

**ANALISIS FAKTOR PENENTU PENGAMBILAN KEPUTUSAN
TERHADAP PENJUALAN BERAS PETANI (KELOMPOK TANI
DI KABUPATEN BANTUL, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)**

Maya Candra Yunita¹, Pujo Saroyo², Dyah Ismoyowati²

INTISARI

Di banyak wilayah ada dua jalur pemasaran dalam tata niaga beras, yaitu swasta dan pemerintah (Perum Bulog). Kondisi harga gabah dan beras saat panen raya jatuh menjadi sangat murah karena jumlahnya yang berlimpah sehingga merugikan petani sebagai produsen. Perum Bulog bertugas membeli beras dari petani, namun penyerapan beras setiap tahunnya masih belum mencapai target yang ditetapkan karena adanya dugaan petani di Bantul cenderung menjual berasnya ke pedagang pengumpul (swasta) daripada ke Perum Bulog. Untuk dapat meningkatkan serapan berasnya maka perlu dilakukan analisis faktor penentu pengambilan keputusan penjualan beras yang bertujuan untuk : mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi dasar penentuan pengambilan keputusan penjualan beras petani dalam kelompok tani di Kabupaten Bantul, serta memberikan rekomendasi untuk mencapai *win-win solution* antara petani sebagai produsen dan pihak swasta/pemerintah sebagai konsumen.

Penelitian dilakukan terhadap 20 petani perwakilan Kelompok Tani/Gapoktan melalui teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Data dianalisis secara deskriptif terhadap kriteria-kriteria penentu pengambilan keputusan penjualan beras. Metode yang digunakan adalah *Analytical Network Process* (ANP) untuk mengetahui kriteria dan alternatif mana yang paling diprioritaskan petani.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 11 kriteria faktor yang menentukan keputusan penjualan beras petani di Bantul. Kriteria yang paling diprioritaskan oleh petani adalah layanan cepat tanggap dengan bobot 0,237, kemudahan proses penjualan dengan bobot 0,228, dan kemudahan transaksi pembayaran dengan bobot 0,191. Berdasarkan perhitungan kriteria kualitatif dan kuantitatif, pembeli yang menjadi prioritas pertama adalah pedagang pengumpul dan Perum Bulog sebagai prioritas kedua. Rekomendasi yang diberikan untuk meningkatkan serapan beras Perum Bulog adalah dengan meningkatkan layanan cepat tanggap dan komunikasi, mempermudah prosedur penjualan beras serta mengurangi jumlah minimum beras yang harus dijual per bulan.

Kata kunci : Pengambilan keputusan, *Analytical Network Process*, Beras, Penjualan

¹ Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, UGM

² Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, UGM

**DECISION MAKING ANALYSIS OF FARMERS RICE SELLING
(FARMERS GROUP IN DISTRICT BANTUL, SPECIAL REGION OF
YOGYAKARTA)**

Maya Candra Yunita¹, Pujo Saroyo², Dyah Ismoyowati²

ABSTRACT

In many areas there are two marketing channels in the marketing of rice, the private sector and government (Bulog). The price of grain and rice during the harvest will become very cheap because the amount is abundant so it is inflict a financial loss to farmers as producers. Bulog has a duty to buy rice from farmers. However, the rice uptake by Bulog has yet to reach the target, because farmers in Bantul tend to sell rice to the collectors than to Bulog. In order to increase the rice uptake it is necessary to analyze the decision making of farmers rice selling to identify and analyze what factors are considered by farmers in the decision making of rice selling in district Bantul and provide recommendations to achieving a win-win solution among farmers as producers and the private sector also government as a consumers.

The research was conducted against 20 farmers representatives of farmers group through purposive sampling and snowball sampling. Data were analyzed descriptively on decision making criterias. The method used is Analytic Network Process (ANP) to determine which criteria and alternative is most prioritized by farmers.

The result shows that there are 11 criterias considered by farmers in Bantul. The most prioritized criteria for farmers is responsiveness with a weight of 0.237, ease of sales process with a weight of 0.228, and ease of payment transactions with a weight of 0.191. Based on qualitative and quantitative criteria, buyers are becoming the first priority is the collectors from the private sector and the second priority is Bulog. Recommendations are given to improve the rice uptake of Bulog is to improve the responsiveness and communication service, simplify the procedure of rice selling as well as reducing the minimum amount of rice to be sold per month.

Keywords : Decision making, Analytical Network Process, Rice, Selling

¹ Undergraduate Student of Department of Agro-Industrial Tecnology, Faculty of Agriculture Technology, UGM

² Lecturer of Department of Agro-Industrial Tecnology, Faculty of Agriculture Technology, UGM