

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PETERNAK SAPI
PERAH DALAM MEMILIH TEMPAT MENJUAL SUSU SEGAR
DI JAWA TENGAH**

INTISARI

Abidah Thorifatut Alya
22/502357/PPT/01224

Usaha peternakan sapi perah merupakan salah satu usaha peternakan yang berperan dalam perekonomian masyarakat. Peternak sapi perah di Indonesia memiliki banyak alternatif tempat menjual susu segar. Peternak sapi perah memilih tempat menjual susu sesuai dengan kriteria yang mereka miliki. Oleh karena itu peternak sapi perah melakukan pengambilan keputusan terkait tempat menjual susu segar. Pengambilan keputusan peternak dalam menentukan tempat menjual susu segar didasarkan pada teori partisipasi pasar produsen tentang maksimalisasi utilitas. Peternak memilih tempat tertentu jika utilitas yang diharapkan diperoleh dengan menjual melalui saluran yang dipilih lebih besar dibandingkan tempat lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik peternak sapi perah di Provinsi Jawa Tengah, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan peternak dalam menentukan tempat penjualan susu segar, dan menentukan aspek prioritas dalam keputusan tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dari 238 peternak sapi perah di Provinsi Jawa Tengah. Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*, dengan kriteria responden adalah peternak yang telah memasuki usia kerja, yaitu 15 tahun ke atas. Analisis deskriptif *crosstab* digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik peternak sapi perah di Jawa Tengah. Hasil analisis Regresi logistik multinomial menunjukkan bahwa umur, harga, jumlah penjualan susu, dan keaktifan dalam kelompok ternak mempengaruhi keputusan peternak dalam memilih tempat menjual susu. Analisis Hirarki Proses (AHP) digunakan untuk menentukan aspek prioritas dalam pemilihan tempat penjualan susu segar. Kriteria prioritas bagi peternak sapi perah di Jawa Tengah dalam menentukan tempat penjualan susu segar secara berurutan adalah periode pembayaran, harga, jarak, akses, transportasi, fasilitas, dan metode pembayaran. Alternatif prioritas tempat penjualan susu segar di Jawa Tengah secara berurutan adalah konsumen, KUD/koperasi, pedagang pengumpul/loper, TPS/*Home industry*, dan pedagang pengecer.

Kata Kunci : Peternak sapi perah, Pengambilan keputusan, Tempat menjual susu, Regresi multinomial, AHP.

**FACTORS INFLUENCING DAIRY CATTLE FARMERS' DECISIONS IN
CHOOSING A MILK MARKET IN CENTRAL JAVA**

ABSTRACT

Abidah Thorifatut Alya
22/502357/PPT/01224

Dairy farming is one of the agricultural sectors that plays a significant role in the community's economy. Dairy farmers in Indonesia have many alternatives for the milk market. They choose their milk market based on specific criteria. Therefore, dairy farmers make decisions regarding the milk market. Farmers' decision making in determining where to sell fresh milk is based on the producer market participation theory of utility maximization. Farmers choose certain places if the expected utility obtained by selling through the chosen channel is greater than other places. This study aims to identify the characteristics of dairy farmers in Central Java Province, analyze the factors influencing their decision-making in choosing a milk market, and determine the priority aspects in these decisions. The research was conducted by collecting data through questionnaires from 238 dairy farmers in Central Java Province. Sampling was done using purposive sampling, with the criterion that respondents were farmers of working age, i.e., 15 years and above. Descriptive crosstab analysis was used to identify the characteristics of dairy farmers in Central Java. The results of the multinomial logistic regression analysis showed that age, price, sales volume, and active participation in livestock groups influence farmers' decisions in choosing a milk market. The Analytical Hierarchy Process (AHP) was used to determine the priority aspects in selecting a milk market. The priority criteria for dairy farmers in Central Java in determining their milk market are, in order, payment period, price, distance, access, transportation, facilities, and payment method. The priority alternatives for the milk market in Central Java are, in order, consumers, cooperatives, milk aggregator, milk processing industries/home industries, and retailers.

Keywords : Dairy farmers, Decision making, Milk market, multinomial regression, AHP.