HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan para petani untuk budidaya tanaman sawit (studi kasus di desa tanjung agung)
Nama Mahasiswa	:	Puji Aswan
NPM	:	202041008
Fakultas	:	Ekonomi
Program Studi	:	Manajemen

Tim Penguji Skripsi :

Pembimbing

Yuliansyah, S.Kom.,M,M
NIDN : 11.23.0391.02

Penguji I

Ika Niswatin Budiarti, S.Psi.,M.M
NIDN : 11.080189.03

Penguji II

Dedik Wiryawan, S.T., M.M
NIDN : 11.191179.01

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak
NIDN : 11.050573.02

Ketua Jurusan Manajemen

Dedik Wiryawan, S.T., M.M
NIDN : 11.191179.01

ii

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa yang berjudul :

FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PARA PETANI UNTUK BUDIDAYA TANAMAN SAWIT (STUDI KASUS DI DESA TANJUNG AGUNG)

Disusun oleh Puji Aswan. NPM 202041008

Telah disetujui dan dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 31 Juli 2024

TIM PENGUJI

Pembimbing : **Yuliansyah, S.Kom.,M.M**
NIDN : 11.23.0391.02 .....

Penguji 1 : **Ika Niswatin Budiarti, S.Psi.,M.M**
NIDN : 11.080189.03 .....

Penguji 2 : **Dedik Wiryawan, S.T., M.M**
NIDN : 11.191179.01 .....

Universitas Kaltara	**Universitas Kaltara**
Program Sarjana	**Program Sarjana**
Dekan Fakultas Ekonomi	**Ketua Jurusan**
Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak	**Dedik Wiryawan, S.T., M.M**
NIDN : 11.050573.02	NIDN : 11.191179.01

iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tanjung Selor , 31 Juli 2024

Mahasiswa,

Puji Aswan

iv

RIWAYAT HIDUP

Puji Aswan, lahir pada 01 Oktober 2001 di Salimbatu, Kalimantan Utara. Merupakan putra ke-1 dari Bapak Sabran dan Ibu Ermawati. Memulai pendidikan tingkat dasar di Sekolah Dasar (SD) Negri 001 Salimbatu, dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama melanjutkan lagi di SMP Negri 1 Tanjung Palas Tengah dan lulus pada tahun 2017. Setelah itu melanjutkan ke jenjang pendidikan SMA Salimbatu, dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2019.

Pada tahun 2020 Melanjutkan Pendidikan Akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara di Tanjung Selor dengan memilih progam studi Manajemen Fakultas Ekonomi.

Tanjung Selor, 31 Juli 2024

Mahasiswa,

Puji Aswan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirrobbil al amin segala puji dan syukur Penulis haturkan atas kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.

"Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga."

(HR. Muslim)

Akan ada hari sulit untuk membuatmu menjadi lebih kuat

Skirpsi ini saya persembahkan kepada :

Ayah dan Ibu saya yang selalu memberikan ketenangan, kenyamanan, motivasi, doa terbaik, dan menyisihkan finansialnya, sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya. Kalian sangat berarti bagi saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua serta tidak lupa kepada Orang tua, saudara-saudara saya, atas doa, bimbingan, serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini. sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan Para Petani Untuk Budidaya Tanaman Sawit**". Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kaltara.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Didi Adriansyah, S.T.P.,M.M selaku Rektor Universitas Kaltara Tanjung Selor.
2. Ibu Dewi Qomariah Imelda, S.E.,M.M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara
3. Bapak Dedik Wiryawan.ST.,M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
4. Bapak Yuliansyah, S.Kom., M.M. selaku Dosen Pembimbing saya yang selalu membimbing dan mengawal saya sampai tahap ini.
5. Segenap Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara yang telah mengajar saya dari awal perkuliahan hingga sampai pada tahap ini.

6. Keluarga besar Fakultas Ekonomi, khususnya teman-teman seperjuangan saya di Jurusan Manajemen “2020”, atas semua dukungan, semangat, serta kerjasamanya.

Kami menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Tanjung Selor, 31 Juli 2024

Mahasiswa,

Puji Aswan

FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PARA PETANI UNTUK BUDIDAYA TANAMAN SAWIT (STUDI KASUS DI DESA TANJUNG AGUNG)

Puji Aswan
Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara
pujiaswan96@gmail.com

ABSTRAK

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan para petani untuk budidaya tanaman sawit (studi kasus di desa tanjung agung) dibawah bimbingan Bapak Yuliansyah, S.Kom, M.M .

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Harga jual, akses pasar, distribusi, penghasilan yang diterima, keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi dan kesejahteraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan para petani di Desa Tanjung Agung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Poupulasi dalam penelitian ini adalah petani sawit swadaya di Desa Tanjung Agung. Jumlah responden yang diteliti adalah sebanyak 109 responden. Pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner, teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian adalah software SEM AMOS 23.

Hasil penelitian ini adalah, ditemukan bahwa dimensi harga jual berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan terlihat dari P-*value* sebesar 0,352 > 0,05, dimensi akses pasar berpengaruh positif tidak signifikan dengan nilai P-*value* sebesar 0,821 > 0,05, dimensi distribusi berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai P-*value* sebesar 0,026 < 0,05, dimensi penghasilan yang diterima berpengaruh positif tidak signifikan dengan nilai P-*value* sebesar 0,819 > 0,05, dimensi keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi berpengaruh positif tidak signifikan dengan nilai P-*value* sebesar 0,861 > 0,05, dimensi kesejahteraan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dengan nilai P-*value* sebesar 0,625 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi harga jual (H_1), Akses Pasar (H_2), penghasilan yang diterima (H_4), keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi (H_5), kesejahteraan (H_6) ditolak dan H_0 diterima. Sementara H_3 yaitu dimensi distribusi diterima dan H_0 ditolak. Yang berarti bahwa Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan petani sawit swadaya di Desa Tanjung Agung.

Kata Kunci: Faktor-Faktor, Kelapa Sawit Swadaya, dan Pengambilan Keputusan.

FACTORS THAT INFLUENCE FARMERS' DECISION MAKING FOR CULTIVATION OF OIL PALM CROPS (CASE STUDY IN TANJUNG AGUNG VILLAGE)

Puji Aswan
Faculty of Economics, University of North Kalimantan
pujiaswan96@gmail.com

ABSTRACT

Factors that influence farmers' decision making for cultivation of oil palm (case study in Tanjung Agung Village) under the guidance of Mr. Yuliansyah, S.Kom, M.M.

The purpose of this study was to determine whether selling price, market access, distribution, income received, desire to earn high income and welfare have a positive and significant effect on farmers' decision making in Tanjung Agung Village. The method used is a quantitative method. The population in this study were independent oil palm farmers in Tanjung Agung Village. The number of respondents studied was 109 respondents. Data collection in the form of distributing questionnaires, the data analysis technique used in the study is SEM AMOS 23 software.

The results of this study are, it was found that the selling price dimension has a positive but insignificant effect on decision making as seen from the P-value of 0.352> 0.05, the market access dimension has a positive but insignificant effect with a P-value of 0.821> 0.05, the distribution dimension has a positive and significant effect with a P-value of 0.026 <0.05, the income received dimension has a positive but insignificant effect with a P-value of 0.819> 0.05, the desire to earn high income has a positive but insignificant effect with a P-value of 0.861> 0.05, the welfare dimension does not affect decision making with a P-value of 0.625> 0.05. So it can be concluded that the dimensions of selling price (H_1), Market Access (H_2), income received (H_4), desire to earn high income (H_5), welfare (H_6) are rejected and H0 is accepted. While H_3, the distribution dimension is accepted and H0 is rejected. Which means that Distribution has a positive and significant effect on the decision making of independent oil palm farmers in Tanjung Agung Village.

Keywords: Factors, Independent Oil Palm, and Decision Making.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI ..... Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **iv**
RIWAYAT HIDUP ..... **v**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penilitian 8
1.4 Manfaat Penelitian 9
BAB II KAJIAN PUSTAKA **11**
2.1 Landasan Teori 11
2.1.1 Pemasaran 11
2.1.2 Ruang Lingkup Pemasaran 13
2.1.3 Konsep Inti Pemasaran 16
2.1.4 Pengambilan Keputusan dalam Pemasaran 19
2.1.2 Kelapa Sawit 20
2.1.3 Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat (smallholder) 21
2.1.4 Petani 22
2.1.5 Teori Pengambilan Keputusan 23
2.1.6 Harga Jual 36
2.1.7 Akses Pasar 37
2.1.8 Distribusi 38
2.1.9 Penghasilan 38
2.1.10 Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi 40

2.1.11 Kesejahteraan 40
2.2 Penelitian Empiris Sebelumnya 41
2.3 Hubungan Antar Variabel Dan Hipotesa 49
2.3.1 Hubungan Harga jual Dengan Pengambilan Keputusan 49
2.3.2 Hubungan Akses Pasar Terhadap Pengambilan Keputusan 49
2.3.3 Hubungan Distribusi Terhadap Pengambilan Keputusan 50
2.3.4 Hubungan Penghasilan Yang Diterima Terhadap Pengambilan Keputusan 50
2.3.5 Hubungan Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi Terhadap Pengambilan keputusan 51
2.3.6 Hubungan Keinginan Untuk Hidup Sejahtera Terhadap Pengambilan Keputusan. 51
2.4 Dimensional Variabel 52
2.4.1 Dimensional Variabel Harga Jual 52
2.4.2 Dimensional Variabel Akses Pasar 53
2.4.3 Dimensional Variabel Distribusi 53
2.4.4 Dimensional Variabel Penghasilan Yang Diterima 54
2.4.5 Dimensional Variabel Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi 54
2.4.6 Dimensional Variabel Keinginan Untuk Hidup Sejahtera 55
2.5 Kerangka Konseptual 55
BAB III METODE PENELITIAN 59
3.1 Jenis Penelitian 59
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 59
3.3 Populasi dan Sampel 60
3.4 Sumber Data 61
3.5 Metode Pengumpulan Data 62
3.6 Definisi Operasional Variabel 63
3.7 Instrumen Penelitian 64
3.7.1 Alat Analisis 65
3.7.2 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) 66
3.7.3 Uji Reliability 67
3.8 Metode Analisis Data 67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 78
4.1 Gambaran umum objek penelitian 78

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 80
4.2.1 Model Pengukuran CFA 80
4.2.2 Uji Reliabilitas 85
4.3 Hasil pengujian analisis SEM 86
4.2.3 Normalitas 86
4.2.4 Outlier..... 86
4.4 Identifikasi Model Struktural 87
4.5 Goodness of fit model 88
4.6 Analisis Jalur 89
4.7 Pengujian Hipotesis 91
4.7.1 Hipotesis I : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga Jual (X1) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) 91
4.7.2 Hipotesis II : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Akses Pasar (X2) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) 91
4.7.3 Hipotesis III : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Distribusi (X3) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) 91
4.7.4 Hipotesis IV : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Penghasilan Yang Diterima (X5) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) 92
4.7.5 Hipotesis V : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi (X6) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) 92
4.7.6 Hipotesis VI : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kesejahteraan (X7) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) 93
4.8 Pembahasan Hipotesis 93
4.8.1 Pengaruh Harga Jual terhadap Pengambilan Keputusan 93
4.8.2 Pengaruh Akses Pasar terhadap Pengambilan keputusan 94
4.8.3 Pengaruh Distribusi terhadap Pengambilan Keputusan 95
4.8.4 Pengaruh Penghasilan Yang Diterima Terhadap Pengambilan Keputusan .. 96
4.8.5 Pengaruh Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi Terhadap Pengambilan Keputusan 97
4.8.6 Pengaruh Kesejahteraan Terhadap Pengambilan Keputusan 98
4.9 Koefisien Determinasi 98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 99
DAFTAR PUSTAKA 103

3.8.1 Teknik Analisis dan uji hipotesis 67
Lampiran..... 105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 4
Tabel 2.1 42
Tabel 3.1 60
Tabel 3.2 63
Tabel 3.3 69
Tabel 4.1 74
Tabel 4.2 80
Tabel 4.3 82
Tabel 4.4 86
Tabel 4.5 88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 43
Gambar 2.2 44
Gambar 2.3 44
Gambar 2.4 45
Gambar 2.5 45
Gambar 2.6 46
Gambar 2.7 47
Gambar 2.8 47
Gambar 2.9 48
Gambar 4.1 82

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang strategis dan berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat, terutama dalam sumbangan terhadap PDB, Penyedia lapangan kerja dan penyediaan pangan dalam negeri. Pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia mengahasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidup. Oleh karenanya sektor pertanian adalah sektor yang paling dasar dalam perekonomian yang merupakan penopang kehidupan produksi sektor-sektor lainnya seperti subsektor perikanan, subsektor perkebunan, subsektor perternakan (Julius r latumaresa, 2015).

Sektor pertanian juga memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian indonesia, peran tersebut antara lain adalah (1) Kontribusi terhadap PDB: Sektor pertanian menyumbang 12,4% terhadap PDB pada tahun 2022, Sementara pada tahun 2023 lapangan usaha utama yang memberikan kontribusi besar terhadap PDB salah satunya sektor pertanian, dimana pertumbuhannya mencapai 1,30% dan distribusinya sebesar 11,53% (Badan Pusat Statistik, 2024) dengan kontribusi berasal dari berbagai sub sektor seperti tanaman perkebunan, perikanan, tanaman pangan, peternakan, tanaman hortikultura, kehutanan, dan jasa pertanian. (2) Jumlah Usaha Pertanian: Jumlah Usaha Pertanian Perorangan mengalami

penurunan menjadi 29.342.202 unit, sementara Jumlah Rumah Tangga Usaha Pertanian meningkat menjadi 28.419.398 rumah tangga pada tahun 2024 (Badan Pusat Statistik, 2024).

Salah satu subsektor pertanian adalah perkebunan. Ada dua jenis dalam pengusahaan perkebenunan yang salah satunya adalah perkebunan rakyat dan perkebunan besar, Perkebunan rakyat adalah perkebunan yang diolah rakyat atau pekebunan yang dikelompokkan dalam usaha kecil tanaman perkebunan rakyat, dan usaha rumah tangga perkebunan rakyat (Dheva Sari Silaban dan Saharuddin, 2015). Dengan ciri-ciri Luas tanahnya kecil, kurang lebih 2 hektare dan maksimal 25 hektare di atas tanah milik pribadiatau tanah adat, Lokasinya tersebar menurut wilayah penyebaran penduduknya, Menggunakan teknologi sederhana dan tradisional. Memiliki kelemahan pada permodalan, pemasaran, dan kualitas produksinya. Perkebunan Besar adalah perkebunan yang diselenggarakan atau dikelola secara komersial oleh perusahaan yang berbadan hukum. Perkebunan besar terdiri dari Perkebunan Besar Negara (PBS/PTP/PNP) dan Perkebunan Besar Swasta Nasional/Asing (PBS) (Widhi Luthfi, 2017). Ciri-cirinya yakni penggunaan mesin modern, aspek permodalan cukup besar, areal perkebunan cukup luas, dan banyak menggunakan tenaga kerja.

Kelapa sawit termasuk tumbuhan yang digunakan dalam usaha bahan pertanian komersial untuk produksi minyak sawit. Kelapa sawit digunakan sebagai bahan baku penghasil minyak industri, masak, maupun bahan bakar. Kelapa sawit ini memiliki peranan yang penting dalam industri minyak yaitu dapat menggantikan kelapa sebagai sumber bahan bakunya. Perkebunannya menghasilkan keuntungan

yang besar sehingga banyak hutan yang dikonversi menjadi perkebunan kelapa sawit.

Indonesia adalah penghasil minyak kelapa sawit nomor satu terbesar di dunia mengalahkan Malaysia. Dari 64 juta ton produksi sawit dunia, Indonesia menyumbang lebih dari setengahnya yaitu 35 juta ton atau 54 persen dari produksi minyak sawit dunia. Di Indonesia penyebarannya di daerah Provinsi Jambi, Kalimantan Barat, Kalimantan Timur, Sumatera Selatan, Sumatera Utara, Kalimantan Tengah, dan Riau.

Menurut laporan Statistik Indonesia terbaru, volume ekspor minyak kelapa sawit nasional meningkat pada 2023, tapi nilai ekspornya turun. Sepanjang 2023 volume ekspor minyak sawit Indonesia naik 4,84% *(year-on-year/yoy)* menjadi sekitar 27,5 juta ton. Angka ini merupakan yang tertinggi sejak pandemi 2020.

Di Provinsi Kalimantan Utara yang merupakan sebuah Provinsi di Indonesia yang terletak di bagian Utara Pulau Kalimantan yang berbatasan langsung dengan Negara tetangga Malaysia, yaitu Negara Bagian Sabah dan Sarawak. Saat ini, wilayah Kalimantan Utara dibagi menjadi 5 wilayah, yang terdiri dari 1 Kota dan 4 Kabupaten, salah satunya adalah Kabupaten Bulungan.

Tabel 1.1

Luas Areal dan Produksi Kelapa Sawit Menurut Provinsi dan Status Pengusahaan Tahun 2023)**

No.	Provinsi / *Province*	Perkebunan Rakyat / *Smallholders*		Perkebunan Negara / *Government Estate*		Perkebunan Swasta / *Private Estate*		Luas Akan Dikonfirmasi (LAD)	Jumlah / *Total*	
		Luas / *Areal* (Ha)	Produksi / *Production* (Ton)	Luas / *Areal* (Ha)	Produksi / *Production* (Ton)	Luas / *Areal* (Ha)	Produksi / *Production* (Ton)		Luas / *Areal* (Ha)	Produksi / *Production* (Ton)
1.	KALIMANTAN BARAT	547.017	1.577.975	28.735	46.815	1.480.212	4.380.203	(226.430)	1.829.533	6.004.993
2.	KALIMANTAN TENGAH	396.388	970.470	-	-	1.476.047	7.961.115	165.270	2.037.705	8.931.585
3.	KALIMANTAN SELATAN	111.649	262.617	5.514	15.053	333.542	1.089.312	65.327	516.033	1.366.982
4.	KALIMANTAN TIMUR	258.526	576.781	16.435	32.138	1.149.090	3.373.804	(102.359)	1.321.692	3.982.723
5.	KALIMANTAN UTARA	38.933	67.061	-	-	196.490	518.806	42.182	277.605	585.867
	KALIMANTAN	**1.352.514**	**3.454.905**	**50.684**	**94.006**	**4.635.380**	**17.323.240**	**(56.010)**	**5.982.568**	**20.872.150**

Sumber : Dinas Pertanian, 2024.

Berdasarkan tabel 1.1 Provinsi Kalimantan Utara, dengan sektor perkebunan yang signifikan, turut berkontribusi terhadap PDRB provinsi. Dengan luasan lebih dari 277.605 hektar perkebunan kelapa sawit dan 20 pabrik pengolahan yang tersebar di empat kabupaten, yaitu Bulungan, Nunukan, Malinau, dan Tana Tidung. Hal ini menunjukkan prospek cerah bagi Kalimantan Utara dalam pengembangan sektor perkebunan. Pada tahun 2023, perkebunan kelapa sawit di Kalimantan Utara menghasilkan lebih dari 585.867 ton kelapa sawit. Data tersebut diprediksi akan terus meningkat mengingat peningkatan luas lahan perkebunan setiap tahunnya. Dalam konteks yang geografisnya kaya akan lahan perkebunan kelapa sawit, seperti yang tergambar dari kontribusi sektor perkebunan sawit terhadap PDRB yang signifikan di wilayah Bulungan, Nunukan, Malinau, dan Tanah Tidung, fenomena masyarakat petani menjadi semakin menarik untuk dipelajari. Dengan luasan perkebunan yang terus berkembang serta jumlah pabrik pengolahan yang tersebar

di empat kabupaten tersebut, para petani di wilayah ini dihadapkan pada berbagai pilihan dalam pengambilan keputusan terkait budidaya tanaman. Antara lain, apakah mereka akan memilih untuk tetap fokus pada budidaya kelapa sawit, mengalihkan perhatian ke tanaman lain yang memiliki prospek yang sama menjanjikan. Dalam konteks ini, faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan para petani menjadi semakin penting untuk dipahami, termasuk faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Fenomena ini mencerminkan dinamika kompleks dalam interaksi antara masyarakat petani dan lingkungan ekonomi lokal, yang memberikan landasan yang kuat untuk penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan para petani dalam budidaya tanaman sawit

Kabupaten Bulungan yang merupakan salah satu 5 wilayah Administrasi Kalimantan Utara memiliki beberapa sektor ekonomi unggulan diantaranya sektor pertanian sehingga dapat meningkatkan pendapatan di daerah tersebut. Pada sektor ekonomi yang menjadi perhatian adalah perkebunannya yang dapat dikatakan sebagai penghasil terbesar di Kabupaten Bulungan. perkebunan kelapa sawit saat ini menjadi salah satu usaha yang mendominasi di Kabupaten Bulungan. Hal tersebut dilihat banyaknya perusahaan kelapa sawit yang menanam dengan luasan hingga ribuan hektare. terdapat 20 perusahaan kebun di Bulungan dan 7 Perusahaan Kelapa Sawit yang menghasilkan *Crude Palm Oil (CPO)* dengan kapasitas 26.000 ton per bulannya. Sementara pada tahun 2023 luas areal dan produksi kelapa sawit perkebumam rakyat mengalami peningkatan dalam segi produksi dan penurunan pada umlah petani yang tidak terlalu signifikan. Menandakan bahwa minat petani dalam membudidayakan tanaman sawit masih cukup besar (Dinas Pertanian, 2024).

Desa Tanjung Agung adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tanjung Palas Timur, Kabupaten Bulungan. Desa ini bependuduk sejumlah 1.462 Jiwa, dengan sebagian besar masyarakatnya menggeluti sektor pertanian sebagai komoditas utama. Mulai dari padi, jagung, sayur-mayur, kakao, buah-buahan dan sawit. Sementara sisanya bekerja di perusahaan tambang, UMKM, dan usaha lainnya. Dengan perkebunan sawit menjadi komoditas terbesar, masyarakat sudah mulai melakukan usaha tani tanaman sawit sejak tahun 2007, dengan total luas lahan sawit sebesar 100 hektar. Saat ini sudah terdapat dua kelompok tani yaitu semoga jaya dan sipatuo dengan jumlah keluarga petani sebanyak 150 kepala keluarga yang semuanya merupakan petani sawit mandiri.

Desa Tanjung Agung merupakan salah satu wilayah sentra perkebunan sawit di Kabupaten Bulungan. Petani sawit di desa ini menghadapi berbagai tantangan dalam budidaya sawit swadaya, terutama terkait biaya produksi dan akses pasar. Biaya produksi utama bagi petani sawit adalah pupuk, dengan harga satu sak pupuk non-subsidi mencapai 300-500 ribu rupiah, dengan merek urea dan TSP. Untuk satu hektar kebun sawit, diperlukan 4 hingga 5 sak pupuk dengan frekuensi pemupukan 2-3 kali per tahun. Hal ini menjadi beban finansial yang signifikan bagi para petani.

Sementara itu, Harga jual sawit di pasaran berkisar antara 1.000 hingga 2.250 rupiah per kilogram, tergantung pada kondisi pasar dan kesepakatan dengan tengkulak. Dalam satu kali panen, petani sawit di Desa Tanjung Agung dapat menghasilkan 700-800 kg hingga 1 ton sawit, tergantung pada luas lahan yang dimiliki, yang rata-rata berkisar antara 1-3 hektar dimana dalam 1 hektar lahan dibutuhkan 120-125 bibit sawit. Panen bisa dilakukan dua kali per bulan untuk tanaman sawit berumur 5-9 tahun.

Pemerintah juga berupaya memberikan bantuan berupa bibit sawit kepada petani yang memiliki lahan maksimal 2 hektar. Hingga kini, sekitar 100 kepala keluarga telah menerima bantuan ini. Petani lainnya membuat bibit sendiri atau membeli dari merek seperti Lonsum, Kostarika, dan PPKS Medan.

Akses pasar di desa ini terbuka dengan sedikit hambatan, karena petani biasanya menjual langsung ke tengkulak. Untuk menjual ke perusahaan, diperlukan Surat Perjanjian Kerjasama (SPK). Distribusi hasil panen biasanya menggunakan kendaraan pribadi atau diangkut oleh tengkulak. Harga jual bervariasi : 1.000 rupiah per kilogram jika tengkulak yang mengangkut, dan 1.900-2.000 rupiah per kilogram jika diantar oleh petani.

Sementara untuk Kualitas produk sawit tergantung pada kemampuan petani dalam menyediakan pupuk. Beberapa petani mampu menjaga kualitas tinggi, sementara yang lain terkendala oleh biaya pupuk, sehingga kualitas produk mereka menurun. Namun, beberapa petani merasa bahwa buah sawit mereka masih bisa bersaing dengan perusahaan besar.

Untuk Penghasilan dan Kesejahteraan, penghasilan petani sawit di Desa Tanjung Agung berkisar antara 1.000.000 hingga 3.000.000 rupiah per panen. Bagi petani yang menjadikan sawit sebagai pekerjaan utama, penghasilan ini cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga mereka mulai dari biaya pendidikan, kebutuhan rumah tangga, biaya kesehatan serta kebutuhan tersier seperti perhiasan dan produk lainnya. Budidaya sawit memberikan prospek pendapatan yang lebih baik dibandingkan pekerjaan lainnya jika dilihat dari jenis kepemilikan yang dimana semuanya dikendalikan secara mandiri, serta berpotensi meningkatkan kesejahteraan dan memenuhi kebutuhan psikologis para petani.

Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan Para Petani Untuk Budidaya Tanaman Sawit (Studi Kasus Desa Tanjung Agung)".**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga jual berpengaruh terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit?
2. Apakah akses pasar berpengaruh terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit?
3. Apakah distribusi berpengaruh terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit?
4. Apakah penghasilan yang diterima berpengaruh terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit?
5. Apakah keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi berpengaruh terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit?
6. Apakah keinginan untuk hidup sejahtera berpengaruh terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit?

1.3 Tujuan Penilitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga jual terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akses pasar terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh distribusi terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penghasilan yang diterima terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keinginan untuk hidup sejahtera terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak penulis tentang faktor yang mempengaruhi keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit.

2. Bagi Pembaca

   Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca sebagai masukan dan informasi mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan refrensi bagi penelitian selanjutnya mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pemasaran

Pada umumnya banyak orang yang menyatakan bahwa konsep pemasaran sama dengan konsep penjualan atau promosi/periklanan. Padahal pada dasarnya penjualan dan promosi/periklanan hanyalah bagian kecil dari pemasaran. Perlu dipahami dalam arti yang lebih luas, defenisi pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Menurut American Marketing Association dalam Kotler dan Keller bahwa pemasaran adalah *"Marketing is an organization function and a set processes for creating communicating, and delivering value to customers and for managing customer relationship in ways that benefit the organization and it stakeholders".*

Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelolah hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.

Menurut Fandy Tjiptono, pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Pemasaran bertujuan untuk menarik perhatian pembeli dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu, pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Menurut Kotler dan Keller, manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial 2 berfikir tentang cara-cara untuk mencapai respon yang diinginkan pihak lain. Karenanya kita memandang managemen pemasaran *(Marketing Management)* sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran , meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Kotler dan Keller, mengemukakan inti dari pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sasaran dari bisnis adalah mengantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan keuntungan (Laba/Profit). Untuk penciptaan dan menghantarkan nilai dapat meliputi fase memilih nilai, menyediakan nilai, mengkomunikasikan nilai.

Menurut Kotler dan Keller urutan penciptaan dan menghantarkan nilai melalui tiga fase yaitu:

1. Fase memilih nilai, mempresentasikan “pekerjaan rumah“ pemasaran yang harus dilakukan sebelum produk dibuat, staf pemasaran harus mensegmentasikan pasar, memilih sasaran pasar yang tepat dan mengembangkan penawaran positioning atau nilai STP *(Segmentasi, Targeting, Positioning).*
2. Fase menyediakan nilai, pemasar harus menentukan fitur produk tertentu, harga, promosi, dan distribusi.

3. Fase mengomunikasikan nilai, dengan mendayagunakan tenaga penjualan, promosi penjualan, iklan dan sarana komunikasi lain untuk mengumumkan dan mempromosikan produk.

Jadi pemasaran adalah bagaimana memuaskan kebutuhan pelanggan. Jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya secara efektif, maka produk-produk tersebut akan terjual dengan mudah.

2.1.2 Ruang Lingkup Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat 10 tipe entitas yang dipasarkan yaitu sebagai berikut:

1. Barang

Barang merupakan produk nyata yang memiliki bagian terbesar dalam proses produksi maupun pemasaran. Perusahaan bisa memasarkan mobil, lemari es, handphone, laptop, jam tangan, dan lain sebagainya. Peluang pasar pada komoditas barang sangat besar. Semakin banyak inovasi tentunya akan semakin menggairahkan pasar.

2. Jasa

Jasa merupakan produk yang ditawarkan dalam bentuk abstrak, perkembangan jaman memang melahirkan berbagai ide-ide bisnis tentang apa saja yang bisa dipasarkan. Bisnis pelayanan jasa semakin menjamur dan memiliki prospek bisnis yang sangat bagus. Dunia bisnis saling ketergantungan dengan berbagai pihak yang lainnya. Untuk menjembatani peluang itu, muncullah industri jasa yang memberikan pelayanan jasa. Contohnya saja, industri perbankan,

transportasi meliputi darat, laut, udara, asuransi, bahkan laundry dan warung internet, dan lainnya.

3. Acara/ Kegiatan

Ide bisnis juga bisa diperoleh dari mengadakan berbagai acara atau event. Memang bisnis di bidang ini sangat tergantung dari regulasi waktu. Misalnya saja ada event olah raga piala dunia 4 tahunan sekali, acara pentas seni saat berbagai seniman berkumpul memamerkan karyanya setiap 6 bulanan, bahkan acara musik yang saat ini sedang populer diadakan setiap hari.

4. Pengalaman

Saat ini, salah satu aspek penting bagi marketer adalah bagaimana menciptakan suatu pengalaman yang akan tertanam di dalam benak pelanggan. *"Create experiences for customers!"* Contohnya, produk-produk *Apple* yang menawarkan pengalaman bagi penggunanya tentang keindahan, kemudahan, eksklusivitas, serta kecanggihan. Contoh lainnya, *Walt Disney World's Magic Kingdom*, ada kapal bajak laut, dunia peri, rumah hantu, dan wahana lainnya.

5. Orang

Sumber daya manusia juga merupakan pasar yang besar. Melihat perkembangan penduduk secara statistik maupun kompetensi (keahlian), maka manusia adalah potensi pasar yang menjanjikan. 4 Baik pemasaran orang dalam jumlah besar untuk menjadi tenaga kerja, maupun pemasaran orang secara individual. Berkaitan dengan pemasaran orang secara individual, yang disebut *"personal branding"*. Saat ini, sudah saatnya Anda menjual diri Anda sendiri. Tom Peters, pencetus istilah ini menyampaikan *"the brand called YOU".* Sebenarnya, hal ini sudah diterapkan oleh orang-orang yang sudah tak asing lagi bagi kita. Sebut

saja, David Beckham, Oprah Winfrey, bahkan di dalam negeri seperti Mario Teguh, Olga Syahputra, dan lainnya.

6. Tempat

Suatu tempat yang memiliki daya tarik keindahan, unik, bernilai jual, pasti mendatangkan keuntungan. *Marketer* harus melihat potensi ini, dengan mengelolah tempat itu sebaik mungkin, membentuk manajemen yang solid, lalu memasarkannya secara luas. Selain tempat wisata, juga ada potensi di perkotaan, seperti tempat perkantoran, mall, *food court*, dan lainnya.

7. Properti

Peluang pasar di bidang properti juga sangat besar. Properti itu adalah hak kepemilikan tak berwujud atas properti yang sebenarnya *(real estate)* maupun properti finansial (dalam bentuk saham dan obligasi). Properti diperjualbelikan, jadi hal itu membutuhkan pemasaran. Pihak yang memasarkan biasanya disebut agen properti. Agen ini bekerja untuk pemilik atau penjual properti, lalu agen bisa memasarkan properti untuk pemukiman maupun perdagangan.

8. Organisasi

Ide bisnis dari kumpulan beberapa orang untuk menawarkan jasa, sehingga membentuk organisasi, baik profit maupun nonprofit, besar maupun kecil, berlandaskan hukum maupun tidak. Organisasi menawarkan pada pasar sasarannya beragam pelayanan jasa. Organisasi bisa menjual keahliannya dan keunikannya. Contohnya, organisasi yang membangun brand mereka sebagai organisasi non-profit seperti wikipedia. Organisasi yang menawarkan jasa, seperti agensi pemasaran, *event organizer*, dan lainnya.

9. Informasi

Era informasi yang begitu pesat berkat dukungan teknologi informasi saat ini menjadikan bisnis ini peluang pasar yang menggiurkan saat ini. Informasi-informasi yang ditawarkan juga sangat bermacam-macam. *Marketer* dapat mengambil peluang ini dengan membangun *brand* yang unik, berbeda dari yang lainnya, dan bernilai

10. Ide

Produk yang paling orisinil dan sangat aman dari penjiplakan adalah ide. Ide bisa sangat bervariasi dan berbeda-beda setiap orang. Dan, salah satu sebab lahirnya berbagai produk yang mengesankan adalah dari benih yang disebut ide.

2.1.3 Konsep Inti Pemasaran

Dalam manajement pemasaran konsep inti adalah fokus utama dalam proses pengembangan produk karena dengan memahami konsep inti maka akan lebih mudah dalam proses mencapai tujuan pemasaran. Ada beberapa konsep inti penting yang akan di bahas dalam buku ini diantaranya yaitu :

1. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan

Setiap manusia memiliki kebutuhan yang sangat mendasar seperti pakaian, makanan dan juga tempat tinggal atau masyarakat jawa sering mengistilahkan sebagai sandang, pangan dan papan. Ada lima jenis kebutuhan diantaranya:

a. Kebutuhan yang dinyatakan (Pelanggan menginginkan mobil yang tidak mahal.)
b. Kebutuhan nyata (Pelanggan menginginkan mobil yang biaya operasinya rendah, bukan harga awalnya.)
c. Kebutuhan yang tidak dinyatakan (Pelanggan mengharapkan layanan yang baik dari dealer.)

d. Kebutuhan yang menyenangkan (Pelanggan ingin dealer menyertakan sistem GPS onboard.)

e. Kebutuhan rahasia (Pelanggan ingin teman melihatnya sebagai konsumen yang cerdas.) Kebutuhan tersebut akan menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu yang mungkin dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Seorang mahasiswa membutuhkan makanan tetapi mungkin menginginkan makanan jenis pizza, seorang karyawan bank membutuhkan makanan tetapi mungkin menginginkan nasi dengan ayam goreng. Permintaan adalah keinginan terhadap suatu produk tertentu yang didukung oleh kemampuan seseorang dalam membayar produk tersebut. Dengan mengatahui hal tersebut maka perusahaan harus dapat mengukur tidak hanya berapa banyak orang yang menginginkan produknya, tetapi juga berapa banyak yang mau dan mampu membelinya.

2. **Target Pasar, Pemosisian dan Segmentasi**

Tidak semua orang menyukai masakan padang, universitas dan juga film yang sama, oleh karena itu hal ini mendorong perusahaan dalam mengidentifikasi pembeli dengan berbagai perbedaan seperti demografis, psikografis dan juga prilaku-prilaku pembeli. Setelah hal tersebut telah diidentifikasi maka dapat memutuskan segmen mana yang memberikan peluang *(opportunity)* terbesar yang dapat menciptakan permintaan produk yang tinggi. Segmentasi memberikan ruang bagi perusahaan untuk dapat memilih target pasar yang ingin dimasukinya. Hal ini tentunya berdasarkan nilai tertinggi produk di benak masyarakat atau positioning.

3. **Saluran Pemasaran**

Untuk dapat mencapai sasaran dalam pemasaran maka perusahaan dapat menggunakan tiga macam alternatif saluran pemasaran. Saluran komunikasi

berfungsi untuk menyampaikan dan menerima pesan dari pembeli. Saluran ini mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, surat, telepon, ponsel pintar, papan reklame, poster, selebaran, CD, kaset audio, dan Internet. Saluran distribusi berfungsi membantu menampilkan, menjual, atau mengirimkan produk atau layanan fisik kepada pembeli atau pengguna. Untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli, pemasar juga menggunakan saluran layanan. Saluran layanan meliputi gudang, perusahaan transportasi, bank, dan perusahaan asuransi. Perusahaan harus memadukan ritme ketiga saluran pemasaran ini untuk dapat mencapai sasaran pemasaran produk.

4. **Nilai dan Kepuasan Pembeli**

Seorang pembeli akan memilih produk yang memiliki nilai paling besar, jumlah manfaat yang paling banyak dan juga biaya yang memungkinkan. Nilai produk akan tercipta ketika adanya kombinasi kualitas, layanan, dan harga tersebut. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang atas kinerja yang dirasakan suatu produk dalam hubungan antara nilai nyata produk dengan harapan yang diinginkan pembeli. Jika kinerjanya tidak sesuai harapan, pelanggan kecewa. Jika sesuai dengan harapan, pelanggan merasa puas. Jika melebihi harapan maka pelanggan senang.

5. Lingkungan Pemasaran

Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal mencakup para pelaku yang terlibat dalam memproduksi, mendistribusikan, dan mempromosikan penawaran. Lingkungan internal terdiri dari perusahaan, pemasok, distributor, dealer, dan target pelanggan. Lingkungan eksternal terdiri dari enam komponen yaitu: lingkungan demografis,

lingkungan ekonomi, lingkungan sosial budaya, lingkungan alam, lingkungan teknologi, dan lingkungan politikhukum. Perusahaan harus memperhatikan tren dan perkembangan dalam menyesuaikan strategi pemasaran dengan kebutuhan pelanggan.

2.1.4 Pengambilan Keputusan dalam Pemasaran

Kegiatan pemasaran tidak semata-mata ditujukan untuk menghasilkan penjualan saja. Lebih daripada itu, kegiatan pemasaran ditujukan untuk membangun merek yang kuat di benak konsumen dan sekaligus menciptakan pelanggan-pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Aset tidak terlihat (intangible assets) ini ternyata memiliki nilai yang sangat tinggi bagi perusahaan. Banyak perusahaan kini telah memberi perhatian khusus pada departemen pemasaran. Beberapa perusahaan ternama bahkan telah meletakkan posisi prestisius bagi pemasar seperti *Chief Marketing Officer* (CMO) yang kedudukannya setara dengan *Chief Financial Officer* (CFO) dan *Chief Information Officer* (CIO).

Di era 4.0 yang ditandai dengan perkembangan dan penggunaan teknologi yang begitu masif memaksa pemasar untuk mampu cepat beradaptasi dan bertindak inovatif supaya tidak tergilas oleh para pesaingnya. Pemasar harus mampu menentukan fitur, harga, dan target pasar yang tepat serta mampu mengalokasikan dana untuk media-media pemasaran secara efektif. Tentunya, jangan sampai anggaran pemasaran melebihi potensi keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan.

Toleransi batas kesalahan *(error margin)* dalam dunia pemasaran sangatlah ketat. Sedikit kesalahan bisa mengakibatkan bencana bagi perusahaan Anda. Anda

dapat melihat contoh perusahaan-perusahaan besar terdahulu yang kini sudah tiada. *BlackBerry* dengan *BlackBerry Messenger* (BBM)-nya, *Yahoo!*, dan *Friendster*. Sepertinya baru beberapa tahun lalu perusahaan-perusahaan tersebut digdaya dengan jutaan orang pengguna sebelum akhirnya digantikan oleh pesaingnya seperti *Whatsapp, Gmail, dan Facebook*.

Setiap perusahaan tidak boleh sedikitpun merasa puas dengan apa yang telah dicapainya. Pesaing akan selalu hadir dan mengamati setiap gerak-gerik perusahaan. Dengan mudah, pesaing bisa mencontoh langkah yang diambil perusahaan. Bahkan lebih buruk lagi, pesaing dapat mencari kesenjangan yang belum dimiliki oleh perusahaan kita untuk kemudian dijadikan sebagai keunggulan kompetitif pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu memonitor pelanggan dan pesaingnya, terus memperbaiki penawarannya kepada masyarakat, memperbarui strategi pemasarannya, dan tidak lupa memuaskan karyawan, pemegang saham, serta pemasok *(supplier)* karena pihak-pihak tersebut juga merupakan bagian penting dalam bisnis.

2.1.5 Kelapa Sawit

Pohon kelapa sawit *(Elaeis guineensis dan Elaeis oleifera)* adalah tanaman tropis yang berasal dari Afrika Barat dan Amerika Tengah dan Selatan. Pohon kelapa sawit memiliki batang yang tegak dan tinggi, dengan daun yang panjang dan berbentuk seperti bulu ayam. Tingginya dapat mencapai 20-30 meter dan memiliki umur produktif selama 25-30 tahun

Pohon kelapa sawit memiliki akar tunggang yang kuat dan dapat menyerap nutrisi dari tanah dengan baik. Buahnya berwarna merah dan berbentuk bulat, dengan kulit yang tebal dan berduri. Pohon kelapa sawit *(Elaeis guineensis dan*

Elaeis oleifera) tersebar di berbagai negara di dunia, terutama di daerah beriklim tropis. Indonesia dan Malaysia merupakan dua negara penghasil minyak kelapa sawit terbesar di dunia. Menurut data dari *United States Department of Agriculture* (USDA), pada tahun 2020, Indonesia memproduksi sekitar 43,5 juta ton minyak kelapa sawit, sedangkan Malaysia memproduksi sekitar 19,5 juta ton. Di Indonesia, pohon kelapa sawit tersebar di berbagai daerah, terutama di Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua. Menurut data dari Kementerian Pertanian, pada tahun 2020, luas lahan perkebunan kelapa sawit di Indonesia mencapai sekitar 16,5 juta hektar, dengan produksi sekitar 42,5 juta ton (Dr. Ir. Tungkot Sipayung, 2024).

2.1.6 Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat *(smallholder)*

Perkebunan sawit rakyat merujuk pada kegiatan perkebunan sawit yang dimiliki dan dikelola oleh individu atau kelompok petani kecil yang diusahakan tidak di atas lahan HGU. Dimana hasil produksinya sebagian besar untuk dijual dengan area pengusahaannya dalam skala yang terbatas pula. Meskipun biasanya memiliki skala usaha yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan perkebunan besar, perkebunan sawit rakyat memiliki peranan yang tidak kalah penting dalam produksi minyak kelapa sawit nasional (Dr. Ir. Tungkot Sipayung, 2024).

Perkebunan sawit rakyat memainkan peranan yang sangat vital dalam industri kelapa sawit di Indonesia. Dari perspektif ekonomi lokal, perkebunan sawit rakyat sering kali menjadi tulang punggung ekonomi di banyak daerah, terutama di luar Jawa. Perkebunan ini menyediakan lapangan kerja yang luas dan menjadi sumber pendapatan yang stabil bagi masyarakat pedesaan. Selain itu, perkebunan sawit rakyat juga berperan dalam mengurangi ketimpangan sosial-ekonomi, karena pendapatan dari perkebunan ini relatif lebih merata tersebar di antara populasi (Dr.

Ir. Tungkot Sipayung, 2024). Petani kecil (rakyat) sering dianggap sebagai suatu titik kelemahan dalam perkembangan hasil produksi tanaman perkebunan. Meskipun perkebunan rakyat kelapa sawit memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, mereka juga menghadapi sejumlah tantangan yang dapat membatasi potensi pertumbuhan dan efisiensi mereka. Tantangan-tantangan ini meliputi aspek skalabilitas, pembiayaan, dan teknologi, yang masing-masing memberikan dampak signifikan terhadap operasional dan keberlanjutan perkebunan. Mengatasi tantangan-tantangan ini tentu memerlukan pendekatan yang komprehensif, seperti dukungan kebijakan dari pemerintah, inisiatif swasta, dan kerjasama dengan lembaga penelitian untuk mengembangkan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan perkebunan sawit rakyat. Dengan upaya bersama, potensi perkebunan sawit rakyat dapat dioptimalkan untuk mencapai produktivitas yang lebih tinggi dan kontribusi yang lebih besar terhadap ekonomi nasional (Dr. Ir. Tungkot Sipayung, 2024).

2.1.7 Petani

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI:2020) petani merupakan orang yang pekerjaannya bercocok tanam, seorang individu yang melakukan kegiatan pertanian sebagai mata pencaharian utama. Profesi petani melibatkan pengelolaan lahan pertanian, budidaya tanaman, dan pengelolaan ternak untuk memproduksi hasil pertanian seperti makanan, bahan baku industri, atau komoditas pertanian lainnya.

Menurut Pertiwi (2013) secara umum petani dibedakan menjadi beberapa, yaitu petani pemilik lahan, petani penyewa lahan, petani penggarap, dan buruh tani.

1. Petani pemilik lahan adalah petani yang mempunyai lahan sendiri dan bertanggungjawab atas lahannya. Sehingga petani pemilik lahan mempunyai hak atas lahannya untuk memanfaatkan lahannya seperti penanaman, pemeliharaan dan pemanenan yang dilakukan sendiri.
2. Petani penyewa adalah petani yang menyewa tanah orang lain untuk kegiatan pertanian. Besarnya biaya sewa tergantung pemilik tanah yang menentukan besarnya biaya sewa.
3. Petani penggarap adalah petani yang menggarap tanah orang lain dengan sistem bagi hasil. Resiko usahatani yang ditanggung bersama dengan pemilik tanah dan penggarap dalam sistem bagi hasil. Besarnya bagi hasil tidak sama tergantung daerah masing–masing.
4. Buruh tani adalah petani yang menggarap atau bekerja di tanah orang lain untuk mendapatkan upah kerja. Hidupnya tergantung pada pemilik sawah yang memperkerjakannya.

Dalam berusahatani, petani memerlukan lahan untuk bercocok tanam guna menghasilkan bahan pangan untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik yang mempunyai lahan atau yang tidak mempunyai lahan sebagai mata pencaharian untuk mencukupi kebutuhan hidup. Jadi antara petani dan pertanian tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain karena pertanian bukan hanya untuk menghasilkan pendapatan ekonomi petani saja. Karena dari pertanian, petani akan memperoleh hasil yang setinggi-tingginya dari usaha taninya.

2.1.8 Teori Pengambilan Keputusan

Moergan dan Celrullo (dalam Fatresi, 2017) mendefenisikan keputusan merupakan kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan, yang terjadi

setelah satu kemungkinan dipilih, sementara yang lain dikesampingkan. Sedangkan menurut Syamsi (dalam Fatresi, 2017), keputusan itu sesungguhnya merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu di antara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi.

Kotler dan Armstrong (dalam Bahari dan Ashoer, 2018) mendefinisikan kebudayaan sebagai seperangkat nilai-nilai, kepercayaan, kebiasaan, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh masyarakat sekitar, dari keluarga, atau lembaga formal lainnya sebagai sebuah pedoman perilaku.

Menurut Baron dan Byner (dalam Zulkilfi, 2018) menjelaskan pengambilan keputusan keputusan merupakan suatu proses melalui kombinasi individu dan kelompok dan mengintegrasikan informasi yang ada dengan tujuan memilih satu dari berbagai kemungkinan tindakan, pengambilan keputusan sebagai suatu proses mengevaluasi pilihan-pilihan yang ada untuk mendapatkan hasil yang diharapkan.

Menurut Terry pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku dari dua alternatif atau lebih (dalam Perwitasari, 2015). Selanjutnya menurut Siagian pada hakikatnya pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap suatu masalah, pengumpulan fakta serta data, penentuan matang dari alternatif yang dihadapi, dan pengambilan tindakan yang paling tepat (dalam Perwitasari, 2015).

Menurut Rayna & Ferley (dalam Santrock, 2014) untuk menjelaskan pengambilan keputusan remaja adalah model-ganda, yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan dipengaruhi oleh dua sistem kognitif, analisis, dan pengalaman yang bersaing satu sama lain.

2.1.4.1 Elemen-elemen dasar dalam proses pengambilan keputusan

Prosesnya meliputi penetapan tujuan, mengidentifikasi permasalahan, mengembangkan dan menilai berbagai alternatif dan penerapannya, mengendalikan dan melakukan tindakan korektif (dalam Gutosudarmo & Sudita, 2016).

1. **Menetapkan Tujuan**

   Pengambilan keputusan harus memiliki tujuan yang akan mengarahkan tujuannya, apakah spesifik yang dapat diukur hasilnya ataupun sasaran yang bersifat umum. Tampa penetapan tujuan , pengambilan keputusan tidak bisa menilai alternatif atau memilih suatu tindakan. Keputusan pada tingkat individu, tujuan ditentukan oleh masing-masing orang sesuai dengan sistem nilai seseorang

2. **Mengidentifikasi Permasalahan**

   Proses pengambilan keputusan umumnya dimulai setelah permasalahan diidentifikasi. Permasalahan merupakan kondisi di mana adanya ketidak samaan antara kenyataan yang terjadi dengan apa yang diharapkan. Pengambilan keputusan yang efektif memerlukan adanya identifikasi yang tepat atas penyebab permasalahan.

3. **Mengembangkan Sejumlah Alternatif**

   Proses pengambilan keputusan yang rasional mengaharuskan pengambilan keputusan untuk mengkaji semua alternatif pemecahan masalah yang potensial. Akan tetapi dalam kenyataannya seringkali terjadi bahwa proses pencarian alternatif pemecahan masalah sering kali terbatas.

4. Penialian dan Pemilihan Alternatif

Setelah berbagai alternatif diidentifikasi, kemudian dilakukan evaluasi terhadap masing-masing alternatif yang telah dikembangkan dan dipilih sebuah alternatif yang terbaik. Alternatif yang baik adalah dalam hubungannya dengan sasaran atau tujuan yang dicapai. Bidang ilmu statistik dan riset operasi merupakan model yang baik untuk menilai berbagai alternatif yang dikembangkan. Alat proses pengambilan keputusan yang tepat tergantung pada sejumlah pengetahuan yang tersedia dn kondisi yang berkaitan dengan keputusan yang akan diambil. Ada tiga kondisi proses pengambilan keputusan yang diidentifikasi, yaitu:

a. Kepastian

Dalam kondisi ini pengambilan keputusan memiliki pengetahuan yang pasti tentang hasil dari masing-masing alternatif kernea kondisi yang akan di timbulkan sudah diketahui. Pengambilan keputusan dapat menghitung nilai dari investasi tersebut, dan merasa pasti akan hasilnya.

b. Ketidakpastian

Keputusan yang dibuat dalam kondisi ketidak pastian jika pengambilan keputusan tidak mengetahui kondisi tertentu akan terjadi. Dalam kondisi ketidakpastian pengambilan keputusan menggunakan intuisi atau perkiraan dalam pemilihan alternatif.

c. Resiko

Jika pengambilan keputusan berada dibawah kondisi resiko, pengambilan keputusan akan menetapkan kemungkinan hasil dari masing-masing alternatif.

5. Melaksanakan keputusan

Jika suatu dari alternatif yang terbaik telah dipilih, maka keputusan tersebut kemudian harus diterapkan. Sekalipun langkah ini sudah jelas, akan tetapi sering kali keputusan yang baik sekalipun mengalami kegagalan karena tidak diterapkan dengan benar. Dengan tidak mengabaikan batapapun alternattif keputusan telah dievaluasi, maka keputusan tersebut tidak akan berarti apabila tidak diikuti dengan penerapan yang benar.

Dalam mengevaluasi dan memilih alternatif suatu keputusan seharusnya juga mampertimbangkan kemungkinan penerapan dari keputusan tersebut. Betapun baiknya suatu keputusan apabila keputusan tersebut sulit diterapkan maka keputusan juga tidak ada artinya.

6. Evaluasi dan Pengendalian

Makanisme sistem pengendalian dan evalusai perlu dilakukan agar apa yang diharapkan dari keputusan tersebut dapat terealisasi. Penilaian didasarkan atas sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Jiak keputusan tersebut kurang berhasil, dimana permasakahan masih ada, maka pengambilan keputusan perlu untuk mengambil keputusan kembali atau melakukan tindakan koreksi.

2.1.4.2 Dasar-dasar Pengambilan Keputusan

Menurut Terry (dalam Isnaini, 2013) menjelaskan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku antara lain:

1. **Intuisi**

   Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar dan faktor kejiwaan lain.

2. **Pengalaman** (Ahmad syaekhu, 2021)

   Dalam hal tersebut, pengalaman memang dapat dijadikan pedoman untuk meneyelesaikan masalah. Keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan prkatis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi larat belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaian sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah

3. **Fakta**

   Keputusan yang berdasarka sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.

4. **Wewenang**

   Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik diktatorial. Keputusan berdasarkan weweng kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

5. **Rasional**

   Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Masalah-masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif.

2.1.4.3 Model-model pengambilan keputusan

Model pengambilan keputusan adalah kerangka kerja untuk menentukan suatu proses pengambilan keputusan. Turpin & Marais (dalam Sadikin dkk, 2020, hlm. 90) membandingkan antara teori dan praktik pembuatan keputusan dengan melakukan penelitian pada enam orang pengambil keputusan terkemuka tentang gaya pengambilan keputusannya dan teknologi pendukung dalam pengambilan keputusannya.

Melalui penelitian tersebut ternyata ditemukan variasi yang signifikan dalam gaya pengambilan keputusan secara individual, tetapi ada tema sentral yang muncul yaitu pentingnya sensitivitas dalam konteks pengambilan keputusan, informasi yang dapat dikumpulkan dan penggunaan intuisi. Tema sentral yang muncul tersebutlah yang disebut dengan model pengambilan keputusan. Berdasarkan penelitian tersebut, menurut Turpin & Marais (dalam Yenedi dkk, 2019, hlm. 3) merumuskan beberapa macam model pengambilan keputusan yang di antaranya adalah sebagai berikut.

1.*The rational model* (Model keputusan rasional)

Manajer yang rasional melihat asumsi bahwa seorang pengambil keputusan yang rasional dan dengan informasi yang lengkap. Proses pengambilan keputusan yang rasional terdiri dari beberapa langkah sebagaimana dijelaskan oleh Simon pada tahun 1977 (dalam Turpin & Marais, 2004 dalam Sadikin, dkk, 2020, hlm. 90) adalah sebagai berikut.

a. *Intelligence,* menemukan kesempatan untuk membuat keputusan.
b. *Design,* menemukan, mengembangkan dan menganalisis kemungkinan jalur-jalur untuk melakukan tindakan;
c. *Choice,* memilih jalur tertentu untuk melakukan tindakan dari alternatif yang tersedia; dan
d. *Review,* yakni menilai pilihan-pilihan yang lalu.

Di dalam rasionalitas yang sempurna atau klasik, metode analisis keputusan digunakan untuk menilai manfaat pada setiap pilihan selama fase pemilihan dengan menggunakan nilai numerik. Alternatif dengan manfaat yang paling tinggi yang dipilih (Turpin & Marais, 2004 dalam Sadikin, 2020, hlm. 91). Dengan demikian manajer harus mempunyai informasi yang lengkap tentang semua alternatif, tentang manfaat dan konsekuensinya, kemudian dihitung mana alternatif yang lebih baik, dan urutan prioritasnya (Yenedi dkk, 2019, hlm. 3).

2. *The model of bounded rationality* (Model rasional yang terbatas)

Salah satu model pengambilan keputusan yang lainnya adalah *The Model of Bounded Rationality.* Manajer yang rasional tidak selalu mempunyai informasi yang lengkap dan pilihan yang optimal tidak selalu diperlukan. Menurut Simon (1979 dalam Sadikin dkk, 2020, hlm. 91) perilaku rasional manusia dibentuk oleh sebuah gunting yang mempunyai dua pisau yang terbentuk dari lingkungan tugas dan kemampuan menghitung dari aktornya. Gunting ini memotong masalah yang besar menjadi masalah yang jauh lebih kecil yang ketika dicari nampak. Rasionalitas yang terbatas *(bounded rationality)* dicirikan dengan aktivitas mencari dan memuaskan. Alternatif dicari dievaluasi secara berurutan. Jika sebuah

alternative telah memenuhi kriteria minimum secara implisit maupun eksplisit, maka dikatakan memuaskan dan pencarian selesai. Proses pencarian mungkin lebih mudah dengan mengidentifikasi aturan di lingkungan tugas.

Meskipun Simon telah mengklaim teori *bounded rationality* (rasionalitas yang terbatas), tetap saja perilaku utamanya adalah rasionalitas. Untuk alasan ini, sejumlah peneliti seperti Huber (1981 dalam Sadikin 2020, hlm. 91); Das & Tang (1999 dalam Sadikin 2020, hlm. 91) tidak memisahkan antara rationalitas sempurna dan rasionalitas yang terbatas di dalam klasifikasi model – model pengambilan keputusan (Turpin & Marais, 2004 dalam Sadikin 2020, hlm. 91)

3. *The Incrementalist View* (Pandangan sedikit demi sedikit)

Pandangan *incrementalist view* yang logis melibatkan proses langkah demi langkah tindakan *incremental* (sedikit demi sedikit) dan tetap menggunakan strategi yang terbuka untuk menyesuaikan. *The incrementalist bea* ini menekankan pluralitas aktor yang terlibat dalam proses pembuatan kebijakan dan memprediksi bahwa pembuat kebijakan akan membangun kebijakan masa lalu, dengan fokus pada perubahan sedikit demi sedikit daripada perubahan besar atau radikal.

4. *The Organizational Procedures View* (Pandangan prosedur organisasional)

Pandangan prosedur organisasional mencari untuk mengerti keputusan-keputusan sebagai *output* dari *standard operating procedures* (SOP) yang diminta oleh subunit organisasi. Dengan kata lain, organisasi sendiri adalah pengaturan di mana keputusan dibuat, keputusan atau kebijakan tertentu yang dipilih oleh pembuat keputusan. Sering kali berbagai keputusan yang diambil melalui model ini dapat dijelaskan melalui referensi ke struktur khusus organisasi dan aturan

prosedural yang telah disusun saat organisasi didirikan. Penjelasan tersebut biasanya melibatkan berbagai distribusi tanggung jawab di antara sub-unit organisasi, kegiatan komite, jadwal rapat, aturan tata tertib, dll.

5. *The political view* (Pandangan politis)

The political view melihat pengambilan keputusan sebagai proses tawar-menawar secara pribadi, digerakkan oleh agenda-agenda partisipan dari pada proses rasional. Orang dibedakan berdasarkan pada tujuan organisasi, nilai-nilai dan relevansi dari informasi. Proses pengambilan keputusan tidak pernah berakhir, tetapi peperangan tetap berlangsung antara koalisi yang berbeda.

Setelah satu kelompok menang dalam peperangan itu, partai-partai lainnya mungkin membentuk kelompok baru atau bahkan menjadi lebih menentukan untuk menang pada perputaran berikutnya. Pengaruh dan kekuatan memegang dengan cara yang disengaja dan lebih jauh untuk kepentingan sendiri. Tujuan dari koalisi didefinisikan oleh kepentingan diri sendiri dari pada oleh apa yang bagus untuk organisasi secara keseluruhan.

6. *The garbage can model* (Pandangan tong sampah)

Pandangan kaleng sampah *(The garbage can view)* menjelaskan pengambilan keputusan di dalam sebuah anarki yang terorganisir dan didasarkan pada karya Cohen, March & Olsen (1972 dalam Turpin & Marais, 2004 dalam Yenedi, 2019, hlm. 4). Semacam pandangan politik, model itu diasumsikan lingkungan yang pluralis dengan berbagai jenis *actor,* tujuan dan pandangan. Model tong sampah menekankan pada fragmentasi dan sifat alamiah yang

membingungkan dari pengambilan keputusan di dalam organisasi-organisasi, dari pada manipulasi yang disengaja sebagai implikasi dari pandangan politik.

Pada model tong sampah, sebuah pengambilan keputusan adalah sebuah luaran *(output)* atau interpretasi dari beberapa arus independen yang relatif di dalam sebuah organisasi. Arus-arus penyelesaian masalah mencari solusi dan kesempatan untuk mendapatkan udara. Model tersebut mencari isu yang dengannya mereka akan memberikan jawaban, dan partisipan yang perhatiannya terbagi dan siapa yang datang dan siapa yang pergi akan bertemu satu sama lain pada kesempatan pilihan, yang digambarkan dengan tong sampah.

Ketika keputusan dibuat, tong sampah dipindahkan. Hal ini mungkin terjadi tanpa semua masalah mendapatkan solusinya atau beberapa masalah yang terkait di dalam tong sampah. Karena partisipan adalah mereka yang menghasilkan sampah atau masalah dan solusi, pembuat keputusan secara total dependent atau tergantung pada perbaikan dari tim partisipan di dalam tong itu (Turpin & Marais, 2004 dalam Yenedi, 2019, hlm. 4).

7. *The individual differences perspective* (Perspektif perbedaan individu)

Perspektif perbedaan individu memiliki fokus perhatian pada perilaku pemecahan masalah manajer secara individual, dipengaruhi oleh gaya pengambilan keputusan manajer, latar belakang dan kepribadiannya. Perspektif perbedaan individu ini mencoba menjelaskan bagaimana manajer mungkin menggunakan cara-cara yang berbeda atau menghasilkan luaran *(output)* yang berbeda karena kepribadian yang berbeda (Turpin & Marais, 2004 dalam Sadikin dkk, 2020, hlm. 93).

8. *Naturalistic decision-making* (Pengambilan keputusan yang natural)

Pembuatan keputusan yang natural fokus terhadap investigasi dan pemahaman pengambilan keputusan di dalam konteks yang natural (alamiah). Fondasi empiris pembuatan keputusan naturalis yang berbeda dengan model yang lain seperti *the organisational procedures, garbage can or political views*. Model pengambilan keputusan naturalis ini dikenal juga dengan *Recognition-Primed Decision* (RPD) model menurut Klein's (1998 dalam Sadikin, 2020, hlm. 93) yang telah melakukan penelitian terhadap 600 keputusan yang dibuat orang dalam berbagai situasi seperti pada pemadam kebakaran, perawat dan tentara. Hal yang utama dari RPD adalah mengenal situasi yang mirip dengan pengalaman sebelumnya. Bagian yang harus dikenali terlebih dahulu adalah tujuan yang berhubungan dengan situasi itu, isyarat penting dan apa yang diharapkan. Selain itu juga jalur yang digunakan untuk bertindak dan kemungkinan keberhasilannya (Turpin & Marais, 2004 dalam Yenedi, 2019, hlm. 4).

2.1.4.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Menurut (Kusuma, 2016) indikator pengambilan Keputusan ada enam yaitu:

1. Tujuan.

   Tujuan adalah harus disesuaikan dengan tingkat relevansi dengan kebutuhan, kejelasan dan kemampuan diri sendiri.

2. Mengumpulkan informasi

   Mengumpulkan informasi adalah mencari informasi dari berbagai sumber misalnya dari sosial media, iklan, atau pun dari orang sekitar.

3. Minat

Minat adalah kecenderungan rasa suka yang tinggi terhadap sesuatu yang sudah menjadi pilihan, atau dasar paling penting dalam keberhasilan pada diri seseorang

4. Pilihan alternative yang paling baik

   Pilihan alternatif yang paling baik adalah pemilihan alternatif yang dianggap paling tepat untuk memecahkan masalah yang atas dasar pertimbangan matang, karena menentukan alternatif yang dipakai akan berhasil atau tidak sebaliknya.

5. *Satisfaction*

   Satisfaction adalah tahapan akhir dimana mahasiswa merasa puas dengan program studi yang dipilih yaitu dan akhirnya memutuskan untuk masuk.

Pengambilan Keputusan dalam Manajemen adalah aspek sentral dalam operasi organisasi yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang Konsep Keputusan Manajerial. Menurut Hiller et al. (2020), Konsep Keputusan didefinisikan sebagai proses di mana pelaku usaha mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data, menganalisis informasi, dan memilih tindakan yang paling tepat untuk mencapai tujuan. Dalam konteks Pengambilan Keputusan Manajerial, faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan memiliki peran yang signifikan. Faktor-faktor ini dapat bersifat eksternal dan internal. Philip kotler (2021) dan Jean Tirole (2014) menekankan bahwa harga jual, distribusi, dan penghasilan yang diterima adalah faktor internal yang dikendalikan oleh keputusan berdasarkan strategi pemasaran danr struktur usaha. Richard thaler (2015) menambahkan bahwa keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi

juga merupakan faktor internal yang dipengaruhi oleh bias perilaku manajemen. Kemudian philip kotler (2021) dan jean tirole (2014) sepakat bahwa akses pasar adalah faktor eksternal yang mempengaruhi sebuah keputusan. Richard thaler dan philip kotler menekankan bahwa kesejahteraan adalah faktor eksternal yang harus diperhatikan, karena daya beli dan kebutuhan akan memengaruhi keputusan penetapa harga dan distribusi.

2.1.9 Harga Jual

Harga jual sejumlah kompensasi (uang atau barang) yang dibutuhkan untuk mendapatakan sejumlah barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga pokoknya dengan harapan produk laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Jadi menurut perusahaan penetapan harga jual merupakan hal yang sangat penting karena penetepan harga jual adalah suatu strategi dalam melakukan pengambilan keputusan.

Adapun definisi menurut mulyadi (2014) " pada prinsipnya harga jual harus menutupi biaya penuh di tambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi di tambah mark-up".

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diingkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan dalam megambil suatu keputusan adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu

barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan baik pada produsen maupun konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:78), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Daya saing harga

2.1.10 Akses Pasar

Akses pasar mengacu pada kemampuan pengusaha untuk menjangkau pelanggan potensial dan memasuki pasar secara efektif. Hal ini melibatkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, permintaan pelanggan, saluran distribusi, dan akses ke pemasok. Akses pasar yang lebih baik memberikan peluang bagi pengusaha untuk tumbuh dan berkembang (Drever, 2006; Mitra, 2013; Revildy et al., 2020; Wakuma & Temesgen, 2016). Sementara menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) Secara umum, akses adalah konsep yang sangat penting karena memungkinkan kita untuk memanfaatkan berbagai fasilitas, layanan, dan informasi.

Menurut Rasmikayati dan Luci 2021 terdapat beberapa indikator akses pasar:

1. Pasar yang dituju
2. Akses informasi pasar
3. Ketersediaan transportasi
4. Kemudahan dalam transaksi

2.1.11 Distribusi

Menurut Soekartawi (2016) Distribusi adalah kegiatan atau proses membuat barang atau jasa yang di mana konsumen dapat menerimanya dan konsumen menggunakannya, tanpa menjualnya kembali kepada konsumen lain.

Menurut Kotler dan Armstrong (2019:62) distribusi memiliki indikator sebagai berikut :

1. Saluran
2. Persediaan
3. Cakupan Pasar

2.1.12 Penghasilan

Menurut Sodikin dan Riyono (2014:37), "Penghasilan *(income)* adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan dalam bentuk arus masuk atau peningkatan aset, atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Penghasilan meliputi pendapatan *(revenue)* dan keuntungan *(gain).* Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, *dividen*, *royalti* dan sewa.

Aliran penghasilan sebetulnya bisa datang dari berbagai aspek, mulai dari bejualan hingga pengadaan jasa. Jika dikategorikan, ada lima sumber pendapatan dalam hidup, di antaranya:

1. Hasil berbisnis

   Menjalankan suatu bisnis merupakan salah satu sumber penghasilan yang menjanjikan, seperti berdagang dan memproduksi barang. Meski di awal

terkadang membutuhkan modal tidak sedikit, namun pengelolaan bisnis yang baik tidak hanya akan mendatangkan laba besar dan juga memperpanjang umur bisnis.

2. Menjual keahlian

   Setiap manusia dianugerai keahlian tertentu oleh Tuhan, yang jika dilatih dan diasah dapat mendatangkan pundi-pundi uang. Seperti misal, penyanyi dan musisi adalah profesi yang memiliki sumber penghasilan berasal dari keahliannya di bidang tarik suara dan produksi musik.

3. Menjual jasa

   Guru, dokter, dan konsultan merupakan profesi yang menjual jasa pada orang lain atau klien. Memang, tidak semua pekerja yang menjual jasa harus memiliki keahlian khusus di bidang tertentu, seperti misal tukang *laundry* dan jasa ekspedisi. Meski begitu, tetap dibutuhkan keterampilan dan pengetahuan terkait pekerjaan jasa yang ditawarkan.

4. Investasi

   Tren investasi di kalangan anak muda sedang berkembang pesat saat ini, setelah memahami berbagai keuntungan yang bakal diperoleh, beserta risiko dan cara antisipasinya. Ada banyak instrumen investasi dengan karakteristiknya masing-masing, mulai dari saham, emas, obligasi, deposito, hingga reksa dana.

5. Persewaan

   Hasil yang diterima dari menyewakan barang pun dapat menjadi sumber pemasukan yang menjanjikan, jika memiliki strategi pengelolaan bisnis, relasi

yang baik, serta perawatan pada barang yang disewakan. Misalnya, rental mobil dan motor, persewaan kostum, hingga persewaan bangunan.

Indikator indikator peningkatan pendapatan menurut Fitroh (2019) meliputi antara lain: 1. Penghasilan yang diterima perbulan, 2. Pekerjaan, 3. Beban keluarga yang ditanggung.

2.1.13 Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi

Ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi, semakin tinggi harapan untuk mendapat pendapatan yang lebih tinggi dengan berwirausaha, maka hal tersebut akan mendorong seseorang untuk berwirausaha (Adhitama, 2014).

Menurut Muhammad Efendi (2017:455) terdapat beberapa indikator keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi :

1. Harapan pendapatan melebihi karyawan
2. Harapan memperoleh pendapatan diatas rata-rata
3. Adanya keuntungan lebih besar daripada ikut orang
4. Adanya pendapatan lebih potensial

2.1.14 Kesejahteraan

Menurut soetomo (2014:47) kesejahteraan merupakan suatu kondisi yang mengandung unsur atau komponen ketertiban-keamanan, keadilan, ketentraman, kemakmuran dan kehidupan yang tertata mengandung makna yang luas bukan hanya tercipta ketertiban dan keamanan melainkan juga keadilan dalam berbagai dimensi. Kondisi tentram lebih menggambarkan dimensi sosiologi dan psikologi dalam kehidupan bermasyarakat. Suatu kehidupan yang merasakan suasana nyaman, terlindungi, bebas dari rasa takut termaksud menghadapi hari esok.

Dengan demikian kondisi sejahtera yang diidamkan bukan hanya gambaran kehidupan terpenuhi fisik, material, melainkan juga spiritual, bukan hanya pemenuhan kebutuhan jasmaniah melainkan juga rohaniah.

Indikator kesejahteraan menurut soetomo (2014:48) mengandung tiga komponen yaitu :

1. Keadilan sosial : pendidikan, kesehatan, akses pada listrik dan air, penduduk miskin.
2. Keadilan ekonomi : pendapatan, kepemilikan rumah, tingkat pengeluaran.
3. Keadilan demokrasi : rasa aman dan akses informasi.

2.2 Penelitian Empiris Sebelumnya

Hasil-hasil penelitian empiris sebelumnya harus berasal dari penelitian sejenis dan memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan dalam penggunaan variable, apakah sebagian atau seluruhnya. Hal ini bisa diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang sudah dipublikasikan pada berbagai jurnal manajemen baik nasional maupun internasional.

Hasil penelitian sebelumnya akan menjadi sumber kajian empiris yang bisa dijadikan argumentasi ilmiah dalam membangun model penelitian dan menjadi sumber rujukan dalam menjelaskan penggunaan maupun penempatan variabel-variabel penelitian hingga menjabarkannya, menjadi dimensi, indikator, dan instrument penelitian yang digunakan.

Pada prakteknya, apa yang diadopsi peneliti dari penelitian sebelumnya harus disesuaikan dengan sistuasi dan kondisi penelitian yang sedang berlangsung. Tidak mesti seluruh yang ada dalam sumber rujukan digunakan seluruhnya.

Penggunaannya bisa jadi tidak sama persis, ada yang dikurangi atau ditambahkan sesuai kebutuhan di lapangan.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang menjadi sumber rujukan dalam penelitian ini adalah :

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Empiris Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variable	Hasil Penelitian
1	Alfino, Maswadi, Imelda (2018)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Memilih Kelapa Sawit Swadaya Di Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak	X1: Umur X2: Pendidikan Formal X3: Luas Lahan X4: Pendapatan X5: Lingkungan Sosial	variabel umur, lingkungan sosial, lingkungan ekonomi dan karakteristik inovasi mempengaruhi keputusan petani dalam memutuskan mengusahakan kebun kelapa sawit swadaya di Kecamatan Ngabang, Kabupaten

			X6: Lingkungan Ekonomi Y: Pengambilan Keputusan	Landak. Sedangkan untuk variabel pendidikan formal, luas lahan, pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan petani.
2	Firman RL Silalahi, Yusra Muharami Lestari, Jontara Hutabalian (2021)	Motivasi Petani dalam Budidaya Tanaman Kelapa Sawit (Elais guineensis Jacq) di Desa Silebo-lebo, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang	X1: Keinginan untuk memiliki Dan meningkatkan Tabungan X2: Keinginan untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi	Tingkat motivasi ekonomi dalam membudidayakan kelapa sawit yang baik di Desa Silebo-lebo, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang kategori sedang. Tingkat motivasi

			X3: Keinginan untuk hidup lebih sejahtera atau lebih baik X4: Keinginan untuk memenuhi kebutuhan X5: Keinginan untuk membeli barang- barang mewah X6: Keinginan untuk menambah relasi atau teman X7: Keinginan untuk	sosiologis dalam membudidayakan kelapa sawit yang baik di Desa Silebo-lebo, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang kategori sedang. Dari hasil penelitian serta pembahasan tentang tingkat faktor-faktor di Desa Silebo-lebo Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang baik dari segi eksternal maupun internal terlihat bahwa tingkat umur,

			bekerjasama dengan orang lain X8: Keinginan untuk mempererat kerukunan X9: Keinginan untuk dapat bertukar pikiran X10: Keinginan untuk memperoleh bantuan dari pihak lain Y: Pengambilan Keputusan	pengalaman, status kepemilikan lahan, tingkat jaminan pasar dan pendidikan pada kategori sedang, tingkat pendidikan non formal, pendapatan, tingkat luas lahan, tingkat kosmopolitan dan tingkat ketersediaan kredit usaha tani, ketersediaan sarana produksi pada kategori tinggi.

3	Gusti Fitriyana (2018)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Dalam Melakukan Alih Fungsi Lahan Sawah Menjadi Kebun Kelapa Sawit Di Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin	X1: Luas lahan X2: Pendapatan X3: Biaya produksi X4: Pengetahuan petani tentang tata guna dan tata kelola lahan X5: Tingkat pendidikan X6. Umur X7. Jumlah Anggota Keluarga	pendapatan, biaya produksi dan tingkat pendidikan, dimana pendapatan dan biaya produksi berpengaruh dengan arah yang positif sedangkan tingkat pendidikan berpengaruh dengan arah negative.

			Y: Pengambilan Keputusan	
4	Rahmanta (2017)	Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Di Kabupaten Labuhan Batu Selatan	X1: Petani – Agen – RAM – PKS X2: Petani – PKS Y: Keputusan Pemasaran	(a)Saluran I : petani – agen kecil – RAM atau agen besar – pabrik pengolahan kelapa sawit, (b) Saluran II : petani – pabrik pengolahan kelapa sawit. b) Sebagaian besar petani memasarkan tandan buah segar kelapa sawit pada bentuk saluran pemasaran I, yaitu sekitar 80 persen, dan

				sisanya sebesar 20 persen lagi petani memasarkan tandan buah segar kelapa sawit pada bentuk saluran pemasaran II. c) Salauran pemasaran II ini lebih pendek dari pada saluran pemasaran I sehingga dapat menghemat biaya pemasaran dan akhirnya dapat meningkatkan pendapatan yang diterima oleh petani kelapa sawit

2.3 Hubungan Antar Variabel Dan Hipotesa

2.3.1 Hubungan Harga jual Dengan Pengambilan Keputusan

Menurut Slamet Sugiri S (2015:164) definisi harga jual adalah biaya atau *cost* ditambah dengan *markup* sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut

Seperti yang diungkapkan oleh Drummond (2013, hlm. 68) bahwa pengambilan keputusan adalah mengidentifikasikan dan menilai secara objektif semua pilihan yang memungkinkan untuk memecahkan persoalan dengan pertimbangan menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Bukan hanya untuk mencapai tujuan atau mendapatkan keuntungan yang terbaik saja, terkadang pengambilan keputusan dapat berarti keberlangsungan perusahaan pula.

H1 : Harga jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan petani dalam budidaya tanaman sawit

2.3.2 Hubungan Akses Pasar Terhadap Pengambilan Keputusan

Riska Siti Hairani dalam (kompasiana, 2023) akses adalah peluang atau kesempatan dalam memperoleh atau menggunakan sumber daya tertentu. Dalam konteks pemasaran mencakup memastikan infrastruktur yang memadai. Selain itu Akses Terhadap Informasi Pasar, Pembentukan Kemitraan, Pelatihan dan Pendidikan, Dukungan Finansial, Pengembangan Pasar Lokal juga sangat penting. Akses pasar memungkinkan perusahaan mengidentifikasi peluang pertumbuhan serta ancaman yang mungkin dihadapi, sehingga pemasaran dapat mempengaruhi inisiatif dalam pengambilan keputusan (Babajide Fowowe, 2017). Memilih metode distribusi yang lebih efektif dan efisien dapat mengurangi pengeluaran dan

meningkatkan margin keuntungan sehingga pelaku usaha harus jeli dalam melakukan peengambilan keputusan

H2 : Akses ke pasar dan distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan petani dalam budidaya sawit

2.3.3 Hubungan Distribusi Terhadap Pengambilan Keputusan

Secara leksikal, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, distribusi didefinisikan sebagai penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat, misalnya pembagian barang keperluan sehari-hari. Dalam bisnis, distribusi dapat diartikan sebagai aktivitas pemindahan tempat barang atau jasa dari produsen ke konsumen (Manullang, 2016, hlm. 14). Memilih metode distribusi yang lebih efektif dan efisien dapat mengurangi pengeluaran dan meningkatkan margin keuntungan sehingga pelaku usaha harus jeli dalam melakukan peengambilan keputusan (Jilly Bernadette Mandey, 2013).

H3 : Distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan petani dalam budidaya sawit

2.3.4 Hubungan Penghasilan Yang Diterima Terhadap Pengambilan Keputusan

Pendapatan merupakan jumlah uang yang didapat atau diterima oleh perusahaan atau pelaku usaha dari suatu aktivitasnya, hampir semua dari penjualan produk ataupun jasa kepada pelanggan. Menurut Sochib (2018), pendapatan adalah aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Sehingga potensi pendapatan bisa

mempengaruhi pengambilan keputusan (Rr. Myristica Ayu Apriliana dan Moch. Muslich Mustadjah, 2016).

H4 : Penghasilan yang diterima berpengaruh signifikan terhadap keputusan petani dalam budidaya sawit

2.3.5 Hubungan Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi Terhadap Pengambilan keputusan

Berwirausaha memberikan pendapatan yang digunakan 31 untuk memenuhi kebutuhan hidup. Keinginan untuk memperoleh pendapaatan itulah yang dapat menimbulkan minat untuk berwirausaha (Suhartini, 2011). Ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi, semakin tinggi harapan untuk mendapat pendapatan yang lebih tinggi dengan berwirausaha, maka hal tersebut akan mendorong seseorang untuk berwirausaha (Adhitama, 2014). Semakin tinggi tingkat pendapatan petani, akan semakin tinggi kecendrungan petani untuk untuk melakukan pengambilan keputusan (Rr. Myristica Ayu Apriliana dan Moch. Muslich Mustadjah, 2016).

H5 : Keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi berpengaruh signifikan terhadap keputusan petani dalam budidaya sawit

2.3.6 Hubungan Keinginan Untuk Hidup Sejahtera Terhadap Pengambilan Keputusan

John Maynard Keynes adalah seorang ekonom terkemuka yang mengemukakan bahwa kesejahteraan terkait dengan keberhasilan mencapai tujuan hidup yang lebih tinggi, seperti kebahagiaan, kreativitas, atau pemenuhan diri. Menurutnya, kesejahteraan bukan hanya tentang kesejahteraan materi dan

keuntungan finansial semata, tetapi juga melibatkan aspek-aspek yang lebih abstrak. Keinginan untuk hidup sejahtera menjadi motivasi petani untuk memutuskan budidaya tanaman sawit (Firman, 2021)

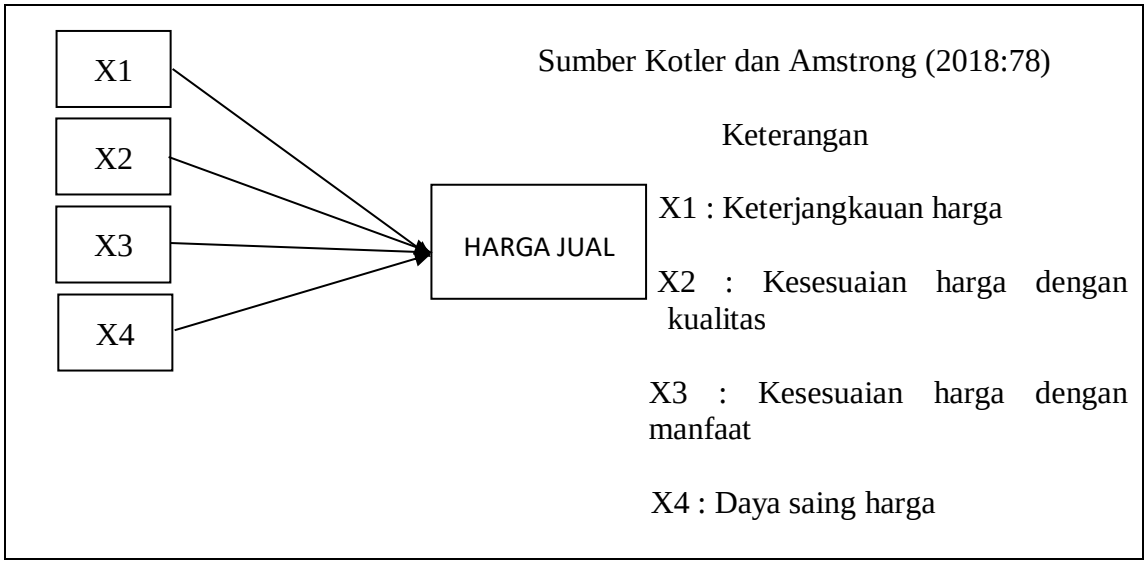
H6 : Keinginan untuk hidup sejahtera berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan

2.4 Dimensional Variabel

2.4.1 Dimensional Variabel Harga Jual

Variabel harga jual dibentuk dengan menggunakan empat indikator, yaitu : Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas, Kesesuaian harga dengan manfaat, Daya saing harga seperti dalam gambar berikut :

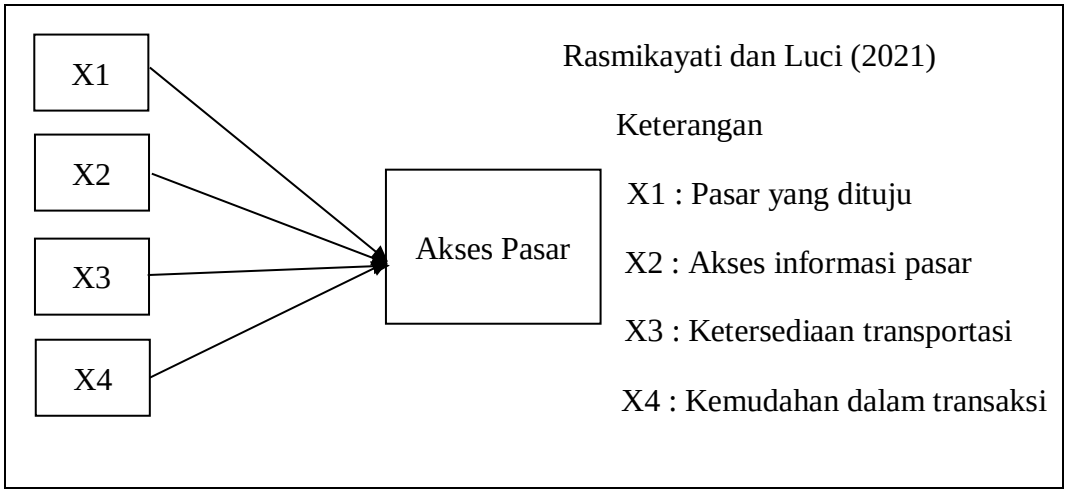
Gambar 2.1
Model Variabel Harga Jual



2.4.2 Dimensional Variabel Akses Pasar

Variabel akses pasar dibentuk dengan menggunakan empat indikator, yaitu : Pasar yang dituju, Akses informasi pasar, Ketersediaan transportasi, Kemudahan dalam transaksi seperti dalam gambar berikut :

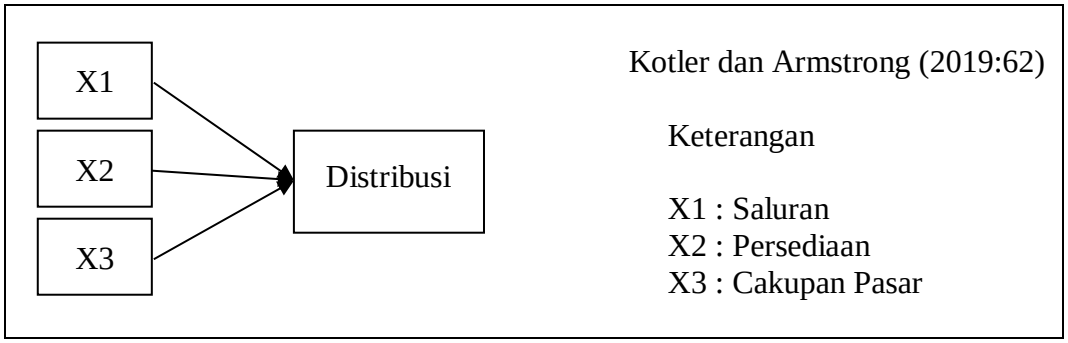
Gambar 2.2
Model Variabel Akses Pasar



2.4.3 Dimensional Variabel Distribusi

Variabel distribusi dibentuk dengan menggunakan tiga indikator, yaitu : Saluran, Persediaan, Cakupan Pasar seperti dalam gambar berikut :

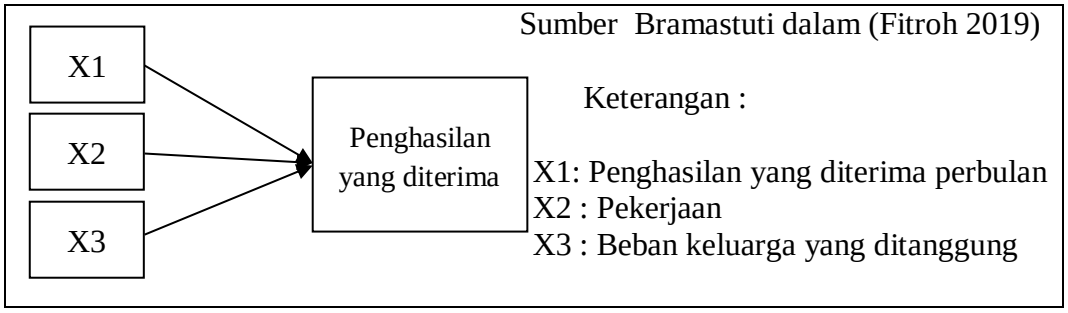
Gambar 2.3
Model Variabel Distribusi



2.4.4 Dimensional Variabel Penghasilan Yang Diterima

Variabel Penghasilan yang diterima dibentuk dengan menggunakan tiga indikator, yaitu : Penghasilan yang diterima perbulan, Pekerjaan, Beban keluarga yang ditanggung seperti dalam gambar berikut :

Gambar 2.5
Model Variabel Penghasilan Yang Diterima

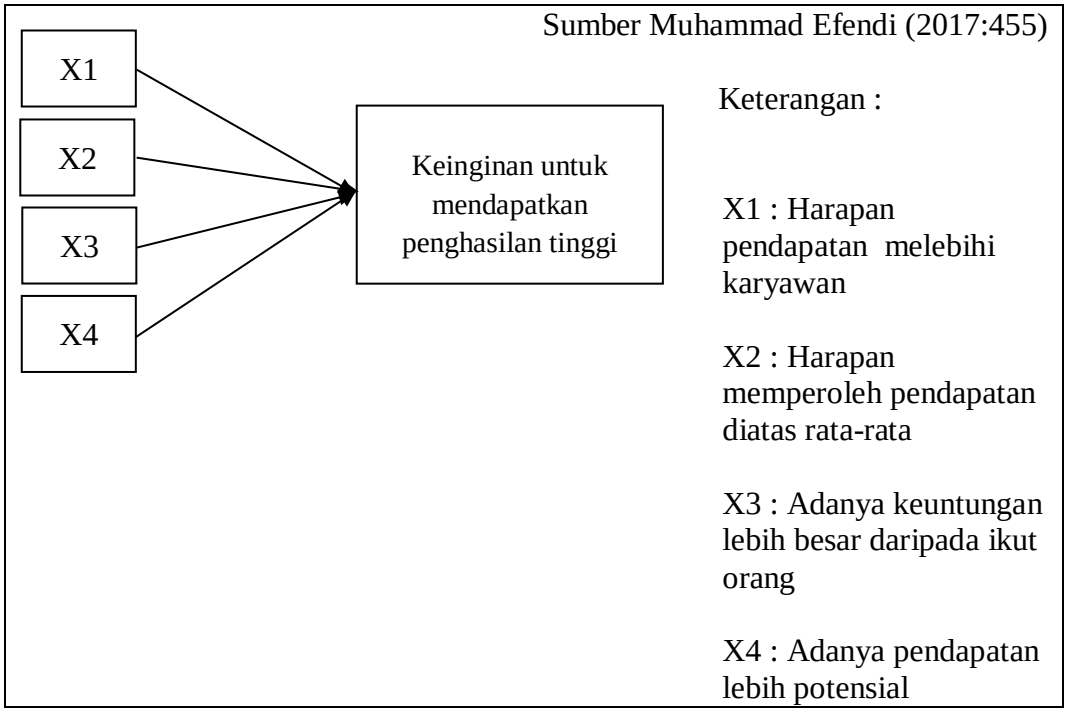


2.4.5 Dimensional Variabel Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi

Variabel keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi dibentuk dengan menggunakan empat indikator, yaitu : Harapan pendapatan melebihi karyawan, Harapan memperoleh pendapatan diatas rata-rata, Adanya keuntungan lebih besar daripada ikut orang, Adanya pendapatan lebih potensial seperti dalam gambar berikut :

Gambar 2.6

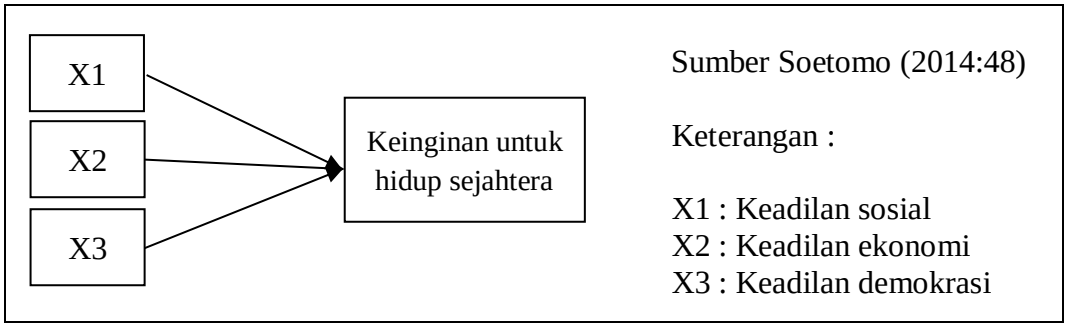
Model Variabel Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi



2.4.6 Dimensional Variabel Keinginan Untuk Hidup Sejahtera

Variabel Keinginan untuk hidup sejahtera dibentuk dengan menggunakan tiga indikator, yaitu : Keadilan sosial, Keadilan ekonomi, Keadilan demokrasi seperti dalam gambar berikut.

Gambar 2.7
Model Variabel Keinginan Untuk Hidup Sejahtera



.

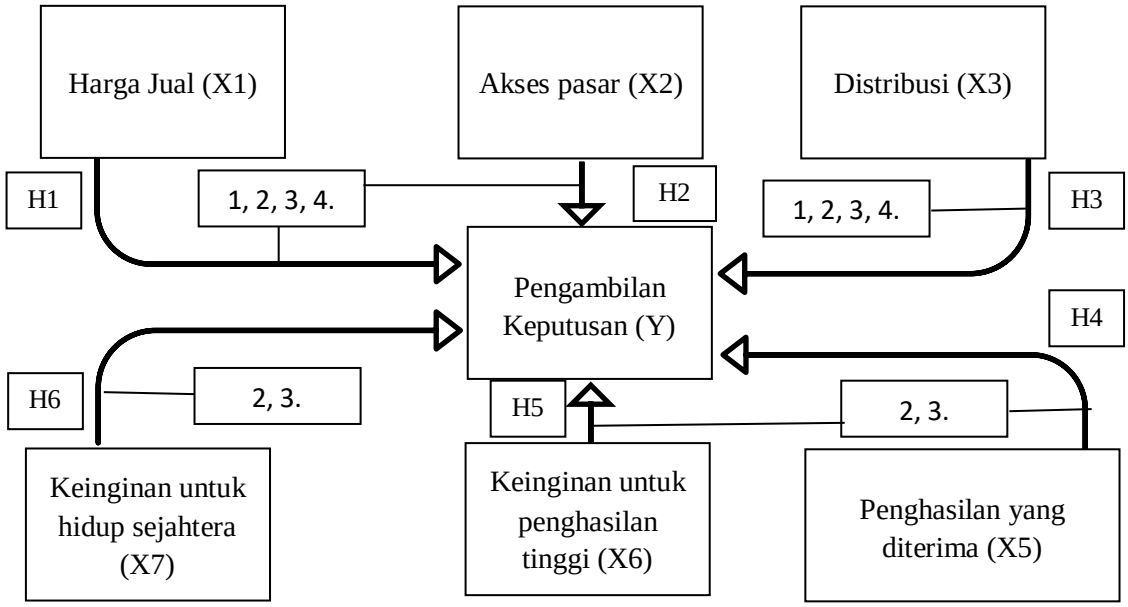
2.5 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini dapat digambarkan sebuah kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana teori-teori dan hipotesis yang menghubungkan antara

variabel guna mengetahui pengaruhnya terhadap variabel terikat. Hubungan-hubungan tersebut dapat digunakan seperti dalam kerangka konseptual berikut ini:

Gambar 2.9

Kerangka Konseptual



Keterangan Tabel 2.9 : 1.Alfino, Maswadi, Imelda (2018), 2. Firman RL Silalahi, Yusra Muharami Lestari, Jontara Hutabalian (2021), 3. Gusti Fitriyana (2018), 5. Rahmanta (2017).

Penelitian ini menggunakan delapan variabel, variabel indenpenden yaitu harga jual (X1), akses pasar (X2), distribusi (X3), penghasilan yang diterima (X4), keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi (X5), keinginan untuk hidup sejahtera (X6). dan satu variabel dependent yaitu pengambilan keputusan (Y). Hubungan antar variabel harga jual dengan pengambilan keputusan merupakan hipotesis pertama (H1) yaitu : harga jual berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan para petani dalam budidaya sawit. Hipotesis ini dibangun berdasarkan teori yang dihasilkan dari penelitian empiris dari Alfino, Maswadi,

Imelda (2018), Firman RL Silalahi, Yusra Muharami Lestari, Jontara Hutabalian (2021), Gusti Fitriyana (2018), Rahmanta (2017).

Hubungan antara variabel akses pasar dengan pengambilan keputusan merupakan hipotesis kedua (H2) yaitu akses pasar berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan para petani dalam budidaya sawit. Hipotesis ini dibangun berdasarkan teori yang dihasilkan penelitian empiris dari Alfino, Maswadi, Imelda (2018), Firman RL Silalahi, Yusra Muharami Lestari, Jontara Hutabalian (2021), Gusti Fitriyana (2018), Rahmanta (2017).

Hubungan antara variabel distribusi dengan pengambilan keputusan merupakan hipotesis ketiga (H3) yaitu akses pasar berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan para petani dalam budidaya sawit. Hipotesis ini dibangun berdasarkan teori yang dihasilkan penelitian empiris dari Alfino, Maswadi, Imelda (2018), Firman RL Silalahi, Yusra Muharami Lestari, Jontara Hutabalian (2021), Gusti Fitriyana (2018), Rahmanta (2017).

Hubungan antar variabel penghasilan yang diterima dengan pengambilan keputusan merupakan hipotesis kelima (H4) yaitu penghasilan yang diterima berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan para petani dalam budidaya sawit. Hipotesis ini dibangun berdasarkan teori yang dihasilkan penelitian empiris dari Alfino, Maswadi, Imelda (2018), Firman RL Silalahi, Yusra Muharami Lestari, Jontara Hutabalian (2021), Gusti Fitriyana (2018), Rahmanta (2017).

Hubungan antar variabel keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi dengan pengambilan keputusan merupakan hipotesis keenam (H5) yaitu keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi berpengaruh signifikan terhadap

pengambilan keputusan para petani dalam budidaya sawit. Hipotesis ini dibangun berdasarkan teori yang dihasilkan penelitian empiris dari Firman RL Silalahi, Yusra Muharami Lestari, Jontara Hutabalian (2021), Gusti Fitriyana (2018).

Hubungan antar variabel keinginan untuk hidup sejahtera dengan pengambilan keputusan merupakan hipotesis ketujuh (H6) yaitu keinginan untuk hidup sejahtera berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan para petani dalam budidaya sawit. Hipotesis ini dibangun berdasarkan teori yang dihasilkan penelitian empiris dari Firman RL Silalahi, Yusra Muharami Lestari, Jontara Hutabalian (2021), Gusti Fitriyana (2018).

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan menggunakan jenis analisis kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2016: 8) yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan survei dan observasi pada para petani sawit swadaya di desa tanjung agung dengan hasil berupa deskripsi faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan para petani yang berbentuk angka kemudian dianalisis secara kuantitatif.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Tanjung Agung, Kecamatan Tanjung Palas Timur, Kabupaten Bulungan, Provinsi Kalimantan Utara. Waktu pelaksanaan dilakukan selama 6 bulan, sejak penelitian awal hingga akhir penelitian dan penyusunan serta penyerahan menjadi laporan akhir hasil penelitian. Jadwal pelaksanaan penelitian ini direncanakan sebagaimana tabel 3.1 berikut ini

Tabel 3.1

Jadwal Kegiatan Penelitian Tahun 2024

No	Kegiatan	Waktu (Bulan) 2024																									
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal																												
2	Pengajuan Judul																												
3	Penyusunan Proposal																												
4	Seminar Proposal																												
5	Penyebaran Kuesioner																												
6	Analisis / Pengolahan data																												
7	Penyusunan Skripsi																												
8	Sidang Skripsi																												

Sumber : Dikembangkan Untuk Penelitian (2024)

3.3 Populasi dan Sampel

a. **Populasi**

Populasi adalah objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Hendryadi, 2019:162-163). Dimana unit analisis yang dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini adalah para petani sawit swadaya di Desa Tanjung Agung berjumlah 109 petani.

b. **Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakeristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017:81). Sampel harus mewakili populasi atau representatif, artinya mampu menggambarkan secara maksimal keadaan populasi tersebut agar kesimpulan yang diambil benar. Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu metode sampling

yang mensyaratkan bahwa setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Penentuan sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat (Haryono, 2017) yang menyatakan jumlah sampel harus dipenuhi jika menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM), maka jumlah sampel berkisar antara 100-200. Berdasarkan pendapat tersebut, maka ditentukan sampel dalam penelitian ini adalah 109 petani sawit, Penentuan besar sampel dengan kesalahan penelitian 5% menggunakan formula Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N\,(e)^2}$$

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian)

Perhitungan penentuan sampel :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150\,(0{,}05)^2}$$

$$n = \frac{150}{1.375}$$

$$n = 109$$

3.4 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara, observasi dan menggunakan teknik angket (kuesioner) dengan skala likert terhadap petani sampel dan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disediakan. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi data dari petani. Data Primer yang dikumpulkan

meliputi: Harga jual, akses pasar, distribusi, penghasilan, keinginan, kesejahteraaan.

Data sekunder diperoleh yaitu dari lembaga atau instansi-instansi terkait dengan penelitian ini, seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian/Perkebunan, Jurnal dan Skripsi. Data sekunder meliputi keadaan umum daerah penelitian, populasi petani kelapa sawit, luas lahan kelapa sawit, keadaan penduduk dan monografi desa. Disini penulis juga mengambil dari buku-buku yang terkait dengan petani sawit, laporan penelitian terdahulu dan referensi lain yang dianggap releven dengan objek pembahasan.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada petani sawit yang memiliki tanaman sawit berumur 5-10 tahun. Menurut Sugiyono (2015, hlm. 199) menyatakan bahwa angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti memilih Teknik pengumpulan data Angket atau kuesioner ini dirasa cukup efektif untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan berupa beberapa pertanyaan mengenai keputusan para petani untuk budidaya tanaman sawit yang harus dijawab oleh para petani di Desa Tanjung Agung. Angket dibuat secara manual dengan menggunakan kuesioner yang sudah dicetak yang kemudian akan disebarkan kepada responden secara langsung.

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti yaitu skala Likert. Menurut Sugiyono (2020:222) Skala Likert dikembangkan oleh

Rensis Likert, yang merupakan suatu series butir (butir soal). Berikut nilai yang digunakan dalam Skala Likert.

Tabel 3.2
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat Setuju (SS)	**5**
Setuju (S)	**4**
Netral (N)	**3**
Tidak Setuju (TS)	**2**
Sangat Tidak Setuju (STS)	**1**

Sumber: Arifin (2014 hlm. 237)

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat *positif* sampai sangat *negative*, yang dapat berupa kata-kata sebagai berikut: 1) Sangat Setuju (SS), 2) Setuju (S), 3) Netral (N), 4) Tidak Setuju (TS), 5) Sangat Tidak Setuju (STS) (Arifin, 2014 hlm. 237).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2019:68) merupakan suatu sifat atau nilai dari objek, orang maupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menguraikan definisi operasional variabel dalam sebuah penelitian adalah sesuatu yang esensial, ini berguna untuk pengumpulan data peneliti agar tidak melakukan kekeliruan. Kekeliruan yang terjadi umumnya yaitu data akan menjadi bias atau berbelok arah. Oleh karena itu definisi operasionalisasi memiliki tujuan menjelaskan arti variabel yang akan diteliti agar terhindar dari salah

pengertian, penafsiran dan persepsi pembaca dan penelitian ini lebih dapat dipahami.

Untuk lebih memudahkan pembahasan maka penulis membatasi variabel sebagai berikut :

1. Petani sawit adalah masyarakat di Desa Tanjung Agung, Kecamatan Tanjung Palas Timur.
2. Akses pasar adalah bagaimana infrastruktur transportasi, ketersediaan sarana distribusi, jarak ke pasar, akses informasi tentang harga dan kebijakan pemerintah terkait perdagangan pertanian di Desa Tanjung Agung.
3. Distribusi adalah saluran, persediaan dan cakupan pasar para petani sawit swadaya.
4. Penghasilan adalah hasil yang diperoleh petani sawit swadaya.
5. Keinginan adalah harapan para petani sawit untuk penghasilan yang tinggi.
6. Kesejahteraan adalah keadaan atau kondisi baik dan makmur yang dialami para petani

3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:148) instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang hendak diamati. Instrumen penelitian merupakan salah satu tolak ukur penelitian serta alat bantu yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Tujuan dari penyusunan instrumen ini untuk mengumpulkan data agar penelitian sistematis dan mudah. Sementara menurut Tontowi (2019) alat ukur dalam penelitian manajemen seringkali bersifat kontigensi, yaitu sangat tergantung dari fenomena sosial yang terus berubah dan

situasi serta kondisinya relative bisa berbeda-beda disetiap tempat penelitian. Oleh karena itu, memilih alat ukur harus sesuai dengan variabel, dimensi atau indikator. Lingkungan sosial penelitian dan harus memenuhi syarat-syarat kehandalan *(reliability)* dan keabsahan *(validity)*. Jika penggunaan instrumen penelitian tidak sesuai, tidak *reliabel* dan tidak *valid*, maka hasil penelitian

3.7.1 Alat Analisis

Analisis statistic inferensial memfokuskan pada bidang kajian analisis dan interpretasi data untuk menarik kesimpulan. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan dengan menggunakan data sampel yang diperoleh. Metode statistik inferensial yang digunakan dalam analisis data pada penelitian ini meggunakan alat analisis *Structural Equation Modelinng* (SEM). Alasan menggunakan SEM, pertimbangan bahwa hubungan kausal yang dirumuskan dalam banyak penelitian degan pendekatan kuantitatif, banyak menggunakan model yang tidak sederhana (kompleks). Bentuk hubungan kausal seperti membutuhka analisis yang mampu menjelaskan secara simultan tentang hubungan tersebut sehingga alat analisis yang digunakan dalam analisis data direkomendasikan menggunakan SEM (Tontowi 2019).

Alasan menggunakan alat analisis SEM pada penelitian ini didasarkan atas beberapa hal sebagai berikut :

1) Alasan pertama, pembahasannya untuk menguji model secara struktural.
2) Alasan kedua, yaitu pada pembahasan ini diasumsikan seluruh variabel melibatkan variabel yang bersifat *unobservable (latent variable)*, yaitu variabel tidak dapat diukur secara langsung melalui indikator, sehingga dilakukan teknik

analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Akan tetapi dalam SEM dapat dilakukan teknik yang identic dengan CFA yaitu SEM dala model pengukuran.

Data yang diperoleh dan responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian melalui kuesioner yag disebarkan, akan dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berdasarkan program AMOS. Program AMOS menunjukkan pengukuran masalah yang struktural, dan digunakan untuk menguji model hpotesis. Hal ini disebabkan adanya kemampuan untuk memperkirakan koefisien yang diketahui dari persamaan linier struktural, mengakomodasi model yang merupakan variabel laten, mengakomodasi kesalahan pengukuran pada variabel dependen dan independent (Tontowi 2019).

3.7.2 Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Confirmatory Factor Analysis (CFA) atau analisis faktor digunakan untuk menguji dimensional dari suatu konstruk teoritis dan sering disebut menguji validitas suatu konstruk teoritis (Ghozali, 2014). Pada umumnya sebelum melakukan analisis model struktural, peneliti terlebih dahulu harus melakukan pengukuran model *(measurement model)* untuk menguji validitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk atau variabel laten tersebut dengan menggunakan CFA. Dalam penelitian ini digunakan model CFA *first oder*, dimana pada model CFA *first order* indikator-indikator di implementasikan dalam item-item yang secara langsung mengukur konstruknya. Pengujian menggunakan CFA, Indikator dikatakan valid jika loading factor ≥ 0,70. Dalam riset-riset yang belum mapan loading factor ≥ 0,50 - 0,60 masih dapat ditolerir (Ghozali, 2014)

3.7.3 Uji Reliability

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukuran yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran tersebut dipakai berulang-ulang untuk mengukur gejala yang sama. Tingkat reliabilitas yang diterima secara umum jika nilai CR *(Construct Reliability)* > 0,70 sedangkan *reliabilitas* ≤ 0,70 dapat diterima untuk penelitian yang bersifat eksploratori. Selain itu, untuk semakin memperkuat hasil analisis dari uji reliabilitas dapat dilihat dengan hasil perhitungan rerata VE (*Variance Extracted*). Dimana ketika nilai VE yang diperoleh > 0,5 maka dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2014)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Teknik Analisis dan uji hipotesis

Teknik analisis penelitian dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan AMOS. Alasan penggunaan alat analisis ini karena adanya beberapa hubungan yang kompleks dari beberapa variabel yang diuji dalam penelitian ini, sehingga penggunaan AMOS mampu untuk mengkombinasikan beberapa teknik yang menyertakan analisis faktor, analisis path dan analisis regresi. Pengujian hipotesis perlu untuk memilih atau menentukan tingkat signifikansi dan untuk memilih tingkat dari signifikansi peneliti harus memerhatikan hasil dari penelitian yang terdahulu terhadap penelitian sejenis. Tingkat signifikasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (α = 5%). Artinya, keputusan peneliti untuk menolak atau mendukung hipotesis nol memiliki probabilitas kesalahan sebesar 5% (Ghozali, 2014). Sedangkan menurut Haryono

(2017) apabila nilai Critical Ratio (C.R.) ≥ 1,967 atau nilai probabilitas (P) < 0,05 maka H0 ditolak (hipotesis penelitian diterima).

Menurut Ghozali, (2014) sebelum melakukan pengujian terhadap konstruk-konstruk yang ada, beberapa persyaratan atau asumsi yang harus dipenuhi sebelum melakukan pengolahan SEM, antara lain:

1. Kecukupan Ukuran

   Sampel Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam permodelan ini adalah minimum berjumlah 100-200 sampel atau jumlah indikator dikali 5 – 10 (Sekaran dan Bougie, 2010).

2. Uji *Outliers*

   Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara *univariate* maupun *multivariate.* Jika terjadi *outliers* maka data tersebut dapat dikeluarkan dari analisis. *Outliers multivariate* dilakukan dengan kriteria jarak *mahalanobis distance*. Disini karakteristik yang digunakan yaitu dilihat dari nilai *Chisquare* pada derajat kebebasan *(degree of freedom),* yaitu jumlah indikator pada tingkat signifikansi dengan p < 0,001. Apabila nilai mahalanobis d-squared lebih besar dari nilai mahalanobis pada tabel, maka data adalah *multivariate outliers* dan harus dikeluarkan (Ghozali, 2014).

3. Uji Normalitas Data

   Uji normalitas data dimaksudkan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi penelitian dari masing-masing variabel. Jika distribusi pada data tidak dapat membentuk distribusi normal maka dari itu hasil dari analisis akan dikhawatirkan dapat menjadi bias. Distribusi data dapat dikatakan normal pada

tingkat signifikansi 0,01 jika *Critical Ratio* (CR), *skewenes* (kemiringan), atau CR *curtosis* (keruncingan) tidak lebih dari ± 2,58 (Ghozali, 2014).

4. Uji Multikolieniritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menganalisis apakah model penelitian memiliki korelasi pada setiap variabel eksogen. Model penelitian dikatakan baik apabila setiap variabel eksogen tidak memiliki korelasi yang sempurna atau besar. Multikolinearitas dalam model penelitian dapat diketahui dengan melihat nilai dari determinan matriks kovarian. Jika korelasi antar konstruk eksogen < 0,85 berarti tidak terjadi adanya multikolinieritas (Ghozali, 2014).

Langkah-langkah pembentukan model persamaan struktural (Hair, 2006) dalam (Tontowi, 2019) adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan Model Teoritis

Pengembangan model yang dimaksud dalam analisis SEM yaitu model persamaan struktural yang didasarkan pada hubungan kausalitas. Kausalitas disini artinya yaitu suatu asumsi dimana satu variabel adanya perubahan maka mempengaruhi variabel lainnya juga terjadi perubahan. Kuatnya hubungan dari kausalitas tersebut sangat dipengaruhi oleh justifikasi dari suatu teori yang mendukung analisis tersebut. Analisis SEM digunakan bukan untuk menghasilkan suatu model maupun kausalitas, tetapi untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam model melalui uji data empiris atau teori yang mendukung analisis (Ghozali, 2014).

2. Pengembangan Diagram Alur *(Path Diagram)*

Setelah menentukan pengembangan model apa yang akan digunakan, tahapan selanjutnya yaitu melakukan penyusunan hubungan pada setiap variabel didalam model penelitian dengan menggunakan diagram jalur dan juga menyusun strukturalnya. Pada analisis SEM pengembangan dari diagram jalur menjadi sangat penting untuk dilakukan dikarenakan untuk mempermudah peneliti dalam melihat bagaimana hubungan kausalitas pada setiap variabel yang sedang diteliti dalam penelitian ini. Menurut Ghozali (2014) konstruk yang dibangun dalam diagram path dapat dibedakan dalam dua kelompok yaitu:

a) *Exogenous construct* atau konstruk eksogen

Konstruk eksogen disebut sebagai variabel independen yang tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model.

b) *Endogenous construct* atau konstruk endogen

Endogenous contruct atau konstruk endogen merupakan faktor-faktor yang dapat diprediksi oleh satu atau lebih konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau lebih konstruk endogen lainnya, namun konstruk endogen hanya bisa berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

3. Memilih *Matrik Input* dan Estimasi Model

Keseluruhan estimasi SEM hanya menggunakan data input dari matriks varian atau kovarian atau matriks korelasi. Matriks korelasi memiliki rentang nilai 0 sampai ± 1, sehingga dapat melakukan perbandingan langsung antar koefisien dalam model. Matriks kovarian umumnya lebih banyak digunakan dalam penelitian mengenai hubungan, berbagai penelitian melaporkan bahwa nilai *standard error* yang didapat sering menunjukkan angka yang kurang akurat

(Ghozali, 2014). Estimasi model dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Maximum Likelihood Estimation* (ML). Teknik analisis *Maximum Likelihood Estimation* (ML) dipilih karena jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berada pada rentang 100-200 sampel.

4. Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

Masalah identifikasi model struktural sering dijumpai selama proses estimasi data berlangsung. Pada prinsipnya, masalah identifikasi muncul karena ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Menurut Ghozali (2014) masalah identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala sebagai berikut:

a) Nilai *Standard error* untuk satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.

b) Program tidak mampu menghasilkan matrik informasik yang seharusnya disajikan.

c) Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya varians error yang negatif.

d) Munculnya korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat misalnya > 0,9.

5. Evaluasi Kriteria *Goodnes of Fit*

Evaluasi *goodness of fit* adalah suatu uji kesesuaian yang dilakukan terhadap model yang digunakan dalam penelitian. Evaluasi ini berfungsi untuk menghasilkan indikasi suatu perbandingan antara model yang dispesifikasi melalui matriks kovarian dengan indikator atau variabel observasi. Apabila nilai pada *goodness of fit* yang dihasilkan baik, maka model tersebut dapat diterima, sedangkan untuk hasil *goodness of fit* yang buruk maka model tersebut harus dilakukan modifikasi atau ditolak. Menurut Ghozali (2014) ada beberapa indeks

kesesuaian yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan suatu model penelitian adalah sebagai berikut:

a. X^2 – Uji *Chi Square*

Statistic Uji *Chi Square* sangat bergantung pada besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian, karena *Chi Square* sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Model penelitian dikatakan baik apabila nilai yang dihasilkan dari uji *Chi Square* kecil. Semakin kecil nilai *Chi Square* yang dihasilkan, maka semakin baik model yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2014).

b. CMIN/DF

CMIN/DF merupakan suatu indikator untuk mengukur tingkat fit-nya suatu model, dengan cara membagi nilai CMIN dengan DF. Dalam hal ini CMIN/DF tidak lain yaitu *chi-square statistic*. Dimana X^2 dibagi dengan DF sehingga menghasilkan nilai X^2 relatif. Suatu model dan data dapat diterima apabila nilai X^2 relatifnya < 2,0 atau bahkan < 0,3 (Ghozali, 2014).

c. **GFI *(Goodness of Fit Index)***

Fit Index digunakan untuk menghitung proporsi tertimbang dari varian dalam matrik kovarian sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarian populasi yang terestimasi. GFI adalah sebuah ukuran non-statistical yang mempunyai rentang 0 (*poor fit*) sampai dengan 1,0 *(perfect fit).* Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah *better fit,* sedang besaran nilai antara 0,80 – 0,90 adalah *marginal fit* (Ghozali, 2014).

d. **AGFI *(Adjusted Goodness of Fit Index)***

AGFI merupakan R2 dalam regresi berganda. Dalam menguji suatu model, *fit index* dapat diatur atau disesuaikan dengan *degrees of freedom* yang tersedia. AGFI atau GFI merupakan kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matrik kovarian sampel. Nilai AGFI yang berkisar 0,80-0,90 dikatakan sebagai *marginal fit.* Nilai AGFI yang berkisar 0,90-0,95 dikatakan sebagai adequete fit (tingkatan yang cukup). Nilai AGFI yang besarnya 0,95 dikatakan sebagai *good overall model fit* atau tingkatan yang baik (Ghozali, 2014).

e. CFI *(Comparative Fit Index)*

Indeks CFI memiliki keunggulan yaitu indeks ini besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel, sehingga sangat baik digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan suatu model. Besaran indeks ini yaitu berada pada rentang 0-1. Semakin nilainya mendekati 1 menandakan tingkat fit yang paling tinggi *(a very good fit).* Nilai CFI yang direkomendasikan yaitu 0,90 (Ghozali, 2014).

f. **TLI *(Tucker Lewis Index)***

TLI merupakan suatu alternatif dari IFI dengan membandingkan suatu model yang uji dengan sebuah model dasar *(baseline model).* Indeks TLI memiliki rentang nilai 0-1. Semakin nilainya mendekati 1, menandakan tingkat fit yang paling tinggi *(a very good fit).* Nilai TLI yang direkomendasikan yaitu 0,90 (Ghozali, 2014).

g. **NFI *(Normed Fit Indeks)***

NFI yaitu ukuran perbandingan antara *proposed model* dan *null model.* Nilai NFI memiliki variasi dari 0 yang berarti tidak fit sama sekali *(not fit at all),* sampai 1 yang berarti fit sempurna *(perfect fit).* Seperti halnya dengan TLI, NFI juga tidak memiliki nilai *absolute* yang dapat digunakan sebagai nilai standar, tetapi umumnya direkomendasikan sama atau lebih dari 0,90 (Ghozali, 2014).

h. **RMSEA *(The Root Mean Square Error of Approximation)***

RMSEA adalah suatu indeks yang digunakan untuk mengkompensasi *chi square statistic* dalam ukuran sampel besar. Nilai RMSEA dikatakan memiliki *goodness of fit* jika model tersebut diestimasi dalam populasi. Suatu model dapat diterima, apabila nilai RMSEA ≤ 0,08 (Ghozali, 2014).

Berikut ini adalah ringkasan indeks-indeks yang dapatdigunakan untuk menguji kelayakan sebuah model yang disajikan dalam Tabel:

Tabel 3.3
Goodnes Fit Index

Goodnes of Fit Index	***Cut off Value***
X^2 – *chi square*	Diharapkan kecil
Significancy Probability	≥ 0,05
CMIN / DF	≤ 2,00
GFI	≥ 0,90
AGFI	≥ 0,90
CFI	≥ 0,90
TLI	≥ 0,90
NFI	≥ 0,90
RMSEA	≤ 0,08

Sumber : Ghozali 2014

i. Uji Signifikansi Parameter

Keputusan signifikan atau tidaknya variabel indikator dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai P-*value* dengan tingkat signifikansi yang dipilih (α). Besarnya nilai α biasanya sebesar 5% (0,05). Selain itu, tingkat

signifikansi juga dilihat dari nilai CR *(Critical Ratio)*. Jika nilai CR > 1,96 maka variabel dikatakan signifikan dan jika tidak maka tidak signifikan, hal ini sama saja jika p-value < 0,05 maka vaiabel indikator dikatakan signifikan, sedangkan bila p-value ≥ 0,05 maka variabel indikator dikatakan tidak signifikan (Ghozali, 2014).

j. Interpretasi dan Modifikasi Model

Langkah terakhir dalam analisis SEM adalah menginterpretasikan model dan melakukan memodifikasi untuk model yang tidak memenuhi syarat. Sebelum melakukan memodifikasi terhadap model, hal yang terpenting yang harus diperhatikan bahwa segala modifikasi terhadap model (walaupun sangat sedikit) harus berdasarkan teori yang mendukung.

k. Pengujian Asumsi Model SEM

Prinsip uji hipotesis asumsi model, yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis yang dijelaskan berikut Tontowi, (2019).

a) Asumsi tidak adanya *outlier* (pencilan). *Outlier* merupakan observasi yang muncul dengan nilai ekstrim secara *univariate* maupun *multivariate,* karena kombinasi karakteristik unik dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi lainnya. *Outlier* muncul dengan (4) kategori berikut :

1) *Outlier* muncul karena kesalahan prosedur seperti kesalahan dalam memasukan data atau kesalahan dalam mengkode data.
2) *Outlier* muncul karena keadaan khusus yang memungkinkan profil data menjadi lain, khusus yang memungkinkan profil data menjadi lain.

3) *Outlier* muncul karena adanya suatu alasan, tetapi tidak dapat diketahui perihal penyebabnya munculnya ekstrim itu.
4) *Outlier* muncul dalam rentang nilai yang ada, tetapi apabila dikombinasikan dengan variabel lainnya, kombinasinya menjadi tidak lazim atau sangat ekstrim, yang dapat disebut dengan multivariate outlier, maka menggunakan metode pengujian mahalanaobisdistance.

b) Asumsi normalitas sebaran, yaitu data yang akan dianalisis (variabel latent) dengan menyebar normal (normal ganda). Dengan sampel yang besar (100), asumsi ini tidak terlalu kritis, landasannya adalah dalil limit pusat *(Central Limit Theorm)*, yaitu jika n *(sampel size)* besar maka statistik dari sampel tersebut akan mendekati distribusi normal walaupun populasi dari mana sampel tersebut diambil tidak terdistribusi dengan normal.

n. Uji Hipotesis

Setelah model tersebut memenuhi syarat, maka yang perlu dilakkan selanjutnya adalah uji *regression weight/loading factor.* Uji ini dilakukan sama dengan uji t terhadap *regression weight/loading factor/koefisien model*. Pengujian ini dilakukan terhadap (Tontowi, 2019):

a) Hipotesis mengenai measurement model:

Parameter Lambda (λ), yaitu parameter yang berkenaan dengan pengukuran variabel latent berdasarkan variabel *manifest* (berkaitan dengan validitas instrumen)

Hipotesis yang di uji:

H0 : λi = 0 (tidak signifikan)

H1 : λi> 0 (signifikan)

b) Hipotesis mengenai structural model:

1) Parameter Beta (β), yaitu parameter pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam *structural model.*

   Hipotesis yang di uji:

   H0 : $\beta i = 0$ (tidak signifikan)

   H1 : $\beta i \neq 0$ (signifikan)

2) Parameter Gama (γ), yaitu parameter pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen dalam *structural model.*

   Hipotesis yang di uji:

   H0 : $\gamma i = 0$ (tidak signifikan)

   H1 : $\gamma i \neq 0$ (signifikan)

   Uji ini sama dengan uji t (uji parsial) dalam *multiple regression*, uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan ketentuan:

   Jika t hitung > t tabel berarti variabel tersebut signifikan dan

   Jika t hitung ≤ t tabel berarti variabel tersebut tidak signifikan.

   Ferdinand (2002) menjelaskan bahwa t hitung identik dengan C.R *(critical ratio)* yang diuji dengan nilai probabilitas p, dimana jika $p < 0,05$ menunjukan pengaruh yang signifikan dan jika $p > 0,05$ menunjukan tidak signifikan

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan membahas mengenai hasil penelitian serta analisis dari skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengambilan Penelitian ini adalah Harga jual (X1), Akses Pasar (X2), Distribusi (X3), Penghasilan Yang Diterima (X4), Keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi (X5), Kesejahteraan (X6), Sedangkan variabel Y dalam dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan.

Data yang akan diolah diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada para responden, dimana dalam penelitian ini yaitu para petani sawit swadaya yang berada di Desa Tanjung Agung. Keseluruhan kuesioner yang disebarkan berjumlah 109 untuk 109 orang responden.

Dalam melakukan analisis data ini, peneliti menggunakan program AMOS 23. Seluruh hasil dari perhitungan komputer akan dilampirkan pada halaman lampiran.

4.1 Gambaran umum objek penelitian

Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan Terdiri dari 8 (delapan desa) yakni : Desa Tanjung Agung, Desa Sajau, Desa Pura Sajau, Desa Sajau Hilir, Desa Binai , Desa Tanah Kuning, Desa Mangkupadi. Desa Tanjung Agung merupakan hasil pemekaran dari desa Sajau Metun.

Secara umum wilayah administrasi Desa Tanjung Agung memiliki batas – batas sebagi berikut dengan peta administrasi desa terlampir;

Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Persiapan Bukit Indah / SP 6

Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Sajau

Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Wonomulyo

Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Gunung Sari

Sesuai dengan kondisi georafis, Desa Tanjung Agung beriklim tropis dengan 2 musim yaitu musim kemarau antara bulan April sampai dengan bulan September dan musim penghujan antara bulan Oktober samapai dengan bulan Maret.Sedangkan curah hujan rata – rata 2000/3000 mm, suhu udara berkisar antara 27 c samapai dengan 30 c dengan kelembapan udara rata – rata 87,4 % samapai dengan 90,35 % Desa Tanjung Agung termasuk desa yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang cukup potensial dan bervariasi jenisnya antara lain : Pertanian, Perkebunan , Pertambangan , dan Peternakan. Luas Wilayah Desa Tanjung Agung lebih kurang 15,21 km2 atau 15.210 ha dengan jumlah penduduk 1.462 jiwa,pusat Desa Tanjung Agung adalah Tanjung Agung yang berjarak ke Kecamatan 75 km dan jarak dari Kabupaten Bulungan.

Usaha tani khususnya tanaman sawit sudah dimulai sejak tahun 2007 dan sampai penelitian ini dibuat sudah terdapat 150 keluarga petani sawit swadaya yang ada di Desa Tanjung Agung.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Model Pengukuran CFA

Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), CFA digunakan untuk menguji *unidimensional* validitas dan reliabilitas model pengukuran konstruk yang tidak dapat diukur langsung. CFA memiliki 2 tujuan utama yaitu mengukur indicator-indikator yang dikonsepsikan secara *unidimensional*, tepat dan konsisten juga indikator-indikator yang dominan membentuk konstruk yang diteliti. Dengan melihat korelasi tiap variabel baik variabel eksogen dan variable endogen, hal ini dapat dilihat dari nilai *loading factor* tiap indicator. Jika nilai *loading factor* telah berada diatas 0,5 maka dinyatakan valid. Sementara menurut (Ghozali, 2014). uji validitas dalam SEM biasa disebut dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) digunakan untuk menguji dimensional pada suatu konstruk teoritis atau sering disebut juga dengan menguji validitas suatu konstruk teoritis (Ghozali, 2014). Dalam menilai keabsahan atau validitas dari indikator tersebut maka akan dinyatakan valid apabila *variance extracted* $\geq$ 0,50 (Ghozali, 2014)

Selanjutnya untuk melihat hasil uji validitas dari masing-masing indikator tersebut hasilnya bisa dilihat pada Tabel 4.1, dibawah ini:

Tabel 4.1
Uji CFA variabel

Variabel	Butir	*Loading factor*	P-value	Ket
Harga jual	**X1.1**	**0,63**	**0,003**	**Valid & Signifikan**
	X1.2	**0,68**	**0,007**	**Valid & Signifikan**
	X1.3	**0,80**		**Valid**

Akses pasar	**X2.1**	**0,71**	**0,008**	**Valid & Signifikan**
	X2.2	**0,67**		**Valid**
	X2.3	**0,70**	**0,066**	**Valid & Tidak signifikan**
	X2.4	**0,74**	*******	**Valid & Signifikan**
Distribusi	**X3.1**	**0,82**	**0,002**	**Valid & Signifikan**
	X3.2	**0,69**	*******	**Valid & Signifikan**
	X3.3	**0,68**		**Valid**
Penghasilan yang diterima	**X5.1**	**0,87**		**Valid**
	X5.2	**0,61**	**0,503**	**Valid & Tidak Signifikan**
	X5.3	**0,54**	**0,501**	**Valid & Tidak Signifikan**
	X5.4	**0,78**	**0,495**	**Valid & Tidak Signifikan**
Keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi	**X6.1**	**0,73**		**Valid**
	X6.2	**0,66**	**0,004**	**Valid & Signifikan**
	X6.3	**0,63**	**0,013**	**Valid & Signifikan**
	X6.4	**0,80**	**0,007**	**Valid & Signifikan**
Kesejahteraan	**X7.1**	**0,61**		**Valid**
	X7.2	**0,80**	*******	**Valid & Signifikan**
	X7.3	**0,68**	*******	**Valid & Signifikan**
	X7.4	**0,73**	*******	**Valid & Signifikan**
Pengambilan keputusan	**Y 1**	**0,78**	*******	**Valid & Signifikan**
	Y 2	**0,58**	*******	**Valid & Signifikan**
	Y 3	**0,77**		**Valid**

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator item kuesioner telah memenuhi syarat nilai *standardized estimate (loading factor)* sebesar > 0,5 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator item penyataan kuesioner pada variabel independen dan dependen dinyatakan valid.

a) Harga jual

Dari tabel diatas, diperoleh hasil *measurement model*. Pada variabel Harga jual (X1). Diukur oleh tiga (3) indikator yaitu Keterjangkauan harga (X1.1), kesesuaian harga dengan kualitas (X1.2), daya saing harga (X1.3). Dua indikator dari variabel ini memiliki nilai P-*value* < 0.05, Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator terkuat membentuk variabel harga jual adalah keterjangkauan harga sebesar 0.63. Hal ini menunjukan indikator keterjangkauan harga yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel harga jual.

b) Akses pasar

Dari tabel diatas, diperoleh hasil *measurement model*. Pada variabel Akses pasar (X2). Diukur oleh tiga (3) indikator yaitu pasar yang dituju (X2.1), (X2.2) dan (X2.3), ketersediaan transportasi (X2.4). Tidak semua indikator dari variabel ini memiliki nilai P-*value* <0.05, Nilai *koefisien standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel Akses Pasar adalah Ketersediaan transportasi sebesar 0.74 dengan nilai P-value < 0,01 yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel akses pasar.

c) Distribusi

Dari tabel diatas, diperoleh hasil *measurement model*. Pada variabel Distribusi (X3). Diukur oleh tiga (3) indikator yaitu saluran (X3.1), cakupan pasar (X3.2), persediaan (X3.3). Dua indikator dari variabel ini memiliki nilai P-*value* < 0.05, Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator terkuat membentuk variabel distribusi adalah saluran sebesar 0.82. Hal ini menunjukan indikator saluran yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel distribusi.

d) Penghasilan yang diterima

Dari tabel diatas, diperoleh hasil *measurement model*. Pada variabel penghasilan yang diterima (X5). Diukur oleh tiga (3) indikator yaitu penghasilan yang diterima perbulan (X5.1), pekerjaan (X1.2), beban keluarga yang ditanggung (X5.3) dan (X5.4). Tidak ada indikator dari variabel ini memiliki nilai P-*value* < 0.05, Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator terkuat membentuk variabel Penghasilan yang diterima adalah penghasilan yang diterima perbulan sebesar 0.87. Hal ini menunjukan indikator penghasilan yang diterima perbulan yang dipilih inilah yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel penghasilan yang diterima.

e) Keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi

Dari tabel diatas, diperoleh hasil *measurement model.* Pada variabel Keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi (X6). Diukur oleh empat (4) indikator yaitu harapan pendapatan melebihi karyawan (X6.1), Harapan memperoleh pendapatan diatas rata-rata (X6.2), adanya keuntungan lebih besar daripada ikut orang (X6.3), adanya pendapatan lebih potensial (X6.4). Tiga indikator dari variabel ini memiliki nilai P-value < 0.05, Sehingga dapat

disimpulkan bahwa indikator terkuat membentuk variabel keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi adalah adanya pendapatan lebih potensial sebesar 0.80. Hal ini menunjukan indikator adanya pendapatan yang lebih potensial yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel keinginan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi.

f) Kesejahteraan

Dari tabel diatas, diperoleh hasil *measurement model.* Pada variabel Kesejahteraan (X7). Diukur oleh tiga (3) indikator yaitu Keadilan sosial (X7.1), keadilan ekonomi (X7.2) dan (X7.3), keadilan demokrasi (X7.4). Tiga indikator dari variabel ini memiliki nilai P-*value* < 0.05, Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator terkuat membentuk variabel Kesejahteraan adalah keadilan ekonomi sebesar 0.80. Hal ini menunjukan indikator keadilan ekonomi yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel kesejahteraan.

g) Pengambilan keputusan

Dari tabel diatas, diperoleh hasil *measurement model.* Pada variabel Pengambilan keputusan (Y). Diukur oleh tiga (3) indikator yaitu Tujuan (Y 1), minat (Y 2), daya *satisfaction* (Y 3). Dua indikator dari variabel ini memiliki nilai P-*value* < 0.05, Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator terkuat membentuk variabel Pengambilan Keputusan adalah tujuan sebesar 0.78. Hal ini menunjukan indikator tujuan yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel pengambilan keputusan.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukan kehandalan suatu alat ukur. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan CR *(Construct Reliability)*, dimana memiliki kriteria jika nilai CR > 0,7 maka variabel dapat dikatakan reliabel. Untuk menguji reliabilitas yaitu menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^{n} \lambda_i)^2}{(\sum_{i=1}^{n} \lambda_i)^2 + (\sum_{c=1}^{n} \delta_i)}$$

untuk semakin memperkuat hasil analisis dari uji reliabilitas dapat dilihat dengan hasil perhitungan rerata VE *(Variance Extracted)*. Dimana ketika nilai VE yang diperoleh > 0,5 maka dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2014). Rumus AVE sebagai berikut :

$$VE = \frac{\sum_{i=1}^{n} \lambda_i^2}{n}$$

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel / Indikator		*Standard loading*	*Standard loading^2*	*Measurement error*	AVE	CR
1	Harga Jual	X1.1	0,637	0,405	0,364	0,502	0,749
		X2.1	0,682	0,465	0,534		
		X3.1	0,797	0,635	0,594		
2	Akses Pasar	X2.1	0,717	0,514	0,485	0,500	0,800
		X2.2	0,678	0,459	0,540		
		X2.3	0,695	0,483	0,516		
		X2.4	0,739	0,546	0,453		
3	Distribusi	X3.1	0,820	0,672	0,327	0,534	0,773
		X3.2	0,686	0,470	0,529		
		X3.3	0,678	0,459	0,540		
4	Penghasilan yang diterima	X5.1	0,876	0,767	0,232	0,516	0,804
		X5.2	0,616	0,379	0,620		
		X5.3	0,548	0,300	0,699		
		X5.4	0,786	0,617	0,382		
5	Keinginan untuk	X6.1	0,732	0,535	0,464	0,507	0,803
		X6.2	0,667	0,444	0,555		

	mendapatkan penghasilan tinggi	X6.3	0,636	0,404	0,595		
		X6.4	0,803	0,644	0,355		
6	Kesejahteraan	X7.1	0,612	0,374	0,625	0,500	0,798
		X7.2	0,795	0,632	0,367		
		X7.3	0,681	0,463	0,536		
		X7.4	0,729	0,531	0,468		
7	Pengambilan keputusan	Y 1	0,782	0,611	0,388	0,513	0,757
		Y 2	0,582	0,338	0,661		
		Y 3	0,769	0,591	0,408		

Ghozali (2014) menyatakan bahwa hasil pengujian dikatakan reliabel jika memiliki nilai construct reliability > 0,70. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa nilai C.R dan AVE pada 7 variabel penelitian yang nilai masing-masing variabel lebih besar dari 0,70 dan 0,50 Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disumpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian tersebut reliable sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

4.3 Hasil pengujian analisis SEM

Terdapat beberapa pengujian asumsi yang dilakukan dalam SEM, yaitu *normalize dan outlier.*

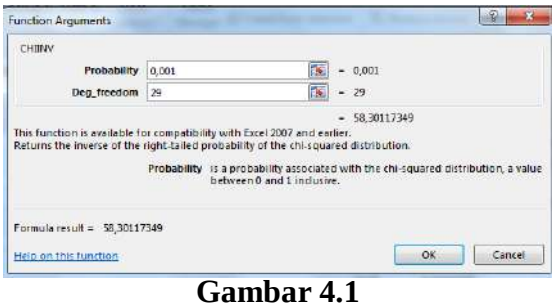
4.2.3 Normalitas

Asumsi normalitas multivariate diuji dengan bantuan software AMOS 23. Hasil pengujian diperoleh nilai *critical ratio* sebesar 7,466 dengan nilai kritis chi-kuadrat hitung untuk α 5% adalah sebesar 14,067. Karena nilai mutlak CR untuk multivariate sebesar 7,466 < 14,067 maka asumsi normalitas multivariate terpenuhi.

4.2.4 Outlier

Evaluasi terhadap *multivariate outliers* dapat dilihat melalui output AMOS *Mahalanobis Distance*. Kriteria yang digunakan pada tingkat p <0.001. Jarak

tersebut dievaluasi dengan menggunakan X^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel terukur yang digunakan dalam penelitian. Dalam kasus ini indikatornya adalah 29, kemudian melalui program excel pada sub-menu ***Insert – Function – CHIINV*** masukkan probabilitas dan jumlah indikator terukur sebagai berikut:



Gambar 4.1
Nilai Batas Mahalonobis Distance

Hasilnya adalah 58,301. Artinya semua data atau kasus yang lebih besar dari 58,301 merupakan *outliers multivariate*. Berdasarkan hasil uji menunjukan nilai dari *Mahalonobis Distance*, dari data yang diolah terdeteksi adanya nilai yang lebih besar dari nilai 58.301 Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga (3) data yang *outlier.*

4.4 Identifikasi Model Struktural

Beberapa cara untuk melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi. Analisis SEM hanya dapat dilakukan apabila hasil identifikasi model menunjukan bahwa model termasuk dalam kategori *over-identified.* Identifikasi ini dilakukan dengan melihat nilai df dari model yang dibuat.

Number of distinct sample moments:	595
Number of distinct parameters to be estimated:	113
Degrees of freedom (595 - 113):	482

Hasil output AMOS yang menunjukan nilai df model sebesar 428. Hal ini mengindikasikan bahwa model termasuk kategori *over identified* karena memiliki nilai df positif. Oleh karena itu analisa data bisa di lanjutkan ke tahap selanjutnya.

4.5 Goodness of fit model

Model teoritis pada kerangka konseptual penelitian, dikatakan fit jika didukung oleh data empirik. Hasil pengujian *goodness of fit overall model*, sesuai dengan hasil analisis SEM, guna mengetahui apakah model hipotesis didukung oleh data empiris, diberikan pada Tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4

Hasil Pengujian *Goodness of fit overall model*

Kriteria	*Cut-Of value*	Hasil Model	Keterangan
Chi Kuadrat	Diharapkan kecil	693.035	Model Tidak Baik
P-*Value*	≥ 0.05	0.000	Model Tidak Baik
GFI	≥ 0.90	0.736	Model TidakBaik
CMIN/DF	≤ 2.00	1,.438	Model Baik
AGFI	≥ 0.90	0.674	Model Tidak Baik
TLI	≥ 0.90	0.616	Model Tidak Baik
CFI	≥ 0.90	0.670	Model Tidak Baik
NFI	≥ 0.90	0,423	Model Tidak Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.064	Model Baik

Hasil pengujian *Goodness Of Fit Overall* berdasarkan Tabel 4.4 di atas, menurut Arbuckle dan Wothke, dalam Tegar (2020:76), kriteria terbaik yang digunakan sebagai indikasi kebaikan model adalah nilai *Chi Square*/DF yang kurang dari 2, dan RMSEA yang dibawah 0.008.

Dari hasil analisis data pada tabel diatas, dapat dikatakan terdapat model baik pada CMIN/DF dan RMSEA.

4.6 Analisis Jalur

No.	Hubungan Antar Variabel	Koefisien	P-Value	Keterangan
1.	Harga Jual (X1) → Pengambilan Keputusan (Y)	0,33	0,352	tidak signifikan
2.	Akses Pasar (X2) → Pengambilan Keputusan (Y)	0,13	0,821	Tidak signifikan
3.	Distribusi (X3) → Pengambilan Keputusan (Y)	0,50	0,026	Positif Signifikan
4.	Penghasilan Yang Diterima (X5) → Pengambilan Keputusan (Y)	0,10	0,819	Tidak Signifikan
6.	Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi (X6) → Pengambilan Keputusan (Y)	0,09	0,861	Tidak Signifikan
7.	Kesejahteraan (X7) → Pengambilan Keputusan (Y)	-0,19	0,625	Negatif Tidak Signifikan

Sumber : *Data Penelitian Diolah 2024*

Dalam model *structural* ini, diuji tujuh hipotesis hubungan antar variabel (Pengaruh Langsung). Berikut disajikan secara lengkap hasil pengujian antar variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Analisis Jalur : Pengaruh Langsung

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil pengujian model structural sebagai berikut:

1. Harga Jual berpengaruh Positif tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Hal ini terlihat dari P-*Value* sebesar 0,352 > 0,05 dan dengan nilai koefisien 0,33. Walaupun koefisien bertanda positif atau searah, namun pengaruh kompensasi sangat kecil terhadap pengambilan keputusan.

2. Akses Pasar berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini terlihat dari P-*Value* sebesar 0,821 > 0,05 dan dengan nilai koefisien 0,13. Walaupun hubungannya positif atau searah, namun pengaruh kompensasi sangat kecil terhadap keputusan pembelian

3. Distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Hal ini terlihat dari P-*Value* sebesar 0.026 > 0.05 dan dengan nilai koefisien 0,50. Dengan hubungan yang positif atau searah, distribusi memiliki pengaruh kompensasi yang cukup besar terhadap pengambilan keputusan.

4. Penghasilan Yang Diterima berpengaruh Positif tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Hal ini terlihat dari P-*Value* sebesar 0,819 > 0,05 dan dengan nilai koefisien 0,10. Walaupun koefisien bertanda positif atau searah, namun pengaruh kompensasi sangat kecil terhadap pengambilan keputusan.
5. Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi berpengaruh Positif tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Hal ini terlihat dari P-*Value* sebesar 0,861 > 0,05 dan dengan nilai koefisien 0,09. Walaupun koefisien bertanda positif atau searah, namun pengaruh kompensasi sangat kecil terhadap pengambilan keputusan.
6. Kesejahteraan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terlihat dari P-*Value* sebesar 0,625 > 0.05 dan dengan nilai

koefisien -0,19. Karena koefisien bertanda negatif mengindikasikan hubungan keduanya tidak searah. Artinya seberapa besar Kesejahteraan tidak mempengaruhi Pengambilan Keputusan

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.1 Hipotesis I : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga Jual (X1) terhadap Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan hasil analisis koefisien antara Harga Jual (X1) Terhadap pengambilan keputusan (Y) adalah sebesar 0,33 dengan nilai P-*Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa Harga Jual tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. walaupun koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis I ditolak. (H0 Diterima).

4.7.2 Hipotesis II : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Akses Pasar (X2) terhadap Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan hasil analisis koefisien antara Akses Pasar (X2) Terhadap Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar 0,13 dengan nilai P-*Valu*e > 0.05 mengindikasikan bahwa Akses Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Walaupun koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis II ditolak. (H0 Diterima).

4.7.3 Hipotesis III : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Distribusi (X3) terhadap Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan hasil analisis koefisien antara Distribusi (X3) Terhadap pengambilan keputusan (Y) adalah sebesar 0,50 dengan nilai P-*Value* < 0.05 mengindikasikan bahwa Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

pengambilan keputusan. Dengan koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis III diterima. (H0 Ditolak).

4.7.4 Hipotesis IV : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Penghasilan Yang Diterima (X5) terhadap Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan hasil analisis koefisien antara Penghasilan Yang Diterima (X5) Terhadap Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar 0,10 dengan nilai P-*Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa Akses Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan walaupun koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis V ditolak. (H0 Diterima).

4.7.5 Hipotesis V : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi (X6) terhadap Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan hasil analisis koefisien antara Keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi (X6) Terhadap Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar 0,09 dengan nilai P-*Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa Akses Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan walaupun koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis VI ditolak. (H0 Diterima).

4.7.6 Hipotesis VI : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kesejahteraan (X7) terhadap Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan hasil analisis koefisien antara Kesejahteraan (X7) Terhadap pengambilan keputusan (Y) adalah sebesar -0,19. Karena nilai P-*Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa Kesejahteraan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Karena koefisien bertanda negatif mengindikasikan hubungan tidak searah. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis VII ditolak. (H0 Diterima).

4.8 Pembahasan Hipotesis

4.8.1 Pengaruh Harga Jual terhadap Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara Harga Jual (X1) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) dapat dijelaskan seperti berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Harga Jual (X1) dengan Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar 0,33 dengan P-*Value* sebesar 0,352. Karena nilai P-*Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa intensitas berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Sehingga Hipotesis pertama dimana diduga bahwa harga jual berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ditolak, dan hipotesis nol diterima.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Harga Jual diukur oleh tiga indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, dan daya saing harga, Dimana indikator pertama yaitu keterjangkauan harga adalah yang paling utama sebagai pengukur pengambilan keputusan. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai pengambilan keputusan utamanya terlihat dari keterjangkauan harga.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa pengambilan keputusan diukur oleh tiga indikator yaitu tujuan, minat, dan *satisfaction.* Dimana indikator pertama yaitu tujuan adalah yang paling utama sebagai pengukur Pengambilan Keputusan. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Pengambilan Keputusan akan terlihat dari seberapa cocok budidaya tanaman sawit dengan tujuan yang ingin dicapai para petani.

Dari hasil analisis menyatakan bahwa seberapa besar tingkat Harga Jual tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan. Variabel Harga Jual hanya menambah kepercayaan petani pada usaha tanaman sawit tetapi masih belum cukup untuk mempengaruhi keputusan petani, karena masih ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan selain hal tersebut. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perubahan pada Harga Jual yang utamanya terlihat dari keterjangkauan harga, akan berpengaruh sangat kecil terhadap pengambilan keputusan.

4.8.2 Pengaruh Akses Pasar terhadap Pengambilan keputusan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara Akses Pasar (X2) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) dapat dijelaskan seperti berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Akses Pasar (X2) dengan Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar 0,13 dengan P-*Value* sebesar 0,821. Karena nilai P-*Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa Akses Pasar berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Sehingga Hipotesis kedua dimana diduga bahwa akses pasar berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ditolak, dan hipotesis nol diterima.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Akses Pasar diukur oleh dua indikator yaitu pasar yang dituju dan ketersediaan transportasi, Dimana indikator kedua yaitu ketersediaan transportasi adalah yang paling utama sebagai pengukur pengambilan keputusan.

Dari hasil analisis menyatakan bahwa dalam penelitian ini variabel Akses Pasar berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi akses pasar hanya mempengaruhi petani pada tahapan minat saja sedangkan pada tahap melakukan pengambilan keputusan ternyata tidak berpengaruh signifikan.

4.8.3 Pengaruh Distribusi terhadap Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara Distribusi (X3) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) dapat dijelaskan seperti berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Distribusi (X3) dengan Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar 0.50 dengan P-*Value* sebesar 0.026. Karena nilai P-*Value* < 0.05 mengindikasikan bahwa Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan. Sehingga Hipotesis ketiga dimana diduga bahwa distribusi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan diterima, dan hipotesis nol ditolak.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Distribusi diukur oleh tiga indikator yaitu saluran, cakupan pasar, dan persediaan. Dimana indikator pertama yaitu saluran adalah yang paling utama sebagai pengukur pengambilan keputusan.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa indikator cakupan pasar pada variabel distribusi memiliki angka distribusi frekuensi paling tinggi diantara dua

indikator yang lain, sehingga distribusi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan

4.8.4 Pengaruh Penghasilan Yang Diterima Terhadap Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara Penghasilan yang diterima (X5) terhadap Pengambilan keputusan (Y) dapat dijelaskan seperti berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Penghasilan Yang Diterima (X5) dengan Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar 0,10 dengan P-*Value* sebesar 0,819. Karena nilai P-*Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa Penghasilan Yang Diterima berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Sehingga Hipotesis keempat dimana diduga bahwa penghasilan yang diterima berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ditolak, dan hipotesis nol diterima.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Penghasilan Yang Diterima diukur oleh tiga indikator yaitu penghasilan yang diterima perbulan, pekerjaan, beban keluarga yang ditanggung. Dimana indikator pertama yaitu penghasilan yang diterima perbulan adalah yang paling utama sebagai pengukur pengambilan keputusan.

Dari hasil analisis menyatakan bahwa dalam penelitian ini variabel Penghasilan Yang Diterima berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi Penghasilan Yang diterima hanya mempengaruhi petani pada tahapan minat saja sedangkan pada tahap melakukan pengambilan keputusan ternyata tidak berpengaruh signifikan.

4.8.5 Pengaruh Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi Terhadap Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi (X6) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) dapat dijelaskan seperti berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi (X6) dengan Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar 0,09 dengan P-*Value* sebesar 0,861. Karena nilai P-*Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Sehingga Hipotesis kelima dimana diduga bahwa keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ditolak, dan hipotesis nol diterima.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi diukur oleh empat indikator yaitu harapan pendapatan melebihi karyawan, harapan memperoleh pendapatan diatas rata-rata, adanya keuntungan lebih besar daripada ikut orang, dan adanya pendapatan lebih potensial. Dimana indikator keempat yaitu adanya pendapatan lebih potensial adalah yang paling utama sebagai pengukur pengambilan keputusan.

Dari hasil analisis menyatakan bahwa dalam penelitian ini variabel Keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi adanya pendapatan lebih potensial hanya mempengaruhi petani pada

tahapan minat saja sedangkan pada tahap melakukan pengambilan keputusan ternyata tidak berpengaruh signifikan.

4.8.6 Pengaruh Kesejahteraan Terhadap Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara Kesejahteraan (X7) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) dapat dijelaskan seperti berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Kesejahteraan (X7) dengan Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar -0,19 dengan P-*Value* sebesar 0,625. Karena nilai P-*Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa Kesejahteraan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Sehingga Hipotesis keenam dimana diduga bahwa kesejahteraan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ditolak, dan hipotesis nol diterima.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Kesejahteraan diukur oleh tiga indikator yaitu keadilan sosial, keadilan ekonomi dan keadilan demokrasi. Dimana indikator kedua yaitu keadilan ekonomi adalah yang paling utama sebagai pengukur pengambilan keputusan.

Dari hasil analisis menyatakan bahwa dalam penelitian ini variabel Kesejahteraan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi keadilan ekonomi hanya mempengaruhi petani pada tahapan minat saja sedangkan pada tahap melakukan pengambilan keputusan ternyata tidak berpengaruh sama sekali.

4.9 Koefisien Determinasi

Berdasarkan dari hasil analisis juga dapat disimpulkan bahwa, variabel harga juarl, akses pasar, distribusi, kualitas produk, penghasilan yang diterima, keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi dan kesejahteraan

mempengaruhi variabel pengambilan keputusan sebesar 0.803 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 80.3%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan Para Petani Untuk Budidaya Tanaman Sawit (Studi Kasus Di Desa Tanjung Agung) diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

a. Dimensi Harga Jual berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Harga Jual terutama terlihat dari keterjangkauan harga, sedangkan pengambilan keputusan terutama terlihat dari tujuan. Berpengaruh positif tidak signifikan artinya, walaupun keterjangkauan harga memiliki pengaruh terhadap tujuan petani dalam pengambilan keputusan, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik bagi petani untuk mengusahakan tanaman sawit.
b. Dimensi Akses Pasar berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Akses Pasar terutama terlihat dari ketersediaan transportasi, sedangkan pengambilan keputusan terutama terlihat dari tujuan. Berpengaruh positif tidak signifikan artinya, semakin banyak pilihan pasar yang dituju maka akan semakin memenuhi tujuan petani untuk memutuskan budidaya tanaman sawit.
c. Dimensi Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Distribusi terutama terlihat dari saluran, sedangkan pengambilan keputusan terutama

terlihat dari tujuan. Berpengaruh positif tidak signifikan artinya, cakupan pasar yang luas semakin meningkatkan kepuasan petani dalam memutuskan untuk budidaya tanaman sawit.

d. Dimensi Penghasilan Yang Diterima berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Penghasilan Yang Diterima terutama terlihat dari penghasilan yang diterima perbulan, sedangkan pengambilan keputusan terutama terlihat dari tujuan. Berpengaruh positif tidak signifikan artinya, walaupun penghasilan yang diterima memiliki pengaruh terhadap tujuan petani dalam pengambilan keputusan petani, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.
e. Dimensi Keinginan Untuk Mendapatkan Penghasilan Tinggi berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Keinginan terutama terlihat dari adanya pendapatan lebih potensial, sedangkan pengambilan keputusan terutama terlihat dari tujuan. Berpengaruh positif tidak signifikan artinya, semakin besar pendapatan potensial dari budidaya tanaman sawit maka akan memenuhi tujuan petani dalam memutuskan untuk budidaya tanaman sawit.
f. Dimensi Kesejahteraan tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan. Kesejahteraan terutama terlihat dari keadilan ekonomi, sedangkan pengambilan keputusan terutama terlihat dari tujuan. Berpengaruh negatif dan tidak signifikan artinya, berpengaruh sangat kecil bahkan tidak ada terhadap pengambilan keputusan.

5.2 Saran

Berdasarkan seluruh pembahasan dan hasil kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran-saran seperti berikut :

a. Distribusi disekitar petani kelapa sawit swadaya yang ada di Kecamatan Tanjung Palas Timur, khususnya di Desa Tanjung Agung mendukung terhadap pengambilan keputusan petani. Oleh karena itu disarankan untuk memperkuat strategi distribusi, mungkin dengan meningkatkan saluran distribusi atau memperbaiki manajeme rantai pasokan, untuk memaksimalkan efektivitas distribusi dalam konteks penelitian ini. Meskipun harga jual memiliki pengaruh yang tidak signifikan dalam analisis ini, pemerintah desa dapat mempertimbangkan untuk melakukan pelatihan atau bimbingan bagi petani tentang penetapan harga yang kompetitif. Peningkatan pemahaman mengenai strategi penetapan harga yang berbasis pada analisis pasar dan biaya produksi dapat membantu petani menentukan harga jual yang lebih efektif. Akses pasar menunjukkan loading faktor yang rendah dan tidak signifikan. Oleh karena itu, pemerintah desa disarankan untuk memperluas akses pasar bagi petani melalui pengembangan infrastruktur, seperti pasar lokal atau pusat distribusi, dan membangun kemitraan dengan pihak swasta atau lembaga lain. Dukungan dalam hal pemasaran dan promosi produk petani juga dapat meningkatkan akses pasar secara signifikan. Mengingat penghasilan yang diterima petani menunjukkan loading faktor yang rendah dan tidak signifikan, upaya untuk meningkatkan penghasilan petani perlu menjadi prioritas. Pemerintah desa dapat memfasilitasi akses ke pelatihan keterampilan, teknologi pertanian yang efisien, dan kredit mikro untuk investasi dalam produksi. Program-program ini dapat membantu

petani meningkatkan hasil panen dan, pada akhirnya, penghasilan mereka. Meskipun keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi memiliki loading faktor yang rendah, pemerintah desa dapat memperkenalkan program insentif atau penghargaan bagi petani yang menunjukkan kinerja baik atau inovasi dalam produksi. Program ini dapat memotivasi petani untuk berusaha lebih keras dan mencapai penghasilan yang lebih tinggi. Kesejahteraan menunjukkan loading faktor negatif dan tidak signifikan. Pemerintah desa disarankan untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang mempengaruhi kesejahteraan petani, seperti akses ke layanan kesehatan, pendidikan, dan fasilitas sosial. Program-program kesejahteraan yang terintegrasi dapat membantu meningkatkan kualitas hidup petani dan menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi keberhasilan mereka.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya, Penelitian ini belum memberikan hasil yang maksimal diharapkan pada penelitian selanjutnya yang hendak membahas topik ini kedepannya dapat memberikan hasil yang lebih baik dengan mengeksplorasi variabel- variabel terbaru sehubung dengan isu yang sedang berkembang lainnya yang belum dibahas dalam penelitian ini. Dengan adanya penelitian yang dilakukan ini dapat dijadikan referensi khususnya dibidang pemasaraan terkait faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan para petani sawit swadaya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad syaekhu, S. (2021). *Teori Pengambilan Keputusan.* Yogyakarta: Zahir Publishing.

Alfiano, M. I. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Memilih Kelapa Sawit Swadaya Di Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak.* pontianak 78124: Fakultas pertanian universitas tanjungpura.

Ariyanto, A. N. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Kelapa Sawit Rakyat Pola Swadaya Di Kabupaten Kampar-Riau. . *October 26*, 1-8.

Cand Muhammad, F. I. (2023). *Manajemen Pengambilan Keputusan.* Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.

Cynthia Ayu Manggarani, R. B. (2021). *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: K-Media.

Erwin, R. S. (2023). *Ekonomi Manajerial.* Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Fitriyana, G. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Dalam Melakukan Alih Fungsi Lahan Sawah Menjadi Kebun Kelapa Sawit Di Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin . *VII - 1: 1 - 8, Jun 2018*, 1-8.

Fowowe, B. (2017). Access to finance and firm perfomance : Evidence from African countries . *Review of Development Finance 7 (2017) 6-17*, 6-17.

Frman L Silalahi, Y. M. (2021). Motivasi Petani dalam Budidaya Tanaman Kelapa Sawit (Elais guineensis Jacq) di Desa Silebo-lebo, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang. *Triton, Vol. 12 No. 1 (juni 2021)*, 1-9.

Iman arman, A. F. (2018). Analisis Pengambilan Keputusan Petani Dalam Program Peremajaan Kelapa Sawit Di Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai. *Agrecia Ekstensi. Vol. 12 No.2 November 2018:47-60*, 47-60.

M. Kamil hafidzi, F. R. (2022). Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Greenation Vol. 1, No. 1, April 2022*, 203-214.

Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Roko Surya Promild . *EMBA Vol. 1 No. 4 Desember 2013*, 95-104.

Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya.* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Philip Kotler, K. L. (2021). *Marketing Management, Global Edition.* London: Pearson Higher Ed.

Rahmanta. (2017). Analisis Pemasaran Kelapa Sawit Di Kabupaten Labuhan Batu Selatan. *Agrica Ekstensia. Vol. 11 No. 1 Juni 2017: 33-39*, 33-39.

Rr. Myristica Ayu Apriliana, M. M. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Dalam Menggunakan Benih Hibrida Pada Usahatani Jagung (Studi Kasus di Desa Patokpies, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang). *Jurnal Habitat, Volume 27, No. 1, April 2016*, 7-13.

Sadikin, A., Misra, I., Hudin, M.S. (2020). Pengantar manajemen dan bisnis. Yogyakarta: K-Media.

Sipayung, T. (2024). Perkembangan, Kontribusi Dan Tantangan. *Perkebunan Sawit Rakyat Indonesia* , 1-10.

Siti Azizah, J. A. (2019). *Aspek Kehidupan Petani Gurem.* Malang: UB Press.

Sugiyono, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D.* Bandung: CV Alfabeta.

Thaler, R. (2020). *Misbehaving : Terbentuknya Ekonomi Perilaku.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Tirole, J. (2013). *The theory of industral organization.* Cambridge, mass: MIT Press.

Tontowi, A. J. (2016). *Buku Ajar Penelitian Kuantitatif.* Tanjung Selor: Lembaga Penelitian & Pengabdian Pada Masyarakat (Lppm).

Wahyu nurdiya, S. P. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Alih Fungsi Lahan Karet Menjadi Lahan Kelapa Sawit Di Kecamatan Lubuk Batang Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Agroinfo Galuh Volume 11, Nomor 1, Januari 2024 : 299-305*, 299-305.

Yenedi, Yufina dkk. (2019). Pengambilan keputusan. Padang: Universitas Negeri Padang Indonesia.

Lampiran 1. Instrumen Penelitian (Angket)

KUESIONER PENELITIAN

Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan Para Petani Untuk Budidaya Tanaman Sawit (Studi Kasus di Desa Tanjung Agung)

1. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA :

UMUR :

JENIS KELAMIN :

2. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang (✓) pada salah satu alternative jawaban yang menurut anda paling tepat pada alternative jawaban yang telah tersedia.

KETERANGAN

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
	Harga Jual					
1	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan petani					
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas kelapa sawit					
3	Para pembeli (tengkulak) memberikan harga yang berbeda – beda					
4	Petani yang menjual kelapa sawit tidak menetap di satu pembeli (tengkulak)					
5	Petani sering mengeluh ketika harga sawit menurun					

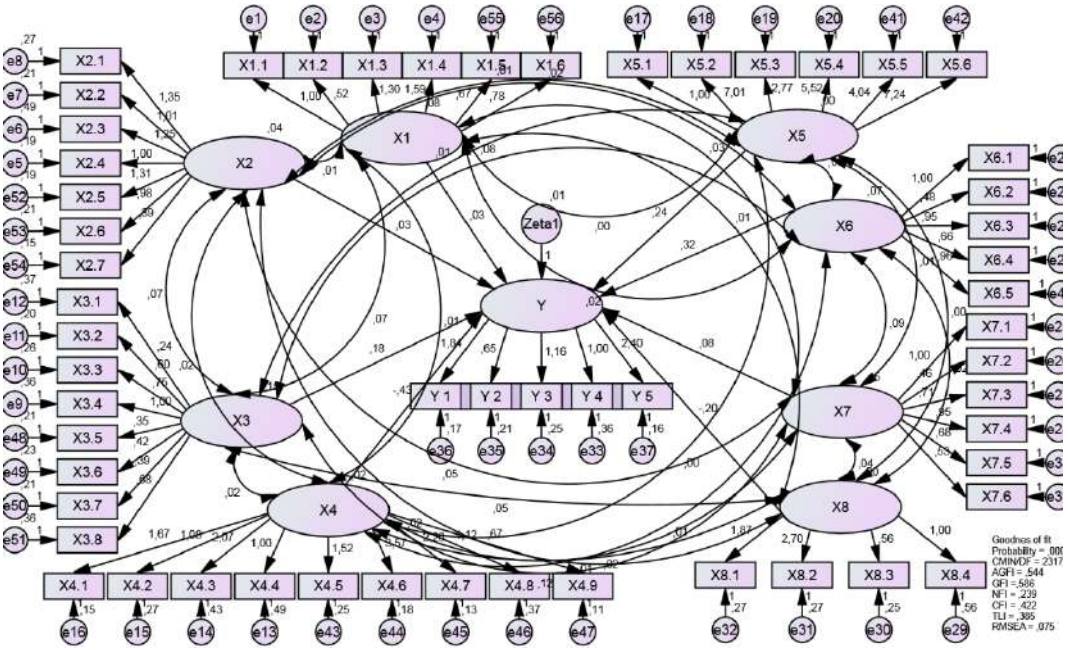
	Akses Pasar					
6	Saya dapat memilih pasar atau tengkulak yang cocok untuk menjual hasil panen saya					
7	Saya mudah mendapatkan pembeli TBS					
8	Petani menjual TBS ke Pabrik Kelapa Sawit					
9	Saya memiliki akses yang memadai untuk mendapatkan informasi tentang harga dan permintaan pasar					
10	Transportasi yang tersedia memudahkan saya dalam mengirimkan hasil panen ke pasar atau tengkulak					
11	Petani menerima pembayaran pada saat transaksi					
	Distribusi					
12	Saya selalu menjualkan hasil panen sawit secara langsung pada tengkulak					
13	Saya merasa saluran distribusi yang saya gunakan efektif dalam menjual hasil panen sawit saya					
14	Saya selalu memperluas tempat atau sarana distribusi untuk meningkatkan efesiensi dan memenuhi perimantaan konsumen					
15	Saya selalu memastikan ketersediaan hasil panen sawit cukup dan memadai					
16	Saya mengelola persediaan hasil panen sawit saya untuk menjual Ketika harga lebih menguntungkan					
	Kualitas Produk					
17	Hasil produktivitas kelapa sawit yang saya dapatkan sudah sangat baik (maksimal)					
18	Saya termotivasi untuk meningkatkan hasil produktivitas tanaman kelapa sawit yang saya miliki					
19	Saya merasa tanaman kelapa sawit yang saya tanam dapat memberikan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu					

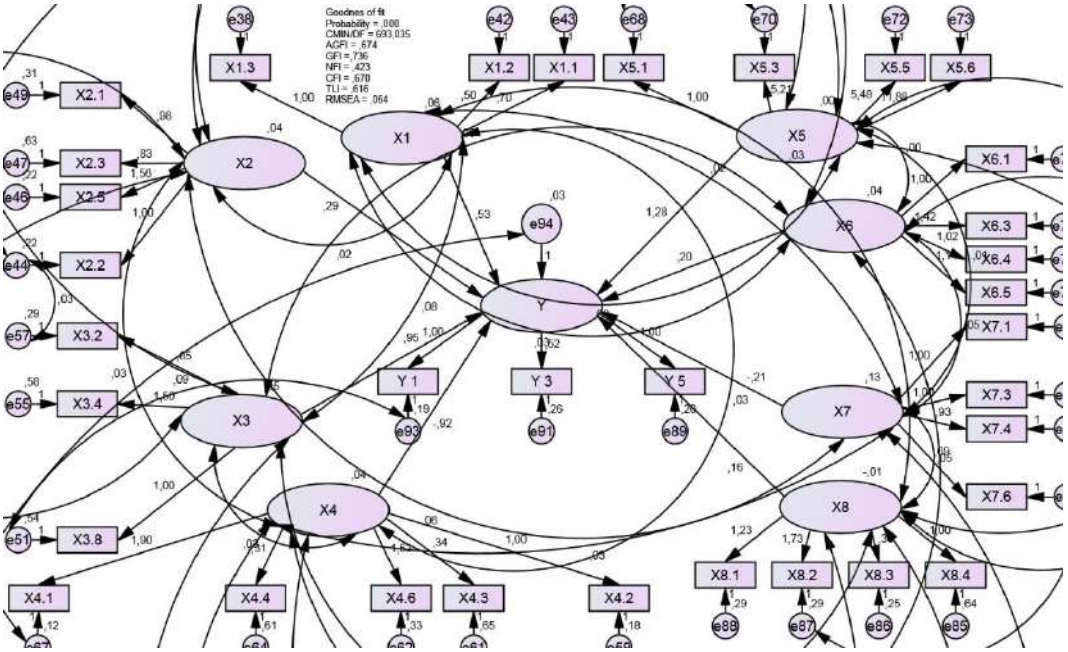
20	Buah sawit dapat disimpan dalam waktu tertentu tanpa menurunkan kualitas minyaknya					
21	Buah sawit memiliki fitur serbaguna karena kadungan lemak dan gizi yang terkandung didalamnya sehingga dibutuhkan berbagai macam sektor produksi, dilihat dari kebutuhan pasar					
22	Saya merasa tanaman kelapa sawit memiliki ketahanan terhadap hama penyakit dan musim					
	Penghasilan yang diterima					
23	Budidaya tanaman sawit membuat saya memperoleh penghasilan setiap bulannya					
24	Saya bisa memperoleh penghasilan yang menjanjikan setiap bulan dari hasil penjualan buah kelapa sawit					
25	Saya mulai termotivasi untuk terus meningkatkan kualitas produksi setelah saya yakin dengan keuntungan yang di dapatkan dari pekerjaan saya.					
26	Saya cukup terbantu karena melalui budidaya tanaman sawit membuat saya dapat memenuhi kebutuhan pokok keluarga					
27	Budidaya tanaman sawit berdampak pada pemenuhan kebutuhan keluarga karena saya memperoleh penghasilan					
	Keinginan untuk mendaptkan penghasilan tinggi					
28	Ekspektasi pendapatan yang tinggi merupakan motivasi saya menjadi seorang pengusaha tani tanaman sawit.					
29	Dengan menjadi seorang petani sawit, saya berharap memperoleh pendapatan diatas rata-rata.					
30	Saya menjadi seorang petani sawit mandiri karena memperoleh pendapatan sendiri.					
31	Pendapatan atau penghasilan menjadi seorang petani sawit swadaya lebih besar daripada ikut orang.					

32	Pendapatan yang dihasilkan lebih potensial jika menjadi seorang petani sawit.					
	Kesejahteraan					
33	Saya merasa puas bisa mengakses pendidikan, kesehatan, akses pada listrik dan air dari penghasilan saya sebagai petani sawit.					
34	Saya merasa aman tentang keadaan ekonomi saya di masa depan yang akan datang karena saya sudah memiliki pekerjaan pasti sebagai petani					
35	Pekerjaan sebagai petani dengan sumber mata pencaharian yang menjanjikan mampu menciptakan rasa puas terhadap keamanan masa depan saya terhadap pendapatan, kepemilikan rumah, dan tingkat pengeluaran yang stabil.					
36	Saya merasa nyaman dan aman bekerja sebagai petani di Desa Tanjung Agung Kecamatan Tanjung Palas Timur, Kabupaten Bulungan.					
37	Saya bisa mendapatkan informasi yang bermanfaat dengan mudah dari keluarga dan teman-teman sesama petani.					
	Kebutuhan					
38	penghasilan yang diterima cukup untuk memenuhi kebutuhan saya terhadap akses pendidikan dan kesehatan.					
39	Saya akan bekerja lebih giat lagi untuk mendapatkan pendapatan yang lebih baik sehingga segala kebutuhana saya terpenuhi					
40	Penghasilan yang saya terima cukup untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal, makan, dan minum anda sehari-hari					
41	Penghasilan yang saya terima cukup untuk memenuhi kebutuhan akan barang mewah, barang branded, perawatan eksklusif					
	Pengambilan keputusan					

42	Saya merasa budidaya tanaman sawit relevan dengan kebutuhan, kejelasan dan kemampuan diri sendiri.					
43	Saya mencari informasi dari berbagai sumber misalnya dari sosial media, iklan, atau pun dari orang sekitar terkait budidaya sawit dan potensinya					
44	Saya merasakan minat yang tinggi terhadap budidaya tanaman sawit					
45	Saya merasa budidaya tanaman sawit adalah pilihan yang tepat untuk memecahkan masalah dengan dasar pertimbangan yang matang					
46	Saya merasa puas dengan tanaman sawit karena memenuhi harapan					

Lampiran 2. Hasil Analisis SE





Analysis Summary

Date and Time

Date: 08 Agustus 2024
Time: 17:00:37

Title

puji new: 08 Agustus 2024 17:00

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Y1	1,000	4,000	-,878	-3,740	1,251	2,666
Y3	2,000	4,000	-,776	-3,307	-,486	-1,036
Y5	1,000	4,000	-1,001	-4,268	1,272	2,711
X8.1	2,000	4,000	,083	,355	-1,156	-2,465
X8.2	2,000	4,000	-,601	-2,560	-1,147	-2,444
X8.3	3,000	4,000	,166	,706	-1,973	-4,204
X8.4	1,000	4,000	-,152	-,647	-,398	-,848
X7.6	2,000	4,000	,371	1,580	,803	1,711
X7.4	1,000	4,000	-,595	-2,536	,798	1,700
X7.3	1,000	4,000	-,451	-1,923	1,052	2,242
X7.1	1,000	4,000	-,683	-2,913	,929	1,981
X6.5	1,000	4,000	-,265	-1,129	1,505	3,207
X6.4	1,000	4,000	-,359	-1,532	1,128	2,403
X6.3	1,000	4,000	-,601	-2,560	2,475	5,274
X6.1	2,000	4,000	-,884	-3,767	-,236	-,503
X5.6	1,000	4,000	-,181	-,772	3,124	6,658
X5.5	2,000	4,000	,260	1,107	-1,010	-2,153
X5.3	2,000	4,000	-,340	-1,451	-1,135	-2,419
X5.1	2,000	4,000	-,105	-,449	2,441	5,202
X4.1	1,000	4,000	-,815	-3,473	4,359	9,289
X4.4	1,000	4,000	-,182	-,775	-,439	-,935
X4.6	1,000	4,000	-,464	-1,979	,688	1,466
X4.3	1,000	4,000	,134	,571	-,467	-,995
X4.2	3,000	4,000	-,766	-3,266	-1,413	-3,011
X3.2	1,000	4,000	-,601	-2,560	2,475	5,274
X3.4	1,000	4,000	-,732	-3,121	,002	,005
X3.8	1,000	4,000	-,833	-3,550	,866	1,845
X2.1	1,000	4,000	-,404	-1,722	,920	1,961
X2.3	1,000	4,000	,180	,768	-,475	-1,013
X2.5	1,000	4,000	-,614	-2,617	3,018	6,432
X2.2	1,000	4,000	-,532	-2,266	2,391	5,095
X1.1	2,000	4,000	-,340	-1,451	-1,135	-2,419
X1.2	2,000	4,000	,755	3,219	,008	,017
X1.3	1,000	4,000	-,653	-2,782	,420	,896
Multivariate					70,763	7,466

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
37	67,979	,000	,051
25	67,034	,001	,002
14	60,919	,003	,005
2	55,105	,012	,048
33	54,235	,015	,026
27	53,375	,018	,016
11	52,111	,024	,017
26	51,732	,026	,008
20	50,362	,035	,015
74	50,350	,035	,005
13	49,988	,038	,003
22	48,600	,050	,008
21	48,477	,051	,004
7	47,785	,059	,005
18	46,805	,071	,010
24	45,689	,087	,026
12	44,942	,099	,041
28	44,354	,110	,052
36	44,232	,112	,035
42	44,097	,115	,024
34	43,840	,120	,019
39	43,223	,133	,030
80	43,030	,138	,023
23	42,978	,139	,014
57	42,908	,141	,008
78	42,486	,151	,010
9	41,757	,169	,024
6	41,552	,175	,020
19	41,520	,176	,012
15	40,948	,192	,022
38	39,938	,223	,080
79	38,462	,275	,362
73	37,330	,319	,673
75	37,009	,332	,703
104	36,771	,342	,708
3	36,575	,350	,701
108	36,403	,357	,686
31	36,269	,363	,659
1	36,200	,366	,608
29	36,198	,366	,531
8	36,044	,373	,510
52	35,495	,398	,639

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
59	35,345	,404	,620
96	35,295	,407	,563
63	34,694	,435	,710
55	33,485	,493	,942
10	33,452	,494	,922
17	33,338	,500	,910
43	33,311	,501	,880
82	32,600	,536	,957
95	32,587	,537	,938
101	32,269	,553	,953
40	32,018	,565	,960
102	31,576	,587	,979
4	31,558	,588	,968
97	31,431	,594	,964
81	31,401	,596	,949
46	31,193	,606	,952
77	30,998	,616	,954
50	30,939	,618	,939
51	30,904	,620	,918
103	30,876	,622	,891
84	30,828	,624	,862
58	30,554	,637	,882
32	30,385	,646	,879
100	29,764	,675	,950
44	29,563	,685	,952
45	29,441	,691	,945
86	29,338	,696	,934
106	29,101	,707	,941
105	28,837	,719	,950
56	28,819	,720	,928
66	28,614	,729	,930
94	28,211	,747	,956
64	28,027	,755	,955
35	27,694	,769	,968
71	27,465	,779	,970
61	27,281	,786	,969
88	26,702	,809	,989
5	26,552	,815	,987
93	26,290	,825	,988
49	26,112	,831	,987
48	25,661	,847	,994
41	25,573	,850	,990

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
60	25,484	,853	,986
92	25,199	,863	,988
109	24,971	,870	,988
30	24,492	,885	,994
98	23,967	,900	,997
53	23,508	,912	,999
76	23,461	,913	,997
72	23,212	,919	,997
107	23,122	,921	,995
62	22,600	,932	,997
85	22,212	,940	,998
90	22,182	,941	,995
99	22,059	,943	,991
83	21,588	,951	,993
67	21,514	,952	,985
69	21,020	,960	,988

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y	<---	X1	,525	,564	,931	,352	par_1
Y	<---	X2	,290	1,279	,227	,821	par_2
Y	<---	X3	,948	,425	2,231	,026	par_3
Y	<---	X4	-,921	,761	-1,210	,226	par_4
Y	<---	X8	,157	,283	,553	,580	par_5
Y	<---	X7	-,212	,434	-,489	,625	par_6
Y	<---	X6	,199	1,143	,174	,861	par_7
Y	<---	X5	1,282	5,609	,229	,819	par_8
X1.3	<---	X1	1,000				
X1.2	<---	X1	,504	,187	2,691	,007	par_37
X1.1	<---	X1	,695	,230	3,020	,003	par_38
X2.2	<---	X2	1,000				
X2.5	<---	X2	1,564	,441	3,544	***	par_39
X2.3	<---	X2	,833	,453	1,839	,066	par_40
X2.1	<---	X2	,976	,367	2,662	,008	par_41
X3.8	<---	X3	1,000				
X3.4	<---	X3	1,496	,450	3,325	***	par_42
X3.2	<---	X3	,847	,274	3,094	,002	par_43
X4.2	<---	X4	1,000				
X4.3	<---	X4	,343	,442	,776	,438	par_44
X4.6	<---	X4	1,528	,611	2,503	,012	par_45
X4.4	<---	X4	-,305	,427	-,714	,475	par_46
X4.1	<---	X4	1,905	,726	2,622	,009	par_47

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X5.1	<---	X5	1,000				
X5.3	<---	X5	5,209	7,784	,669	,503	par_48
X5.5	<---	X5	5,475	8,140	,673	,501	par_49
X5.6	<---	X5	11,881	17,400	,683	,495	par_50
X6.1	<---	X6	1,000				
X6.3	<---	X6	1,416	,490	2,889	,004	par_51
X6.4	<---	X6	1,022	,414	2,470	,013	par_52
X6.5	<---	X6	1,137	,420	2,708	,007	par_53
X7.1	<---	X7	1,000				
X7.3	<---	X7	1,002	,217	4,619	***	par_54
X7.4	<---	X7	,933	,196	4,766	***	par_55
X7.6	<---	X7	,689	,171	4,040	***	par_56
X8.4	<---	X8	1,000				
X8.3	<---	X8	,381	,244	1,563	,118	par_57
X8.2	<---	X8	1,726	,730	2,362	,018	par_58
X8.1	<---	X8	1,235	,529	2,335	,020	par_59
Y5	<---	Y	1,000				
Y3	<---	Y	,521	,154	3,392	***	par_60
Y1	<---	Y	1,004	,182	5,528	***	par_61

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Y	<---	X1	,331
Y	<---	X2	,137
Y	<---	X3	,502
Y	<---	X4	-,453
Y	<---	X7	-,191
Y	<---	X6	,093
Y	<---	X5	,103
X1.3	<---	X1	,797
X1.2	<---	X1	,682
X1.1	<---	X1	,637
X2.2	<---	X2	,678
X2.5	<---	X2	,739
X2.3	<---	X2	,695
X2.1	<---	X2	,717
X3.8	<---	X3	,678
X3.4	<---	X3	,686
X3.2	<---	X3	,820
X4.2	<---	X4	,524

			Estimate
X4.3	<---	X4	,584
X4.6	<---	X4	,665
X4.4	<---	X4	-,077
X4.1	<---	X4	,733
X5.1	<---	X5	,876
X5.3	<---	X5	,616
X5.5	<---	X5	,548
X5.6	<---	X5	,786
X6.1	<---	X6	,732
X6.3	<---	X6	,667
X6.4	<---	X6	,636
X6.5	<---	X6	,803
X7.1	<---	X7	,612
X7.3	<---	X7	,795
X7.4	<---	X7	,681
X7.6	<---	X7	,729
Y5	<---	Y	,769
Y3	<---	Y	,582
Y1	<---	Y	,782

Covariances: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X1	<-->	X2	,025	,015	1,646	,100	par_9
X1	<-->	X3	,080	,029	2,743	,006	par_10
X1	<-->	X4	,031	,014	2,163	,031	par_11
X1	<-->	X5	,001	,002	,278	,781	par_12
X1	<-->	X6	,026	,016	1,685	,092	par_13
X1	<-->	X7	,022	,020	1,085	,278	par_14
X1	<-->	X8	,031	,016	1,986	,047	par_15
X2	<-->	X3	,041	,017	2,348	,019	par_16
X2	<-->	X4	,025	,011	2,286	,022	par_17
X2	<-->	X5	,006	,009	,667	,505	par_18
X2	<-->	X6	,027	,012	2,168	,030	par_19
X2	<-->	X7	,061	,020	3,032	,002	par_20
X2	<-->	X8	,022	,011	1,993	,046	par_21
X3	<-->	X4	,033	,015	2,222	,026	par_22
X3	<-->	X5	,005	,008	,664	,507	par_23
X3	<-->	X6	,058	,023	2,481	,013	par_24
X3	<-->	X7	,060	,023	2,576	,010	par_25
X3	<-->	X8	,047	,022	2,153	,031	par_26
X4	<-->	X5	,004	,006	,665	,506	par_27
X4	<-->	X6	,023	,011	2,104	,035	par_28

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X4	<-->	X7	,031	,013	2,301	,021	par_29
X4	<-->	X8	,016	,009	1,856	,063	par_30
X6	<-->	X5	,003	,005	,655	,513	par_31
X7	<-->	X5	,006	,008	,668	,504	par_32
X8	<-->	X5	,002	,003	,639	,523	par_33
X7	<-->	X6	,049	,019	2,543	,011	par_34
X8	<-->	X6	,027	,014	1,988	,047	par_35
X8	<-->	X7	,047	,020	2,306	,021	par_36
e59	<-->	e67	-,098	,025	-3,917	***	par_62
e67	<-->	e70	,061	,023	2,676	,007	par_63
e44	<-->	e57	,028	,024	1,158	,247	par_64
e44	<-->	e68	,010	,019	,510	,610	par_65
e76	<-->	e82	,072	,026	2,818	,005	par_66
e82	<-->	e94	,076	,023	3,349	***	par_67
e51	<-->	e93	,089	,035	2,506	,012	par_68
e81	<-->	e84	-,077	,024	-3,241	,001	par_69
e84	<-->	e87	-,051	,019	-2,721	,007	par_70

Correlations: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
X1	<-->	X2	,514
X1	<-->	X3	1,484
X1	<-->	X4	,621
X1	<-->	X5	,068
X1	<-->	X6	,553
X1	<-->	X7	,237
X2	<-->	X3	1,017
X2	<-->	X4	,670
X2	<-->	X5	,992
X2	<-->	X6	,755
X2	<-->	X7	,885
X3	<-->	X4	,775
X3	<-->	X5	,779
X3	<-->	X6	1,461
X3	<-->	X7	,776
X4	<-->	X5	,608
X4	<-->	X6	,621
X4	<-->	X7	,430
X6	<-->	X5	,512
X7	<-->	X5	,472
X7	<-->	X6	,716
e59	<-->	e67	-,664

			Estimate
e67	<-->	e70	,343
e44	<-->	e57	,111
e44	<-->	e68	,049
e76	<-->	e82	,295
e82	<-->	e94	,867
e51	<-->	e93	,279
e81	<-->	e84	-,394
e84	<-->	e87	-,239

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X1	,064	,040	1,608	,108	par_71
X2	,036	,020	1,823	,068	par_72
X3	,045	,033	1,379	,168	par_73
X4	,039	,025	1,597	,110	par_74
X8	-,011	,011	-1,069	,285	par_75
X7	,131	,041	3,171	,002	par_76
X6	,035	,022	1,600	,110	par_77
X5	,001	,003	,343	,732	par_78
e94	,032	,041	,784	,433	par_79
e38	,343	,054	6,385	***	par_80
e42	,192	,027	7,141	***	par_81
e43	,256	,037	6,910	***	par_82
e44	,217	,031	7,037	***	par_83
e46	,215	,036	5,933	***	par_84
e47	,633	,086	7,326	***	par_85
e49	,308	,043	7,199	***	par_86
e51	,539	,074	7,267	***	par_87
e55	,579	,087	6,624	***	par_88
e57	,285	,040	7,084	***	par_89
e59	,179	,030	5,940	***	par_90
e61	,647	,088	7,339	***	par_91
e62	,332	,050	6,642	***	par_92
e64	,613	,084	7,340	***	par_93
e67	,123	,042	2,951	,003	par_94
e68	,182	,025	7,335	***	par_95
e70	,258	,037	7,068	***	par_96
e72	,229	,033	7,028	***	par_97
e73	,092	,037	2,460	,014	par_98
e74	,284	,040	7,138	***	par_99
e76	,252	,038	6,571	***	par_100
e77	,287	,040	7,128	***	par_101

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e78	,234	,034	6,926	***	par_102
e79	,220	,035	6,290	***	par_103
e81	,240	,041	5,903	***	par_104
e82	,239	,037	6,543	***	par_105
e84	,161	,026	6,101	***	par_106
e85	,637	,089	7,171	***	par_107
e86	,250	,034	7,288	***	par_108
e87	,286	,052	5,494	***	par_109
e88	,291	,044	6,575	***	par_110
e89	,200	,036	5,551	***	par_111
e91	,257	,037	7,006	***	par_112
e93	,187	,035	5,355	***	par_113

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Y	,803
Y1	,466
Y3	,146
Y5	,447
X8.1	-,063
X8.2	-,134
X8.3	-,007
X8.4	-,018
X7.6	,280
X7.4	,323
X7.3	,354
X7.1	,374
X6.5	,162
X6.4	,113
X6.3	,218
X6.1	,110
X5.6	,619
X5.5	,121
X5.3	,100
X5.1	,006
X4.1	,537
X4.4	,006
X4.6	,216
X4.3	,007
X4.2	,180
X3.2	,102
X3.4	,149

	Estimate
X3.8	,078
X2.1	,100
X2.3	,038
X2.5	,290
X2.2	,143
X1.1	,109
X1.2	,079
X1.3	,158

The following covariance matrix is not positive definite (Group number 1 - Default model)

	X5	X6	X7	X8	X4	X3	X2	X1
X5	,001							
X6	,003	,035						
X7	,006	,049	,131					
X8	,002	,027	,047	-,011				
X4	,004	,023	,031	,016	,039			
X3	,005	,058	,060	,047	,033	,045		
X2	,006	,027	,061	,022	,025	,041	,036	
X1	,001	,026	,022	,031	,031	,080	,025	,064

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	113	693,035	482	,000	1,438
Saturated model	595	,000	0		
Independence model	34	1201,027	561	,000	2,141

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,037	,736	,674	,596
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,058	,515	,485	,485

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,423	,328	,706	,616	,670
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,859	,363	,576
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	211,035	145,067	285,012
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	640,027	544,050	743,736

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	6,417	1,954	1,343	2,639
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	11,121	5,926	5,037	6,886

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,064	,053	,074	,021
Independence model	,103	,095	,111	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	919,035	1027,392	1223,158	1336,158
Saturated model	1190,000	1760,548	2791,352	3386,352
Independence model	1269,027	1301,630	1360,533	1394,533

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	8,510	7,899	9,195	9,513
Saturated model	11,019	11,019	11,019	16,301
Independence model	11,750	10,862	12,711	12,052

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	84	87

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Independence model	56	58

Execution time summary

Minimization:	,263
Miscellaneous:	1,777
Bootstrap:	,000
Total:	2,040