

Available online at [www.jurnal.abulyatama.ac.id/agriflora](http://www.jurnal.abulyatama.ac.id/agriflora)  
ISSN 2549-757X (Online)

## Universitas Abulyatama Jurnal Agriflora



# ANALISIS PEMASARAN KACANG TANAH (*ARACHIS HYPOGAEA L*) DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PETANI KECAMATAN PANTE CEUREUMEN KABUPATEN ACEH BARAT

Elma Meuthia<sup>1</sup>, Firdaus<sup>2</sup>, Ainal Mardhiah<sup>2\*</sup>, Sari Wardani<sup>3</sup>, Hasanah<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Abulyatama, Aceh Besar, 23372, Indonesia.

<sup>2</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Abulyatama, Aceh Besar, 23372, Indonesia.

<sup>3</sup>Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Abulyatama, Aceh Besar, 23372, Indonesia

<sup>4</sup>Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Abulyatama, Aceh Besar, 23372, Indonesia.

\*Email Korespondensi : [ainalmardhiah\\_pertanian@abulyatama.ac.id](mailto:ainalmardhiah_pertanian@abulyatama.ac.id)

Diterima 11 November 2022; Disetujui 12 November 2022; Dipublikasi 30 November 2022

*Abstract: The purpose of this study was to analyze the marketing channel for peanut commodities and the amount of marketing margin obtained and to find out the factors that affect the income of peanut farmers both simultaneously and partially in Pante Ceureumen District, West Aceh Regency. The research method used in this study was a survey method and a sampling technique, namely simple random sampling with a total sample of 21 farmers. While the sampling technique of traders with the census method as many as 9 people. The results of this study indicate that there are three marketing channels for peanuts in Pante Ceureumen District, West Aceh Regency, namely channel I consisting of farmers, small traders (retailers), collectors and consumers. Meanwhile, channel II consists of farmers, small traders (retailers), and consumers. Furthermore, channel III consists of farmers, collectors, wholesalers and consumers. The results of the "F" test show that the value of Sig is 0.000 and Fcount is 5563.259 > F table 3.01 so reject H0 and accept Ha. The t test shows that land area and labor partially have no significant effect on income, while production costs and production partially have a significant effect on income. For the R test, the correlation coefficient is obtained by 100% while for the R2 test (R Square), namely the coefficient of determination is obtained by 0.99 or 99%.*

**Keywords: Marketing, Peanut, Farmer Income.**

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis saluran pemasaran komoditas kacang tanah dan besar marjin pemasaran yang diperoleh dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani kacang tanah secara serempak dan partial di Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat. Metode Penelitian yang digunakan metode survey yaitu *simple random sampling* dengan jumlah sampel 21 petani. Teknik pengambilan sampel pedagang dengan metode sensus sebanyak 9 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran kacang tanah pada Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat, yaitu pada saluran I terdiri dari petani, pedagang kecil (pengecer), pedagang pengumpul dan konsumen.

Sedangkan pada saluran II terdiri dari petani, pedagang kecil (pengecer), dan konsumen. Selanjutnya saluran III terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan konsumen. Hasil Uji "F" menunjukkan bahwa nilai Sig 0.000 dan Fhitung 5563.259 > F tabel 3,01 sehingga tolak H<sub>0</sub> dan terima H<sub>a</sub>. Untuk Uji t menunjukkan bahwa luas lahan dan tenaga kerja secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan sedangkan pada biaya produksi dan produksi secara parsial berpengaruh nyata terhadap pendapatan. Untuk uji R yaitu koefisien korelasi diperoleh sebesar 100% sedangkan untuk uji R<sup>2</sup> (R Square) yaitu koefisien determinasi diperoleh sebesar 0.99 atau 99%.

**Kata kunci :Pemasaran, Kacang Tanah, Pendapatan Petani.**

Kacang tanah (*Arachis hypogaea L*) merupakan komoditas pertanian yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, baik sebagai bahan makanan manusia maupun bahan baku industri. Kacang tanah memiliki kandungan protein, lemak, dan karbohidrat yang tinggi. Tanaman ini bias ditanam di sawah atau tegalan secara tunggal atau tumpang sari. Kecamatan Pante Ceuremen merupakan salah satu kecamatan di Aceh Barat yang memprioritaskan kacang tanah sebagai kegiatan utama usahatani, karena faktor pendukung seperti iklim, curah hujan, kondisi tanah, topografi dan keadaan alam yang sangat baik menjadi pendukung potensi kacang tanah ini akan berkembang. Kacang tanah dapat dikonsumsi dalam berbagai bentuk, antara lain sebagai bahan sayuran, saus dan digoreng atau direbus. Sebagai bahan industri dapat dibuat keju, mentega, sabun, dan minyak. (Nurjaman et al., 2017).

Produksi kacang tanah yang maksimal menjadikan petani sejahtera dan dapat memenuhi kebutuhan dalam rumah tangga. Namun pendapatan usaha tani kacang tanah tidak hanya ditentukan oleh produksi tetapi juga pada pemasaran hasil pertanian sampai ketangan konsumen (Mila et al., 2022). Pemasaran kacang tanah merupakan salah satu subsistem paling penting dari sistem agribisnis. Tujuan dari pemasaran yaitu menjembatani apa yang diinginkan produsen dan konsumen dalam melengkapi proses produksi. Hampir semua aktivitas pemasaran

membantu produsen dalam memahami keinginan konsumen. Ketika pemasaran dilakukan secara efisien maka dapat meningkatkan efisiensi ekonomi.

Saluran pemasaran memiliki peranan penting dalam kehidupan petani. Semakin panjang saluran pemasarannya maka semakin kecil pula keuntungan yang di dapat oleh petani dan sebaliknya. Faktor yang mempengaruhi hasil produksi yaitu luas lahan, ketersediaan benih kacang tanah yang unggul dan tenaga kerja, sedangkan pendapatan digunakan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari dan memberikan kepuasan kepada pedagang agar dapat melanjutkan keinginan serta kewajibannya. Pemasaran kacang tanah masih memerlukan perbaikan dalam proses penyaluran kacang tanah dari petani hingga sampai ke konsumen (Pratama & Nuswantara, 2020). Ketersediaan benih kacang tanah menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam menunjang proses produksi. Benih yang memiliki pertumbuhan yang baik sangat mempengaruhi pendapatan petani. Benih yang berkualitas tinggi dapat memberikan hasil panen yang tinggi pula terhadap petani. Sedangkan benih yang berkualitas rendah memiliki genetic berdaya yang lebih rendah. Benih berkualitas tinggi adalah benih yang berasal dari varietas unggul yang memiliki daya hasil tinggi dan mempunyai ketahanan terhadap beberapa penyakit. (Cahyono, 2007). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan atas, maka dapat

diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

Apakah saluran pemasaran pada setiap lembaga-lembaga pemasaran komoditas kacang tanah di Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat memberi margin pemasaran yang positif?

Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani kacang tanah di Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat?

## KAJIAN PUSTAKA

### Kacang Tanah (*Arachis hypogaea L*)

Kacang tanah (*Arachis hypogaea L*) termasuk dalam genus *Arachis*. Penggunaan kacang tanah bagi kepentingan manusia cukup luas. Kacang tanah mengandung protein dan karbohidrat. Selain itu, kandungan minyaknya mencapai angka 50%. Untuk meningkatkan produktivitas tanaman, pemerintah memperkenalkan berbagai macam inovasi teknologi terbaru kepada petani (Mardhiah & Firdaus, 2017).

### Pemasaran

Kacang tanah merupakan komoditas strategis, karena permintaannya cukup besar setiap tahun baik untuk pangan, pakan, maupun industri. Beragam olahan produk berbahan baku kacang tanah membutuhkan bahan baku yang cukup, baik dari sisi kuantitas maupun kualitas (Suaibah et al., 2019). Kegiatan pemasaran kacang tanah merupakan kegiatan yang terjadi dalam proses menyampaikan barang maupun jasa dari sentral produksi ke sentral konsumsi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan bagi konsumen serta memberikan keuntungan bagi produsen.

### Saluran Pemasaran

Menurut (Pranatagama, 2015), saluran

distribusi pemasaran pertanian menyelenggarakan komoditas pertanian dari produsen ke konsumen. Alur komoditas dari produsen sampai ke konsumen disebut saluran pemasaran. Setiap macam komoditas pertanian mempunyai saluran pemasaran yang berlainan satu dengan yang lain, bahkan satu macam komoditas yang sama mempunyai saluran dari yang paling sederhana sampai dengan saluran yang kompleks. Untuk menciptakan kepuasan kepada produsen, konsumen, maupun pedagang besar harus mengambil keuntungan yang wajar dan pasti efisiensi. Hal inilah yang penentu kepuasan kepada produsen, konsumen, maupun kepada pedagang eceran. (Medlana, Ilanus . et al., 2019).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat. Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa lokasi penelitian merupakan kecamatan yang menjadi prioritas pengembangan kacang tanah di Kabupaten Aceh Barat. Tingkat produksi yang relatif tinggi di Kabupaten Aceh Barat dan memiliki lembaga pemasaran kacang tanah ditingkat desa maupun kecamatan. Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah petani kacang tanah, pedagang tingkat desa dan pedagang besar dan pedagang pengecer. Ruang lingkup penelitian terbatas pada biaya produksi, biaya pemasaran, produksi, tenaga kerja, pendapatan, lembaga pemasaran, margin pemasaran dan harga kacang tanah.

### Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan petani kacang tanah yaitu sebanyak 212 petani yang ada di Kecamatan Pante Ceureumen

Kabupaten Aceh Barat. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pante Ceureumen kabupaten Aceh Barat, yang ditentukan secara “*purposive sampling*”. Objek dari penelitian ini adalah petani kacang tanah. Teknik pengambilan sampel untuk petani dilakukan secara *Simple Random Sampling* atau dengan metode acak sampel sederhana sebesar 10% dari jumlah populasi dari 212 petani.

### Model Dan Metode Analisis

Untuk mengetahui pola saluran pemasaran dan perantara lembaga pemasaran di Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat, maka metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Analisis pendapatan dengan rumus:

$$Pd = TR - TC \dots \dots \dots (\text{Soekartawi, 2006})$$

Keterangan:

Pd = Pendapatan Petani

TR= Total Revenue (Total Penerimaan)

TC = Total Cost (Total Biaya)

Margin pemasaran yaitu:

$$M = Pr - Pf \dots \dots \dots (\text{Ningsih, 2017})$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran

Pr= Harga ditingkat Konsumen

Pf= Harga ditingkat Produsen

### Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani

Persamaan Regresi Linear Berganda, dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4; e_i$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

a = Konstanta

$b_1 - b_4$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Luas Lahan

$X_2$  = Tenaga Kerja

$X_3$  = Biaya Produksi

$X_4$  = Produksi

$e_i$  = Error term

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dengan sifat:

Nilai  $R^2$  selalu positif karena merupakan nisbah dari jumlah kuadrat

$$\text{Nilai} = \frac{JK \text{ regresi}}{JK \text{ total terkoreksi}}$$

$$\text{Nilai } 0 \leq (R^2) \leq 1$$

$R^2 = 0$ , berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.

$R^2 = 1$ , garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

Koefisien Korelasi ( $R$ ), dengan rumus :

$$r = \frac{\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x - \bar{x})^2} \sqrt{\sum(y - \bar{y})^2}}$$

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik yang diamati dalam penelitian ini adalah umur, tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan. Jika faktor-faktor ini baik dan mampu menunjang kegiatan usahatani, maka kegiatan tersebut akan berhasil dengan baik, sehingga petani akan memperoleh tingkat pendapatan yang optimal. Rata-rata karakteristik petani sampel dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Karakteristik Petani Sampel berdasarkan Umur di Daerah Penelitian, 2022**

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	30-35	5	23,81
2	35-40	3	14,29
3	40-45	6	28,57
4	>45	7	33,33
<b>Jumlah</b>		<b>21</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa tingkat usia petani sampel di daerah penelitian adalah 66,67% tergolong dalam usia produktif yaitu sebanyak 14 orang dengan kisaran

umur 30 sampai 45 tahun, sedangkan 33,33% lagi tergolong dalam usia relative produktif yaitu sebanyak 7 orang dengan kisaran umur diatas 45 tahun. Rata-rata karakteristik petani sampel pada daerah penelitian berdasarkan lama usaha pada daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini.

**Tabel 2. Karakteristik Petani Sampel berdasarkan Lama Usaha di daerah penelitian Tahun 2022.**

No.	Lama Usaha	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Okt-20	15	71,42
2	30-40	4	19,05
3	> 50	2	9,52
<b>Jumlah</b>		<b>21</b>	<b>99,99</b>

Sumber : Data Primer, Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa 15 orang atau sebanyak 71,42% memiliki pengalaman dalam berusahatani komoditas kacang tanah selama 10-20 tahun, sedangkan yang paling lama dalam melakukan kegiatan berusahatani kacang tanah sebanyak 6 orang yang mempunyai pengalaman selama 30 sampai dengan 50 tahun keatas.

### Karakteristik Pedagang

Jumlah pedagang yang terlibat dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini

**Tabel 3. Keadaan Status Pedagang dan Jumlah Pedagang di Daerah Penelitian, 2022**

No.	Status Pedagang	Jumlah Pedagang (Orang)	Persentase (%)
1	Pedagang Pengumpul Desa	6	66,67
2	Pedagang Besar	1	11,11
3	Pedagang Pengecer	2	22,22
<b>Jumlah</b>		<b>9</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel 3 menyatakan bahwa jumlah pedagang pada daerah penelitian berjumlah 9 orang yang terdiri dari 6 orang pedagang pengumpul desa, 1 orang pedagang besar dan 2 orang pedagang pengecer. Karakteristik Pedagang Sampel berdasarkan Umur Pedagang di Daerah Penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4. Karakteristik Pedagang Sampel berdasarkan Umur di Daerah Penelitian**

No.	Umur (Tahun )	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	40-45	3	33,33
2	> 45	6	66,67
<b>Jumlah</b>		<b>9</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa tingkat usia pedagang sampel di daerah penelitian pada kisaran umur 40 - 45 tahun sebanyak 3 orang pedagang atau sekitar 33,33%. Sedangkan 6 orang lainnya atau sekitar 66,67% memiliki usia yang relative produktif atau sekitar 45 tahun ke atas. Karakteristik Pedagang Sampel berdasarkan lama usaha di daerah penelitian dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini

**Tabel 5. Karakteristik Pedagang Sampel berdasarkan Lama Usaha di Daerah Penelitian.**

No.	Lama Usaha (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	10-20	3	33,33
2	21-30	6	66,67
<b>Jumlah</b>		<b>9</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data Primer, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa 66,67 % pedagang atau 6 orang memiliki pangalaman yang sangat baik dalam kegiatan perdagangan kacang tanah lamanya usaha yang di geluti oleh pedagang sekitar 21 sampai 30 tahun sedangkan

33,33% atau sekitar 3 orang pedagang cukup berpengalaman dalam berdagang kacang tanah dengan lama usaha sekitar 10-20 tahun.

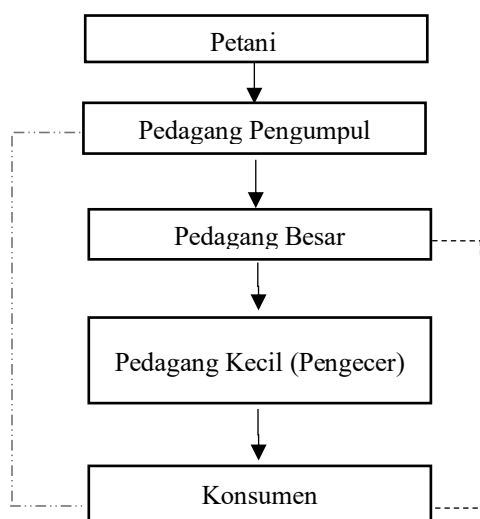
### Saluran Pemasaran Kacang Tanah

Data saluran pemasaran ini diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran kacang tanah mulai dari petani, kepedagang pengumpul hingga pedagang besar. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga saluran pemasaran yaitu:

Saluran Pemasaran I :Petani - Pedagang Kecil (Pengecer) – Pedagang Pengumpul - Konsumen

Saluran Pemasaran II :Petani - Pedagang Kecil (Pengecer) - Konsumen

Saluran Pemasaran III :Petani – Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar – Konsumen.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Kacang Tanah di Daerah Penelitian, 2022.

Keterangan :

- Saluran Pemasaran Tetap
- Saluran Pemasaran Kadang-kadang
- - - - - Saluran Pemasaran Jarang

### Biaya dan Margin Pemasaran

Harga jual suatu produk dipengaruhi oleh biaya pemasaran. Besarnya biaya yang dikeluarkan dan margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran

pada ketiga saluran yang digunakan petani kacang tanah di Kecamatan Pante Ceureumen dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Rata-Rata Biaya, Marjin, dan Keuntungan Pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat Pada Saluran Pemasaran Pertama Tahun 2022

No.	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (%)	Margin Pemasaran (%)
1.	Petani			
a.	Harga Tingkat Petani	13,500	-	54,00
2.	Pedagang Pengumpul			
a.	Harga Beli Kacang Tanah	13,500	-	54,00
b.	BiayaTransportasi	350	1,40	-
c.	Biaya Bongkar Muat	400	1,60	-
d.	Biaya Resiko	350	1,40	-
e.	Total Biaya	1,100	4,40	-
f.	Marjin Pemasaran	4,400	-	17,60
g.	Harga Jual	19,000	-	76,00
3.	Pedagang Besar			
a.	Harga Beli Kacang Tanah	19,000	-	76,00
b.	BiayaTransportasi	350	1,40	-
c.	Biaya Bongkar Muat	350	1,40	-
d.	Biaya Resiko	300	1,20	-
e.	Total Biaya	1,000	4,00	-
f.	Marjin Pemasaran	3,000	-	12,00
g.	Harga Jual	23,000	-	92,00
3.	Pedagang Pengecer			
a.	Harga Beli Kacang Tanah	23,000	-	92,00
b.	Biaya Transportasi	250	1,00	-
c.	Biaya Bongkar Muat	250	1,00	-
d.	Biaya Resiko	200	0,80	-
e.	Total Biaya	700	2,80	-
f.	Marjin Pemasaran	1,300	-	5,20
g.	Harga Jual	25,000	-	100,00
4.	Konsumen			
	Harga Beli Konsumen	25,000	-	100,00
5.	a. Total Marjin Pedagang	8,700	-	34,80
	b. Total Biaya Pemasaran	2,800	11,20	-

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 6, terlihat bahwa total margin pemasaran yang diperoleh adalah 34,80% dengan presentasi margin terbesar diperoleh pedagang pengumpul yaitu 17,60% kemudian diikuti pedagang besar 12,00%. Sedangkan biaya pemasaran yang dikeluarkan 4,40% yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul.

**Tabel 7. Rata-Rata Biaya, Marjin dan Keuntungan Pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat Pada Saluran Pemasaran Kedua**

No.	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (%)	Margin Pemasaran (%)
1.	<b>Petani</b>			
a.	Harga Tingkat Petani	13.500	-	71,05
2.	<b>Pedagang Pengumpul</b>			
a.	Harga Beli Kacang Tanah	13.500	-	71,05
		175	0,92	-
b.	Biaya Transportasi	175	0,92	-
c.	Biaya Bongkar Muat	200	1,05	-
d.	Biaya Resiko	550	2,89	-
e.	Total Biaya	4.950	-	26,05
f.	Marjin Pemasaran	19.000	-	100,00
g.	Harga Jual			
3.	<b>Konsumen</b>			
	Harga Beli Konsumen	19.000	-	100,00
4.	<b>a. Total Marjin Pedagang</b>	4.950	-	26,05
	<b>b. Total Biaya Pemasaran</b>	550	2,89	-

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 7 terlihat bahwa total margin pedagang pengumpul sebesar 26,05 % dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp. 550. Hal ini berarti marjin pemasaran pedagang pengumpul pada tipe II lebih besar dari pada marjin

pemasaran pedagang pengumpul pada tipe I. Namun jika dilihat secara keseluruhan marjin pemasaran pedagang pengumpul pada tipe I lebih besar dari pada marjin pemasaran pedagang pengumpul pada tipe II.

**Tabel 8. Rata-Rata Biaya, Marjin, dan Keuntungan Pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat Pada Saluran Pemasaran Ketiga**

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (%)	Margin Pemasaran (%)
1.	<b>Petani</b>			
a.	Harga Tingkat Petani	13.500	-	58,70
2.	<b>Pedagang Pengumpul</b>			
a.	Harga Beli Kacang Tanah	13.500	-	58,70
b.	Biaya Transportasi	350	1,52	-
c.	Biaya Bongkar Muat	400	1,74	-
d.	Biaya Resiko	350	1,52	-
e.	Total Biaya	1.100	4,78	-
f.	Marjin Pemasaran	4.400	-	19,13
g.	Harga Jual	19.000	-	82,61
3.	<b>Pedagang Besar</b>			
a.	Harga Beli Kacang Tanah	19.000	-	82,61
b.	Biaya Transportasi			
c.	Biaya Bongkar Muat	350	1,52	-
d.	Biaya Resiko	350	1,52	-
e.	Total Biaya	300	1,30	-
f.	Marjin Pemasaran	1.000	4,35	-
g.	Harga Jual	3.000	-	13,04
		23.000	-	100,00
5.	<b>Konsumen</b>			
	Harga Beli Konsumen	23.000	-	100,00
6.	<b>a. Total Marjin Pemasaran</b>	7.400	-	32,17
	<b>b. Total Biaya Pemasaran</b>	2.100	9,13	-

Sumber: Data Primer, 2022.

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa margin pedagang pengumpul 9,13% lebih besar dari pada pedagang besar yaitu 13,04 %. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang pengumpul lebih diuntungkan, dengan harga jual yang lebih tinggi, sehingga mereka kurang tertarik untuk menjadi pedagang besar.

### Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani

Berdasarkan analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor terhadap tingkat pendapatan petani kacang tanah maka diperoleh hasil hubungan antara produksi, biaya pemasaran dan luas lahan.

$$Y = -0,026 - 0,033 X_1 + 0,033 X_2 - 2,537 X_3 + 3,557 X_4 ;$$

Pada persamaan diatas maka dapat diartikan bahwa :

Konstanta – 0,026 artinya jika  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  nilainya adalah 0, maka pendapatan (Y) adalah sebesar – 0,026 rupiah.

Pada kondisi  $X_1$  (Luas Lahan) sebesar – 0,033 artinya jika variabel  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  nilainya tetap (*ceteris paribus*), maka apabila luas lahan mengalami kenaikan 1 hektar maka pendapatan (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,033 rupiah.

Pada kondisi  $X_2$  (Tenaga Kerja) sebesar 0,003 artinya variabel  $X_1$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  nilainya tetap (*ceteris paribus*), maka apabila tenaga kerja mengalami kenaikan 1 HKP maka pendapatan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,003 rupiah.

Pada kondisi  $X_3$  (Biaya Produksi) sebesar – 2,537 artinya variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_4$  nilainya tetap (*ceteris paribus*), maka apabila biaya produksi mengalami kenaikan 1 rupiah. Maka pendapatan (Y) akan mengalami penurunan sebesar – 2,537 rupiah.

Pada kondisi  $X_4$  (Produksi) sebesar 3,557

artinya variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  nilainya tetap (*ceteris paribus*), maka apabila produksi mengalami kenaikan 1 kilogram maka pendapatan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 3,557 rupiah.

### Uji Statistik “F” (Serempak)

Untuk melihat pengaruh secara serempak terhadap variabel dependent maka dapat digunakan uji statistik “F” yang menunjukkan bahwa nilai Sig 0.000. Dengan dasar pengambilan keputusan apabila  $Sig < \alpha (0,05)$  sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ . Hasil uji “F”<sub>hitung</sub> 5563.259 >  $F_{tabel}$  3,01. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan pendapatan petani kacang tanah dipengaruhi oleh faktor luas lahan, tenaga kerja, biaya produksi dan produksi secara serempak dapat diterima atau dengan kata lain terima  $H_a$ , tolak  $H_0$ .

### Uji Statistik T (Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependent maka dapat digunakan uji statistik t. Adapun hasil output spss untuk uji statistik t terlihat pada Tabel 9 berikut ini:

**Tabel 9. Hasil Analisis Uji t Secara Parsial Usahatani Kacang Tanah di daerah Penelitian.**

Model	Unstandardized Coefficients			T - Hitung	
	Koefesien	Std. Error			
(Constant)	Intercept	-,026	.147	-.176	ns
Luas Lahan	$X_1$	-,033	.067	-.486	ns
Tenaga Kerja	$X_2$	,003	.014	.224	ns
BiayaProduksi	$X_3$	-	.039	-64.271	*
		2.537			
Produksi	$X_4$	3.557	.029	123.59	*

Sumber: Analisis Sumber Data Primer SPSS

Ttabel ( $\alpha = 0,05$ , n-k) =  $\alpha$  0,025, 21-5 = 2,12

Ttabel ( $\alpha = 0,01$ , n-k) =  $\alpha$  0,5, 21-5 = 1,75

Ns = Non Significant / Tidak Berpengaruh

\* = Significant / Berpengaruh



Berdasarkan tabel 9 diatas menunjukkan bahwa luas lahan dan tenaga kerja secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan hal ini dapat dilihat dari thitung < ttabel atau non significant. Sedangkan pada biaya produksi dan produksi secara parsial berpengaruh nyata terhadap pendapatan hal ini dapat dilihat dari thitung>ttabel atau significant.

## KESIMPULAN

Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat memiliki tiga saluran pemasaran kacang tanah yaitu pada saluran I terdiri dari petani, pedagang kecil (pengecer), pedagang pengumpul dan konsumen. Sedangkan pada saluran II terdiri dari petani, pedagang kecil (pengecer), dan konsumen. Selanjutnya saluran III terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan konsumen

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai Sig 0.000. Dengan dasar pengambilan keputusan apabila Sig <  $\alpha$  (0,05) sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ . Hasil uji F hitung 5563.259 > F tabel 3,01. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan pendapatan petani kacang tanah dipengaruhi oleh faktor luas lahan, tenaga kerja, biaya produksi dan produksi secara serempak dapat diterima, atau dengan kata lain terima  $H_a$ , Tolak  $H_0$ .

## DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono B. 2007. *Kacang Tanah*. Semarang : Rnika Cipta.
- Mardhiah, A., & Firdaus. (2017). Analisis Rentabilitas Usahatani Padi Sawah Varietas Inpari 30 Dengan Sistem Jajar Legowo Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Agriflora*, 1(2), 68–72.
- Medlama, Ilanus ., Sagay, B. A. B., & Rori, Y. P. I. (2019). Pemasaran Kacang Tanah Di Distrik Bugi Kabupaten Jayawijaya. *Agri-Sosioekonomi*, 15(2), 305–312. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.15.2.2019.24485>
- Mila, M. K., Retang, E. U. K., & Saragih, E. C. (2022). Efisiensi Pemasaran Kacang Tanah Di Desa Hambapraing Kecamatan Kanatang Kabupaten Sumba Timur. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(1), 96–105. <http://www.ejournal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/1493>
- Nurjaman, T., Soetoro, & Yusuf, M. N. (2017). Analisis Biaya, Penerimaan, Pendapatan, dan R/C Usaha Tani Kacang (*Arachis Hypogea L.*). *Journal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 4(1), 585–590.
- Pranatagama, M. F. (2015). *Efisiensi Dan Bauran Pemasaran Usahatani Kacang Tanah Di Desa Darungan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember*. Universitas Jember.
- Pratama, Y. Y., & Nuswantara, B. (2020). Analisis Pemasaran Kacang Tanah Di Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang. *Jambura Agribusiness Journal*, 2(1), 34–48. <https://doi.org/10.37046/jaj.v2i1.7042>
- Suaibah, L., Rahman, A., & Rakhmawati, R. (2019). Peningkatan Nilai Tambah Kacang Tangah di Desa Dlemer Kabupaten Bangkalan Melalui Diversifikasi Produk Olahan. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 5(2), 85–90. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v5i2.6107>