

# ANALISIS PEMASARAN KACANG TANAH PADA PETANI DESA TIRTAJAYA KABUPATEN TANAH LAUT

Rifki Ramadhani<sup>1</sup>, Suslinawati, Ana Zuraida<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Agribisnis, 54201, Pertanian, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NPM 18420080

<sup>2</sup>Agribisnis, 54201, Pertanian, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN 0015076501

<sup>3</sup>Agribisnis, 54201, Pertanian, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN 0005106803

E-mail: [rifkiramadhani1712@yahoo.com](mailto:rifkiramadhani1712@yahoo.com)/No. HP 081254911576

## ABSTRAK

Pemasaran kacang tanah masih memerlukan perbaikan dalam proses penyaluran kacang tanah dari petani hingga sampai ke konsumen. Penelitian ini dilatarbelangi kondisi bahwa di Desa Tirta Jaya Kecamatan Bajuin Kabupaten Tanah Laut merupakan salah satu penghasil kacang tanah di Kabupaten Tanah Laut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran umum pemasaran kacang tanah, analisis efisiensi pemasaran melalui biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, dan *farmer's share* dan permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran kacang tanah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Sampel diambil secara *Purposive Sampling* dengan Jumlah populasi petani yang mengusahakan kacang tanah sebanyak 7 orang, maka semua anggota populasi dijadikan sampel yaitu 30 orang petani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Pemasaran kacang tanah di Desa Tirtajaya Kabupaten Tanah Laut terdapat dua pola saluran pemasaran yaitu: Saluran Pemasaran I terdiri dari: Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen. Pada saluran pemasaran II yaitu Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → konsumen. 2) Jika di lihat efisiensi pemasaran kacang tanah di Desa Tirtajaya Kabupaten Tanah Laut, maka saluran I paling efisien yaitu melalui petani yang menjual ke pedagang pengecer sampai ke konsumen dengan efisiensi sebesar 2,43%, Sedangkan pada saluran pemasaran II petani menjual langsung ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer baru ke konsumen, dengan efisiensi 7,31%. Hal ini menunjukkan biaya pemasaran pada saluran I lebih kecil serta lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ini hanya tiga saja. 3) Permasalahan yang dihadapi petani kacang tanah di Desa Tirtajaya Kabupaten Tanah Laut yaitu kenaikan bahan baku yang membuat harga menjadi tidak stabil dan kondisi musim yang tidak stabil yang membuat hasil panen tidak sesuai predeksi.

**Kata Kunci:** Pemasaran kacang tanah; efisiensi pemasaran; permasalahan.

## REFERENSI

Darmad. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CV Budi. Utama.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tanah Laut, 2022.

Downey, W. D. dan S. P. Erickson. (1989). *Manajemen Agribisnis*. Erlangga,. Jakarta. Mubyarto.

Pranagama. (2016). Efisiensi dan Bauran Pemasaran Usaha Tani Kacang Tanah Di Desa Darungan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember. <https://repository.unej.ac.id>.

Soekartawi. (2005). *Agroindustri: Dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.

Suharyadi dan Purwanto S.K. (2016). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Utami et al (2018) *Buku Petunjuk Praktikum Mikrobiologi*. Universitas Islam Negeri Maluna Malik Ibrahim. Malang.

