

Bauran Pemasaran Usahatani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan

Nadia Yonde¹, Ratmi Rosilawati², Iwan Sudarmaji³

^{1,2,3} Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Luwuk

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui bauran pemasaran usahatani kacang tanah ditinjau dari konsep produk, ditinjau dari konsep harga, konsep promosi, konsep tempat/distribusi. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan. Metode pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kusioner dan wawancara kepada responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif dengan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan adalah kacang tanah, hasil produksi mengalami penurunan dari pada sebelumnya. Harga jual yang ditawarkan oleh petani sesuai dengan jenis dan tempat penjualannya, untuk penjualan di Pasar harga kacang tanah merah Rp 22.000 per liter dan kacang tanah putih dijual dengan harga Rp 25.000 per liter, untuk pembelian langsung di Desa Bolubung petani menjual kacang tanah merah dengan harga Rp 20.000 per liter dan keer Rp 15.000 per liter, kacang tanah putih Rp 23.000 per liter dan keer Rp 18.000 per liter, sedangkan untuk penjualan di Luwuk, kacang tanah merah dijual Rp 18.000 – 19.500 per liter dan kacang tanah putih dijual dengan harga Rp 21.000 per liter. sistem atau cara promosi produk kacang tanah dilakukan secara sederhana tanpa menggunakan sosial media maupun brosur, tempat penjualan kacang tanah langsung dijual keluwuk dan pasar-pasar tertentu.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kacang Tanah

Abstract

The purpose of this research is to find out the marketing mixture of peanuts reviewed from the concept of the product, reviewed by the concepts of the price. The research was carried out in the Bolubung village of Northern Bulagi district of Banggai Islands. The data collection method is done using a cutioner and interviewing the respondents. The analysis used in this study is a descriptive data analysis with a likert scale. The results of the research show that the product offered is peanuts, the output has decreased than before. The sale price offered by the farmer according to the type and place of sale, for sale in the market price of red peas and white peas is sold at the price of Rs. 25,000 per liter, for direct purchase in the village of Bolubung farmers sell Red peas for Rs. 20.000 per liter and turn Rs. 15,000 per litre, White peas Rs. 23.000 per liter & turn. The system or way of promoting peanut products is done simply without using social media or brochures, where the sale of peanuts is sold directly at the outskirts and certain markets.

Keywords: marketing mix, peanuts

1. Pendahuluan

Tanaman pangan merupakan salah satu subsektor yang berperan penting, karena menghasilkan bahan pangan untuk keberlangsungan hidup masyarakat, memenuhi gizi masyarakat, pembentukan sumber daya manusia yang berkualitas dan merupakan salah satu pilar utama dalam menopang ketahanan ekonomi nasional yang berkelanjutan. Sistem pembangunan pertanian dalam subsektor pangan diarahkan untuk meningkatkan produksi serta menjaga ketersediaan pangan yang cukup dan beragam (diversifikasi produk pangan). Tanaman pangan terdiri dari tanaman padi, palawija dan hortikultura (sayur dan buah). Salah satu komoditas palawija yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani dan masyarakat adalah kacang tanah. Kacang tanah merupakan salah satu tanaman leguminose yang berperan penting bagi kebutuhan pangan. Kacang tanah juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi sehingga banyak yang menjadikan kacang tanah selain

bahan pangan juga dijadikan sebagai bahan industry. Kacang tanah merupakan salah satu komoditas agribisnis yang bernilai ekonomi cukup tinggi dan juga merupakan salah satu sumber protein dalam pola pangan penduduk di Indonesia (Gafur, 2013). Tanaman kacang tanah merupakan bagaian yang tidak terpisahkan dari kebutuhan konsumsi masyarakat bahkan duniadan sangat penting untuk dikembangkan guna menunjang perekonomian nasional. Kacang Tanah ini memenuhi kebutuhan masyarakat, dan merupakan salah satu tanaman yang sangat prospektif dan handal, karena Kacang Tanah mempunyai nilai ekonomi yang tinggi (Jaelani, 2018).

Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan merupakan masyarakat yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Salah satu komoditi yang ditanami adalah kacang tanah. Keadaan iklim dan geografis yang cocok menyebabkan tanaman kacang tanah dapat tumbuh subur di Desa Bolubung, sehingga petani lebih memilih kacang tanah dari pada tanaman pangan lain pada pola tanamnya. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh petani kacang tanah di Desa bolubung adalah kurangnya subsidi dan penyuluhan pertanian yang dapat memberikan pemahaman tentang penggunaan pupuk dan pestisida yang digunakan untuk meningkatkan hasil panen kacang tanah sehingga petani hanya mengharapkan dari alam. Dalam proses penanaman yang dilakukan oleh petani kacang tanah di desa bolubung yaitu tiga kali tanam dalam setahun.

Salah satu bentuk strategi pemasaran agar mampu mendukung untuk memasarkan produk sehingga menghasilkan kepuasan konsumen dengan penggunaan bauran pemasaran (marketing mix) yaitu meliputi product, price, place, dan promotion. Bauran pemasaran usaha tani kacang tanah meliputi strategi produk dimana produk yang dihasilkan dari proses produksi akan ditawarkan kepada konsumen yaitu kacang tanah tersebut harus dapat meningkatkan keyakinan dan keinginan konsumen untuk membeli. Jumlah produksi kacang tanah yang besar menyebabkan Desa Bolubung sebagai desa sentra penghasil kacang tanah di wilayah kecamatan bulagi utara kabupaten banggai kepulauan. Promosi yang menyeluruh kepada seluruh masyarakat akan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Promosi yang dilakukan dalam memasarkan usahatani kacang tanah yang ada di desa bolubung baik itu dilakukan secara langsung maupun online, penentuan harga untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju. Harga merupakan suatu nilai dari produk atau jasa yang harus dibayar dan cara-cara atau syaratnya yang berhubungan dengan penjualannya. Dimana harga dari produk tersebut harus sesuai dengan produk yang ditawarkan. Semakin mahal harga dari suatu produk tersebut, maka kualitas produk yang ditawarkan juga harussemakin baik pula. Tempat atau lokasi merupakan posisi dimana suatu usaha atau kegiatan usaha dilakukan. Tempat atau lokasi juga tidak hanya mengutamakan kenyamanan yang akan didapat oleh konsumen, melainkan juga kemudahan dalam akses lalu lintas dan fasilitas yang tersedia. Proses pemasaran yang efektif dan efisien akan dapat memberikan keuntungan yang lebih tinggi bagi para petani kacang tanah di Desa Bolubung Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bauran pemasaran usaha tani kacang tanah di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan.

2. Metode Penelitian

Analisis data dalam penelitian ini digunakan metode analisis data deskriptif yaitu mendiskripsikan pelaksanaan bauran pemasaran usaha tani kacang tanah di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara. Data yang telah dikumpul kemudian ditabulasi ke dalam tabel dengan angka maupun presentasinya, yaitu dengan memberikan nilai (scoring). Scoring dilakukan dengan menggunakan skala sikap atau likert.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani kacang tanah di Desa Bolubung. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 petani di Desa Bolubung. Sedangkan sampel yang digunakan adalah 35% dari total populasi yaitu berjumlah 35 responden. Metode sampel

menggunakan metode acak sederhana (Accidental random sampling) yaitu sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel dalam penelitian (Umar, 2003).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Petani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara

Umur adalah rentang kehidupan yang diukur dengan tahun seseorang (responden) sejak lahir hingga menjadi petani kacang tanah di Desa Bolubung kecamatan Bulagi Utara. Berikut dapat dilihat umur petani (responden) kacang tanah sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Responden Menurut Umur Petani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan.

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
1	29 – 35	6	17,1
2	36 – 45	12	34,3
3	46-55	11	31,4
4	56-60	4	11,5
5	61-keatas	2	5,7
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Berdasarkan dari tabel 1 dapat dilihat bahwa umur terbanyak terdapat pada 36-45 tahun yaitu 12 orang atau 34,3% responden, umur 29-35 tahun sebanyak 6 orang atau 17,1% responden, umur 46-55 tahun sebanyak 11 orang atau 31,4 % responden, umur 56-60 tahun sebanyak 4 orang atau 11,5 % responden dan sisanya diumur 61- keatas tahun yaitu 2 orang atau 5,7 % responden.

3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Petani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara

Tingkat pendidikan merupakan gambaran pendidikan yang pernah ditempuh dan diselesaikan oleh petani kacang tanah di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara. Adapun tingkat pendidikan petani kacang tanah (responden) di Desa Bolubung dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Petani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
1	SD/Sederajat	11	31,4
2	SMP/Sederajat	15	42,9
3	SMA/Sederajat	7	20,0
4	S1/Sarjana	2	5,7
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Pada tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan petani kacang tanah di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara telah menempuh pendidikan. Terdapat sebanyak 11 orang atau 31,4 % responden menempuh tingkat pendidikan SD/Sederajat, sebagian besar petani tingkat pendidikannya adalah SMP/Sederajat yaitu sebanyak 15 orang atau 42,9 % responden, tingkat pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 7 orang atau 20,0 % responden, dan sisanya 2 orang atau 5,7 % responden pada tingkat pendidikan

S1/Sarjana.

3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Bertani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara

Pengalaman bertani menunjukkan seberapa lama atau banyak informasi dan pengalaman yang telah didapatkan oleh petani selama bertani kacang tanah di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara. Berikut pengalaman bertani petani kacang tanah di Desa Bolubung dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Pengalaman Bertani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan.

No	Pengalaman Bertani (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
1	5 – 10	24	68,6
2	11 – 15	7	20,0
3	16 – 20	4	11,4
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa pengalaman bertani kacang tanah pada 5 – 10 tahun sebanyak 24 orang atau 68,6 % responden, pengalaman bertani pada 11 – 15 tahun sebanyak 7 orang atau 20,0 % responden dan 4 orang lainnya pada pengalaman bertani 16 – 20 tahun atau 11,4 % responden.

3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara

Jumlah tanggungan keluarga merupakan jumlah anggota keluarga yang masih menjadi tanggungan keluarga petani kacang tanah di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara. Berikut ini tabel jumlah tanggungan keluarga petani kacang tanah di Desa bolubung Kecamatan Bulagi Utara adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan.

No	Jumlah Tanggungan (Orang)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
1	< 3	9	25,7
2	3 – 5	24	68,6
3	> 5	2	5,7
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan Keluarga Petani Kacang tanah < 3 yaitu 9 orang atau 25,7 % responden, 3 – 5 sebanyak 24 orang atau 68,6 % responden dan sisanya > 5 yaitu 2 orang atau 5,7 % responden.

3.5 Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran Usaha Tani Kacang Tanah Di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan

Sebagai salah satu tempat penghasil kacang tanah yang berada di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara Kabupaten Banggai Kepulauan, penggunaan bauran pemasaran sangat penting. Hal ini bertujuan agar produk kacang tanah yang ada di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara dapat di kenal oleh konsumen. Bauran Pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri atas produk, harga, promosi, dan tempat / distribusi pemasaran kacang tanah, yang didalamnya akan menentukan suatu tingkat

pemasaran kacang tanah yang ada di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara dan semuanya itu untuk mendapatkan respon yang baik dan diinginkan dari pasar sasaran. Untuk mengetahui tanggapan yang diberikan oleh 35 responden terhadap bauran pemasaran usahatani kacang tanah yang terdiri atas produk, harga, promosi, dan tempat/distribusi pemasaran pada 11 pernyataan dan diuraikan dalam tabel dan persentase.

3.6 Analisis Deskriptif Produk

Pada produk kacang tanah ini, dalam kuesioner diwakili oleh tiga pernyataan. Adapun distribusi jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Produksi Kacang Tanah Lebih Meningkat Dari Pada Sebelumnya

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	-	-
Setuju	4	-	-
Kurang setuju	3	-	-
Tidak setuju	2	20	57,1
sangat tidak setuju	1	15	42,9
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Data dalam tabel 5 menjelaskan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan produksi kacang tanah lebih meningkat dari pada sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat 20 orang atau 57,1% responden menjawab tidak setuju, dan 15 orang atau 42,9% responden menjawab sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Hal ini terlihat bahwa terjadi penurunan produksi kacang tanah yang dihasilkan oleh petani pada saat ini. Dikarenakan sebagian besar kacang tanah yang dimiliki terserang hama. Hal ini juga terjadi karena petani kacang tanah di desa Bolubung tidak mengandalkan pestida organik maupun non organik, artinya bahwa petani hanya mengandalkan pada keadaan alam. Sebelumnya pada tahun 2021 menghasilkan 17.451 kg sedangkan pada hasil panen saat hanya menghasilkan 13.412 kg.

Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Yang Bagus Dari Sebelumnya

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	-	-
Setuju	4	-	-
Kurang setuju	3	4	11,4
Tidak setuju	2	21	60,0
sangat tidak setuju	1	10	28,6
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Tabel 6 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap kualitas yang bagus dari sebelumnya sebagian besar responden yaitu 21 orang atau 60,0% responden menjawab tidak setuju sedangkan sisanya 10 orang atau 28,6% responden menjawab sangat tidak setuju, dan 4 orang lainnya atau 11,4% responden menjawab kurang setuju terhadap pernyataan kualitas yang bagus dari sebelumnya. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pada hasil panen kacang tanah saat ini kualitas kacang tanah dapat dikatakan tidak bagus, karena sebagian besar kacang tanah yang dihasilkan banyak

yang mengalami pembusukan. Menurut Umar (2006) Kualitas fisik polong dan biji sangat dipengaruhi oleh keadaan lingkungan abiotik maupun biotik dari mulai abiotik, salah satu faktor abiotik yaitu cekaman kekeringan sangat berpengaruh pada pertumbuhan vegetatif, saat berbunga, pembentukan polong, dan pengisian biji kacang tanah. Selain itu ketersediaan jumlah lengas tanah yang tersedia di daerah perakaran juga mempengaruhi hasil dan kualitas polong.

Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Jenis Kacang Tanah Saat Ini Lebih Baik Dari Pada Sebelumnya

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	14	40,0
Setuju	4	9	25,7
Kurang setuju	3	9	25,7
Tidak setuju	2	2	5,8
sangat tidak setuju	1	1	2,8
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Tabel 7 menunjukkan bahwa Tanggapan responden terhadap jenis kacang tanah saat ini lebih baik dari pada sebelumnya terdapat 14 orang atau 60,0% responden menjawab sangat setuju, responden yang menjawab setuju dan kurang setuju masing-masing 9 orang atau 25,7% responden, dan 2 orang atau 5,8% responden menjawab kurang setuju , serta 1 orang lainnya atau 2,8% responden menjawab sangat tidak setuju.

Terdapat dua jenis kacang tanah yang ditanami petani kacang tanah di Desa Bolubung yaitu kacang tanah merah dan kacang tanah putih, sebagian besar petani menggunakan kacang tanah merah dari dulu hingga sekarang, hal ini karena menurut petani kacang tanah di Desa Bolubung hasil kacang tanah merah bijinya besar-besar dari pada kacang tanah putih, sedangkan petani yang menggunakan kacang tanah putih dari dulu sampai sekarang kurang berminat untuk menanam kacang tanah merah dan ada juga ada beberapa petani yang mengatakan karena tidak memiliki bibit kacang tanah merah.

3.7 Analisis Deskriptif Harga

Pada harga kacang tanah ini, dalam kuesioner diwakili oleh tiga pernyataan. Adapun distribusi jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Sesuai Dengan Harga Yang Ditawarkan

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	25	71,4
Setuju	4	10	28,6
Kurang setuju	3	-	-
Tidak setuju	2	-	-
sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Tabel 8 menunjukkan bahwa pernyataan kualitas sesuai dengan harga yang ditawarkan menunjukkan bahwa terdapat 25 responden atau 71,4% yang menjawab

sangat setuju, dan 10 responden atau 28,6% menjawab setuju. Dari hasil penelitian Petani kacang tanah di Desa Bolubung menjual kacang tanahnya sesuai dengan kualitas yang mereka tawarkan. Pada penjualan kacang tanah di pasar, untuk kacang tanah merah petani menjual dengan harga Rp 22.000 per liter, sedangkan untuk kacang tanah putih dijual dengan harga Rp 25.000 per liter. Untuk penjualan pada pembeli yang langsung datang membeli ke Desa Bolubung petani memberi harga pada kacang tanah yang berwarna merah Rp 20.000 per liter dan petani juga menjual untuk pembelian kacang tanah merah yang keriput/keer dengan harga Rp 15.000 per liter. sedangkan untuk kacang tanah putih dijual dengan harga Rp 23.000 per liter dan kacang tanah putih yang keer di jual dengan harga Rp 18.000 per liter. Untuk penjualan ke luwuk petani menjual dengan harga yang lebih sedikit murah yaitu kacang tanah merah dengan harga Rp 18.000 – Rp 19.500 per liter, dan kacang tanah putih dijual dengan harga Rp 21.000 per liter. Hal ini dikarenakan pembeli di Luwuk membeli hasil kacang tanah petani di Desa Bolubung dengan jumlah yang banyak.

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Harga Sudah Sesuai Dengan Harapan Yang Diinginkan

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	24	68,5
Setuju	4	11	31,5
Kurang setuju	3	-	-
Tidak setuju	2	-	-
sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Tabel 9 menunjukkan sebagian besar yaitu 24 orang atau 68,5% responden menjawab sangat setuju, dan sisanya 11 orang atau 31,5% responden menjawab setuju, terhadap pernyataan tersebut. Dari data dapat dijelaskan bahwa Penentuan harga kacang tanah ditentukan oleh pasaran sehingga petani mengikuti harga pasaran yang ada, dan petani sudah sepakat terhadap harga kacang tanah yang berlangsung sampai saat ini, sehingga dapat dikatakan bahwa harga kacang tanah sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh petani.

Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Harga Yang Bersaing Dengan Kacang Tanah Di Desa Lain

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	-	-
Setuju	4	-	-
Kurang setuju	3	10	28,6
Tidak setuju	2	9	25,7
sangat tidak setuju	1	16	45,7
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Adapun hasil jawaban responden dari pernyataan terhadap harga yang bersaing dengan kacang tanah di desa lain terdapat 10 orang atau 28,6% responden menjawab kurang setuju, dan 9 orang atau 25,7% responden menjawab tidak setuju, dan jawaban terbanyak yaitu 16 orang atau 45,7% responden menjawab sangat tidak

setuju. Petani atau responden menganggap bahwa harga kacang tanah yang mereka tawarkan tidak bersaing dengan harga kacang tanah di desa lain. Hal ini dikarenakan hanya di Desa Bolubung yang memproduksi kacang tanah, ada juga beberapa desa yang memproduksi kacang tanah namun jaraknya terlalu jauh, sehingga petani menganggap tidak ada persaingan harga yang terjadi.

3.8 Analisis Deskriptif Promosi

Pada promosi kacang tanah, terdapat dua pernyataan. Adapun distribusi jawaban responden dapat di lihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 11. Tanggapan Responden Terhadap Promosi Media Sosial Kacang Tanah Sudah Cukup Baik

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	-	-
Setuju	4	5	14,3
Kurang setuju	3	10	28,6
Tidak setuju	2	20	57,1
sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Tabel 11 menunjukkan bahwa jawaban responden cukup bervariasi yaitu terdapat 5 orang atau 14,3% responden menjawab setuju, 10 orang atau 28,6% responden menjawab kurang setuju, dan jawaban terbanyak yaitu 20 orang atau 57,1% responden menjawab sangat tidak setuju terhadap pernyataan iklan media kacang tanah sudah cukup baik. Mempromosikan kacang tanah dengan iklan media belum baik dilakukan oleh petani kacang tanah di Desa Bolubung, hal ini karena sebagian besar petani kacang tanah tidak menggunakan media sosial seperti Fb, maupun Instagram. Sehingga promosi yang dilakukan belum efektif. Penggunaan iklan media seperti Fb, maupun Instagram justru akan menambah informasi kepada masyarakat luas tentang keberadaan kacang tanah yang ada di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara, sehingga akan meningkatkan penjualan kacang tanah. Mempromosikan keberadaan kacang tanah hanya di lakukan oleh petani kacang tanah dengan penyampaian mulut ke mulut, artinya orang satu menyampaikan ke orang lain dan begitupun seterusnya.

Tabel 12. Tanggapan Terhadap Brosur Keberadaan Kacang Tanah

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	-	-
Setuju	4	-	-
Kurang setuju	3	-	-
Tidak setuju	2	7	20,0
sangat tidak setuju	1	28	80,0
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Adapun hasil jawaban terhadap pernyataan brosur keberadaan kacang tanah sebagian besar yaitu 28 orang atau 80,0% responden menjawab sangat tidak setuju dan sisanya 7 orang atau 20,0% responden yang menjawab tidak

setuju terhadap pernyataan tersebut. Mempromosikan kacang tanah dengan menggunakan brosur tidak dilakukan oleh petani kacang tanah di Desa Bolubung. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan menggunakan iklan dengan brosur.

3.9 Analisis Deskriptif Tempat/ Distribusi

Pada Distribusi/ tempat terdapat tiga pernyataan, adapun distribusi jawaban responden dapat di lihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 12. Tanggapan Responden Terhadap Kacang Tanah Mudah Ditemukan Di Desa-Desa Tetangga/Lainnya

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	-	-
Setuju	4	4	11,4
Kurang setuju	3	10	28,6
Tidak setuju	2	17	48,6
sangat tidak setuju	1	4	11,4
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Tabel 12 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap kacang tanah mudah ditemukan di desa-desa tetangga/lainnya sebagian besar sebanyak 17 orang atau 48,6% responden menjawab tidak setuju, 10 orang atau 28,6% responden menjawab kurang setuju, dan yang menjawab setuju dan sangat tidak setuju masing-masing 4 orang atau 11,4% responden. Hal ini dapat dikatakan atau diartikan bahwa petani kacang tanah tidak menitipkan kacang tanahnya ke kios-kios yang ada di desa tetangga, sehingga masyarakat atau konsumen yang harus datang dan membeli langsung ke desa Bolubung. Karena petani langsung menjual kacang tanah ke pasar tertentu atau bahkan langsung menjual ke luwuk.

Tabel 13. Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Transportasi Untuk Memasarkan Kacang Tanah

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	13	37,1
Setuju	4	13	37,1
Kurang setuju	3	9	25,8
Tidak setuju	2	-	-
sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Adapun hasil jawaban dari tabel 17 menunjukkan bahwa Tanggapan responden terhadap fasilitas transportasi untuk memasarkan kacang tanah sebanyak 13 orang atau 37,1% responden menjawab sangat setuju dan setuju, sisanya 9 orang atau 25,8% responden menjawab kurang setuju terhadap pernyataan tersebut. Tanggapan responden terhadap transportasi untuk memasarkan kacang tanah, petani sangat mudah, karena sebagian besar petani kacang tanah memiliki kendaraan pribadi, sedangkan ada beberapa petani yang tidak memiliki kendaraan harus menyewa kendaraan untuk pengantaran hasil kacang tanah di pasar-pasar tertentu untuk dijual. Dan untuk penjualan hasil kacang tanah di Luwuk, petani mengantarkan ke Pelabuhan Bolonan dan kemudian menggunakan kapal hingga sampai ke Luwuk dengan jadwal

keberangkatan setiap hari kecuali di hari minggu.

Tabel 14. Tanggapan Responden Terhadap Tempat Penjualan Di Satu Tempat Lebih Baik Dari Pada Dilakukan Banyak Tempat

Alternative	Skor	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	9	25,7
Setuju	4	10	28,6
Kurang setuju	3	-	-
Tidak setuju	2	10	28,6
sangat tidak setuju	1	6	17,1
Jumlah		35	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah,2023

Adapun hasil penelitian pada tabel 14 terhadap pernyataan tempat penjualan di satu tempat lebih baik dari pada dilakukan banyak tempat menunjukkan terdapat jumlah jawaban yang sama yaitu 10 orang atau 25,7% responden menjawab setuju dan tidak setuju, 9 orang atau 25,7% responden menjawab sangat setuju, dan sisanya 6 orang lainnya atau 17,1% responden menjawab sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Pada tempat penjualan petani kacang tanah di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara sebagian Besar Langsung menjual hasil panennya ke luwuk, karena sudah ada orang yang dari dulu hingga sekarang yang mereka percaya atau sudah terikat dengan tempat penjualannya yang ada di luwuk. Sehingga petani menganggap bahwa penjualan di satu tempat lebih baik dari pada banyak tempat agar tidak lagi susah untuk menjual dan menunggu pembeli. Sedangkan petani yang lainnya menganggap bahwa penjualan banyak tempat lebih baik dari pada hanya satu tempat agar pendapatan atau keuntungan yang mereka dapatkan lebih banyak.

4. KESIMPULAN

Harga jual kacang tanah yang ditawarkan oleh petani kacang tanah di Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara sudah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, harga yang diberikan oleh petani pada jenis kacang tanah berbeda yaitu pada kacang tanah yang berwarna merah dijual dengan harga berkisar antara Rp 18.000 – Rp 22.000 sedangkan kacang tanah merah yang keriput atau keor dijual dengan harga Rp 15.000. Dan untuk kacang tanah yang berwarna putih dijual dengan harga berkisar antara Rp 21.000 - Rp25.000. Sistem promosi yang dilakukan oleh petani kacang tanah di desa Bolubung yaitu dengan menginformasikan kacang tanah yang dimiliki hanya dengan cara sederhana. Tempat/distribusi penjualan kacang tanah sebagian besar petani langsung menjual kacang tanahnya ke luwuk kepada orang yang sudah dipercaya, di pasar tertentu dan konsumen yang langsung datang membeli kacang tanah ke Desa Bolubung Kecamatan Bulagi Utara.

5. REFRENSI

- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Cetakan Ketiga Belas. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Eavani, F et al (2012), *Marketinug mix: a critical review of the concept*. Elixir International Journal, vol. 49, Iran.
- Fitriyono, D. dan Khuzaini. 2014. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk*. Dalam Jurnal Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 11 (2014).
- Ghozali,I. 2011.*Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro.

- Gafur W A, Pembengo W, Zakaria F. 2013. Pertumbuhan Dan Hasil Kacang Tanah (*Arachis Hypogea L.*) Berdasarkan Waktu Penyiangan Dan Jarak Tanam Yang Berbeda. Skripsi Gorontalo. Fakultas Pertanian Negeri Gorontalo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Selema Empat.
- Kotler, P., Armstrong, G. 2015. *Marketing an Introducing* Prentice Hall twelfth Edition
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Selema Empat.
- Pratomo, A. N. (2014). Pengaruh bauran pemasaran dan citra merek terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen produk merek cardinal di toko trend fashion kendal) (Doctoral dissertation, Universitas Stikubank).
- Pranatagama, Muhammad Friendly. 2015. *Efisiensi dan Bauran Pemasaran Usahatani Kacang Tanah di Desa Darungan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember*. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Wanda, F. F. A. 2015. Analisis Pendapatan Usahatani Jeruk Siam (Studi Kasus di Desa Padang Pengrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser). *J. Administrasi Bisnis*,3(3), 600-611.
- Umar, S. 2006. Alleviating adverse effects of water stress on yield of sorghum, mustard and groundnut by potassium application. *Pak. J. Bot.* 38:1373-1380.
- Ulus, AA. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado. *Jurnal MBA*. Vol. 1 No. 4.