

KAJIAN PERSEPSI ANGGOTA 3 (TIGA) SEKOLAH PETERNAKAN RAKYAT (SPR) DI KABUPATEN KEDIRI TERHADAP ASPEK KELEMBAGAAN DAN PEMASARAN SAPI

Anas Romzy Hibrida¹, Ricky Dodi Mardani², Farida Subasnia Dwijayanti³, Didik Rudiono⁴

**Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kediri, Kediri¹
Fakultas Pertanian, Universitas Islam Kediri, Kediri^{2,3,4}**

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk mengamati persepsi peternak yang tergabung dalam 3 Kelompok SPR (Sekolah Peternakan Rakyat) di Kabupaten Kediri terhadap aspek kelembagaan dan pemasaran sapi. Ketiga SPR binaan UNISKA Kediri tersebut adalah : SPR Lembu Barokah, SPR Joyo Langgeng, dan SPR Ngudi Rukun. Penelitian ini menggunakan metode quasi eksperimen dan analisis Rancangan Acak Lengkap (RAL) dengan ulangan tidak sama serta dilakukan uji lanjut menggunakan Least Significant Difference (LSD). Variabel bebasnya adalah persepsi dan Variabel terikatnya adalah Aspek Kelembagaan dan Aspek Pemasaran Sapi. Hasil penelitian memperlihatkan adanya perbedaan persepsi antar SPR. Yaitu pada latar belakang kultur antar SPR yang berbeda, sehingga pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kelembagaan dan pemasaran sapi. Dampak yang diperkirakan muncul akibat perbedaan persepsi responden antar SPR adalah adanya perbedaan kinerja antar SPR yang berbeda. Saran yang diajukan: perlu adanya adopsi dan adaptasi kelebihan dari setiap SPR untuk meningkatkan kinerja setiap SPR.

Kata Kunci: Kelembagaan, kultur, persepsi, quasi, SPR

Abstract

This study aims to observe farmers' perception of members of the 3 SPR (People's Animal Husbandry School) groups in Kediri Regency on cattle's institutional and marketing aspects. The three SPRs fostered by UNISKA Kediri are: SPR Lembu Barokah, SPR Joyo Langgeng, and SPR Ngudi Rukun. This study used a quasi-experimental method and Completely Randomized Design (CRD) analysis with unequal replications, and further tests were carried out using the Least Significant Difference (LSD). The independent variable was the perception, and the dependent variable was the institutional and marketing aspects. The results showed that based on the cultural background, there are differences in respondent perception on institutional and marketing aspects to cattle management. Therefore, it could impact to the performance of each SPR. It is suggested to adopt the benefit of each SPR culture background to improve each SPR, respectively.

Keywords: culture, institution, perception, quasi, SPR

Pendahuluan

Kinerja dan produktivitas kelompok ternak sapi, termasuk kelompok sapi di Sekolah Peternakan Rakyat (SPR), merupakan hasil kombinasi, simbiose, serta resultante dari komponen penyusun ekosistem peternakan sapi yang melatarbelakanginya. Unsur penyusun dalam komponen ekosistem peternakan sapi meliputi: manusia, kelembagaan, ternak, teknologi, serta lingkungan pendukung. Sedangkan lingkungan pendukung adalah: air, bakalan ternak, bahan pakan lokal, serta local wisdom, termasuk didalamnya kultur budaya setempat.

Hasil kombinasi, simbiose, dan interaksi dari semua komponen penyusun ekosistem peternakan sapi menghasilkan kondisi yang sangat dinamis dan fleksibel. Adanya ketidakharmonisan dan/atau ketidakseimbangan pada salah satu komponen penyusun ekosistem peternakan sapi dengan sendirinya berpengaruh terhadap kinerja dan hasil akhir peternakan sapi. Kondisi ini memperlihatkan perlu adanya keahlian peternak untuk mengelola dan mengolah dinamika yang terjadi pada peternakan sapi.

Fakta di lapangan memperlihatkan bahwa ketrampilan peternak dalam mengelola dinamika kelompok, dalam hal ini kelembagaan dan pemasaran usaha peternakan sapi masih belum optimal. Hal ini terjadi karena pengelolaan kelembagaan dan pemasaran usaha peternakan sapi masih dilakukan secara tradisional, sehingga diperlukan peningkatan ketrampilan peternak agar mampu menghadapi tantangan jaman yang terjadi.

Materi penelitian adalah peternak anggota 3 (tiga) SPR di Kabupaten Kediri binaan Universitas Islam Kediri (UNISKA). Ketiga SPR tersebut adalah SPR Lembu Barokah dari Kecamatan Mojo; SPR Joyo Langgeng dari Kecamatan Kandat; serta SPR Ngudi Rukun dari Kecamatan Plosoklaten. Penentuan ketiga SPR tersebut disebabkan prinsip objektivitas dimana ketiga SPR adalah binaan UNISKA Kediri dan sedang dalam proses pengembangan peternakan dibawah pantauan universitas. Hal tersebut didasarkan pada hasil In-depth interview dengan key informan dari

pihak UNISKA Kediri sebagai Pembina SPR. Materi lain adalah seperangkat kuesioner terkait dengan parameter dalam aspek kelembagaan dan pemasaran. Kuesioner dirancang menggunakan pilihan jawaban tertutup.

Metode

Penelitian ini menggunakan model penelitian quasi eksperimen (Steel & Torrie, 1980) atau dikenal sebagai eksperimen semu. Penulis menggunakan desain penelitian ini karena terkait dengan pendidikan atau pembelajaran. Sesuai dengan pendapat Lestari dan Yudhanegara (2015:136) mengemukakan bahwa "Dalam penelitian khususnya terkait pendidikan/ pembelajaran, desain ini merupakan desain yang paling mungkin dilakukan."

Hal ini berarti penelitian dirancang dan dilaksanakan menggunakan model eksperimen namun perlakuan yang diberikan terhadap obyek penelitian menggunakan bahan atau obyek yang sudah tersedia di lokasi tanpa menginput perlakuan dari luar.

Perlakuan yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini, selain berasal dari lokasi penelitian, juga bersifat non aditif. Hal ini berarti bahwa setiap perlakuan adalah berdiri sendiri dan tidak bersifat aditif antara perlakuan yang satu dengan lainnya. Perlakuan disusun sebagai berikut:

P1: SPR Lembu Barokah dari Kecamatan Mojo (SPR LB);

P2: SPR Joyo Langgeng dari Kecamatan Kandat (SPR JL);

P3: SPR Ngudi Rukun dari Kecamatan Plosoklaten (SPR NR).

Selanjutnya dilakukan wawancara kepada responden anggota SPR terkait dengan parameter yang diamati menggunakan kuesioner dengan pilihan jawaban tertutup. Pilihan jawaban ini merupakan persepsi anggota SPR terhadap kuesioner yang ditanyakan. Jawaban dari responden anggota SPR kemudian diubah menjadi data kuantitatif

menggunakan metode skoring dengan cara sebagai berikut:

1. Jika terdapat 2 pilihan jawaban, maka skor setiap pilihan adalah:
= 10 b. = 50
2. Jika terdapat 3 pilihan jawaban, maka skor setiap pilihan adalah:
= 10 b. = 40 c. = 70
3. Jika terdapat 4 pilihan jawaban, maka skor setiap pilihan adalah:
= 10 b. = 30 c. = 50 d. = 70

Hasil kuantifikasi data dari jawaban responden dianalisis menggunakan Rancangan Acak Lengkap dengan ulangan tidak sama (Gasperz, 1991), dan bila terdapat F hitung nyata maka dilakukan uji lanjut menggunakan Least Significan Difference (LSD). Parameter yang diamati meliputi persepsi responden terhadap aspek kelembagaan yang meliputi: status keanggotaan; aktivitas kelompok; kegiatan kelompok; kepemilikan kelompok pada pabrik pakan mini; frekuensi pertemuan dalam kelompok; frekuensi pertemuan kelompok dengan Dinas; frekuensi pertemuan kelompok dengan petugas IB; frekuensi pertemuan kelompok dengan penyuluh; serta anggota kelompok sebagai inseminator.

Sedangkan parameter pada aspek pemasaran meliputi persepsi responden terhadap: pertimbangan dalam penjualan sapi; lokasi pemasaran, keikutsertaan kelompok dalam pemasaran, serta keikutsertaan kelompok dalam kemitraan.

Hasil dan Pembahasan

Persepsi responden anggota ketiga SPR terhadap kelembagaan dan pemasaran sapi dalam SPR memberikan gambaran cara pandang anggota SPR terhadap aspek kelembagaan dan pemasaran sapi pada SPR yang diikutinya. Persepsi terhadap kelembagaan dan pemasaran sapi merupakan aspek penting karena terkait langsung dengan proses dan mekanisme pengembangan SPR.

Hal yang menonjol pada penelitian adalah kenyataan adanya perbedaan persepsi responden dari ketiga SPR pada semua data yang diamati ($P < 0,05$). Hal ini menunjukkan

terdapat variasi persepsi antartetiga responden anggota SPR terhadap aspek kelembagaan dan pemasaran sapi secara keseluruhan. Implikasi dari keberagaman persepsi antar SPR pada aspek kelembagaan dan pemasaran sapi akan berdampak kepada kinerja SPR. Artinya, semakin baik pemahaman dan persepsi terhadap aspek kelembagaan dan pemasaran sapi maka sangat dimungkinkan bahwa SPR akan berkembang ke arah yang lebih baik, demikian juga sebaliknya.

Persepsi Terhadap Kelembagaan

Data mengenai persepsi responden anggota ketiga SPR terhadap kelembagaan dan pemasaran secara lengkap disajikan pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Persepsi Anggota 3 SPR di Kabupaten Kediri Terhadap Kelembagaan

No	Parameter	P1	P2	P3	Sign.
1	Keanggotaan dalam kelompok ternak/tani SPR	a	a	a	ns
2	Aktivitas kelompok SPR dalam usaha pengembangan sapi	a	a	a	ns
3	Kegiatan kelompok dalam usaha pengembangan sapi	a	b	c	**
4	Kepemilikan kelompok akan peralatan pabrik pakan mini	a	b	c	**
5	Frekuensi pertemuan anggota kelompok dalam 1 tahun	a	a	a	ns
6	Frekuensi pertemuan dengan Dinas Peternakan dalam 1 tahun	a	a	a	ns
7	Frekuensi pertemuan dengan petugas IB dalam 1 tahun	a	a	b	**
8	Frekuensi pertemuan dengan penyuluh dalam 1 tahun	a	a	b	**
9	Adanya anggota kelompok yang mempunyai jin sebagai inseminator	a	a	b	**

Sumber : data diolah, 2021

*Huruf yang sama pada baris yang sama menunjukkan tidak berbeda nyata ($P > 0,05$).

Tabel 1 memperlihatkan bahwa tidak terdapat perbedaan antar ketiga SPR berkaitan dengan parameter keanggotaan responden dalam SPR; aktivitas SPR; frekuensi pertemuan anggota SPR per tahun; dan pertemuan anggota SPR dengan Dinas Peternakan per tahun ($P > 0,05$). Sedangkan berbagai parameter kelembagaan yang lain berbeda nyata.

Persamaan persepsi responden antar SPR bila dicermati ternyata lebih mengarah ke hal yang bersifat internal kelembagaan. Hal ini menunjukkan bahwa persamaan persepsi responden antar SPR ini selaras dengan Peraturan Menteri Pertanian Nomor.67/Permentan/ SM.050/ 12/2016, dimana ciri

kelompok adalah: saling mengenal; mempunyai pandangan dan tradisi yang sama; serta terdapat pembagian tanggung jawab sesama anggota berdasarkan kesepakatan bersama.

Selanjutnya, perbedaan pertama tampak pada kegiatan SPR dalam usaha pengembangan sapi ($P < 0,01$), dimana terdapat perbedaan nyata antarketiga SPR yang diamati. Fakta di lapangan memperlihatkan bahwa kegiatan SPR LB masih dalam tataran peningkatan teknis beternak para anggota; sedangkan di SPR JL selain masalah teknis juga sudah melakukan pemasaran bersama. Sementara aktivitas di SPR NR sudah melibatkan aspek teknis beternak, penyediaan saprodi, dan pemasaran bersama.

Perbedaan persepsi responden juga terlihat pada kepemilikan pabrik pakan mini ($P < 0,01$). Hampir semua responden di SPR LB menyatakan tidak punya pabrik pakan mini, sedangkan di SPR JL sebagian menyatakan punya dan sebagian lagi menyatakan tidak punya. Sementara persepsi hampir semua responden di SPR NR menyatakan telah mempunyai pabrik pakan mini.

Selanjutnya berkaitan dengan parameter frekuensi pertemuan anggota SPR dengan petugas IB, penyuluh, dan kepemilikan ijin salah satu anggota sebagai inseminator. Pada ketiga parameter ini SPR NR memperlihatkan perbedaan dengan kedua SPR yang lain ($P < 0,01$).

Perbedaan persepsi responden di SPR NR dapat terjadi karena anggota SPR NR berisi anak muda generasi milenial, sehingga dengan mudah mampu menjalin komunikasi dengan berbagai pihak eksternal tanpa rasa segan. Apalagi terdapat salah satu anggota SPR NR yang berprofesi sebagai inseminator IB. Kondisi ini memungkinkan terjadinya komunikasi yang baik antara anggota SPR NR dengan inseminator IB dan penyuluh. Hal ini berbeda dengan anggota SPR LB yang memiliki kultur santri dan SPR JL yang memiliki kultur pertanian dan perdagangan yang secara kebetulan tidak memiliki advantage ini.

Adanya perbedaan persepsi responden seperti telah disajikan di atas, baik secara internal SPR maupun antar SPR ternyata sesuai dengan pernyataan Surya (2017). Surya (2017) telah menyatakan bahwa akan selalu terdapat dinamika kelompok, baik secara internal maupun eksternal kelompok. Hal serupa juga telah dikemukakan Marwani (2019) yang menyatakan bahwa tujuan dari dinamika kelompok adalah justru untuk kemajuan kelompok itu sendiri.

Kelompok yang memiliki karakteristik tingkat dinamika tinggi menunjukkan bahwa kelompok itu sebenarnya merupakan kelompok yang sangat adaptif dan fleksibel terhadap dinamika yang ada, sehingga kelompok yang semakin dinamis akan semakin mudah untuk berkembang (Surya, 2017). Berdasarkan hal ini maka perbedaan persepsi yang terungkap melalui penelitian ini justru merupakan potensi besar yang dapat dikembangkan lebih lanjut guna kemajuan SPR.

Selain itu, eksistensi kelompok tani tergantung pada kebijakan pembinaan kelembagaan oleh semua pihak (Anantayu, 2011). Pembinaan dengan demikian diperlukan dalam rangka penumbuhan dan pengembangan kelompok menjadi kelompok yang kuat dan mandiri. Berkaitan dengan hal ini, maka dapat dikatakan bahwa pembinaan yang telah dilakukan UNISKA merupakan implementasi riil dari konsep pembinaan kelompok ini.

Selanjutnya, Wahyuni (2015) menyatakan bahwa penumbuhan dan pengembangan kelompok tani harus didasarkan atas prinsip: dari, oleh, dan untuk petani. Berkaitan dengan hal maka apa yang telah dilakukan UNISKA dengan mencermati setiap SPR secara internal dan kemudian membandingkan di antara ketiganya adalah merupakan langkah yang tepat.

Selain itu, pencapaian (achievement) keberlanjutan performa kelembagaan, menurut Subhan dan Laweel (2016) dapat dicapai apabila pengelolaan telah terwujud dalam 3 (tiga) unsur utama, yaitu: kejelasan batas wilayah pengelolaan (boundary jurisdiction), kejelasan hak kepemilikan (property right), dan aturan representasi (rule

of representation). Berkaitan dengan hal ini, maka apa yang telah dilakukan dalam penelitian UNISKA ini dapat memberikan base line data tentang posisi dan status pencapaian dari setiap SPR.

Persepsi Terhadap Pemasaran

Persepsi anggota SPR terhadap aspek pemasaran memberikan gambaran bagaimana anggota SPR memandang kegiatan pemasaran pada SPR yang diikutinya. Persepsi terhadap aspek pemasaran merupakan aspek penting karena mendukung performa SPR secara keseluruhan.

Hal yang sangat menarik adalah bahwa terdapat persamaan maupun perbedaan persepsi dari ketiga SPR pada semua data pemasaran yang diamati. Hal ini berarti bahwa terdapat variasi persepsi antartetiga anggota SPR terhadap aspek pemasaran. Data mengenai persepsi anggota ketiga SPR terhadap aspek pemasaran disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Persepsi Anggota 3 Spr Di Kabupaten Kediri Terhadap Pemasaran Sapi

No	Parameter	P1	P2	P3	Sign.
1	Dasar pertimbangan penjualan sapi	a	a	a	ns
2	Lokasi pemasaran	a	ab	b	*
3	Keikutsertaan kelompok dalam pemasaran	a	b	b	**
4	Keikutsertaan kelompok dalam program kemitraan	a	b	a	**

Sumber : data diolah, 2021

**Huruf yang sama pada baris yang sama menunjukkan tidak berbeda nyata ($P>0,05$).*

Dasar pertimbangan untuk memasarkan sapi ternyata tidak berbeda antartetiga SPR yang diamati. Pada umumnya pemasaran atau penjualan dilakukan ketika terdapat kebutuhan ataupun harga di pasar sedang baik. Sedangkan pada berbagai parameter lain yang terkait dengan pemasaran terdapat perbedaan persepsi antarresponden di ketiga SPR.

Perbedaan persepsi responden yang pertama terdapat pada parameter lokasi pemasaran sapi. Data pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa persepsi responden di SPR LB berbeda dengan persepsi responden di SPR NR

($P<0,05$); namun responden di SPR LB tidak berbeda dengan SPR JL; dan SPR JL tidak berbeda dengan SPR NR. Hal ini dapat terjadi karena responden di SPR LB menjual sapi melalui tengkulak dan Pasar Hewan; sementara SPR NR memasarkan melalui kelompok dan internet; sedangkan responden anggota SPR JL melalui Pasar Hewan dan kelompok.

Data lokasi pemasaran yang diperoleh selaras dengan data keikutsertaan kelompok dalam pemasaran. Pada parameter ini persepsi anggota SPR LB menunjukkan berbeda dengan kedua SPR yang lain ($P<0,01$). Hal ini dapat terjadi karena upaya pemasaran sapi di SPR LB dilakukan melalui tengkulak dan Pasar Hewan dimana kelompok belum secara aktif terlibat dalam pemasaran sapi. Kondisi ini berbeda dengan kedua SPR yang lain dimana kelompok berperan aktif dalam pemasaran sapi.

Selanjutnya terkait dengan kemitraan SPR dengan pihak eksternal. Data pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa persepsi responden di SPR JL terkait dengan kemitraan dengan pihak eksternal berbeda dengan kedua SPR yang lain ($P<0,01$). Data di lapangan menunjukkan bahwa anggota SPR JL telah memiliki kemitraan dengan pihak eksternal, sedangkan pada kedua SPR yang lain masih belum memiliki kemitraan dengan pihak eksternal.

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan seperti telah diungkapkan, memperlihatkan adanya perbedaan persepsi antarresponden maupun antar SPR terkait dengan aspek pemasaran, sebagai akibat perbedaan latar belakang kultur antar SPR. Perbedaan persepsi ini diperkirakan cepat ataupun lambat akan berdampak kepada kinerja SPR bersangkutan.

Perbedaan persepsi interSPR maupun antar SPR sebenarnya tidak perlu dikhawatirkan karena merupakan hal yang wajar. Fakta ini dapat dipahami karena sesuai dengan Peraturan Menteri Pertanian Nomor.67/Permentan/ SM.050/ 12/2016, ciri kelompok adalah: saling mengenal; mempunyai pandangan dan tradisi yang sama; serta terdapat pembagian tanggung jawab sesama anggota. Hal ini berarti bahwa

setiap kelompok akan mempunyai ciri khas sesuai dengan tradisi dan kultur yang dianutnya. Dengan demikian perbedaan kelompok akan mengakibatkan adanya perbedaan persepsi.

Selain itu, adanya perbedaan persepsi terkait dengan aspek pemasaran seperti telah diungkapkan di atas, baik secara internal SPR maupun antar SPR, ternyata selaras dengan pernyataan Surya (2017) yang menyatakan selalu terdapat dinamika kelompok, baik secara internal maupun eksternal kelompok. Hal ini juga selaras dengan pernyataan Marwani (2019) bahwa tujuan dari dinamika kelompok adalah untuk kemajuan kelompok.

Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: terdapat perbedaan persepsi antar SPR dengan latar belakang kultur berbeda terhadap aspek kelembagaan dan pemasaran, sehingga cepat atau lambat akan berdampak kepada kinerja setiap SPR. Saran yang diajukan dalam penelitian ini yaitu perlu adopsi dan adaptasi kelebihan dari setiap SPR untuk meningkatkan kinerja masing-masing SPR; dan pada saat yang sama mengeleminir kelemahan dari setiap SPR. Setiap SPR perlu meningkatkan kapasitas dan kapabilitas untuk meningkatkan kinerja masing-masing SPR, khususnya dalam aspek kelembagaan SPR dan pemasaran sapi.

Daftar Referensi

- Anantanyu, S. 2011. Kelembagaan Petani: Peran Dan Strategi Pengembangan Kapasitasnya. SEPA: Vol. 7 No.2 Pebruari 2011: 102 - 109. Fakultas Pertanian UNS. Surakarta.
- Cox, Donald F. and S. J. Rich (1964), "Perceived Risk and Consumer Decision Making," *Journal of Marketing Research*, 1 (November), pp. 32-39.
- Dowling, Grahame R. and R. Staelin (1994), "A Model of Perceived Risk and Intended RiskHandling Activity," *Journal of Consumer Research*, 21 (June), pp. 119-134.
- Friedman, Hershey H. and L. Friedman (1979), "Endorser Effectiveness by Product Type,"

Journal of Advertising Research, 19 (October), pp 63-71.

- Gaspersz, V. 1991. Teknik Analisis Dalam Penelitian Percobaan. Penerbit Tarsito, Bandung.
- Kementan RI. 2013. Peraturan Menteri Pertanian Nomor 82 Tahun 2013 Tentang Pedoman Pembinaan Kelompok Tani dan Gabunga Kelompok Tani. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Kementan RI. 2016. Peraturan Menteri Pertanian Nomor.67/Permentan/SM.050/12/2016
- Kementerian Pertanian. 2007. Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan Kelompok Tani dan Gabungan Kelompok Tani. Jakarta: Departemen Pertanian.
- Marwani, 2019. Dinamika Kelompok Tani. Diakses tanggal 10 mei 2021 dari <http://cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/85712/Dinamika-Kelompok-Tani/>.
- Soliha, Euis and N. Zulfa (2009), "The Difference in Consumer Risk Perception between Celebrity Endorser and Expert Endorser in College Advertisements," *Journal of Indonesian Economy & Business*, Vol.24, No.1, January, pp. 100-114.
- Steel, R.G.D. and G.H. Torrie. 1980. Principles and Procedures of Statistic. Second edition. McGraw Hill Book Company, Sidney.
- Surya. 2017. Hubungan Dinamika Kelompok Tani Dengan Adopsi Good Tobacco Practices (Gtp) Tembakau Voor-Oogst Kasturi. *JSEP Vol 10 No. 2 Juli 2017*.
- Wahyuni, S. 2003. Kinerja Kelompok Tani Dalam Sistem Usahatani Padi dan Metode Pemberdayaannya. *Jurnal Litbang Pertanian*. Bogor.