersedia sebagai sumber makanan, terutama sebagai penyedia protein hewani (Ratnasari, dkk. 2015).Ayam pedaging dipasarkan dalam bentuk hidup dengan bobot sekitar 0,5 kg hingga yang terberat dengan bobot sekitar 2 kg. Keunggulan ayam pedaging adalah siklus produksi yang singkat yaitu dalam waktu 4-5 minggu ayam sudah dapat dipanen (Rasyaf, 2001).

Ayam pedaging atau ayam *broiler* merupakan ayam hasil rekayasa genetika teknologi yang memiliki karakteristik ekonomi dan memiliki ciri khas pertumbuhan yang cepat sebagai penghasil daging, konversi ransum rendah, siap potong dalam usia relatif muda dan menghasilkan daging yang memiliki serat yang lunak agar mudah dikonsumsi (Bell dan Weaver dalam Rasyaf 2017). Hasil produksi ayam pedaging dapat dilihat dari penampilan ayam secara eksternal dan internal dalam keadaan baik saat akan diserahkan kepada pembeli. Pasca produksi secara internal artinya seminggu atau lima hari sebelum dijual, semua ayam tidak diberikan obat-obatan. Kualitas eksternal merupakan tampilan ayam yang dapat dilihat secara langsung dengan mata. Ayam sakit, cacat, dan abnormalitas lainnya sebaiknya tidak dijual (Rasyaf, 2000).

Ayam pedaging dapat menghasilkan banyak daging dalam waktu yang relatif singkat. Ciri-cirinya sebagai berikut (Rasyaf, 2017) :

1. Ukuran badan ayam pedaging relatif besar, padat, kompak, dan berdaging penuh, sehingga sering disebut tipe berat.
2. Jumlah telur relatif sedikit
3. Bergerak lambat dan tenang

4. Beberapa jenis ayam pedaging mempunyai bulu kaki dan masih suka mengeram.

Ciri khas ayam pedaging adalah rasanya yang enak dan pengolahannya mudah tetapi mudah hancur dalam proses perebusan yang lama. Daging ayam merupakan sumber protein yang tinggi dan berkualitas bila dilihat dari kandungan gizi. Daging ayam dengan berat 100 gram mengandung 18,20 gram protein dan 404,00 kalori yang berguna untuk menambah energi dalam tubuh (Rasyaf, 2008). Peluang investasi agribisnis ayam pedaging memiliki prospek yang cukup baik untuk masa yang akan datang. Investasi ayam pedaging di sub sektor peternakan sangat prospektif karena terdapat beberapa kecenderungan yaitu:

a. Daging unggas makin diminati oleh konsumen dengan alasan kesehatan, kandungan kolesterol relatif lebih rendah.
b. Konsumen daging per kapita karena harga relatif rendah.
c. Produksi daging dalam negeri hampir seluruhnya dikonsumsi di dalam negeri, bahkan sering terjadi kekurangan supply sehingga terjadi impor daging, baik ternak besar maupun ternak unggas.
d. Daging ayam pedaging menepati posisi pertama dalam pemenuhan permintaan dan konsumsi daging.

2.2 Kemitraan

Kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Jalinan kerjasama yang dilakukan usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar didasarkan pada kedudukan atau memiliki derajat yang sama. Hubungan kerjasama kemitraan ini semua pihak yang terlibat memiliki hak dan kewajiban yang setara, tidak ada yang saling mendayagunakan satu sama lain, tidak ada pihak yang dirugikan, serta mengembangkan rasa percaya antara semua pihak yang terlibat (Undang-Undang No. 9 tahun 1995).

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 (Hafsah, 2000). Kemitraan

merupakan suatu strategi bisnis maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan di antara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis. Kemitraan adalah hubungan dua pihak atau lebih yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dimana suatu pihak berada dalam kondisi yang lebih rendah dari yang lainnya namun membentuk suatu hubungan yang mendudukkan keduanya berdasarkan kesepakatan untuk mencapai suatu tujuan. Pola kemitraan usaha trampil dalam pembangunan guna kesejahteraan rakyat. Kerjasama kemitraan terjadi karena masing-masing pelaku agribisnis memiliki perbedaan dalam penguasaan sumberdaya dan pengetahuan.

2.2.1 Tujuan Kemitraan

Tujuan kemitraan adalah untuk meningkatkan pemberdayaan usaha kecil dalam bidang manajemen, produk, pemasaran, dan teknis, disamping agar bisa mandiri demi kelangsungan usahanya sehingga bisa melepaskan diri dari sifat ketergantungan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kemitraan menurut Hafsah (2000) sebagai berikut:

a. Meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat.
b. Meningkatkan perolehan nilai tambah bagi pelaku kemitraan.
c. Meningkatkan pemerataan dan pemberdayaan usaha kecil dan masyarakat.
d. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi perdesaan, wilayah dan nasional.
e. Memperluas kesempatan kerja.
f. Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.

2.2.2 Manfaat Kemitraan

Manfaat yang dapat diperoleh bagi petani , perusahaan, dan pemerintah dengan adanya sistem pola kemitraan (Utami, 2015) adalah sebagai berikut:

a. Manfaat bagi petani
    1. Adanya jaminan pemasaran hasil produksi yang pasti dengan harga yang layak sesuai dengan kesepakatan.
    2. Petani dapat terbantu dari segi permodalan serta teknologi yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja usaha tersebut.

b. Manfaat bagi perusahaan

1. Dapat mengoptimalisasi pemanfaatan sumber daya, maka efisiensi perusahaan dapat ditingkatkan dan pada akhirnya keuntungan perusahaan meningkat.
2. Tersedianya bahan baku yang relatif cukup dari sumber mitra usahanya.

c. Manfaat bagi pemerintah

1. Meningkatkan penerimaan negara sebagai dampak dari peningkatan pendapatan baik dari usaha ternak maupun dari perusahaan peternakan.
2. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja di pedesaan dengan berkembangnya usaha dan perusahaan baik usaha budidaya maupun agroindustri.

2.2.3 Unsur-Unsur Kemitraan

Tiga unsur utama dalam kemitraan (Hafsah, 2000) adalah sebagai berikut:

1. Unsur kerjasama antara usaha kecil di satu pihak dan usaha menengah atau usaha besar di lain pihak.
2. Unsur kewajiban pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha menengah dan pengusaha besar.
3. Usaha saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

2.2.4 Prinsip-Prinsip Kemitraan

Prinsip kemitraan yang perlu dipahami dalam membangun kemitraan oleh masing-masing pihak yang bermitra sebagai berikut:

1. Prinsip keterbukaan

   Keterbukaan terhadap kekurangan atau kelemahan masing-masing anggota serta berbagai sumber daya yang dimiliki, semua harus diketahui oleh anggota lain. Keterbukaan ada sejak awal dijalaninya kemitraan sampai berakhirnya kegiatan bermitra. Keterbukaan ini akan menimbulkan saling melengkapi dan saling membantu diantara mitra.

2. Prinsip kesetaraan *(Equity)*

   Individu, organisasi atau instansi yang telah bersedia menjalin hubungan kemitraan harus merasa sama atau sejajar kedudukannya dengan yang lain dalam mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

3. Prinsip azas manfaat bersama *(Mutual Benefit)*

   Individu, organisasi atau instansi yang telah bersedia menjalin hubungan kemitraan memperoleh manfaat dari kemitraan yang dijalani sesuai dengan kontribusi masing-masing. Kegiatan atau pekerjaan akan menjadi efektif dan efisien bila dilakukan bersama.

2.2.5 Peranan Pelaku Kemitraan

Upaya dalam mewujudkan kemitraan usaha yang mampu memperdayakan ekonomi rakyat, sangat dibutuhkan adanya kejelasan peran masing-masing pihak yang terlibat dalam kemitraan. Peran dari pelaku kemitraan usaha tersebut adalah sebagai berikut (Hafsah,2000).

a. Peranan petani atau peternak
   1. Melaksanakan ketentuan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati bersama.
   2. Bersama-sama dengan perusahaan melakukan penyusunan rencana usaha untuk disepakati.
   3. Mengembangkan dan meningkatkan kemampuan dalam teknis usaha dan produksi.

b. Peranan perusahaan
   1. Menyusun rencana usaha dengan mitra untuk disepakati.
   2. Memberikan bimbingan dalam meningkatkan kualitas produk kepada mitra.
   3. Menjamin pembelian hasil produksi sesuai dengan kesepakatan bersama.

2.2.6 Prosedur Kemitraan

Kemampuan dalam melaksanakan kemitraan, tidaklah terwujud dengan sendirinya artinya harus dibangun dengan sadar dan terencana dimana pun berada melalui tahapan-tahapan yang sistematis. Tahapan kegiatan yang dilakukan untuk mempersiapkan pelaku-pelaku usaha agar dapat bermitra (Hafsah,2000):

1. Melakukan identifikasi dan pendekatan kepada pelaku usaha, baik pelaku usaha kecil, usaha menengah, maupun usaha besar. Tahap identifikasi ini terkait pengumpulan data dan informasi yang berkaitan dengan jenis usaha atau komoditas yang akan diusahakan, potensi sumber daya yang

mendukung, tingkat kemampuan para pelaku usaha baik di bidang pengusaha iptek, permodalan, sumber daya alam maupun sarana prasarana lainnya.

2. Membentuk wadah organisasi ekonomi, untuk mempermudah dalam komunikasi, kelancaran informasi dan kemudahan koordinasi kemitraan usaha antara pengusaha menengah atau besar dengan pengusaha kecil yang belum berbadan hukum dan dalam jumlah yang banyak maka perlu adanya pengorganisasian atau pengelompokan usaha kecil yang sejenis. Pengelompokan atau pengorganisasian ini bertujuan agar terbentuk skala ekonomi tertentu yang mempunyai aspek legalitas (berbadan hukum).
3. Menganalisis kebutuhan pelaku usaha, kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui lebih mendalam mengenai peluang-peluang usaha dan permasalahan-permasalahan mendasar dalam pengembangan usaha yang dihadapi pelaku usaha kecil, usaha menengah ataupun usaha besar.
4. Merumuskan program, setelah permasalahan dan peluang-peluang usaha dianalisis, maka dapat disusun program yang dapat diaplikasikan dalam bentuk kegiatan seperti pelatihan, magang, studi banding, pemberian bimbingan serta peningkatan koordinasi lainnya.
5. Kesiapan bermitra, pelaku usaha kecil perlu menyadari bahwa kemitraan bukan belas kasihan dari pelaku usaha menengah atau pelaku usaha besar seperti dalam lembaga social yang bersifat cuma-cuma.
6. Temu usaha, kegiatan ini bertujuan untuk mempertemukan pelaku-pelaku usaha yang telah siap bermitra. Pada pertemuan ini kedua belah pihak mulai saling mengetahui kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan dari permasalahan yang dihadapi.
7. Adanya koordinasi, berkembangnya suatu kemitraan tidak terlepas dari adanya dukungan iklim yang kondusif untuk meningkatkan hasil produksi dan usahanya.

2.2.7 Pola Kemitraan

Surat Keputusan Menteri Pertanian No. 940/Kpts/OT.210/10/1997 tentang pedoman kemitraan usaha pertanian, menyatakan bahwa pola kemitraan terdapat lima macam yaitu pola kemitraan inti plasma, pola kemitraan sub kontrak, pola

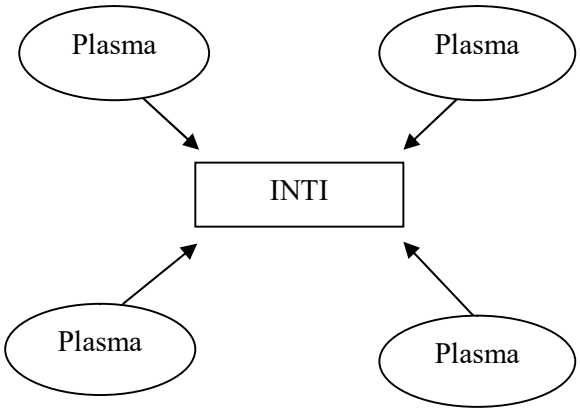
kemitraan dagang umum, pola keagenan, dan pola kemitraan kerjasama operasional agribisnis (KOA). Berikut penjelasan mengenai pola kemitraan tersebut:

1. Pola Kemitraan Inti Plasma

Pola kemitraan inti plasma merupakan hubungan antara petani, kelompok tani, usaha. Perusahaan inti menyediakan lahan, sarana produksi, bimbingan teknis, manajemen, menampung dan mengolah, serta memasarkan hasil produksi. Sementara kelompok mitra bertugas memenuhi kebutuhan perusahaan inti sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati (Hafsah, 2000). Beberapa keunggulan pola kemitraan inti plasma antara lain:

a. Pola kemitraan inti plasma memberikan manfaat timbal balik antara pengusaha menengah atau besar sebagai inti dengan usaha kecil sebagai plasma melalui cara pengusaha menengah atau besar memberikan binaan serta penyediaan sarana produksi, bimbingan, pengolahan hasil serta pemasaran.
b. Pola kemitraan inti plasma dapat berperan sebagai upaya pemberdayaan pengusaha kecil dibidang teknologi, modal, kelembagaan dan lain-lain sehingga pasokan bahan baku dapat lebih terjamin dalam jumlah dan kualitas sesuai standar yang diperlukan.
c. Dengan kemitraan inti plasma, beberapa usaha kecil yang dibimbing usaha menengah atau besar mampu memenuhi skala ekonomi, sehingga dapat dicapai efisiensi.
d. Dengan kemitraan inti plasma, perusahaan menengah atau besar yang mempunyai kemampuan dan kawasan pasar yang lebih luas dapat mengembangkan komoditas, barang produksi yang mempunyai keunggulan dan mampu bersaing di pasar nasional, regional maupun pasar internasional.
e. Keberhasilan kemitraan inti plasma dapat menjadi daya tarik bagi pengusaha menengah atau besar lainnya sebagai investor baru untuk membangun kemitraan baru baik investor swasta nasional maupun investor swasta asing.

f. Dengan tumbuhnya kemitraan inti plasma akan tumbuh pusat-pusat ekonomi baru yang semakin berkembang sehingga dapat merupakan upaya pemerataan pendapatan sehingga dapat mencegah kesenjangan sosial.



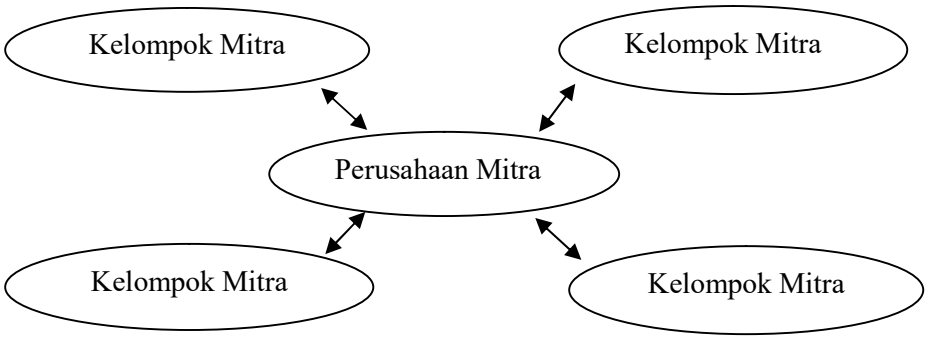
Gambar 2. Pola Kemitraan Inti Plasma

2. Pola Kemitraan Sub Kontrak

Pola kemitraan sub kontrak merupakan pola kemitraan antara perusahaan mitra usaha dengan kelompok mitra usaha yang memproduksi komponen yang diperlukan perusahaan mitra sebagai bagian dari produksinya sedangkan perusahaan mitra berperan memberi kesempatan untuk mengerjakan sebagian produksi atau komponen, kesempatan yang seluas-luasnya dalam memperoleh bahan baku yang diproduksi secara berkesinambungan dengan jumlah dan harga yang wajar, bimbingan dan kemampuan teknis produksi atau manajemen, perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan dan pembiayaan (Hafsah, 2000).

Kelebihan dari pola kemitraan sub kontrak ini ditandai dengan adanya kesepakatan tentang kontrak bersama yang mencakup volume, harga, mutu dan waktu kondusif bagi terciptanya ahli teknologi, modal, keterampilan, produktivitas serta terjaminnya pemasaran produk pada kelompok mitra (Jasuli, 2014). Kelemahan dari pola kemitraan sub kontrak ini adalah kontrol kualitas produk ketat, tetapi tidak diimbangi dengan sistem pembayaran yang tepat. Pembayaran produk perusahaan inti sering terlambat bahkan cenderung dilakukan secara konsinyasi. Hubungan sub kontrak yang terjalin semakin lama cenderung mengisolasi produsen kecil dan mengarah ke monopoli atau monopsoni, terutama

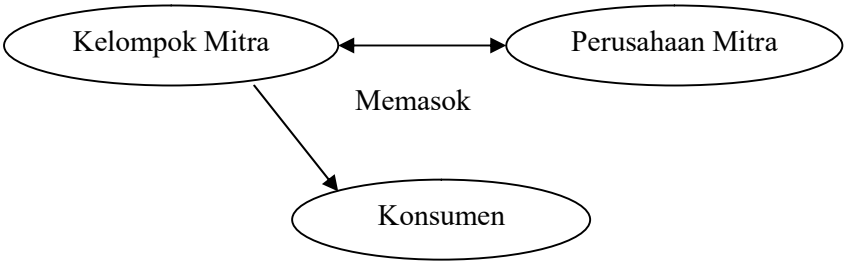
dalam penyediaan bahan baku serta dalam hal pemasaran. Timbul gejala eksploitasi tenaga kerja untuk mengejar target produksi.



Gambar 3. Pola Kemitraan Sub Kontrak

3. Pola Kemitraan Keagenan

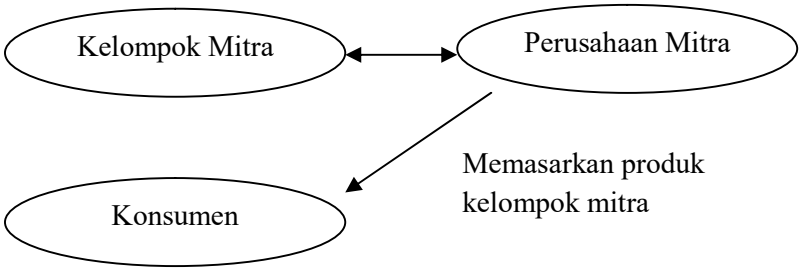
Pola kemitraan keagenan merupakan bentuk kemitraan yang terdiri dari pihak perusahaan mitra dan kelompok mitra atau pengusaha kecil mitra. Pihak perusahaan mitra atau perusahaan besar memberikan hak khusus kepada kelompok mitra untuk memasarkan barang atau jasa perusahaan yang dipasok oleh perusahaan mitra. Perusahaan mitra bertanggung jawab atas mutu dan volume produk (Hafsah, 2000). Keuntungan yang diperoleh dari hubungan pola kemitraan keagenan dapat berbentuk komisi yang diusahakan oleh perusahaan menengah atau usaha besar. Keuntungan lain dari hubungan pola kemitraan keagenan ini antara lain bahwa agen merupakan tulang punggung dari ujung tombak pemasaran usaha menengah atau besar, karena itu peran agen dapat memberikan manfaat saling menguntungkan dan saling memperkuat, maka agen harus lebih baik dalam pemasaran nya.



Gambar 4. Pola Kemitraan Keagenan

4. Pola Kemitraan Dagang Umum

Pola kemitraan dagang umum merupakan pola hubungan kemitraan mitra usaha yang memasarkan hasil dengan kelompok usaha yang mensuplai kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan, untuk memenuhi atau mensuplai kebutuhannya harus sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan oleh perusahaan mitra usaha. Keuntungan pola kemitraan dagang umum ini adalah adanya jaminan harga atas produk yang dihasilkan dan kualitas sesuai dengan yang telah ditentukan atau disepakati bersama. Kelemahan dari pola ini adalah memerlukan permodalan yang kuat sebagai modal kerja dalam menjalankan usaha baik oleh kelompok mitra usaha maupun perusahaan mitra usaha.



Gambar 5. Pola Kemitraan Dagang Umum

5. Pola Kemitraan Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA)

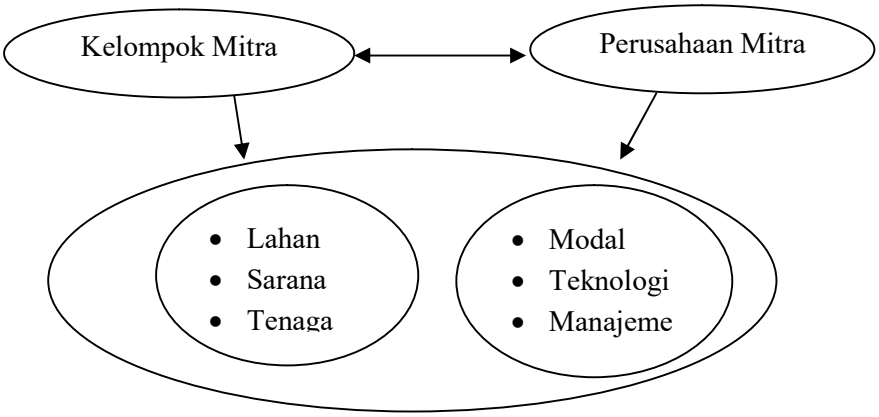
Berdasarkan surat keputusan menteri pertanian mengenai pedoman kemitraan usaha pertanian No.940/Kpts/OT.210/10/1997 pola kemitraan kerjasama operasional agribisnis (KOA) merupakan pola hubungan bisnis yang dijalankan oleh kelompok mitra dan perusahaan mitra yang di dalamnya kelompok mitra menyediakan lahan, sarana dan tenaga, sedangkan perusahaan mitra menyediakan modal, sarana dan bimbingan untuk mengusahakan atau membudidayakan suatu komoditi pertanian. Kelebihan pola kemitraan KOA sama dengan kelebihan pola kemitraan inti plasma, sedangkan kelemahan pola kemitraan KOA adalah pengembalian keuntungan oleh perusahaan mitra yang menangani aspek pemasaran dan pengolahan produk terlalu besar sehingga dirasakan kurang adil oleh kelompok usaha kecil, perusahaan mitra cenderung monopsoni sehingga memperkecil keuntungan yang diperoleh pengusaha kecil mitra nya, belum ada pihak ketiga yang berperan efektif dalam memecahkan masalah.

Peran kelompok mitra dalam pola kemitraan KOA sebagai berikut:

1. Menyediakan lahan guna menunjang produksi usaha dengan perusahaan mitra.
2. Memiliki sarana sebagai media untuk menunjang kegiatan usaha, misalnya kandang atau media lain yang digunakan dalam proses budidaya.
3. Tenaga kerja sebagai fungsi operasional jalanya usaha kerjasama dengan perusahaan mitra.

Peran perusahaan mitra dalam pola kemitraan KOA sebagai berikut:

1. Pengadaan sarana produksi untuk proses budidaya suatu komoditas pertanian.
2. Menyediakan biaya dan modal kepada kelompok mitra.
3. Manajemen guna berjalannya usaha kerjasama yang baik dan terorganisir.
4. Disamping itu, terkadang perusahaan mitra juga berperan sebagai penjamin pasar produk dengan meningkatkan nilai tambah produk melalui pengolahan dan pengemasan.



Gambar 6. Pola Kemitraan Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA)