

**THE IMPACT OF HEURISTIC BIAS ON DAIRY FARMERS'
ENTREPRENEURIAL DECISIONS
(CASE STUDY ON DAIRY FARMER GROUPS IN MAGELANG DISTRICT)**

**DAMPAK HEURISTIK BIAS PADA KEPUTUSAN KEWIRAUSAHAAN
PETERNAK SAPI PERAH
(STUDI KASUS PADA KELOMPOK PETERNAK SAPI PERAH DI
KABUPATEN MAGELANG)**

**Khairul Ikhwan¹, Budi Hartono², Amelia Cyntia Kusuma Wardhani³, Cahya Ramadani⁴,
Mirna Harsono⁵**

Program Studi Manajemen, Universitas Tidar^{1,2,3,4,5}

khairulikhwan@untidar.ac.id¹, hartono.budi@untidar.ac.id²,

amelia.cyntia.kusuma.wardhani@students.untidar.ac.id³,

cahya.ramadani@students.untidar.ac.id⁴, mirna.harsono@students.untidar.ac.id⁵

ABSTRACT

This study explores cognitive and external factors influencing entrepreneurial decision-making among dairy farmers, focusing on heuristic biases and external support. A case study was conducted on the Dairy Farmers Association Tri Argo Mulyo in Magelang Regency, with four respondents selected purposively based on seniority, experience, age, business duration, and success in business management. The research methods included in-depth interviews and Focus Group Discussions (FGD) to gain comprehensive insights into the decision-making process. The findings reveal that representativeness bias significantly influences farmers' initial decisions, leading them to rely on anecdotal success stories rather than objective analysis. Additionally, social networks and external support, such as cooperatives and government subsidies, contribute to financial aid, technical knowledge, and market access. However, the primary challenge faced is low milk production, which currently stands at only 1,100 liters per day—far below the 5,000-liter minimum required by the dairy processing industry. The study concludes that reducing cognitive biases is essential to enhance data-driven decision-making. Recommendations for farmers include increasing awareness of heuristic biases and the importance of data analysis, while for local governments, more targeted training programs and improved access to information are necessary. Future research should expand the number of respondents and the scope of study areas to achieve a more comprehensive understanding of decision-making in agribusiness.

Keywords: Behavioral Economics, Dairy Cattle, Decision-Making, Entrepreneurship, Heuristic Bias

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi faktor kognitif dan eksternal yang memengaruhi pengambilan keputusan wirausaha di kalangan peternak sapi perah, dengan fokus pada bias heuristik dan dukungan eksternal. Studi kasus dilakukan pada Asosiasi Peternak Sapi Perah Tri Argo Mulyo di Kabupaten Magelang, dengan empat responden yang dipilih secara purposive berdasarkan senioritas, pengalaman, usia, lama usaha, dan keberhasilan bisnis. Metode penelitian yang digunakan mencakup wawancara mendalam dan Focus Group Discussions (FGD) untuk mendapatkan wawasan komprehensif terkait proses pengambilan keputusan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bias representatif berperan signifikan dalam keputusan awal peternak, yang cenderung mengandalkan kisah sukses anekdot dibandingkan analisis objektif. Selain itu, jejaring sosial dan dukungan eksternal, seperti koperasi dan subsidi pemerintah, turut berkontribusi dalam aspek finansial, pengetahuan teknis, dan akses pasar. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya produksi susu, yaitu hanya 1.100 liter per hari, jauh dari batas minimum 5.000 liter yang diperlukan oleh industri pengolahan susu. Kesimpulan penelitian menekankan perlunya mengurangi bias kognitif guna meningkatkan keputusan berbasis data. Rekomendasi bagi peternak mencakup peningkatan kesadaran terhadap bias heuristik dan pentingnya analisis data, sedangkan bagi pemerintah daerah, diperlukan program pelatihan yang lebih terarah serta akses informasi yang lebih baik. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah responden dan cakupan wilayah guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengambilan keputusan dalam agribisnis.

Kata Kunci: Ekonomi Perilaku, Heuristik Bias, Kewirausahaan, Pengambilan Keputusan

PENDAHULUAN

Sektor agribisnis di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang seiring dengan ketersediaan sumber daya alam yang melimpah. Namun, pemanfaatan sumber daya ini masih belum optimal, terutama di subsektor peternakan (Karuniawati, 2013). Salah satu subsektor yang memainkan peran strategis dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan ekonomi adalah peternakan sapi perah. Peternakan ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia susu bagi masyarakat tetapi juga sebagai pendorong ekonomi lokal dan nasional (Sobirin, 2023).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), populasi sapi perah di Indonesia mencapai 514 ribu ekor dengan produksi susu domestik sekitar 0,9 juta ton per tahun. Sayangnya, jumlah ini masih jauh dari kebutuhan industri susu nasional yang mencapai 4,3 juta ton per tahun, sehingga impor susu masih menjadi solusi utama untuk menutupi kekurangan pasokan (Hidayat, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan produksi susu dalam negeri menjadi kebutuhan mendesak agar ketergantungan terhadap impor dapat dikurangi. Namun, tantangan utama dalam meningkatkan produksi adalah

keputusan strategis yang diambil oleh peternak, yang sering kali dipengaruhi oleh keterbatasan informasi dan bias kognitif dalam pengambilan keputusan (Hassan et al., 2020; Zaman et al., 2021).

Selama 2019-2022, sektor pertanian merupakan kontributor terbesar kedua terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia setelah sektor industri, dengan kontribusi rata-rata sebesar 13,02% (BPS, 2023). Di dalamnya, sektor peternakan berperan penting dalam keberlanjutan kegiatan pertanian dan ketahanan pangan nasional (Mardikanto et al., 2021). Khususnya,

peternakan sapi perah memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui investasi dalam pengelolaan produksi dan industri pengolahan susu guna meningkatkan nilai tambah ekonomi (Suhartini et al., 2022). Namun, keberlanjutan subsektor ini sangat bergantung pada efektivitas pengambilan keputusan oleh para peternak dalam aspek produksi, manajemen, dan pemasaran (Khan et al., 2020).

Sebagian besar peternakan sapi perah di Indonesia masih didominasi oleh peternakan rakyat dengan skala kepemilikan kecil. Model usaha ini berkontribusi signifikan terhadap produksi susu nasional serta turut mendukung perekonomian pedesaan. Salah satu peternakan rakyat yang cukup berkembang adalah Asosiasi Peternak Sapi Perah Tri Argo Mulyo di Kabupaten Magelang. Asosiasi ini memiliki 500 anggota, dengan 10 peternak yang memiliki skala usaha lebih besar. Rata-rata produksi susu per ekor sapi mencapai 13-15 kg per hari. Hasil produksi susu dari asosiasi ini kemudian dikumpulkan dan dijual kepada Industri Pengolahan Susu (IPS), seperti Diamond Food dan Cimory. Namun, jumlah produksi harian sebesar 1.100 liter masih jauh dari batas minimal pengiriman langsung ke IPS, yaitu 5.000 liter per hari. Dengan demikian, diperlukan tambahan sekitar 400 ekor sapi perah untuk mencapai target produksi yang ditetapkan (BPS, 2023).

Sejauh ini, sebagian besar penelitian terkait sektor peternakan lebih banyak membahas aspek teknis seperti manajemen pakan, kesehatan ternak, dan efisiensi produksi (McElwee & Bosworth, 2019). Namun, masih sedikit studi yang membahas faktor kognitif yang mempengaruhi pengambilan keputusan peternak, khususnya bias heuristik. Dalam konteks

kewirausahaan, keputusan yang diambil oleh peternak sering kali tidak berdasarkan analisis rasional tetapi dipengaruhi oleh bias kognitif, seperti representativeness bias dan availability bias (Gigerenzer & Gaissmaier, 2011). Hal ini dapat menyebabkan peternak mengambil keputusan berdasarkan pengalaman individu atau contoh kasus yang tidak sepenuhnya relevan, sehingga berisiko menghambat pengembangan usaha.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi karena pemahaman yang lebih baik tentang bias heuristik dalam pengambilan keputusan dapat memberikan wawasan bagi peternak dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi peningkatan produksi dan keberlanjutan sektor peternakan sapi perah. Dengan mengidentifikasi bias yang umum terjadi, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan literasi pengambilan keputusan berbasis data dan mengurangi ketergantungan peternak pada informasi yang tidak valid atau hanya berbasis intuisi.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis bagaimana heuristik bias mempengaruhi pengambilan keputusan peternak sapi perah dalam aspek produksi, pemasaran, dan investasi.
2. Mengidentifikasi jenis bias kognitif yang paling dominan dalam pengambilan keputusan peternak.
3. Menyediakan rekomendasi strategis bagi peternak dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan dalam usaha peternakan sapi perah.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pengelolaan peternakan sapi perah berbasis perilaku kognitif yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan

produksi susu nasional serta ketahanan ekonomi peternak.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan aspek fundamental dalam ilmu sosial dan ekonomi, khususnya dalam konteks agribisnis. Teori awal pengambilan keputusan, seperti yang diperkenalkan oleh Simon, menekankan rasionalitas terbatas (bounded rationality) dalam proses pengambilan keputusan. Simon berargumen bahwa individu tidak selalu mampu membuat keputusan optimal karena keterbatasan informasi, waktu, dan kapasitas kognitif. Dalam praktiknya, individu sering kali menggunakan heuristik atau aturan praktis untuk menyederhanakan proses pengambilan keputusan dalam lingkungan yang kompleks dan penuh ketidakpastian.

Pada perkembangan selanjutnya, Kahneman dan Tversky (1979) mengembangkan Prospect Theory, yang menjelaskan bahwa individu tidak bersikap rasional dalam menilai risiko dan keuntungan. Individu lebih cenderung menghindari kerugian dibandingkan mendapatkan keuntungan dengan nilai yang sama. Dalam agribisnis, teori ini relevan karena peternak sering kali lebih takut mengalami kerugian akibat fluktuasi harga susu dibandingkan dengan potensi keuntungan dari investasi yang lebih besar dalam produksi.

Heuristik Bias dalam Pengambilan Keputusan Agribisnis

Heuristik bias adalah kecenderungan individu untuk menggunakan aturan praktis dalam pengambilan keputusan yang dapat menyebabkan penyimpangan dari pilihan yang optimal. Dalam agribisnis, peternak sering kali menghadapi

lingkungan yang penuh ketidakpastian, sehingga heuristik menjadi strategi yang mereka gunakan untuk mempercepat pengambilan keputusan.

Kahneman dan Tversky (1974) mengidentifikasi tiga jenis utama heuristik yang relevan dalam pengambilan keputusan agribisnis:

1. **Representativeness bias:** Peternak membuat keputusan berdasarkan contoh sukses di sekitarnya tanpa mempertimbangkan faktor spesifik seperti lingkungan dan sumber daya yang tersedia. Misalnya, peternak yang melihat tetangganya sukses dalam beternak sapi perah mungkin akan langsung beralih ke usaha tersebut tanpa memperhitungkan kesesuaian faktor produksi mereka sendiri.
2. **Availability bias:** Keputusan didasarkan pada informasi yang lebih mudah diingat atau pengalaman terbaru. Misalnya, peternak yang baru saja mengalami wabah penyakit mungkin akan menghindari ekspansi usaha, meskipun tren jangka panjang menunjukkan bahwa investasi tambahan akan menguntungkan.
3. **Anchoring bias:** Keputusan bergantung pada informasi awal, seperti harga bibit atau biaya produksi awal, sehingga peternak kurang fleksibel dalam menyesuaikan strategi bisnis mereka terhadap perubahan pasar.

Keputusan Berwirausaha dalam Agribisnis

Keputusan untuk berwirausaha di sektor agribisnis tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial. Busenitz dan Barney (2021) menemukan bahwa banyak petani dan peternak cenderung mengandalkan intuisi dan pengalaman pribadi dalam mengevaluasi peluang usaha baru. Dalam banyak

kasus, keputusan ini dipengaruhi oleh narasi sukses di komunitas mereka, yang dapat menyebabkan bias kognitif dalam penilaian risiko dan potensi keuntungan.

McElwee dan Bosworth (2019) menunjukkan bahwa meskipun sebagian peternak menggunakan pendekatan berbasis data untuk mengevaluasi peluang usaha, banyak yang tetap bergantung pada heuristik karena keterbatasan akses terhadap informasi dan tekanan sosial. Faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, dukungan koperasi, dan infrastruktur pasar juga memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan usaha peternakan.

Wu et al. (2022) menambahkan bahwa jaringan sosial dan dukungan eksternal dapat berperan besar dalam membentuk pola pikir peternak. Koperasi peternakan dapat membantu mengurangi risiko yang terkait dengan keputusan bisnis dengan menyediakan akses ke informasi pasar, sumber daya, dan dukungan keuangan. Dengan demikian, keputusan wirausaha dalam agribisnis merupakan hasil interaksi antara faktor individual, komunitas, dan lingkungan eksternal.

PENELITIAN TERDAHULU

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam agribisnis, termasuk dampak heuristik bias terhadap keputusan peternak. Tabel 1 berikut merangkum beberapa penelitian yang relevan:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil
Murai, A. S., dan Singh, B. K. (2011)	<i>Differential adoption of scientific dairy farming practices and related</i>	Terdapat perbedaan signifikan antara mantan peserta pelatihan dan non peserta pelatihan

	<i>constraints</i>	dalam mengadopsi teknologi peternakan. Ada banyak teknologi yang belum dicoba oleh peternak yang bisa menjadi peluang besar. Kendala yang ditemui dalam penelitian ini haus diatasi oleh penyuluh daerah agar teknologi bisa disebarluaskan dan diadopsi oleh peternak.	<i>et al., (2019)</i>	<i>of Farmers Entrepreneurial Behavior On The Business Performance of Dairy Farmers In West Bandung Regency, Indonesia</i>	menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Perilaku kewirausahaan sangat dipengaruhi oleh iklim usaha dan karakteristik individu. Penyuluhan iklim usaha dan akses permodalan akan membuat petani menjadi mandiri dan bisa berusaha mencari peluang dari segi informasi, teknologi dan pasar sebagai salah satu perilaku wirausaha.
Patel et al., (2014)	<i>Entrepreneurial Behaviour of Dairy farmers</i>	Penelitian ini mengungkapkan bahwa mayoritas peternak sapi perah memiliki tingkat kewirausahaan medium, diikuti dengan tingkat tinggi, dan berikutnya tingkat rendah. Perilaku kewirausahaannya berpengaruh terhadap pengalaman produk susu, kepemilikan tanah, partisipasi organisasi, kepemilikan ternak, pendapatan tahunan, orientasi pasar dan ilmiah, dan pengetahuan. Sedangkan, usia dan ukuran keluarga tidak memiliki hubungan terhadap perilaku kewirausahaan.	Mumba, et al., (2024)	<i>An in-depth analysis of factors influencing small-scale cattle farmers' participation in livestock markets in Western Province of Zambia: navigating challenges and barriers</i>	Faktor-faktor yang teridentifikasi membatasi keterlibatan peternak dalam pasar ternak meliputi tidak adanya peternak komersial, kurangnya peternakan sapi perah yang lebih baik, pola pikir dan keterampilan bisnis yang tidak memadai, infrastruktur jalan yang buruk, infrastruktur pendukung yang tidak memadai, praktik dan kepercayaan budaya, populasi dan pasar ternak yang tersebar, kurangnya pengetahuan dan kepekaan,
Ashilina	<i>The Influence</i>	Penelitian ini			

		kurangnya transportasi, rantai nilai yang belum berkembang, tata kelola yang tidak efektif di koperasi susu, tidak adanya sistem penilaian di pasar daging sapi, dan harga yang tidak kompetitif.			koperasi dan melemahnya struktur yang secara tradisional berlaku pada mereka.
			(Adro dan Franco, 2020)	<i>Rural and agri-entrepreneurial networks: A qualitative case study</i>	Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan, keyakinan, dan pembayaran rutin sangat penting untuk membuat jaringan ini dapat bertahan dan menciptakan nilai tambah bagi bisnis di sektor tradisional yang terancam oleh perubahan iklim, usia penggembala dan impor domba jenis eksotis.
Forney, J., dan Häberli, I. (2017)	<i>Co-operative values beyond hybridity: The case of farmers' organisations in the Swiss dairy sector</i>	Interpretasi yang diterapkan pada konteks yang lebih rinci dapat membantu mengurangi sebagian narasi pesimis dari kemunduran koperasi pertanian melalui tiga cara. Deregulasi yang terjadi di pasar susu Swiss tidak secara khusus meningkatkan kompetisi dan strategi orientasi pasar yang lebih banyak ataupun nilai dalam manajemen dari koperasi peternak produk susu. Untuk sementara, peneliti menemukan indikasi melemahnya beberapa karakteristik koperasi, di waktu yang sama kami menemukan tanda peremajaan dari nilai koperasi. Dalam hal ini tidak ada tren yang unik, tetapi terdapat perubahan yang ambigu pada kekuatan nilai			
			(Kustinin gsih et al., 2023)	Peran Peternak Sapi Perah dalam Program Surveilans dan Pengendalian Brucellosis di Kabupaten Bogor	Praktik peternak dalam pencegahan brucellosis telah dilakukan dengan baik, namun praktik penggunaan desinfektan dalam membersihkan kandang hanya 53.6% dan penerapan manajemen kelompok ternak hanya 64,9%, sehingga perlu ditingkatkan. Praktek peternak dalam pengendalian brucellosis perlu ditingkatkan, peternak membuang plasenta ke kebun, selokan, tong sampah, dan di dekat kandang (44%), sapi brucellosis

	digabung dengan sapi sehat (69,9%) dan sapi brucellosis masih dijual (26.5%). Praktik surveilans berupa pencatatan dan pelaporan ternak juga masih cukup rendah. Peternak yang memiliki buku catatan ternak hanya 50.3%, melaporkan kasus keguguran hanya 62.9%, melaporkan kasus higroma hanya 44,4% dan yang mencatat kasus brucellosis hanya 23.8%. Praktik peternak dalam pencegahan, pengendalian dan surveilans berupa pencatatan serta pelaporan brucellosis di Kabupaten Bogor masih perlu perbaikan. Upaya peningkatan peran peternak dalam program surveilans dan pengendalian brucellosis dapat dilakukan dengan intervensi peternak berupa pelatihan	proporsi nilai yang telah dirancang dan promosi dengan bantuan semua pihak termasuk dukungan pemerintah Sumatera Barat. Peta empati memberikan gambaran kepada produsen produk dadih mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk dadih
(Hidayat et al., 2023)	Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pertumbuhan Peternakan Sapi Perah dengan Peran Mediasi Sistem Produksi di Kota Malang	EO dan sistem peternakan sapi perah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha sapi perah. Namun kontribusi pengaruh EO terhadap pertumbuhan usaha sapi perah lebih rendah (5,77%). Setelah mengadopsi sistem produksi sebagai variabel moderasi dalam model, efek kontribusi meningkat menjadi 16,57%. Berdasarkan temuan penelitian, penelitian menyimpulkan bahwa praktek sistem produksi yang dianut berfungsi sebagai variabel moderasi yang memberikan kontribusi besar pengaruh EO terhadap pertumbuhan
(Delfitriani, 2019)	Perancangan Model Bisnis Usaha Produk Dadih Susu Sapi Ke Dalam Kanvas Model Bisnis dan Peta Empati	Hasil analisis model usaha menunjukkan produk dadih berpotensi dikembangkan untuk memperluas jangkauan pasar. Segmentasi pelanggan perlu diperluas dengan menggunakan

		usaha peternakan sapi perah	(Guadu dan Abebaw, 2016)	<i>Challenges, opportunities and prospects of dairy farming in Ethiopia: A review</i>	Tantangan utama peternakan sapi perah di Ethiopia yaitu kesehatan hewan dan reproduksinya, kurang layanan pelatihan dan juga terdapat hambatan pasarnya. Namun, sektor ini memiliki peluang besar seperti sumber daya genetik ternak lokal, peluang pasar dan kontribusi terhadap pendapatan rumah tangga. Perlu untuk melakukan perencanaan kebijakan yang baik agar teknologi dan layanan berguna untuk mendukung perkembangan sektor ini.
(Amam dan Soetriono, 2020)	Peranan Sumber Daya terhadap SDM Peternak dan Pengembangan Usaha Ternak Sapi	Sumber daya internal mempengaruhi SDM peternak sapi perah sebesar 18,9%. Pengembangan usaha ternak sapi perah dipengaruhi oleh sumber daya internal dan SDM peternak sebesar 55,5%. Indikator pembentuk sumber daya finansial adalah pendapatan utama, pendapatan total untuk kebutuhan hidup, kepemilikan sapi pedet, kepemilikan sapi dara, kepemilikan sapi bunting, kepemilikan sapi laktasi, kepemilikan sapi periode kering, dan jumlah populasi sapi yang dipelihara. Indikator pembentuk sumber daya teknologi ialah pemilihan sapi indukan (bibit), teknologi pakan, perkandangan dan teknologi peningkatan produksi susu. Indikator pembentuk sumber daya fisik adalah sarana transportasi, penguasaan lahan, dan ketersediaan sumber pakan	(Bechini et al., 2020)	<i>Drivers and barriers to adopt best management practices. Survey among Italian dairy farmers</i>	Ada beberapa faktor pendukung dan penghambat penerapan praktik manajemen terbaik di peternakan sapi perah di Italia. Praktik seperti rotasi tanaman, pupuk hijau, dan irigasi modern terbukti meningkatkan keberlanjutan tanah, lingkungan, dan hasil produksi. Namun, ada beberapa hambatannya yaitu biaya tambahan, kurangnya dukungan komunitas, dan

		keterbatasan teknis. Pendekatan berbasis komunitas melalui penyuluhan dan demonstrasi direkomendasikan untuk meningkatkan adopsi penerapan manajemen yang baik.			infrastruktur yang tidak memadai. Fungsi kunci dalam sistem inovasi seperti kewirausahaan dan penyebaran pengetahuan juga sangat lemah. Kebijakan yang terlalu fokus pada teknologi biofisik tanpa memperhatikan isu kelembagaan dan sosial-ekonomi telah menghambat adopsi teknologi. Diperlukan kombinasi intervensi kelembagaan dan teknologi untuk mengatasi masalah ini.
(Bruijnis et al., 2013)	<i>Dairy farmers' attitudes and intentions towards improving dairy cow foot health</i>	Peternak sapi perah cenderung memperhatikan kesehatan kaki sapi perahnya jika hal itu hemat biaya, efisien tenaga kerja, dan memberikan hasil jangka pendek, namun persepsi bahwa masalah tidak mendesak menjadi kendala utama. Penyediaan informasi lebih lanjut tentang manfaat langkah-langkah perbaikan kesehatan kaki sapi perah dapat membantu mendorong peternak untuk bertindak.		(Morgan et al., 2010)	<i>Agricultural multifunctionality and farmers' entrepreneurial skills: A study of Tuscan and Welsh farmers</i> Proses restrukturisasi pertanian di Eropa dipengaruhi oleh dukungan CAP untuk pertanian multifungsi dan liberalisasi pasar, yang mendorong petani untuk berjiwa wirausaha. Artikel ini meneliti bagaimana kebijakan ini bekerja di dua wilayah yang mengutamakan pembangunan pedesaan multifungsi. Keterampilan kewirausahaan petani dijadikan kerangka kerja untuk menghubungkan perkembangan pertanian dengan konteks sosial,
(Kebebe et al., 2015)	<i>Understanding socio-economic and policy constraints to dairy development in Ethiopia: A coupled functional-structural innovation systems analysis</i>	Terdapat masalah dengan elemen struktural dalam inovasi susu di Ethiopia. Beberapa masalah tersebut termasuk kurangnya pelaku utama, kapasitas pelaku yang terbatas, hak milik yang tidak aman, proses birokrasi yang rumit, interaksi yang buruk, dan			

budaya, dan ekonomi. Studi ini menyoroti bagaimana pertanian multifungsi diimplementasikan di tingkat petani dan bagaimana mereka bisa merespons inisiatif pembangunan pedesaan.

Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan, masih sedikit kajian yang menyoroti secara spesifik peran heuristik bias dalam pengambilan keputusan agribisnis, khususnya pada peternakan sapi perah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai dampak bias heuristik terhadap keputusan peternak dalam menjalankan usaha mereka.

METODE

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap bagaimana heuristik bias mempengaruhi pengambilan keputusan peternak sapi perah dalam konteks kewirausahaan. Studi kasus digunakan untuk memahami dinamika pengambilan keputusan secara lebih mendalam dalam lingkungan bisnis agribisnis yang kompleks (Yin, 2018).

Desain Penelitian dan Pemilihan Responden

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk memilih responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Dari total 500 peternak yang tergabung dalam Asosiasi Peternak Sapi Perah Tri Argo Mulyo, terdapat 10 peternak dengan kapitalisasi

usaha lebih dari 200 juta rupiah dan pengalaman lebih dari 5 tahun. Dari kelompok ini, 4 peternak dipilih sebagai responden berdasarkan faktor senioritas, pengalaman, usia, lama usaha, serta tingkat keberhasilan dalam pengelolaan usaha. Kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa wawasan yang diberikan oleh responden mencerminkan pengalaman yang lebih luas dalam pengambilan keputusan bisnis (Creswell, 2014).

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan Diskusi Kelompok Terarah (*Focus Group Discussion* atau FGD). Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali pengalaman individu dalam mengambil keputusan berwirausaha, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka, strategi bertahan dalam bisnis, serta adaptasi terhadap perubahan pasar. Selain itu, FGD dilakukan untuk menggali perspektif kolektif dan memahami bagaimana interaksi sosial mempengaruhi pengambilan keputusan di komunitas peternak sapi perah (Merriam, 2009).

Tahapan Penelitian

1. **Studi Pustaka** Studi pustaka dilakukan untuk memahami teori yang relevan dengan penelitian ini, seperti teori pengambilan keputusan, heuristik bias, serta keputusan kewirausahaan dalam agribisnis. Studi pustaka ini juga digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian dan membangun landasan konseptual penelitian (Silverman, 2020).
2. **Penyusunan Instrumen Penelitian** Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara dikembangkan berdasarkan teori dan temuan dari studi pustaka. Pertanyaan dalam

wawancara semi-terstruktur difokuskan pada konteks kewirausahaan, seperti keputusan masuk, bertahan, dan keluar dalam usaha peternakan sapi perah. Aspek kreativitas, kewaspadaan terhadap peluang bisnis, serta strategi pengambilan keputusan juga menjadi fokus dalam wawancara ini (Creswell & Poth, 2018).

3. Pengumpulan Data

Wawancara Mendalam (In-Depth Interview)

- Dilakukan secara tatap muka dengan peternak yang dipilih sebagai responden.
- Wawancara direkam untuk memastikan akurasi dalam analisis data.
- Responden diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman tentang faktor yang mempengaruhi keputusan bisnis mereka.

Diskusi Kelompok Terarah (FGD)

- FGD dilakukan dengan kelompok kecil peternak untuk memahami dinamika kolektif dalam pengambilan keputusan.
- Diskusi berfokus pada pola pikir kewirausahaan dalam komunitas peternak serta faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan usaha.

4. Analisis Data

Transkripsi dan Kodifikasi Data

- Data hasil wawancara direkam dan ditranskripsikan ke dalam format teks.
- Setiap wawancara dikodifikasi menggunakan perangkat lunak NVivo 12 untuk mengidentifikasi pola dan tema utama.

Analisis Tematik

- Data dikategorikan berdasarkan tema-tema utama, seperti jenis heuristik bias yang muncul, keputusan kewirausahaan, serta

dampaknya terhadap keberlanjutan usaha.

- Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan diagram untuk memudahkan interpretasi.

5. Interpretasi dan Penyusunan Laporan

- Temuan penelitian diinterpretasikan berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya.
- Hasil penelitian dituangkan dalam bentuk laporan akademik dan artikel yang siap untuk dipublikasikan dalam jurnal agribisnis atau ekonomi perilaku.

6. Keabsahan dan Kredibilitas Penelitian

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan metode (Patton, 2002). Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara individu dengan FGD, serta membandingkan data yang diperoleh dengan hasil studi pustaka. Keabsahan data juga diperkuat dengan *member checking*, di mana responden diberikan kesempatan untuk meninjau kembali hasil wawancara mereka guna memastikan keakuratan informasi yang disampaikan.

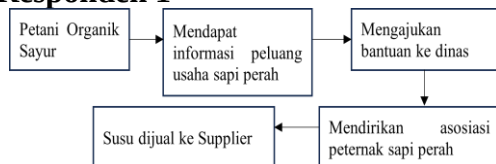
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Data dengan NVivo 12

Data dari wawancara dan FGD dianalisis menggunakan NVivo 12 dengan teknik analisis tematik. Proses analisis melibatkan beberapa tahap, termasuk transkripsi wawancara, kodifikasi data, identifikasi tema utama, dan visualisasi hasil dalam bentuk model konseptual. Hasil analisis tematik ini membantu mengidentifikasi pola pengambilan keputusan heuristik bias yang digunakan oleh peternak sapi perah dalam menjalankan usaha mereka.

Tahapan Analisis Data:

1. **Transkripsi Wawancara:** Data wawancara direkam dan ditranskripsikan ke dalam bentuk teks untuk dianalisis lebih lanjut.
2. **Kodifikasi dengan NVivo 12:** Data dikategorikan ke dalam berbagai tema yang berkaitan dengan heuristik bias dan keputusan wirausaha.
3. **Analisis Tematik:** Pola utama dalam data diidentifikasi, seperti faktor sosial, pengaruh heuristik, dan strategi adaptasi peternak.
4. **Visualisasi Model Keputusan:** Hasil analisis divisualisasikan dalam diagram konsep untuk memudahkan interpretasi.

Responden 1

Gambar 1. Alur Keputusan Wirausaha Responden 1

Responden 1 mengenali peluang sesuai dengan teori pembelajaran sosial. Responden 1 memulai bisnis sapi perah dengan mengenali informasi dan peluang melalui rekan dan berita. Ia memulai dengan menggali informasi berkaitan bagaimana prospek pengembangan usaha peternakan sapi perah. Sebagai contoh Responden 1 membuat pernyataan yang menyatakan pengenalan peluang dari rekan petani. *“Saya mengunjungi peternakan sapi perah teman saya dan melihat bahwa peternakan sapi perah memiliki potensi yang tinggi karena sesuai dengan ketersediaan sumber daya yang ada di daerah rumah saya”*.

Responden 1 mengenali peluang melalui jejaring sosial dan informasi dari rekan petani. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran sosial, di mana keputusan bisnis sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sosial terdekat

(Khoshmaram, 2017; Jia, 2020). Proses pengambilan keputusan responden 1 dikodekan ke dalam beberapa kategori utama, yaitu:

- **Identifikasi peluang:** Responden memanfaatkan jaringan sosial untuk menggali informasi awal terkait prospek usaha sapi perah.
- **Heuristik ketersediaan:** Keputusan responden dipengaruhi oleh cerita sukses dari petani lain.
- **Dukungan eksternal:** Bantuan modal dari pemerintah dan bank menjadi faktor penting dalam keberlanjutan usaha.

“Contoh-contoh cerita bisnis dari teman-teman menunjukkan bahwa usaha sapi perah dapat memberikan keberhasilan usaha yang baik.”

Responden 1 kemudian mengajukan bantuan ke Dinas Peternakan dan mendirikan asosiasi yang awalnya terdiri dari enam kelompok ternak. Bantuan ini memungkinkan responden untuk memperluas skala usaha dan mencapai pasar yang lebih luas, seperti Cimory dan perusahaan susu lainnya.

Heuristik memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan kewirausahaan, dengan keadaan afektif dan proses kognitif keduanya mempengaruhi pilihan (Cristofaro, 2021). Pengusaha sering menggunakan heuristik dalam evaluasi peluang, namun mengandalkan pengambilan keputusan yang lebih sistematis selama fase eksploitasi, dan keterampilan pengaturan diri adalah kunci untuk penggunaan yang efektif (Bryant, 2007). Namun, heuristik keterwakilan dapat menyebabkan perkiraan yang berlebihan terhadap kemungkinan keberhasilan atau kegagalan dalam usaha kewirausahaan (Wickham, 2003). Heuristik ketersediaan, sebuah bias kognitif, memengaruhi prediksi orang berdasarkan kemudahan mengingat

contoh (Miller, 2010). Heuristik ini dapat berdampak pada penalaran dan penilaian frekuensi atau probabilitas (Hamer, 2014).

Setelah melewati tahap pengenalan peluang usaha, Responden 1 mengajukan bantuan ke Dinas Peternakan Kabupaten dan Provinsi untuk mendapatkan bantuan permodalan. Bantuan tersebut datang dalam bentuk sapi dan perlengkapannya. Responden 1 mendirikan asosiasi yang awalnya hanya 6 kelompok ternak saja. Seiring berjalannya waktu, responden juga mengajukan pendanaan ke beberapa instansi dan perusahaan. Alhasil, responden bisa mendapatkan bantuan dari Bank Indonesia. Hasil dari usaha susu sapi perah tersebut pun dijual ke supplier seperti Cimory dan brand besar lainnya.

Responden 1 mengenali peluang usaha peternakan sapi perah sesuai dengan teori pembelajaran sosial. Ia memulai bisnis ini dengan mengumpulkan informasi dan mengenali peluang melalui interaksi dengan rekan-rekannya serta berita yang relevan. Proses ini dimulai dengan menggali informasi mengenai prospek pengembangan usaha peternakan sapi perah. Sebagai contoh, Responden 1 menyatakan:

“Saya mengunjungi peternakan sapi perah teman saya dan melihat bahwa peternakan sapi perah memiliki potensi yang tinggi karena sesuai dengan ketersediaan sumber daya yang ada di daerah rumah saya.”

Responden 1 mengenali peluang melalui jejaring sosial dan informasi dari rekan petani. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran sosial, di mana keputusan bisnis sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sosial terdekat (Khoshmaram, 2017; Jia, 2020). Proses pengambilan keputusan Responden 1

dapat dikategorikan ke dalam beberapa poin utama, yaitu:

- **Identifikasi peluang:** Responden memanfaatkan jaringan sosial untuk menggali informasi awal terkait prospek usaha sapi perah.
- **Heuristik ketersediaan:** Keputusan responden dipengaruhi oleh cerita sukses dari petani lain.
- **Dukungan eksternal:** Bantuan modal dari pemerintah dan bank menjadi faktor penting dalam keberlanjutan usaha.

Responden 1 menyatakan, *“Contoh-contoh cerita bisnis dari teman-teman menunjukkan bahwa usaha sapi perah dapat memberikan keberhasilan usaha yang baik.”*

Setelah mengenali peluang, Responden 1 mengajukan bantuan ke Dinas Peternakan dan mendirikan asosiasi yang awalnya terdiri dari enam kelompok ternak. Dukungan ini memungkinkan responden untuk memperluas skala usaha dan mencapai pasar yang lebih luas, termasuk perusahaan-perusahaan besar seperti Cimory dan perusahaan susu lainnya.

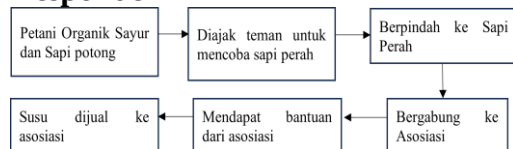
Heuristik memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan kewirausahaan, di mana keadaan afektif dan proses kognitif keduanya mempengaruhi pilihan (Cristofaro, 2021). Pengusaha sering menggunakan heuristik dalam evaluasi peluang, tetapi mereka juga mengandalkan pengambilan keputusan yang lebih sistematis selama fase eksploitasi. Keterampilan pengaturan diri menjadi kunci untuk penggunaan heuristik yang efektif (Bryant, 2007). Namun, heuristik keterwakilan dapat menyebabkan perkiraan yang berlebihan terhadap kemungkinan keberhasilan atau kegagalan dalam usaha kewirausahaan (Wickham, 2003).

Heuristik ketersediaan, sebagai sebuah bias kognitif, memengaruhi

prediksi individu berdasarkan kemudahan mengingat contoh (Miller, 2010). Bias ini dapat berdampak pada penalaran dan penilaian frekuensi atau probabilitas (Hamer, 2014).

Setelah melewati tahap pengenalan peluang usaha, Responden 1 mengajukan bantuan ke Dinas Peternakan Kabupaten dan Provinsi untuk mendapatkan bantuan permodalan. Bantuan tersebut datang dalam bentuk sapi dan perlengkapan yang diperlukan. Responden 1 mendirikan asosiasi yang awalnya hanya terdiri dari enam kelompok ternak. Seiring berjalannya waktu, responden juga mengajukan pendanaan ke beberapa instansi dan perusahaan. Alhasil, responden berhasil mendapatkan bantuan dari Bank Indonesia. Hasil dari usaha susu sapi perah tersebut kemudian dijual ke supplier seperti Cimory dan merek besar lainnya.

Responden 2



Gambar 2. Alur Keputusan Wirausaha Responden 2

Dalam kasus Responden 2, keputusan untuk memulai usaha peternakan sapi perah didorong oleh pengamatan terhadap temannya yang meraih keuntungan besar. Keputusan ini mencerminkan bagaimana Responden 2 mengasumsikan bahwa keuntungan yang diperoleh temannya akan terjadi juga pada dirinya, tanpa melakukan analisis mendalam terhadap kondisi pasar atau faktor risiko lainnya.

Awalnya, Responden 2 merupakan petani sayur organik dan peternak sapi potong. Setelah berpindah ke usaha sapi perah, ia mendapatkan ajakan untuk bergabung dalam sebuah asosiasi. Setelah bergabung, Responden 2

menerima berbagai bentuk bantuan, termasuk pemberian sapi yang masih menjadi milik asosiasi. Dukungan ini dapat mempengaruhi persepsinya mengenai keamanan dan keberlanjutan usaha, di mana ia merasa terlindungi oleh dukungan asosiasi.

Keputusan Responden 2 untuk bergabung dengan asosiasi setelah memulai usaha sapi perah juga dapat dianalisis melalui lensa **heuristic bias**. Penelitian oleh Li et al. (2022) menunjukkan bahwa asosiasi bisnis sering menjadi lingkungan yang memperkuat representativeness bias, di mana anggota baru cenderung mengadopsi strategi dan keyakinan yang dianggap sukses oleh anggota lainnya. Dalam hal ini, keputusan Responden 2 untuk bergabung dengan asosiasi dan menjual hasil susu ke asosiasi merupakan keputusan yang didorong oleh persepsi keberhasilan dari anggota lain dalam asosiasi tersebut.

Keputusan Responden 2 dipengaruhi oleh representativeness bias, di mana individu cenderung menyimpulkan keberhasilan usaha mereka berdasarkan pengalaman sukses orang lain tanpa mempertimbangkan faktor risiko (Wood et al., 2021). Analisis dengan NVivo menunjukkan kategori utama berikut:

- **Faktor sosial dalam pengambilan keputusan:** Responden bergabung dengan asosiasi karena ajakan teman.
- **Heuristik keterwakilan:** Keputusan beralih dari peternakan sapi potong ke sapi perah dibuat berdasarkan asumsi bahwa kesuksesan rekan bisa ditiru.
- **Dukungan asosiasi:** Bergabung dengan asosiasi memberikan keamanan finansial dan dukungan teknis.

Responden 2 menyatakan, “*Saya berpindah usaha dari sapi potong ke sapi perah karena tergiur keuntungan*

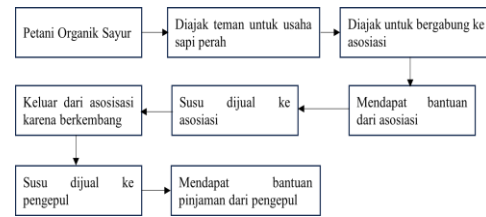
usaha sapi perah yang dijalankan oleh teman.”

Menurut penelitian Zhao et al. (2023), representativeness bias dapat menyebabkan individu mengabaikan faktor risiko, seperti fluktuasi harga susu dan biaya produksi yang lebih tinggi. Wood et al. (2021) juga mencatat bahwa representativeness bias dapat mempengaruhi entrepreneur dalam memilih peluang bisnis berdasarkan cerita sukses yang mereka dengar dari lingkungan sekitar. Dalam kasus Responden 2, keputusan untuk beralih dari peternakan sayur organik dan sapi potong ke sapi perah dipengaruhi oleh pengalaman sukses temannya, yang mewakili contoh mental keberhasilan dalam industri sapi perah.

Studi lain oleh Goel dan Nelson (2020) menemukan bahwa pengaruh sosial, seperti ajakan teman atau rekan, dapat memperkuat representativeness bias. Entrepreneur cenderung mengikuti jejak rekan yang dianggap sukses tanpa melakukan analisis mendalam.

Meskipun Responden 2 mendapatkan keuntungan dari usaha sapi perah, bias keterwakilan masih terlihat dalam cara keuntungan dibagi dengan asosiasi. Studi oleh Zhao et al. (2023) menyebutkan bahwa representativeness bias sering menyebabkan entrepreneur mengabaikan potensi kerugian atau pembagian keuntungan yang tidak seimbang karena mereka lebih fokus pada hasil sukses yang terlihat dari orang lain. Responden 2, yang mendapatkan sapi dari asosiasi namun harus membagi keuntungan, mungkin tidak mempertimbangkan risiko atau biaya tersembunyi dari kesepakatan tersebut.

Responden 3



Gambar 3. Alur Keputusan Wirausaha Responden 3

Responden 3 beralih menjadi peternak sapi perah karena ajakan dari teman dan dukungan yang diperoleh dari Truka Jaya. Sebelumnya, responden merupakan seorang petani sayur organik. Transisi dari usaha sayur organik ke peternakan sapi perah oleh Responden 3 dapat dianalisis dalam konteks **representativeness bias**, di mana keputusan untuk beralih usaha didorong oleh keberhasilan yang diamati dari pengalaman teman. Menurut penelitian oleh Treffers et al. (2020), representativeness bias sering muncul ketika individu menghadapi pilihan usaha baru yang tampak lebih menguntungkan berdasarkan contoh sukses yang diamati dari orang lain.

Dukungan dari organisasi atau perusahaan seperti Truka Jaya juga berperan penting dalam keputusan ini. Penelitian oleh Mahmood dan Rufai (2021) menunjukkan bahwa dukungan eksternal sering memperkuat keputusan yang dipengaruhi oleh representativeness bias. Dalam hal ini, Responden 3, yang mendapatkan dukungan awal dari Truka Jaya, mungkin merasa lebih yakin untuk beralih ke peternakan sapi perah karena dukungan ini menegaskan bahwa keputusan yang diambilnya adalah langkah yang tepat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa dukungan eksternal dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam pengambilan keputusan, meskipun tanpa analisis risiko yang mendalam.

Berdasarkan analisis NVivo, keputusan Responden 3 menunjukkan beberapa poin penting:

- **Representativeness bias:** Mengadopsi usaha berdasarkan keberhasilan orang lain tanpa analisis mendalam.
- **Dukungan eksternal:** Bantuan dari perusahaan memperkuat keputusannya untuk beralih ke peternakan sapi perah.
- **Keputusan keluar dari asosiasi:** Responden memilih untuk mandiri setelah usahanya berkembang.

Responden 3 menyatakan, *“Setelah saya melihat teman saya sukses, saya mencoba beternak sapi perah dengan dukungan dari Truka Jaya.”*

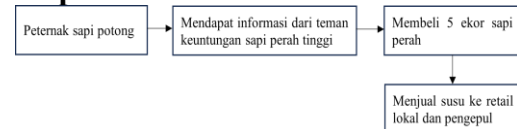
Temuan ini sejalan dengan penelitian Humphries et al. (2022), yang menyebutkan bahwa representativeness bias sering kali menjadi pemicu dalam pengambilan keputusan bisnis di sektor agribisnis, terutama di lingkungan sosial yang erat. Studi lain oleh Mahmood dan Rufai (2021) juga menegaskan bahwa dukungan eksternal, seperti modal dari perusahaan atau bantuan teknis, dapat memperkuat keputusan yang didasarkan pada representativeness bias.

Setelah beralih menjadi peternak sapi perah, Responden 3 diajak untuk bergabung dalam sebuah asosiasi. Dalam asosiasi tersebut, responden mendapatkan dukungan berupa perlengkapan untuk peternakan sapi perah. Penjualan hasil susu dilakukan melalui asosiasi. Namun, seiring dengan berkembangnya usaha ternak sapi perah milik Responden 3, ia memutuskan untuk keluar dari asosiasi dan mengembangkan usaha ternaknya sendiri. Ketika keluar dari asosiasi, responden menjual hasil susu sapi perah ke pengepul dan juga mendapatkan dukungan pinjaman dari mereka.

Keputusan Responden 3 untuk bergabung dengan asosiasi setelah berpindah ke usaha sapi perah, dan kemudian memutuskan untuk keluar

seiring dengan perkembangan usahanya, mencerminkan dinamika yang kompleks dalam pengambilan keputusan. Menurut studi oleh Humphries et al. (2022), keputusan untuk bergabung atau keluar dari asosiasi bisnis sering dipengaruhi oleh bias keterwakilan, di mana individu menilai asosiasi berdasarkan contoh keberhasilan atau kegagalan yang mereka saksikan di sekitar mereka. Dalam kasus ini, Responden 3 mungkin awalnya melihat manfaat bergabung dengan asosiasi, tetapi kemudian memutuskan untuk keluar setelah merasa usahanya sudah cukup stabil untuk berdiri sendiri.

Responden 4



Gambar 1. Alur Keputusan Wirausaha Responden 4

Responden 4 mengetahui tentang bisnis sapi perah melalui interaksi dengan sesama peternak sapi perah yang dikenalnya. Sebelumnya, responden 4 merupakan peternak sapi potong. Setelah mendengar cerita dari rekannya yang berhasil meraih keuntungan lebih tinggi dari usaha sapi perah, responden memutuskan untuk beralih ke usaha sapi perah dengan menjual seluruh sapi potong yang dimilikinya. Pada awalnya, responden membeli 5 ekor sapi perah, dan hingga kini, usaha ternak sapi perah milik responden 4 terus berkembang.

Keputusan Responden 4 untuk menjual seluruh sapi potong dan beralih ke sapi perah didasarkan pada informasi yang diperoleh dari rekan sesama peternak sapi perah. Ini merupakan contoh klasik dari **representativeness bias**, di mana individu cenderung mengambil keputusan berdasarkan contoh sukses yang ada di sekitar mereka tanpa mempertimbangkan berbagai faktor risiko atau kondisi pasar yang

berbeda. Menurut penelitian oleh Busenitz dan Barney (2021), para entrepreneur sering kali mengandalkan pengalaman sukses orang lain sebagai dasar untuk mengambil keputusan besar, yang dapat mengabaikan analisis mendalam terhadap situasi yang dihadapi.

Dalam konteks ini, Responden 4 mungkin terpengaruh oleh cerita sukses rekannya tanpa mempertimbangkan perbedaan mendasar antara bisnis sapi potong dan sapi perah. Responden menjual hasil susu sapi tersebut ke retail lokal dan pengepul, menunjukkan adanya diversifikasi dalam strategi penjualannya.

Kodifikasi dalam NVivo menunjukkan:

- **Heuristik keterwakilan:** Mengambil keputusan berdasarkan pengalaman sukses rekan tanpa mempertimbangkan faktor eksternal.
- **Keputusan berbasis informasi sosial:** Mengandalkan informasi dari lingkungan sekitar.
- **Diversifikasi penjualan:** Menjual produk ke retail lokal dan pengepul.

Responden 4 menyatakan, *“Mendengar keuntungan yang lebih tinggi dari usaha sapi perah, saya menjual seluruh sapi potong saya dan membeli sapi perah.”*

Penelitian oleh Feldman et al. (2020) mengungkapkan bahwa heuristik keterwakilan dalam sektor agribisnis dapat meningkatkan risiko pengambilan keputusan yang kurang optimal. Wu et al. (2022) juga menemukan bahwa faktor lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan dalam mendorong petani untuk beralih ke usaha yang dianggap lebih menguntungkan berdasarkan pengalaman orang lain.

Studi oleh Feldman et al. (2020) menyoroti bagaimana pengaruh dari rekan dan lingkungan sosial dapat memperkuat representativeness bias

dalam pengambilan keputusan usaha. Ketika seorang entrepreneur mendengar tentang kesuksesan seorang rekan, mereka cenderung menilai peluang tersebut sebagai lebih menguntungkan daripada yang sebenarnya. Dalam kasus Responden 4, informasi dari sesama peternak sapi perah tentang keuntungan yang lebih tinggi mungkin memberikan keyakinan berlebihan terhadap potensi sukses dalam usaha sapi perah.

Menurut penelitian oleh Wu et al. (2022), entrepreneur sering kali mengambil keputusan yang berisiko tinggi berdasarkan contoh keberhasilan orang lain, tanpa mempertimbangkan diversifikasi risiko. Dalam hal ini, menjual seluruh sapi potong untuk membeli sapi perah dapat dianggap sebagai keputusan yang berisiko tinggi, terutama jika usaha sapi perah tidak berhasil seperti yang diharapkan.

Tabel 2. Alasan Berwirausaha Sapi Perah dan Status Responden Saat Ini

No Responden	Alasan Memutuskan Berternak Sapi Perah	Status Saat Ini
1 Responden 1	Pengenalan peluang melalui jejaring sosial dan informasi	Masih beternak sapi perah dan menjual ke supplier besar.
2 Responden 2	Tertarik pada keuntungan dan pengaruh asosiasi	Masih beternak sapi perah, menjual melalui asosiasi.
3 Responden 3	Dukungan eksternal dan ajakan teman	Keluar dari asosiasi, mengembangkan usaha mandiri, menjual ke pengepul.
4 Responden 4	Informasi sukses dari sesama peternak	Masih beternak sapi perah, menjual ke

retail lokal
dan pengepul.

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (diolah)

Hasil analisis dengan NVivo menunjukkan bahwa heuristik bias memainkan peran signifikan dalam pengambilan keputusan kewirausahaan peternak sapi perah. Representativeness bias dan availability bias menjadi faktor utama dalam keputusan mereka untuk beralih ke bisnis sapi perah. Namun, seiring bertambahnya pengalaman, beberapa responden mulai mengadopsi pendekatan berbasis data untuk meningkatkan efisiensi bisnis mereka.

Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi para peternak dan pemangku kepentingan untuk lebih memahami bagaimana bias kognitif mempengaruhi keputusan bisnis, serta bagaimana strategi berbasis data dapat digunakan untuk meningkatkan ketahanan usaha agribisnis.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh bias heuristik dalam keputusan kewirausahaan peternak sapi perah sangat kuat, dengan perbedaan keputusan berdasarkan latar belakang sosial dan pengalaman individu. Keputusan kewirausahaan para responden dipengaruhi oleh jaringan sosial dan cerita sukses dari orang lain, mencerminkan adanya representativeness bias. Beberapa responden membuat keputusan berdasarkan informasi yang mudah diingat atau baru saja mereka alami, yang menggambarkan pengaruh heuristik ketersediaan. Selain itu, dukungan eksternal, seperti bantuan modal dan kepercayaan dari pihak lain, juga memengaruhi keputusan peternak, meskipun sering kali kurang diimbangi dengan analisis risiko yang cukup. Oleh

karena itu, meskipun dukungan eksternal dapat meningkatkan rasa percaya diri, faktor sosial dan bias heuristik tetap berperan dalam mengarahkan pengambilan keputusan yang kurang rasional.

Saran

Penelitian ini mengajukan beberapa saran yang dapat memperbaiki pengambilan keputusan kewirausahaan di sektor agribisnis, terutama dengan mengelola bias kognitif yang sering kali mempengaruhi keputusan. Untuk mengurangi pengaruh bias kognitif, pelaku usaha harus lebih berhati-hati dalam memverifikasi informasi dan melakukan analisis risiko yang mendalam sebelum mengambil keputusan besar. Dengan menggunakan pendekatan berbasis data dan riset pasar yang lebih sistematis, peternak dapat membuat keputusan yang lebih objektif dan terinformasi. Selain itu, pelatihan yang fokus pada pengambilan keputusan berbasis bukti dan rasional sangat diperlukan, untuk membantu peternak mengidentifikasi dan mengelola bias kognitif. Peningkatan akses ke informasi yang akurat dan dukungan profesional juga akan memperkuat kemampuan peternak dalam membuat keputusan yang lebih matang. Tidak kalah pentingnya, membangun jaringan yang lebih luas dan diversifikasi sumber informasi akan membantu peternak untuk mengurangi ketergantungan pada informasi yang terbatas dan seringkali bias. Terakhir, penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh bias kognitif dalam pengambilan keputusan bisnis sangat dibutuhkan untuk memperdalam pemahaman ini dan untuk merumuskan kebijakan yang lebih berbasis bukti guna mengurangi dampak negatif dari bias kognitif dalam kewirausahaan agribisnis.

Acknowledgement

Penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa dukungan dari LPPM Universitas Tidar, responden peternak Tri Agro Mulyo Kabupaten Magelang, dan berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu. Kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Tidar yang telah mendanai penelitian ini, yang telah memberikan sumber daya dan kesempatan untuk melakukan riset ini. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada para peternak yang telah menjadi responden dalam penelitian ini, serta para ahli dan mentor yang telah memberikan bimbingan dan masukan berharga selama proses penelitian. Terakhir, kami mengapresiasi dukungan dari lembaga-lembaga yang telah membantu memberikan akses ke data dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini. Tanpa dukungan dari semua pihak tersebut, penelitian ini tidak akan tercapai dengan hasil yang bermanfaat seperti sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arafat, M. Y., Saleem, I., Dwivedi, A. K., & Khan, A. (2018). Determinants of agricultural entrepreneurship: A GEM data-based study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16, 345-370. <https://doi.org/10.1007/s11301-018-0132-3>
- Arisandi, D., Pambudi, R., Winandi, R., & Sari, W. K. (2023). Determinan intensi berwirausaha mahasiswa pascasarjana IPB pada bidang agribisnis. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*, 13, 229-239. <https://doi.org/10.29244/fagb.13.2.229-239>
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D., & Wright, M. (2020). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(4), 595-614. <https://doi.org/10.1002/sej.1365>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Statistik Peternakan dan Produksi Susu Nasional. Jakarta: BPS.
- Bruneel, J., Clarysse, B., Wright, M., & Haug, E. (2021). Investigating the impact of incubators on start-up success: A longitudinal study. *Research Policy*, 50(2), 104142. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.104142>
- Bryant, P. T. (2007). Self-regulation and decision heuristics in entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation. *Management Decision*, 45, 732-748. <https://doi.org/10.1108/00251740710768559>
- Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (2021). Heuristic decision-making in new venture formation. *Journal of Business Venturing*, 36(2), 105-118. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.105118>
- Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2022). A social cognitive theory of entrepreneurial opportunity evaluation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 467-495. <https://doi.org/10.1177/1042258721992074>
- Chiu, Y., et al. (2023). Market access and decision-making in agribusiness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-03-2022-0212>
- Coad, A., Frankish, J., & et al. (2023). Heuristics, risk perception, and decision-making in small business

- owners. *Journal of Risk and Uncertainty*, 66(1), 27-46. <https://doi.org/10.1007/s11166-023-09351-1>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Cristofaro, M., & Giannetti, F. (2021). Heuristics in entrepreneurial decisions: A review, an ecological rationality model, and a research agenda. *Scandinavian Journal of Management*, 37, 101170. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2021.101170>
- Feldman, M. P., & et al. (2020). Social influence and entrepreneurial decision biases. *Small Business Economics*, 55(3), 605-620. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00272-5>
- Forney, J., & Häberli, I. (2017). Co-operative values beyond hybridity: The case of farmers' organisations in the Swiss dairy sector. *Journal of Rural Studies*, 53, 236-246. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.03.002>
- García-Rodríguez, F. J., & et al. (2020). External support and entrepreneurial decision biases: A behavioral approach. *Small Business Economics*, 55(2), 373-389. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00246-7>
- Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (2011). Heuristic decision-making. *Annual Review of Psychology*, 62, 451-482. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.121208.131628>
- Hidayat, M. S., Aripin, Z., Sukomardojo, T., Sakka, G. P. U., & Marasabessy, M. R. (2023). Orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan peternakan sapi perah dengan peran mediating sistem produksi di Kota Malang. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7.
- Humphries, J., & et al. (2022). Business associations and heuristic decision-making in entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 60(3), 485-502. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1779538>
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Entrepreneurial intentions among university students in Indonesia. *International Entrepreneurship Journal*.
- Jia, H., Zhang, H., Yu, Y., Xu, D., & Wang, H. (2020). The influencing mechanism of social capital on the identification of entrepreneurial opportunities for new farmers. *American Journal of Industrial and Business Management*. [Link tidak tersedia]
- Jones, A., et al. (2020). Social influence in agribusiness decision-making. *Agricultural Systems*. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2020.102857>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914170>
- Khoshmaram, M., Zarafshani, K., Alibaygi, A., & Mirakzadeh, A. A. (2017). Exploring the role of social capital in agricultural entrepreneurial opportunity recognition: Application of Smart PLS. *International Journal of*

- Agricultural Management and Development*, 7, 395-406. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.267084>
- Kurniawati, R., & Fariyanti, A. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi susu sapi perah di Kecamatan Megamendung Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*.
- McElwee, G., & Bosworth, G. (2019). Agribusiness entrepreneurship. *Rural Sociology*. <https://doi.org/10.1111/ruso.12279>
- Moser, K., & et al. (2021). Entrepreneurial heuristics and decision-making: The role of social influence. *Journal of Business Research*, 132(4), 78-91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.068>
- Murai, A. S., & Singh, B. K. (2011). Differential adoption of scientific dairy farming practices and related constraints. *Indian Research Journal of Extension Education*, 11(2), 46-49.
- Niittymies, A. (2020). Heuristic decision-making in firm internationalization: The influence of context-specific experience. *International Business Review*, 29(1), 101752. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101752>
- Patel, P., Patel, M. M., Badodia, S. K., & Sharma, P. (2014). Entrepreneurial behaviour of dairy farmers. *Indian Research Journal of Extension Education*, 14(2), 46-49.
- Seuneke, P., Lans, T., & Wiskerke, J. S. (2013). Moving beyond entrepreneurial skills: Key factors driving entrepreneurial learning in multifunctional agriculture. *Journal of Rural Studies*, 32, 208-219. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.001>
- Shepherd, D. A., Williams, T. A., & Patzelt, H. (2020). Thinking about entrepreneurial decision making: Review and research agenda. *Journal of Management*, 46(1), 99-131. <https://doi.org/10.1177/0149206318817656>
- Shobirin, A. N., Amam, Nakhma'ussolikah, & Rusdiana, S. (2023). Sumber daya usaha ternak sapi perah rakyat. *Jurnal Ilmu dan Industri Peternakan*, 9, 177-189. <https://doi.org/10.24252/jiip.v9i2.25778>
- Simon, H. A. (1972). Bounded rationality in decision-making. *Quarterly Journal of Economics*, 86(1), 1-16. <https://doi.org/10.2307/1884511>
- Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2021). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 36(5), 106141. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106141>
- Wickham, P. A. (2003). The representativeness heuristic in judgements involving entrepreneurial success and failure. *Management Decision*, 41, 156-167. <https://doi.org/10.1108/00251740310457757>
- Wu, W., & et al. (2022). Entrepreneurial risk-taking and the role of heuristics. *Journal of Risk Research*, 25(4), 432-447. <https://doi.org/10.1080/13669877.2021.1936510>

- Zhao, J., Li, X., & Liu, Y. (2023). The role of representativeness bias in entrepreneurial decisions in agribusinesses. *Agricultural Economics Review*, 33(4), 112-124. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00246-7>
- Mumba, C., Kasanga, B., Mwamba, C. T., Sichilima, T., Siankwilimba, E., Sitali, D. C., ... & Muma, J. B. (2024). An in-depth analysis of factors influencing small-scale cattle farmers' participation in livestock markets in Western Province of Zambia: Navigating challenges and barriers. *Frontiers in Veterinary Science*, 11, 1397000. <https://doi.org/10.3389/fvets.2024.1397000>