

## **Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Keputusan Pembelian Benih Padi Pada Instalasi Kebun Benih Padi**

**Bernalia Manapa<sup>1</sup>, Idawati<sup>2</sup>, Naima Haruna<sup>3</sup>**

<sup>123)</sup> Program Pasca Sarjana Ilmu Pertanian Universitas Andi Djemma Palopo

e-mail : [liamanapa00@gmail.com](mailto:liamanapa00@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Peningkatan produktivitas dan produksi tanaman pangan, benih mempunyai peranan yang sangat strategis. Ketersediaan dan penggunaan benih varietas unggul bersertifikat yang memenuhi aspek kualitas dan kuantitas dibarengi dengan aplikasi teknologi budidaya lainnya seperti pupuk berimbang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap produktivitas, produksi dan mutu hasil produk tanaman pangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui system penerapan bauran pemasaran pada IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur. Metode penelitiannya adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana penerapan bauran harga, promosi, tempat, produk, proses, orang dan bukti fisik sedangkan kuantitatif menjelaskan hubungan antar variabel dan melakukan generalisasi fenomena sosial yang di teliti yaitu hubungan bauran pemasaran dengan pengaruhnya terhadap pembelian benih. Hasilnya menunjukkan bahwa uji partial variabel Kualitas Produk, harga, tempat dan promosi bahwa secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian benih padi. Secara simultan juga berpengaruh signifikan Bauran Pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian benih padi. Bauran Pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) secara bersamaan mempengaruhi Keputusan benih padi di IKB Teromu Kecamatan Mangkutana sebesar 12% dan sisanya 88% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, tempat, produk, promosi, pemasaran

### **ABSTRACT**

*Increasing productivity and production of food crops, seeds have a very strategic role. The availability and use of certified superior variety seeds that meet the aspects of quality and quantity along with the application of other cultivation technologies such as balanced fertilizers have a significant effect on productivity, production and quality of food crop products. The purpose of this study was to determine the marketing mix application system at IKB Teromu, Mangkutana District, East Luwu Regency. The research method is to determine and describe how the application of the price, promotion, place, product, process, people and physical evidence mix is while quantitatively explaining the relationship between variables and generalizing the social phenomena studied, namely the relationship between the marketing mix and its influence on seed purchases. The results show that the partial test of the variables Product Quality, price, place and promotion that partially influence the decision to purchase rice seeds. Simultaneously also significantly influence the Marketing Mix 4P (Product, Price, Place and Promotion) on the Decision to Purchase Rice Seeds. The 4P Marketing Mix (Product, Price, Place and Promotion) simultaneously influences the rice seed decision at IKB Teromu, Mangkutana District by 12% and the remaining 88% is influenced by other variables not examined in this study.*

*Keywords: Price, place, product, promotion, marketing*

### **I. PENDAHULUAN**

Peningkatan produktivitas dan produksi tanaman pangan, benih mempunyai peranan yang sangat strategis. Ketersediaan dan penggunaan benih varietas unggul bersertifikat yang

memenuhi aspek kualitas dan kuantitas dibarengi dengan aplikasi teknologi budidaya lainnya seperti pupuk berimbang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap produktivitas, produksi dan mutu hasil produk tanaman pangan. Peningkatan pencapaian hasil sebagaimana yang diharapkan tersebut, salah satu faktor yang berpengaruh adalah ketersediaan benih varietas unggul bersertifikat serta penggunaannya secara konsisten oleh petani dalam setiap usaha taninya.

Pencapaian keberhasilan pemasaran, perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif dengan mengkombinasikan variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran seperti produk (*product*), harga (*price*), tempat atau saluran distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*). Variabel-variabel tersebut saling mendukung satu dengan yang lainnya dan kemudian perusahaan menggabungkan variabel-variabel tersebut untuk memperoleh tanggapan- tanggapan yang diinginkan didalam pasar sasaran, dengan begitu perusahaan dapat mempengaruhi permintaan terhadap produknya, ( Sudirman dkk,2019)

Menurut Umar (2015) bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi dari empat variabel yang dapat menunjang kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu: produk, harga, tempat/saluran distribusi dan promosi. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, Unit Produksi Benih Teromu, memproduksi hanya produk benih yang dijual yaitu, benih padi Inbrida. Selain produk, keputusan mengenai harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen karena harga yang relatif murah atau terjangkau maka akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut.

Pertanian menjadi sektor strategis pembangunan di Sulawesi Selatan karena potensi sumberdaya pertanian yang melimpah di wilayah ini. Potensi tersebut perlu dimanfaatkan dan dikembangkan untuk ketahanan pangan masyarakat Sulawesi Selatan. Sumber pangan lokal di Provinsi Sulawesi Selatan antara lain tanaman pangan dan hortikultura, peternakan, perkebunan, dan perikanan. Tercapainya kondisi ketahanan dan kemandirian pangan di Provinsi Sulawesi Selatan juga dipengaruhi adanya inovasi dan adopsi teknologi dalam pengembangan usaha tani tanaman pangan, usaha tani hortikultura, usaha peternakan, dan usaha perkebunan yang mampu memberikan dampak bagi peningkatan produksi dan produktivitas petani.

Ketersediaan lahan di Kabupaten Luwu Timur cukup luas untuk dimanfaatkan dalam meningkatkan produksi tanaman pertanian dan kebutuhan pangan lainnya. Upaya perluasan areal sawah sangat penting untuk mendukung ketahanan pangan karena kebutuhan produksi tanaman pangan khususnya padi terus meningkat sedangkan alih fungsi lahan cukup luas setiap tahunnya. Untuk mendukung ketahanan pangan di Kabupaten Luwu Timur diperlukan pembukaan lahan pertanian dalam memenuhi target produksi tanaman pangan di tahun mendatang.

Salah satu strategi mencapai swasembada pangan adalah melalui penyediaan benih bermutu varietas unggul baru sesuai preferensi konsumen. Karena itu ketersediaan benih bermutu dengan jumlah yang cukup dan tepat waktu memegang peranan sangat penting. Melalui penggunaan benih bermutu, produktivitas tanaman akan meningkat, kualitas hasil juga meningkat. Keuntungan lainnya yakni biaya produksi menjadi murah, karena benih bermutu memiliki vigor yang tinggi dan lebih tahan terhadap deraan cuaca dan serangan hama penyakit. Penggunaan benih bermutu terbukti mampu memberikan andil dalam swasembada pangan. Pada tahun 1975, penggunaan benih bermutu masih di bawah 10 ribu ton dengan produksi padi di bawah 30 juta ton gabah kering giling (GKG). Namun pada tahun 2015, dengan penggunaan benih bermutu lebih dari 100 ribu ton, produksi padi terdongkrak hingga 70 juta ton GKG (Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2018).

Banyaknya permintaan komoditi pertanian di dalam Negeri atau meningkatnya jumlah ekspor, maka semakin besar peluang untuk mengeruk keuntungan. Selain mendapat

keuntungan individu juga dapat memberikan tambahan devisa Negara. Karena itu pemerintah mendukung hal-hal dalam pembangunan di bidang pertanian. Strategi pemasaran sangat penting untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin sempurna. Dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan daya saing, maka perlu adanya proyeksi yang jelas dan terencana mengenai prospek pemasaran benih padi, sehingga dapat mengetahui dan memperhitungkan peluang pasar dan masalah yang akan dihadapi. Sebagai salah satu daerah sentra pengembangan tanaman padi di Sulawesi Selatan maka penyediaan benih harus tersedia dalam jumlah yang cukup dan tepat waktu. Oleh karena itu dibutuhkan suatu proyeksi yang akurat untuk melihat dan mengetahui ramalan kedepan sangat diperlukan data-data produksi dan volume penjualan tahun sebelumnya. Adapun kendala yang dialami petani yaitu bagaimana meningkatkan produksi, perbaikan tingkat harga pendistribusian dan promosinya. Hal ini disebabkan karena masih rendahnya sistem pengelolaan manajemen dan mekanisme pemasaran yang lebih potensial. Langkah yang harus dilakukan sebagai suatu solusi adalah dengan memperbaiki sistem manajemen mulai dari sistem perencanaan, pengendalian, pengawasan, dan pengorganisasian yang lebih baik. Di samping langkah itu adalah bagaimana memperbaiki sistem pemasaran yang mencakup aspek produksi, harga, distribusi dan promosi. Hanya berasal dari pemerintah saja, tetapi berasal dari penangkar di daerah petani tersebut. Ini menjadi suatu solusi bagi petani yang tidak mendapatkan benih dari pemerintah karena stok benih yang berasal dari pemerintah tidak mencukupi atau sudah habis.

Menurut data dari Dinas Pertanian Luwu Timur pada tahun 2022 kelompok tani penangkar benih berjumlah 7 kelompok tani. Akan tetapi terjadi penurunan yaitu pada tahun 2022 kelompok tani penangkar benih berjumlah 4 kelompok tani. Masalah yang terjadi adalah menurunnya jumlah petani penangkar benih padi di Kabupaten Luwu Timur adalah karena tingginya biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani penangkar benih padi yang tidak diimbangi dengan harga sehingga nilai pendapatan yang diterima oleh petani penangkar benih masih rendah. Berdasarkan hal tersebut diatas maka penulis merasa tertarik untuk mengkaji usaha tani penangkar benih padi, sehingga penulis memilih judul: Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap keputusan petani pada pembelian benih pada instalasi Benih Padi di Desa Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur.

## **II. METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan mulai bulan November 2023 - Januari 2024 yang dilaksanakan di Instalasi kebun benih Desa teromu, Kecamatan Mangkutana, Kabupaten Luwu Timur termasuk kawasan strategis yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan dekat dengan pemukiman sehingga mudah dicari oleh konsumen (petani).

### **Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Jenis data penelitian ini menggunakan data kuantitatif kualitatif deskriptif yaitu penelitian, yang tujuannya adalah untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Metode penelitiannya adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana penerapan bauran harga, promosi, tempat, produk, proses, orang dan bukti fisik sedangkan kuantitatif menjelaskan hubungan antar variabel dan melakukan generalisasi fenomena sosial yang diteliti yaitu hubungan bauran pemasaran dengan pengaruhnya terhadap pembelian benih di IKB teromu Kabupaten Luwu Timur.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berasal langsung (dari obyek penelitian), dengan menggunakan kuesioner sedangkan data sekunder adalah informasi yang tidak diperoleh langsung dari obyek penelitian melainkan dari sumber lain secara lisan dan tertulis dari berbagai instansi yang terkait.

**Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah orang atau pelaku yang benar-benar mengetahui dan memahami masalah serta terlibat langsung dalam masalah penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017).

Karena populasi jumlahnya terbatas dengan demikian, menurut (Sugiyono, 2017) yang di jadikan sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan pertimbangan bahwa orang tersebut yang dianggap memiliki informasi paling banyak tentang apa yang diharapkan yang memudahkan peneliti untuk menemukan objek/situasi yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari beberapa responden yang menurut peneliti telah mewakili fokus penelitian, seperti pimpinan Instalasi Kebun benih padi sebanyak satu orang, Karyawan yang bertanggung jawab Instalasi Kebun benih padi sebanyak tiga orang yang menurut peneliti mengetahui dan memahami tentang biaya proses produksi benih padi yang dikeluarkan, sistem saluran pemasaran, dan pendapatan yang diperoleh Instalasi kebun benih padi di desa teromu. Petani sebagai konsumen yang membeli benih hasil produksi instalasi benih padi di (IKB) Desa Teromu 40 Orang. Dengan menggunakan Analisis Linear berganda dan Analisis Uji Hipotesis (Uji Partial)

Metode analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah penerapan bauran pemasaran benih padi di Desa Teromu Kecamatan Mangkutana, Kabupaten Luwu Timur yaitu menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Analisis kuantitatif deskriptif adalah uraian penggambaran hubungan antara variabel terikat dan variabel dengan menggunakan beberapa alat analisis statistik dengan regreresi linear sederhana dengan formulasi SPSS versi 22 serta mendeskripsikan penerapan bauran pemasaran produk benih padi di Desa Teromu, Kecamatan Mangkutana, Kabupaten Luwu Timur.

**III.HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji normalitas Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent) mempunyai pengaruh distribusi normal atau tidak. Sebagaimana dapat dilihat seperti tabel dibawah ini:

Tabel 1. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76748337
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.074
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data yang di olah 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 21, didapatkan bahwa nilai signifikansi (p) pada uji Kolmogorov-smirnov adalah 0.200 ( $p > 0.05$ ) sehingga data penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah di dalam variabel regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independent). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independent). Berikut adalah tabel dari hasil uji multikolinieritas :

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

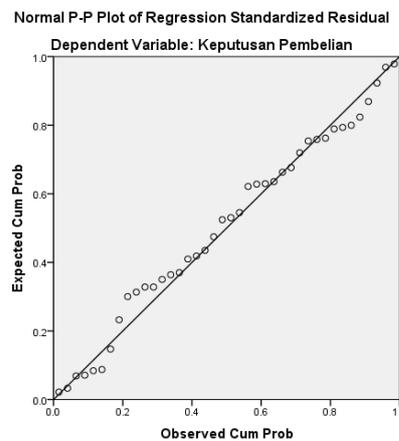
Model	Collinearity Statistics	Tolerance	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Produk	.426	2.345
	Harga	.343	2.913
	Tempat	.602	1.660
	Promosi	.448	2.231

Sumber: Data yang di olah 2024

Berdasarkan nilai toleransi yaitu, dapat dilihat pada tabel 4.7 nilai tolerance pada variabel Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), dan Promosi (X4) > 0,10, artinya tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan berdasarkan nilai VIF yaitu, dapat dilihat pada tabel 4.7 nilai VIF pada variabel Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), dan Promosi (X4) < 10,00, artinya tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedestisitas

Untuk mengetahui hasil uji heteroskedestisitas data hasil penelitian dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Uji Heteroskedestisitas

Berdasarkan gambar grafik 4.8 Scatterplot diatas terlihat bahwa titik – titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui hasil uji autokorelasi data hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.566 <sup>a</sup>	.321	.243	1.86575	1.507

Sumber: Data yang di olah 2024

Hasil uji pada tabel 4.8 diatas, bahwa berdasarkan tabel DW dengan  $n = 40$ . Syarat apabila nilai  $-2$  sampai dengan nilai angka  $2$  tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan nilai Durbin-Watson  $1,507$  ini berarti bahwa nilainya berada antara  $-2$  sampai dengan  $2$  sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala autokorelasi, (Sugiyono, 2017)

**Uji Simultan**

Pengujian hipotesis kedua ini dilakukan dengan menggunakan uji F (ANOVA) dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 7. Uji Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.539	4	14.385	4.132	.008 <sup>b</sup>
	Residual	121.836	35	3.481		
	Total	179.375	39			

Sumber Data yang diolah 2024

Dari tabel 4.29, diperoleh hasil atau nilai signifikansi F sebesar  $0.008$  lebih kecil dari  $0.05$  ( $\text{Sig } t < \text{Sig } \alpha$ ). Artinya ada pengaruh signifikan Bauran Pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Benih padi produksi IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur.

**Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X)

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 <sup>a</sup>	.321	.243	1.86575

Sumber Data yang diolah 2024

Berdasarkan Tabel 4.30, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi  $R^2$  adalah  $0,321$ , dimana persentase antara pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian benih padi produksi IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur sebesar  $32,1\%$  sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 32,1\% = 67,9\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda, digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2010). Penghitungan pengujian ini, menggunakan program SPSS versi 22. Berikut hasil analisis linier berganda yang dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.797	5.890		4.380	.000
	Produk	.238	.273	.186	.870	.390
	Harga	.881	.429	.488	2.053	.048
	Tempat	-.307	.209	-.263	-1.468	.151
	Promosi	.021	.396	.011	.054	.957

Sumber: Data yang diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda dari variabel Produk (X1) , Harga (X2) , Tempat (X2), Promosi (X4) terhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2010:82).

$$Y = 25,797 + 0,238 X1 + 0,881 X2 - 0,307 X3 + 0,021 X4 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 25,797 Artinya, jika variabel Keputusan Pembelian (Y) diganti nol oleh keempat variabel independennya yaitu Produk (X1), Harga (X2) Tempat (X2), Promosi (X4) akan bernilai 25,797.

Koefisien regresi untuk variabel independen X1 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Produk (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y). koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,238 mengandung arti untuk setiap pertambahan Kualitas Produk (X1) sebesar satuan akan menyebabkan meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,238. Koefisien regresi untuk variabel independen X2 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Harga (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y). Koefisien regresi variabel X2 sebesar 0,881 mengandung arti untuk setiap pertambahan Harga (X2) sebesar satuan akan menyebabkan meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,881. Koefisien regresi untuk variabel independen X3 bernilai negatif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Tempat (X3) dengan Keputusan Pembelian (Y). Koefisien regresi variabel X3 sebesar 0,307 mengandung arti untuk setiap pengurangan Tempat (X3) sebesar satuan akan menyebabkan menurunnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,307. Koefisien regresi untuk variabel independen X4 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Promosi (X4) dengan Keputusan Pembelian (Y). Koefisien regresi variabel X4 sebesar 0,021 mengandung arti untuk setiap pertambahan Harga (X4) sebesar satuan akan menyebabkan meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,021.

### Analisis Hipotesis

#### Uji Partial

Uji hipotesis pertama yaitu dengan Uji t (Parsial), dengan hasil uji sebagai berikut :

Tabel 6. Uji Partial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.797	5.890		4.380	.000
	Produk	.238	.273	.186	.870	.390
	Harga	.881	.429	.488	2.053	.048
	Tempat	-.307	.209	-.263	-1.468	.151
	Promosi	.021	.396	.011	.054	.957

Sumber: Data yang diolah 2024

Dari tabel 6, diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0.390, lebih besar dari 0.05 (Sig t > Sig α). Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari Produk terhadap keputusan pembelian benih padi di IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu timur . Analisis pengaruh ini bersifat positif ( + ) dilihat dari nilai koefisien regresi 0.238, artinya bahwa setiap penurunan atau peningkatan Produk akan mempengaruhi 23,80% keputusan pembelian benih padi di IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur.

Dari tabel 6, diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0.048, lebih kecil dari 0.05 (Sig t > Sig α). Artinya ada pengaruh signifikan dari Harga terhadap keputusan pembelian benih padi di IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur. Analisis pengaruh ini bersifat positif ( + ) dilihat dari nilai koefisien regresi 0.881, artinya bahwa setiap penurunan

atau peningkatan Harga akan mempengaruhi 88,10% keputusan pembelian benih padi IKB Teremo di Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur.

Dari tabel 6, diperoleh nilai signifikansi  $t$  sebesar 0.151, lebih besar dari 0.05 ( $\text{Sig } t > \text{Sig } \alpha$ ). Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari Tempat terhadap keputusan pembelian benih padi IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur. Analisis pengaruh ini bersifat negatif dilihat dari nilai koefisien regresi -0,307, artinya bahwa setiap penurunan atau peningkatan terhadap Tempat sebagai saluran distribusi hanya akan mempengaruhi 30,70% keputusan pembelian oleh petani untuk membeli benih padi produksi IKB Teremo Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur. Bersifat negatif pada nilai koefisien regresi menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan arah antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, koefisien regresi negatif pada variabel tempat pemasaran benih padi terhadap tingkat masalah mengindikasikan bahwa semakin strategis atau mudah dijangkau tempat pemasaran benih padi, justru tingkat masalah yang diperoleh petani cenderung menurun, dan sebaliknya. Hal ini dapat disebabkan oleh tingginya tingkat persaingan, biaya operasional yang besar, atau faktor lain yang menekan keuntungan bersih di lokasi pemasaran yang lebih mudah diakses. Hal ini terjadi dikarenakan Lokasi IKB Teromu berada pada Lokasi dekat pemukiman masyarakat dan hamparan lahan persawahan yang mudah dijangkau oleh petani dalam melakukan pembelian benih

Dari tabel 6, diperoleh nilai signifikansi  $t$  sebesar 0.957, lebih besar dari 0.05 ( $\text{Sig } t > \text{Sig } \alpha$ ). Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari Promosi terhadap keputusan pembelian benih padi IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur. Analisis pengaruh ini bersifat positif dilihat dari nilai koefisien regresi 0.021, artinya bahwa setiap penurunan atau peningkatan Promosi hanya akan mempengaruhi 2,1% keputusan pembelian benih padi produksi IKB Teremo Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur. Hal ini sejalan dengan Hasil Penelitian Ervina Kusumasari (2013) di Desa Bocek, Kecamatan Karang Ploso, Kabupaten Malang, menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian benih bersertifikat Bintang Asia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel distribusi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,069 dan 0,015. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses distribusi dan kegiatan promosi berperan penting dalam mempengaruhi keputusan petani untuk membeli benih tersebut

#### **IV. PENUTUP**

##### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji  $t$  variabel Kualitas Produk, harga, tempat dan promosi bahwa secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian benih padi di IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur.
2. Secara simultan juga berpengaruh signifikan Bauran Pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian benih padi di IKB Teromu Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur dengan nilai signifikansi  $F$  sebesar 0,008 lebih kecil dari 0.05 ( $\text{Sig } t < \text{Sig } \alpha$ ).
3. Bauran Pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) secara bersamaan mempengaruhi Keputusan benih padi di IKB Teromu Kecamatan Mangkutana sebesar 12% dan sisanya 88% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

##### **Saran**

Adapun saran yang diberikan peneliti setelah melakukan sebuah penelitian, dapat dijadikan pertimbangan bagi IKB dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Benih padi di IKB

Teromu Kecamatan Mangkutana sehingga peningkatan penjualan bisa tercapai adalah perlunya peningkatan terhadap pemasaran produk pada IKB Teromu agar dapat memperkuat produk mereka, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Sebaiknya pimpinan dapat membuat promosi produk yang lebih baik dari segi visual maupun non-visual yang sifatnya healthy, ramah lingkungan, quotes yang tentunya pesan yang disampaikan dapat diterima dengan sangat baik oleh calon konsumen.

Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain untuk mengetahui variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain bauran pemasaran, seperti kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan citra merek. Peneliti selanjutnya yang juga meneliti tentang kualitas produk dan harga dapat menggunakan indikator lain sehingga informasi yang diperoleh lebih dapat bervariasi dan lebih baik lagi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- AAK. 1990. *Budidaya Tanaman Padi*. Kanisius. Yogyakarta
- Akbar, F.M. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Produksi dan Pendapatan Petani Penangkar Benih Padi (Kasus Kemitraan Petani Penangkar PT. Sang Hyang Seri)*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Anisah. N. 2016. *Dampak Kemitraan Terhadap Pendapatan Usahatani Kentang di Kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut*. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Azhar. C. 2010. *Kajian Morfologi Dan Produksi Tanaman Padi (Oryza sativa L.) Varietas Cibogo Hasil Radiasi Sinar Gamma Pada Generasi M3*. Universitas Sulawesi Selatan. Medan
- Badan Pembangunan Nasional. 2015. *Seri Analisis Pembangunan Wilayah Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2015*. Jakarta
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2016. *Peningkatan Jumlah Tanaman Pangan 2016*. Sulawesi Selatan
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu Timur. 2016. *Kabupaten Luwu Timur Dalam Angka 2016*. BPS Luwu Timur. Luwu Timur
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. 2016. *Sumatera Utara Dalam Angka 2016*. BPS Sulawesi Selatan. Medan
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Produksi Padi Sawah Sumatera Utara tahun 2009-2015*. Jakarta
- Deptan. 2010. *Kebutuhan Benih Padi Potensial dan Total Produksi Benih Padi*. Jakarta
- Hadi, R. M. 2009. *Kajian Ekonomi Usaha Penangkaran Benih Padi Unggul di Kabupaten Banjar*. Thesis. Universitas Lambung Mangkurat. Banjarbaru.
- Haryadi. 2006. *Teknologi Pengolahan Beras*. Universitas Gadjah Mada Press. Yogyakarta
- Kusnadi, D., D. H. Sudjaya., Z. Normansyah. 2015. *Analisis Usahatani Penangkaran Benih Padi (Oryza sativa L.) Varietas Ciherang (Studi Kasus pada Seorang Penangkar Benih di Desa Purwajaya Kecamatan Purwadadi Kabupaten Ciamis)*. Jurnal Ilmiah Agroinfo Galuh. Vol.1(2). Ciamis
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES, Jakarta
- Norsalis. E. 2011. *Padi Gogo dan Sawah*. Universitas Airlangga. Surabaya

- Nurianty, S. 2015. Tercapainya Swasembada Benih Padi Unggul Bersertifikat sebagai Salah Satu Penciri Kabupaten Bogor Termaju di Indonesia Tahun 2015. Bogor
- Nursyamsiah, D. 2013. Analisis Usaha Tani Penangkaran Benih dan Padi Konsumsi (Studi Kasus di Desa Gunung Sari, Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor). Insitut Pertanian Bogor. Bogor
- Prasekti, Y.H. 2015. Analisa Ekonomi Usaha Penangkar Benih Padi Ciherang (di Kelurahan Tamanan Kec. Tulungagung Kab. Tulungagung). Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Unita. Vol. 11(13). Tulungagung
- Putra, P. 2014. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Padi Sawah di Desa Sidondo 1 Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi. E-j. Agrotekbis 2(1) : 107 – 113. ISSN: 2338 – 3011. Palu
- Rahim, A dan Diah Retno Dwi Astuti. 2007. Pengantar Teori dan Kasus Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta
- Soeharjo, A. dan Patong, D. 1973. Sendi- Sendi Pokok Ilmu Usaha tani. InstitutPertanian Bogor. Bogor.
- Soekartawi, Soeharjo A., Dillon J.L., Hardaker J.B. 1986. Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil. Farm Management Research for Small Development. Penerjemah: Dillon JL, Hardaker. UI Press. Jakarta.
- Suardana, I. K. 2015. Analisis Usaha Tani Penangkaran Benih Kedelai (Kasus di Subak Kusamba, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung). Universitas Udayana. Denpasar
- Wirawan, B. dan Wahyuni, S. 2002. Memproduksi Benih Bersertifikat. Penebar Swadaya. Jakarta
- Yustiarni, A.K. 2011. Evaluasi Kemitraan dan Analisis Pendapatan Usaha Tani Penangkaran Benih Padi Bersertifikat (Kasus Kemitraan: PT. SangHyang Seri Regional Manajer I Sukamandi, Kabupaten Subang). Institut Pertanian Bogor. Bogor