



IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR KUNCI KEBERHASILAN POLA KEMITRAAN INTI PLASMA

Revy Ardiansyah¹, Hilmi Aulawi²

Jurnal Kalibrasi

Sekolah Tinggi Teknologi Garut

Jl. Mayor Syamsu No. 1 Jayaraga Garut 44151 Indonesia

Email : jurnal@sttgarut.ac.id

¹1503064@sttgarut.ac.id

²hilmi_aulawi@sttgarut.ac.id

Abstrak – Konsep pola kemitraan adalah salah satu konsep upaya untuk mengatasi permasalahan perubahan paradigma bisnis yang telah berubah dari berorientasi pada pasar menjadi berorientasi pada konsumen, Namun masih banyaknya pola kemitraan inti plasma yang belum maksimal dan berkesinambungan maka perlu adanya penelitian mengenai identifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan pola kemitraan inti plasma. Tujuan penelitian ini adalah merumuskan faktor-faktor kunci keberhasilan seperti apa yang bisa menciptakan kesinambungan proses kemitraan inti plasma. Responden dalam penelitian ini adalah peternak yang bermitra dengan PT. RMB dan Karyawan PT. RMB dengan jumlah total 30 orang. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif berbasis wawancara, survey dan diskusi kelompok. Hasil penelitian ada 7 CSF yang mewakili 5 Faktor yang menjadi faktor kunci keberhasilan yaitu komunikasi, kerjasama, kepercayaan, komitmen, hubungan nilai.

Kata Kunci – CSF, Pola Kemitraan.

I. PENDAHULUAN

Pada saat ini pelanggan dengan tuntutan yang semakin tinggi, persaingan dengan pesaing yang juga semakin menguat dan pengaruh perubahan pasar semakin besar dan tidak beraturan. Berdasarkan hal tersebut mendorong perusahaan untuk mampu menjalankan perusahaannya secara efektif dan efisien, untuk memenuhi pasar maka munculah pola kemitraan yang telah banyak diterapkan pada sektor perkebunan [1], sektor industri kulit [2] bahkan pada sektor waralaba menurut majalah franchise Indonesia (2018) pada kurun waktu 2012-2017 ada 129 waralaba lokal dan 96 waralaba asing yang telah terdaftar dan telah mengantongi STPW (surat tanda pendaftaran waralaba) serta sektor peternakan ayam broiler.

Kemitraan adalah pola kerja sama yang dilakukan oleh dua atau lebih pihak yang bertujuan untuk memberikan manfaat bersama [3]. Pola kemitraan terbagi dalam dua bagian yaitu pola kemitraan terkait langsung dan pola kemitraan tidak kait langsung, pola kemitraan tidak terkait langsung terbagi lagi dalam lima jenis yaitu pola kemitraan inti plasma, subkontrak, keagenan (waralaba), dagang umum dan operasional agribisnis [4]. Pola kemitraan inti plasma Namun masih banyaknya pola kemitraan inti plasma yang belum maksimal dan berkesinambungan maka perlu adanya penelitian mengenai identifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan pola kemitraan inti plasma.

Telah banyak penelitian yang meneliti mengenai pola kemitraan inti plasma pada sektor peternakan ayam broiler hubungan skala kemitraan [5] pola hubungan kemitraan inti plasma [6] analisis ketaatan kontrak perjanjian kemitraan ayam broiler [7] analisis pendapatan peternak ayam broiler pada sistem kemitraan [8] efisiensi usaha ternak ayam broiler pola kemitraan [9]. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan faktor-

faktor kunci keberhasilan seperti apa yang bisa menciptakan kesinambungan proses kemitraan inti plasma pada kemitraan PT. RMB dan Peternak Unit Garut.

II. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif berbasis wawancara, survey dan kelompok diskusi. Partisipan dalam penelitian ini adalah PT. Rukun Mitra Bersama (RMB) dan Peternak ayam broiler unit Garut. Sumber data kualitatif didapat dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan dan mitra perusahaan Selanjutnya melakukan penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada 30 responden, responden dalam penelitian ini adalah peternak yang bermitra dengan PT. RMB dan karyawan PT. RMB berdasarkan hasil pengujian kuantitatif dilakukan verifikasi melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan data hasil wawancara dan diskusi kelompok.

III. PEMBAHASAN

A. Penentuan Bussiness Strategic Goals

Tujuan atau *goal* dari strategi bisnis adalah PT. RMB melakukan pola kemitraan inti plasma dengan peternak unit garut yang berlangsung dengan baik, berkesinambungan dan berkelanjutan.

B. Penentuan Kandidat CSF

Pada penelitian ini untuk mengidentifikasi kandidat CSF tersebut dilakukan dengan cara wawancara dengan pihak PT. RMB dan mitra perusahaan PT. RMB dan studi literatur, berikut adalah pemaparan mengenai hasil identifikasi kandidat CSF, yaitu pada tabel 1:

Tabel 1. Kandidat CSF
(Sumber: Pengolahan Data, 2019)

No	Faktor	<i>Critical Success Factors</i>
1	Komunikasi	PT. RMB dan mitra peternak ayam unit Garut sering saling berkomunikasi
		PT. RMB dan mitra peternak unit Garut tidak pernah salah faham
		PT. RMB dan mitra unit Garut selalu satu persepsi
		PT. RMB dan mitra unit Garut selalu bertukar informasi yang benar
		PT. RMB dan mitra unit Garut selalu bertukar informasi yang terbaru
		PT. RMB dan mitra unit Garut selalu bertukar informasi yang mepertegas informasi yang ada
2	Kerjasama	PT. RMB selalu memenuhi kewajiban peranannya sebagai perusahaan inti
		Peternak unit Garut selalu memenuhi kewajiban peranannya sebagai mitra perusahaan atau plasma.
		PT. RMB dan mitra peternak unit Garut saling berkontribusi dalam proses kerjasama ini.
		PT. RMB dan mitra mempunyai andil yang kuat terhadap keberhasilan kerjasama ini.
		PT. RMB dan mitra mengerahkan kemampuan secara maksimal
		PT. RMB dan mitra sadar akan peranannya masing-masing untuk mencapai tujuan yang ditargetkan.
		PT. RMB dan mitra memiliki kesadaran yang tinggi mengerahkan potensi diri dalam mencapai tujuan.

Lanjutan Tabel 1. Kandidat CSF

No	Faktor	Critical Success Factors
3	Kepercayaan	PT. RMB dan mitra memegang prinsip kepercayaan.
		Setiap mitra selalau sadar menjalankan tugasnya dengan baik tanpa harus dilakukan pengawasan ekstra ketat
		Mitra selalu memberikan data sesuai dengan fakta yang ada dilapangan
		PT. RMB dan mitra tidak pernah malakukan manipulasi data.
4	Komitmen	PT. RMB dan mitra mempunyai keinginan untuk terus menjalankan kerjasama yang dibangun
		Mitra dan PT. RMB berusaha loyal terhadap kerjasama ini.
		Mitra akan bekerja keras untuk menjaga kerjasama yang baik dengan PT. RMB.
		PT. RMB dan mitra bersedia melakukan usaha yang maksimal untuk kesuksesan kerjasama yang dijalankan.
5	Hubungan Nilai	Kerjasama PT. RMB dan mitra saling menguntungkan.
		Pembagian laba yang adil antara PT. RMB dengan mitra
		Penanggunggan kerugian yang adil antara PT. RMB dan mitra
		Adilnya pembagian tugas dalam kerjsama PT. RMB dengan mitra.
6	Adaptasi	Mitra bisa menyesuaikan prosedur bisnis yang dibuat oleh PT.RMB.
		Mitra bisa mengikuti /menyesuaikan sistem peternakan yang diterapkan oleh PT. RMB
7	Konflik	PT. RMB dan mitra selalu memenuhi hak dan kewajibannya
		PT. RMB dan mitra tidak pernah melanggar kesepakatan kerjasama
		Kualitas hasil panen mitra terus meningkat.
		Kuantitas hasil panen mitra terus meningkat.
8	Pengadaan sarana produksi ternak	Kualitas sarana produksi ternak yang diberikan oleh PT. RMB kepada mitra memenuhi kualitas yang sesuai kebutuhan.
		Kuantitas sarana produksi sesuai dengan yang dibutuhkan oleh mitra.
9	Kebijakan pemerintah	Kebijakan pemerintah terhadap ekspor impor sangat membantu terhadap keberlangsungan kerjasama ini
		Dilingkungan kerjasama PT.RMB dan mitra kebijakan pembatasan impor yang telah ditetapkan oleh pemerintah berdampak positif
10	Pengawasan	Mitra dalam mengelola peternakan ayam broiler telah sesuai dengan standar yang ditentukan.
		PT. RMB melakukan pengontrolan secara rutin terjadwal atas kinerja mitra.
11	Bimbingan	PT. RMB selalu memberikan ruang konsultasi kepada mitra untuk menceritakan mengenai hambatan atau masalah yang dihadapi mitra mengenai peternakan ayam.
		PT.RMB melakukan pelatihan bagi mitra perusahaan baru mengenai pengelolaan peternakan ayam.
12	Ketidak seimbangan kekuasaan dan saling ketergantungan	PT. RMB dan mitra yang telah bersedia menjalin kemitraan secara sejajar kedudukannya dalam mencapai tujuan yang disepakati.
		PT. RMB dan mitra saling ketergantungan satu sama salain dalam menjalankan kemitraan.

Kandidat CSF yang telah teridentifikasi kemudian dilakukan pembobotan untuk mengevaluasi faktor mana yang lebih penting dengan cara dibuat kuesioner yang akan di sebar kepada 30 responden yaitu gabungan dari pihak perusahaan dan mitra.

C. Tabulasi Penilaian Responden

Berikut adalah pemaparan pada tabel 2 hasil penilaian responden terhadap 12 faktor:

Tabel 2. Tabulasi penilaian CSF
(Sumber: Pengolahan Data, 2019)

CSF	KRITERIA PENILAIAN				
	TP	KP	CP	P	SP
C1	0	0	2	21	7
C2	2	13	7	7	1
C3	2	14	8	6	0
C4	2	2	3	19	4
C5	2	2	5	18	3
C6	2	0	3	23	2
C7	2	2	4	20	2
C8	2	0	5	20	3
C9	2	0	3	22	3
C10	2	2	3	15	8
C11	0	2	1	17	10
C12	0	2	1	20	7
C13	0	2	6	18	4
C14	2	0	2	17	9
C15	2	0	2	19	7
C16	2	0	2	23	3
C33	0	0	6	23	1
C34	6	2	4	16	2
C35	2	6	12	9	1
C36	2	10	6	11	1
C37	0	4	2	22	2
CSF	KRITERIA PENILIAN				
	TP	KP	CP	P	SP
C17	2	0	2	24	2
C18	2	2	2	18	6
C19	0	4	2	18	6
C20	2	0	0	18	10
C21	2	0	0	17	11
C22	2	0	0	22	6
C23	0	4	6	16	4
C24	0	10	2	15	3
C25	0	4	2	22	2
C26	0	2	2	26	0
C27	0	2	2	26	0
C28	0	0	6	23	1
C29	0	8	2	18	2
C30	2	6	12	9	1
C31	2	10	6	11	1
C32	4	4	11	11	0
C38	0	4	2	17	7
C39	2	2	0	22	4
C40	0	4	6	14	6
C41	0	4	2	24	0
C42	0	2	4	18	6

D. Pembobotan CSF

Setelah itu masing kriteria penilai dari CSF dikalikan dengan bobot tiap masing-masing kriteria, berikut adalah pemaparan hasilnya dari masing-masing CSF pada tabel 2:

Tabel 2. Tabulasi penilaian CSF
(Sumber: Pengolahan Data, 2019)

CSF	KRITERIA PENILAIAN					Bobot Total	Bobot rata-rata
	TP	KP	CP	P	SP		
C1	0	0	6	84	35	125	4.17
C11	0	4	3	68	50	125	4.17
C21	2	0	0	68	55	125	4.17
C20	2	0	0	72	50	124	4.13
C12	0	4	3	80	35	122	4.07
C14	2	0	6	68	45	121	4.03
C22	2	0	0	88	30	120	4
C15	2	0	6	76	35	119	3.97
C42	0	4	12	72	30	118	3.93
C38	0	8	6	68	35	117	3.9
C19	0	8	6	72	30	116	3.87
C10	2	4	9	60	40	115	3.83
C16	2	0	6	92	15	115	3.83
C28	0	0	18	92	5	115	3.83
C33	0	0	18	92	5	115	3.83
C9	2	0	9	88	15	114	3.8
C13	0	4	18	72	20	114	3.8
C17	2	0	6	96	10	114	3.8
C1	0	0	6	84	35	125	4.17
C11	0	4	3	68	50	125	4.17
C21	2	0	0	68	55	125	4.17

CSF	KRITERIA PENELIAN					Bobot Total	Bobot rata-rata
	TP	KP	CP	P	SP		
C18	2	4	6	72	30	114	3.8
C26	0	4	6	104	0	114	3.8
C27	0	4	6	104	0	114	3.8
C39	2	4	0	88	20	114	3.8
C6	2	0	9	92	10	113	3.77
C8	2	0	15	80	15	112	3.73
C25	0	8	6	88	10	112	3.73
C37	0	8	6	88	10	112	3.73
C40	0	8	18	56	30	112	3.73
C4	2	4	9	76	20	111	3.7
C23	0	8	18	64	20	110	3.67
C41	0	8	6	96	0	110	3.67
C5	2	4	15	72	15	108	3.6
C7	2	4	12	80	10	108	3.6
C29	0	16	6	72	10	104	3.47
C24	0	20	6	60	15	101	3.37
C34	6	4	12	64	10	96	3.2
C30	2	12	36	36	5	91	3.03
C35	2	12	36	36	5	91	3.03
C31	2	20	18	44	5	89	2.97
C32	4	8	33	44	0	89	2.97

E. Seleksi CSF

Seleksi CSF dilakukan menggunakan metode cut off point, CSF yang diambil adalah yang memiliki nilai rata-rata terkecil dari sepuluh besar dengan nilai rata-rata CSF terbesar, berikut adalah pemaparan pengolahannya:

$$\text{Nilai Cut Off Point} = \frac{4,17 + 3,9}{2} = \frac{8,0}{2} = 4,0$$

(Sumber: Pengolahan Data, 2019)

Berdasarkan perhitungan tersebut maka CSF yang terpilih untuk digunakan dalam elaborasi pada diskusi kelompok yaitu terdapat 7 CSF yang mempunyai nilai rata-rata ≥ 4 , berikut adalah pemaparan hasil nilai CSF yang terpilih pada tabel:

Tabel 3. Hasil Seleksi CSF
(Sumber: Pengolahan Data, 2019)

No	CSF	KRITERIA PENILAIAN					Bobot Total	Bobot rata-rata
		TP	KP	CP	P	SP		
1	C1	0	0	6	84	35	125	4.1
2	C11	0	4	3	68	50	125	4.1
3	C21	2	0	0	68	55	125	4.1
4	C20	2	0	0	72	50	124	4.1
5	C12	0	4	3	80	35	122	4.0
6	C14	2	0	6	68	45	121	4.0
7	C22	2	0	0	88	30	120	4.0

F. Elaborasi CSF

Setelah pebobotan kemudian 7 terbaik dari CSF yang telah teridentifikasi dilakukan elaborasi kelengkapan untuk melakukan diskusi kelompok mengenai hasil penelitian agar lebih mendalam hingga mendapatkan solusi dari masing-masing CSF yang telah teridentifikasi ini yang dilakukan dengan pihak PT. RMB dan mitra PT. RMB, berikut adalah pemaparan hasil diskusi kelompok:

- 1) PT. RMB dan mitra peternak ayam unit Garut sering saling berkomunikasi

Komunikasi sangatlah penting bagi keberlangsungan kerjasama ini karena dengan berkomunikasi pihak mitra dapat menyampaikan sesuatu seperti ide, keluhan, ataupun evaluasi-evaluasi kepada pihak PT. RMB, ataupun sebaliknya PT. RMB dapat menyampaikan ide, tujuan, visi dan misi perusahaan kepada pihak mitra. Jika komunikasi berjalan dengan intens, baik dan efektif maka akan berdampak kepada keberhasilan kerjasama antara PT. RMB dan mitra, karena komunikasi yang intens, baik, dan efektif akan berdampak kepada produktivitas kerjasama, kualitas mitra, penyelesaian konflik dan membentuk hubungan profesional dan lingkungan yang kondusif antar PT. RMB dan mitra PT. RMB.

Berdasarkan hal tersebut maka perlu diadakannya forum konsultasi untuk semua peternak unit Garut secara terjadwal dan rutin serta diikuti oleh kedua belah pihak yang bekerjasama, dimana fungsi forum tersebut adalah sebagai ruang konsultasi antara peternak dengan perusahaan untuk memaparkan masalah yang dihadapi dan solusi yang terbaik bagi kerjasama yang dijalankan selain itu berfungsi juga sebagai tempat berbaginya informasi baik itu mengenai teknologi peternakan ataupun mengenai kondisi ayam, dan pembahasan lainnya yang bersangkutan dengan kerjasama tersebut. Forum itu juga sebagai ajang silaturahmi antara mitra dan perusahaan disinilah akan terjalinnya komunikasi yang intens, baik, dan efektif yang akan berdampak kepada peningkatan produktivitas kerjasama, kualitas mitra, penyelesaian konflik dan membentuk hubungan profesional dan lingkungan yang kondusif antara PT. RMB dengan mitra PT. RMB. Dengan dukungan teknologi yang ada pada saat ini juga dapat mempermudah dalam berkomunikasi, seperti menggunakan aplikasi yang ada pada smartphone untuk berkomunikasi dan membuat sarana komunikasi.

- 2) PT. RMB dan mitra mengerahkan kemampuan secara maksimal

Mengerahkan kemampuan dalam peranan atau tugasnya masing-masing baik PT. RMB sebagai perusahaan inti dan mitra peternak ayam sebagai plasma. PT. RMB memaksimalkan kemampuan perusahaan seperti membimbing peternak, mengontrol setiap hasil panen, menjaga kualitas dan kuantitas sarana produksi ternak begitupun peternak memaksimalkan kemampuan dalam proses produksi, menjaga standar produksi peternakan, jika kedua pihak maksimal dalam mengerahkan kemampuannya maka akan berdampak meningkatnya hasil panen dan akan menghasilkan laba yang sesuai bagi PT. RMB dan mitra.

Untuk mendukung peranan atau tugas masing-masing tersebut di perlukan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, karena sebuah perusahaan berkembang bukan hanya karena modal dan strategi bisnis yang kuat melainkan juga dari faktor SDM berkualitas. Untuk meningkatkan kualitas SDM perlu diadakannya training, pemberian training kepada mitra perusahaan dan karyawan perusahaan dapat menumbuhkan motivasi kerja dan keterampilan yang nantinya dapat diaplikasikan saat kembali pada pekerjaan.

Selain training perusahaan juga perlu melakukan pendekatan personal, pendekatan yang dilakukan oleh pihak perusahaan kepada mitra perusahaan seperti rajin berbicara dengan mitra perusahaannya, diskusi pekerjaan dipertanyakan yang mereka tangani, tanyakan pendapat mereka dan adakan kegiatan Bersama seperti liburan, makan bareng dan sebagainya. Hal tersebut merupakan beberapa contoh yang bisa dilakukan agar dapat menumbuhkan rasa kebersamaan dan kekeluargaan dalam suatu kerjasama perusahaan. Dengan terjalannya rasa kebersamaan dan kekeluargaan dalam suatu kerjasama perusahaan maka secara otomatis akan mendorong munculnya semangat untuk bekerja lebih giat lagi. Selain itu juga akan membangun kinerja dan performa mitra perusahaan.

- 3) PT. RMB dan mitra bersedia melakukan usaha yang maksimal untuk kesuksesan kerjasama yang dijalankan
PT. RMB dan mitra melakukan usaha yang maksimal dan loyal terhadap kesuksesan kerjasama yang dijalankan. Jika kedua pihak telah melakukan usaha yang maksimal dan loyal maka akan berdampak kepada produktivitas kerja dan tidak berpindahnya plasma kepada perusahaan inti lain, tanpa sempat memberikan kontribusi positif pada perkembangan perusahaan. Agar mitra tetap bertahan dan loyal maka perusahaan perlu melakukan beberapa cara diantaranya yaitu memberikan hak-hak mitra perusahaan, memberikan reward, bonus dan apresiasi jika mitra perusahaan berprestasi dan berkontribusi positif terhadap perusahaan.
- 4) Mitra dan PT. RMB berusaha bekerja keras untuk menjalankan kerjasama yang baik
Mitra dan PT. RMB berusaha bekerja keras menjalankan kerjasama yang telah dibangun dengan baik, menjalankannya dengan peranan masing-masing dan prosedur bisnis yang telah dibuat. Kerjasama dijalankan dengan penuh kejujuran dari kedua belah pihak, dimana dalam proses kerjasama tidak ada kejanggalan seperti pemberian Day Old Chicken (DOC) dengan kualitas rendah sedangkan peternak membeli DOC dengan kualitas bagus dan hasil panen tidak dijual keluar atau dijual bukan kepada perusahaan inti.
- 5) PT. RMB dan mitra sadar akan peranannya masing-masing untuk mencapai tujuan yang
Kemitraan inti plasma akan berjalan dengan baik apabila komponen kemitraan sadar akan peranannya masing, tugas atau pekerjaannya masing. PT. RMB sebagai perusahaan inti mempunyai tugas seperti menyediakan sarana produksi ternak (Day old chicken, obat-obatan, dan pakan), memberikan menjamin pasar, memberikan pelatihan dan bimbingan kepada mitra atau plasma sedangkan peranan mitra adalah menyediakan lahan perternakan, pegawai, dan budidaya ayam broiler hingga panen.
- 6) PT. RMB dan mitra memegang prinsip kepercayaan
PT. RMB dan mitra harus menerapkan prinsip kepercayaan agar terciptanya hubungan yang harmoni tidak ada yang ditutupi masalah kerjasama yang dilakukan dan telah di sepakati karna ini akan berdampak pada keberlangsungan kerjasama. Prinsip kepercayaan ini yang menjadi dasar hubungan antara perusahaan dengan mitra. Yaitu menyatakan bahwa kegiatan kerjasama dilandasi oleh kepercayaan antara mitra dengan perusahaan. Berdasarkan kepercayaan, perusahaan bersedia menyimpan modal awal berupa DOC, pakan dan OVK (obat, vitamin serta vaksin) untuk dikelola oleh pihak mitra, sedangkan mitra menyediakan kandang dan tenaga operasional dalam budidaya ayam broiler.

- 7) Kerjasama PT. RMB dan mitra saling menguntungkan
Suatu kegiatan bisnis tentunya bertujuan untuk menghasilkan keuntungan, keuntungan bagi kedua belah pihak yaitu perusahaan inti dan untuk plasma. Keuntungan inipun harus dibagikan secara adil dan sesuai dengan kontribusi yang telah diberikan kepada kerjasama dari kedua belah pihak dan sesuai kesepakatan yang tertuang dalam kontrak kerjasama. Jika harga pasar naik melebihi dari harga kontrak maka ada selisih antara harga kontrak dan harga pasar, selisih tersebut itu akan menjadi tambahan laba bagi kedua belah pihak, sedangkan apabila harga pasar turun maka harga jual akan tetap sesuai harga kontrak.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pengolahan dan pembahasan data maka dapat ditarik kesimpulan yaitu ada 7 CSF yang menjadi faktor kunci keberhasilan pola kemitraan inti plasma di PT. RMB dengan peternak ayam broiler unit Garut yaitu:

- a. PT. RMB dan mitra peternak ayam unit Garut sering saling berkomunikasi
- b. PT. RMB dan mitra mengerahkan kemampuan secara maksimal
- c. PT. RMB dan mitra bersedia melakukan usaha yang maksimal untuk kesuksesan kerjasama yang dijalankan.
- d. Mitra dan PT. RMB berusaha bekerja keras untuk menjalankan kerjasama yang baik.
- e. PT. RMB dan mitra sadar akan peranannya masing-masing untuk mencapai tujuan yang ditargetkan.
- f. PT. RMB dan mitra memegang prinsip kepercayaan.
- g. Kerjasama PT. RMB dan mitra saling menguntungkan.

Dari 7 CSF tersebut mewakili dari faktor komunikasi, kerjasama, kepercayaan, komitmen dan hubungan nilai.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Harisman, "Pola Kemitraan Antara Petani Dengan Pt Indofood Fryto-Lay Makmur Pada Usahatani Kentang Industri Varietas Atlantik (Suatu Kasus di Desa Cigedug Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut)," vol. 1, 2017.
- [2] Buldansyah, *Identifikasi Dan Implementasi Pola Kemitraan Kerajinan Kulit Di Sentra Kampung Sukaregang Kabupaten Garut*, 2017.
- [3] a. Nasution, "Dampak Kemitraan Terhadap Pendapatan Usaha Tani Di Kecamatan Cikajang Kabupaten Garut," *Nasution*, 2016.
- [4] Zakaria, *pola kemitraan agribisnis*, gorontalo: ideas publishing, 2015.
- [5] Siregar, "Relationship Between Farm Scale And Broilers Farmers Income Based On The Partnership System In Maros Regency," 2014.
- [6] E. Srimindarto, "Pola Hubungan Kemitraan Inti Plasma Pada Usaha Ternak Ayam Broiler (Studi Kasus pada PT Bina Karya Sejati di Kecamatan Jatirogo Kabupaten Tuban)," 2015.

- [7] Juanda, "Analisis Ketaatan Kontrak Perjanjian Kemitraan Ayam Broiler terhadap Pendapatan Peternak di Kabupaten Bungo," 2018.
- [8] R.Ratnasari, "Analisis Pendapatan Peternak Ayam Broiler Pada," *Animal Agriculture Journal* , 2015.
- [9] D. A. Pramita, "Efisiensi Teknis Usaha Ternak Ayam Broiler," *Jurnal Agribisnis Indonesia*, Vol. 5, 2017.
- [10] Amri, Pengantar Teknik Industri, Aceh Utara: Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh Teknik Industri, 2014.
- [11] Y. Wibisono, Membedah Konsep dan Aplikasi CSR, Gresik: Fascho Publishing, 2007.
- [12] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: CV. Alfabeta, 2017.
- [13] Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi, Bandung: CV ALFABETA, 2016.
- [14] A. S. Alam, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hubungan Kemitraan Antara Petani Budidaya Jamur Tiram Dengan Cv. Asa Agro Corporation," *Journal Agrosience*, p. 3, 2017.
- [15] Nurhayati, "Analisis Bisnis Internal dengan Metode Critical Success Factors (CSF) dan Value Chain (Studi Kasus PT. Farmasi X)," *jurnal ilmiah fifo*, 2016.
- [16] A. Afif, "Pola Kemitraan Koperasi Sejahtera Abadi Dalam Meningkatkan Keuntungan Petani Cabai," *Journal of Economics and Policy*, 2014.
- [17] I. merry, "Pola Kemitraan Pemerintah, Civil Society, dan Swasta dalam Program Bank Sampah di Pasar Baru Kota Probolinggo," *Kebijakan dan Manajemen Publik* , 2014.
- [18] W. Juliansyah, "pola kemitraan usaha konveksikawasan suci bandung," *prosiding ilmu ekonomi*, 2016.
- [19] S. salenussa, "Perubahan Pasar Sebagai Akibat Perubahan Perilaku Konsumen Pergeseran Paradigma Pemasaran Dan Implikasi Terhadap Strategi Pemasaran Pendekatan Teori 3 Gelombang Perubahan Alfin Tofler," *Fokus Ekonomi* , 2015.
- [20] M. fitri, "Analisis Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan (Critical Success Factors)Sistem Informasi Akuntansi Bank Di Kota Semarang," 2015.
- [21] H. B. & s. f. wamba, "RFID and buyer-seller relationships in the retail supply chain," *International Journal of Retail & Distribution Management* , 2006.