

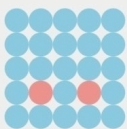


DAFTAR ISI

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

	Halaman
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kebaruan	8
1.6. Lingkup Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Pemasaran	11
2.1.1. Sistem Pemasaran Pertanian	12
2.2. Pemasaran Holistik	14
2.2.1. Pemasaran Berbasis Hubungan (RM).....	18
2.2.2. Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) sebagai Strategi Perusahaan.....	23
2.2.3. Manajemen Hubungan Kemitraan.....	24
2.2.4. Pendekatan Berorientasi Pasar.....	27
2.3. Pemasaran Industri (Bisnis ke Bisnis, B2B)	32

© Hak cipta milik IPB, tahun 2012



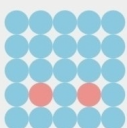
MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2012



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

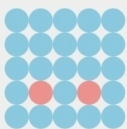
2.3.1.	Pemasaran Hubungan di Pasar B2B	35
2.3.2.	Struktur Pasar	36
2.3.3.	Pasar Bisnis	40
2.3.4.	Saluran Pemasaran	42
	2.3.4.1. Desain Saluran Pemasaran	44
2.3.5.	Hubungan Penjual dan Pembeli	45
	2.3.5.1. Komitmen	48
	2.3.5.2. Kepercayaan	50
2.4.	Kajian Penelitian Terdahulu	52
2.4.1.	Teori Komitmen - Kepercayaan	53
	2.4.1.1. Komitmen	54
	2.4.1.2. Kepercayaan	55
2.4.2.	Teori Komunikasi	58
	2.4.2.1 Komunikasi	58
2.4.3.	Teori Kompetensi	59
	2.4.3.1. Kompetensi	59
2.4.4.	Manfaat Hubungan	60
2.4.5.	Biaya Pemutusan Hubungan	61
2.4.6.	Teori Nilai Bersama	63
	2.4.6.1. Nilai Bersama	63
2.4.7.	Pengambilan Keputusan Ketidakpastian	64
2.4.8.	Teori Kerjasama	64
	2.4.8.1. Kerjasama	65
2.4.9.	Teori Orientasi Pasar	65

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2012



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

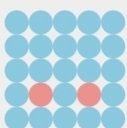
2.4.9.1. Orientasi Pasar	65
2.4.10. Penciptaan Nilai-Nilai	66
2.4.11. Performa Bisnis	67
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	68
BAB III. METODE PENELITIAN	72
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	72
3.2. Disain Penelitian	72
3.3. Ruang Lingkup	72
3.4. Metode Pengambilan Contoh	73
3.4.1. Penentuan Jumlah Sampel	73
3.4.2. Pengambilan Contoh	74
3.5. Metode Pengambilan Data	75
3.6. Deskripsi dan Pengukuran Variabel	76
3.6.1. Definisi dan Pengukuran Variabel	76
3.6.1.1. Variabel Laten Eksogen Komunikasi	77
3.6.1.2. Variabel Laten Eksogen Kompetensi	77
3.6.1.3. Variabel Laten Eksogen Manfaat Hubungan...	78
3.6.1.4. Variabel Laten Eksogen Biaya Pemutusan Hubungan.....	78
3.6.1.5. Variabel Laten Eksogen Penciptaan Nilai	79
3.6.1.6. Variabel Laten Eksogen Orientasi Pasar	79
3.6.1.7. Variabel Laten Endogen Kepercayaan	79
3.6.1.8. Variabel Laten Endogen Komitmen	80
3.6.1.9. Variabel Laten Eksogen Nilai Nilai Bersama..	80



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

3.6.1.10.	Variabel Laten Eksogen Ketidakpastian Pengambilan Keputusan	81
3.6.1.11.	Variabel Laten Eksogen Kerjasama	81
3.5.1.12.	Variabel Laten Eksogen Performa Bisnis.....	81
3.7.	Metode Analisis Data.....	82
3.7.1.	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	83
3.7.2.	Jenis dan Hubungan Antar Variabel	86
3.7.2.1.	Jenis Variabel.....	86
3.7.2.2.	Hubungan Antar Variabel	87
3.8.	Tahapan Pemodelan Dalam SEM	88
3.8.1.	Metode Kemungkinan Maksimum (ML)	94
3.8.2.	Metode Kuadrat Terkecil Umum (GLS)	94
3.8.3.	Metode Kuadrat Terkecil Tak Terboboti (ULS)	95
3.8.4.	Metode Kuadrat Terkecil Terboboti (WLS)	95
3.8.5.	<i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i>	96
BAB IV.	PROFILE RESPONDEN	98
4.1.	Profil Responden.....	98
4.1.1.	Jenis Usaha	98
4.1.2.	Jenis Kelamin dan Pendidikan	98
4.1.3.	Jenis Usaha dan Klasifikasi Rantai Pemasaran.....	100
4.1.4.	Pelaku Tata Niaga	102
4.1.5.	Komoditas Pertanian	102
4.2.	Struktur Pasar Komoditas Pertanian	102
4.2.1.	Tata Niaga Sayuran dan Buah-Buahan	103
4.2.1.1.	Sebuah Kerja Sama di Kampung Ciwidey	108

© Hak cipta milik IPB, tahun 2012



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

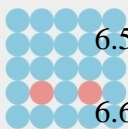
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

	4.2.2. Tata Niaga Ayam Potong	110
BAB V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	113
5.1.	Nilai-nilai Bersama (<i>Shared Value</i>)	113
5.2.	Biaya Pemutusan Hubungan (<i>Relationship Termination cost</i>)	117
5.3.	Manfaat Hubungan (<i>Relationship Benefit</i>).....	121
5.4.	Komitmen Hubungan (<i>Relationship Commitment</i>).....	124
5.5.	Komunikasi (<i>Communication</i>)	128
5.6.	Kompetensi (<i>Competency</i>)	132
5.7.	Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	135
5.8.	Kerjasama (<i>Cooperation</i>).....	138
5.9.	Pengambilan Keputusan Ketidakpastian (<i>Decision Making Uncertainty</i>)	140
5.10.	Penciptaan Nilai Hubungan (<i>Relationship Value Creation</i>)	142
5.11.	Orientasi Pasar (<i>Market Orientation</i>).....	145
5.12.	Performa Bisnis (<i>Business Performance</i>)	148
BAB VI.	MODEL STRUKTURAL PEMASARAN HUBUNGAN	151
6.1.	Komitmen (<i>Commitment</i>).....	152
6.2.	Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	153
6.3.	Nilai-nilai bersama (<i>shared value</i>).....	156
6.4.	Pengambilan Keputusan Ketidakpastian Dalam Bisnis (<i>Decision Making Uncertainty in Business</i>)	157
6.5.	Kerja sama dalam Bisnis (<i>Business Cooperation</i>)	158
6.6.	Performa Bisnis (<i>Business Performance</i>)	159
BAB VII.	IMPLIKASI MANAJERIAL	164
7.1.	Implikasi Manajerial terhadap Produsen, Petani, Peternak.....	165

Hak cipta milik IPB, tahun 2012



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

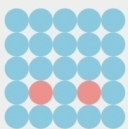
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2012



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

7.2.	Implikasi Manajerial terhadap Lembaga Terkait	167
7.3.	Implikasi Manajerial terhadap Sinergi Kebijakan.....	167
BAB VIII. KESIMPULAN DAN SARAN.....		170
8.1.	Kesimpulan	170
8.2.	Saran	170
DAFTAR PUSTAKA		173

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Jumlah Responden	75
2. Jenis Data dan Sumber Data dalam Penelitian	77
3. Ukuran Kriteria Kesesuaian Model	87
4. Jenis Kelamin Responden.....	101
5. Tingkat Pendidikan Responden	101
6. Jabatan Responden.....	102
7. Jenis Usaha dan Klasifikasi Rantai Pemasaran.....	102
8. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	103
9. Pelaku Tata Niaga yang terkait dalam Pemasaran Hubungan	104
10. Struktur Pasar Komoditas Pertanian	105
11. Persentase Tingkat Kesetujuan Indikator Nilai-nilai Bersama.....	116
12. Koefisien Konstruk Nilai-nilai Bersama.....	117
13. Persentase Tingkat Kesetujuan Indikator Biaya Pemutusan Hubungan....	120
14. Koefisien Konstruk Biaya Pemutusan Hubungan	122
15. Persentase Tingkat Kesetujuan Indikator Manfaat Hubungan	124
16. Koefisien Konstruk Manfaat Hubungan	125
17. Persentase Tingkat Kesetujuan Indikator Komitmen Hubungan.....	127
18. Koefisien Konstruk Komitmen Hubungan	128
19. Persentase Tingkat Kesetujuan Indikator Komunikasi.....	132
20. Koefisien Konstruk Komunikasi	134
21. Persentase Tingkat Kesetujuan Indikator Kompetensi	135
22. Koefisien Konstruk Kompetensi.....	137

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2012



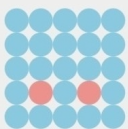
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IPB, tahun 2012



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

23. Persentase Kesetujuan Indikator Kepercayaan	138
24. Koefisien Konstruk Kepercayaan	139
25. Persentase Kesetujuan Indikator Kerjasama.....	140
26. Koefisien Konstruk Kerjasama.....	141
27. Persentase Kesetujuan Indikator Keputusan Ketidakpastian.....	147
28. Koefisien Konstruk Pengambilan Keputusan Ketidakpastian	144
29. Persentase Kesetujuan Indikator Penciptaan Nilai-nilai Hubungan	145
30. Koefisien Konstruk Penciptaan Nilai-nilai Hubungan	146
31. Persentase Kesetujuan Indikator Orientasi Pasar.....	148
32. Koefisien Konstruk Orientasi Pasar	149
33. Persentase Kesetujuan Indikator Performa Bisnis	151
34. Koefisien Konstruk Performa Bisnis	151

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Empat Konsep Pemasaran	16
2. Konsep Orientasi Pasar dan Diterminasi Sukses Bisnis	32
3. Model Perilaku Pembeli Bisnis	42
4. Saluran Pemasaran.....	45
5. Hubungan antara Komitmen dan Kepercayaan	46
6. Model Konseptual Penelitian.....	69
7. Kerangka Penentuan Contoh	76
8. Tahapan Analisis Data.....	84
9. Model Konseptual	85
10. Model Lintasan	85
11. Diagram Alir Pemodelan dengan SEM	90
12. Jenis Usaha Responden.....	100
13. Rantai Tataniaga Sayuran dan Buah.....	106
14. Rantai Tataniaga Ayam Potong	113
15. Konstruksi Nilai-nilai Bersama	117
16. Konstruksi Biaya Pemutusan Hubungan	121
17. Konstruksi Manfaat Hubungan.....	125
18. Konstruksi Komitmen Hubungan.....	128
19. Konstruksi Komunikasi	133
20. Konstruksi Kompetensi	137
21. Konstruksi Kepercayaan.....	139
22. Konstruksi Kerja sama	141

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi IPB, tahun 2012



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

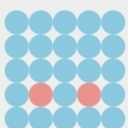
NMB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2012



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

23. Konstruk Pengambilan keputusan ketidakpastian	143
24. Konstruk Penciptaan Nilai-nilai Hubungan	146
25. Konstruk Orientasi Pasar	149
26. Konstruk Performa Bisnis.....	151
27. Koefisien Model Persamaan Struktural Pemasaran Hubungan	153
28. Tahapan Pembangunan Hubungan	164

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

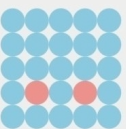
DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner	182



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2012



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.