Jurnal Mirai Manajemen Vol 6, No 2 (2021), *Pages* ***202 - 213***

ISSN : **2597 - 4084** Published By **STIE Amkop Makassar**

Pengaruh Modal Kerja dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Petani Buah Naga Pada Desa Tottong Kabupaten Soppeng

Masyadi[1]✉, Mansur[2]

[1] Program Studi Manajemen,Universitas Lamappapoleonro

[2] Program Studi Manajemen,Universitas Lamappapoleonro

ABSTRAK

Kabupaten Soppeng merupakan salah satu daerah di provinsi Sulawesi Selatan yang mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai Petani, salah satu komoditi adalah Buah Naga. Buah Naga merupakan komoditas holtikultural yang dikembangkan di Kabupaten Soppeng yang subur dan memiliki iklim tropis. Komoditas ini mempunyai prospek yang sangat cerah, mempunyai kemampuan untuk menaikan taraf hidup petani, nilai ekonomis yang tinggi, dan bahkan berpeluang untuk diekspor. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui secara parsial pengaruh modal kerja, dan *Marketing Mix* terhadap Pendapatan Petani Buah Naga di Desa Tottong Kabupaten Soppeng. 2) Untuk mengetahui secara Simultan pengaruh modal kerja dan *Marketing Mix* terhadap Pendapatan Petani Buah Naga di Desa Tottong Kabupaten Soppeng. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Petani Buah Naga yang beralamat di Desa Tottong, Kabupaten Soppeng, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *Random Sampling,* sehingga ditetapkan 60 Responden. Untuk mengetahui pengaruh modal kerja dan Strategi pemasaran terhadap pendapatan petani, maka digunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, maka dapat disimpulkan bahwa modal kerja dan *Marketing mix* berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan petani buah naga di Desa Tottong Kabupaten Soppeng.

Keywords:
Modal Kerja, Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, Pendapatan

✉ Corresponding author :
Email Address : edhythz@gmail.com
Received *12, Agustus 2021,* ***Accepted*** *15, December 2021,* ***Published*** *24, December 2021"*

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

1. Pendahuluan

Sektor pertanian memegang peranan penting dalam pembangunan nasional. Selain menyediakan pangan bagi seluruh penduduk nasional, sektor pertanian juga menyumbang devisa serta menyediakan kesempatan kerja dan bahan baku bagi industri. Sektor pertanian merupakan sumber kesejahteraan bagi penduduk di wilayah pedesaan. Di samping itu, pertanian juga menjadi wadah penampungan tenaga kerja serta laju pertumbuhan ekonomi yang nyata agar distribusi modal usaha dan kualitas penduduk dapat diperbaiki.

Kabupaten Soppeng merupakan salah satu daerah di provinsi Sulawesi Selatan yang mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai Petani, sehingga berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah dalam membangun pertumbuhan ekonomi pertanian yang unggul dengan berbagai upaya peningkatan produksi pertanian, dan salah satu komoditi yang menjadi perhatian besar pemerintah daerah adalah Buah Naga. Buah Naga merupakan komoditas holtikultural yang dikembangkan di Kabupaten Soppeng yang subur dan memiliki iklim tropis. Komoditas ini mempunyai prospek yang sangat cerah, mempunyai kemampuan untuk menaikan taraf hidup petani, nilai ekonomis yang tinggi, dan bahkan berpeluang untuk diekspor.

Namun demikian berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, ternyata pendapatan petani buah naga di Desa Tottong kurang maksimal, hal ini terlihat dari kecilnya keuntungan yang diperoleh petani yang tidak sebanding dengan modal kerja yang dikeluarkan, dan bahkan petani seringkali mengalami kerugian. Selain itu dalam hal pemasaran Buah Naga Petani Buah Naga belum menerapkan Strategi yang baik, khususnya *Marketing Mix*. Permasalahan tersebut perlu segera dicari solusinya yakni bagaimana agar Pendapatan Petani bisa maksimal sehingga mampu meningkatkan taraf hidup petani.

Salah satu upaya untuk meningkatkan Pendapatan Petani yaitu dengan Manajemen modal kerja. Teknis yang dilakukan oleh petani yang menunjukkan pada seberapa besar output maksimum yang dapat dihasilkan dari tiap input yang tersedia. Salah satu yang melekat pada masyarakat adalah permodalan yang sedikit. Padahal modal sangat penting dalam mendukung peningkatan produksi dan taraf hidup masyarakat. Selanjutnya adalah *Marketing Mix*, minimnya pengetahuan petani mengenai *Marketing Mix* yang baik, berakibatkan pada volume penjualan Buah naga kurang maksimal, bahkan petani sering kali mengalami kerugian akibat buah naga yang tidak terjual dan membusuk.

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

Dengan Penerapan Modal kerja yang maksimal yang tepat diharapkan agar hasil produksi buah naga bisa maksimal, selain itu dengan penerapan *Marketing Mix* yang tepat maka diharapkan volume penjualan Buah naga juga bisa maksimal sehingga Pendapatan Petani juga meningkat.

1. Kajian Literatur

Modal adalah produk atau kekayaan yang digunakan untuk memproduksi hasil selanjutnya. Modal kerja pada hakikatnya merupakan jumlah yang terus menerus ada dalam menompang usaha yang menjabatani antara pengeluaran untuk memperoleh bahan atau jasa dengan waktu penerimaan penjualan.(Ahmad Jauhari,2016) Modal kerja mempunyai 2 fungsi yaitu:

1. Untuk Menompang Kegiatan Produksi
2. Untuk menutup dana anggaran pengeluaran tetap dan dana yang tidak berhubungan secara langsung dengan produksi dan penjualan.

Modal kerja yang merupakan syarat keberhasilan suatu usaha apalagi bagi usaha kecil. Modal kerja sangat erat hubungannya dalam rangka menghitung kebutuhan modal kerja. Perhitungan modal kerja yang berbeda akan menyebabkan perhitungan kebutuhan modal kerja yang berbeda (Munandar.A, Nurul Huda, M.V.Arilangga,2019) Kecukupan modal mempengaruhi ketepatan waktu dan ketepatan takaran dalam penggunaan masukan. Kekurangan modal menyebabkan kurangnya masukan yang diberikan sehingga menimbulkan resiko kegagalan atau rendahnya yang akan diterima.

Ada dua jenis modal kerja perusahaan adalah sebagai berikut (D.W.Arya, B.W.I Gusti, Panji Sedana.I.B,2017) :

1. Modal kerja kotor (*gross working capital)* Modal kerja kotor (*gross working capital*) adalah semua komponen yang ada di aktiva lancar secara keseluruhan dan sering disebut modal kerja. Artinya mulai dari kas, bank, surat- surat berharga, piutang, persediaan, dan aktiva lancar lainnya.
2. Modal kerja bersih (*net working capital*) Modal kerja bersih (*net working capital*) merupakan seluruh komponen aktiva lancar dikurangi dengan seluruh total kewajiban lancar (utang jangka pendek). Utang lancar meliputi utang dagang, utang wesel, utang bank jangka pendek (satu tahun), utang gaji, dan utang lancar lainnya.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.(Noor Syamsudin,2014)

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

Marketing mix merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari *marketing mix*, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin, dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Dengan demikian perusahaan tidak hanya sekedar memiliki kombinasi kegiatan yang terbaik saja, akan tetapi dapat mengkoordinasikan berbagai variabel *marketing mix* tersebut.(Arlina Nurbaity Lubis,2014).

Menurut McCarthy, 1996 dalam Hesti Budiwati (2012) menyatakan bahwa "*Traditionally, these variables are summarized as the Four Ps of marketing: product, price, promotion, and Place*",
berikut penjelasannya :

1. Product (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi dan ide. Jadi, produk bisa berupa manfaat tangible maupun intangible yang dapat memuaskan pelanggan

2. *Price (Harga)*

Harga merupakan suatu elemen marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan elemen-elemen lainya hanya menimbulkan biaya. Kerena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang di dapat oleh perusahaan. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Harga dapat di ubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas produk dan perjanjian distribusi

3. Promotion (Promosi)

Promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang-orang supaya bertindak

4. *Place (Tempat)*

Perantara disini sangat penting, karena dalam segala hal mereka berhubungan langsung dengan konsumen. Pemilihan lokasi juga tidak kalah penting, pemilihan lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal, sebab lokasi bisa dikatakan menentukan ramai atau tidaknya pengunjung.

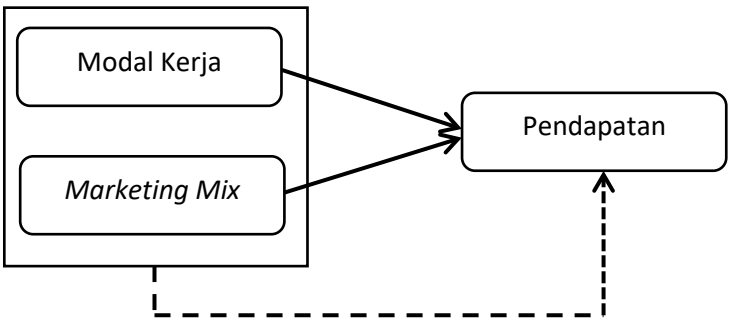
DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

Pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Jenis masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak, buruh, serta berdagang dan juga bekerja pada sektor pemerintah dan swasta (Nurlela, M.Arif,2018) Pendapatan adalah keseluruhan penghasilan yang diterima baik dari sektor formal maupun nonformal yang dihitung dalam jangka waktu tertentu. BPS (2011), mengukur pendapatan masyarakat bukanlah pekerjaan yang mudah, oleh karena itu BPS melakukan perhitungan pendapatan dengan menggunakan pengeluaran/ konsumsi masyarakat. Hal ini didasari oleh paradigma bahwa bila pendapatan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh berbagai kebutuhan yang semakin banyak sehingga menuntut pengeluaran yang tinggi pula. Kesimpulan dari pengertian pendapatan adalah suatu hasil yang diterima yang diterima seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja yang berupa, uang maupun barang yang diterima atau dihasilkan dalam jangka waktu tertentu.

H_1 : Diduga Modal Kerja dan Marketing Mix berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Pendapatan Petani Buah Naga di Desa Tottong Kabupaten Soppeng

H_2 : Diduga Modal Kerja dan Marketing Mix berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Pendapatan Petani Buah Naga di Desa Tottong Kabupaten Soppeng

Gambar 1. Kerangka Pikir



Keterangan :

1. Garis Putus Putus Hubungan Simultan
2. Garis Bersambung Hubungan Parsial

2. Method, Data, and Analysis

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif dengan menggunakan pendekatan Deskriptif. (8) Metode Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *Positivisme.* Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Petani Buah Naga yang beralamat di Desa Tottong, Kabupaten Soppeng. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:116). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Sampling* yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu dalam hal ini peneliti mendatangi rumah responden berdasarkan petunjuk dari Aparat Desa sehingga ditetapan 60 Responden

Teknik yang akan digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

melakukan pengamatan langsung terhadap Kondisi Petani buah naga di Desa Tottong misalnya: mengenai Modal kerja yang digunakan, Strategi pemasaran dan Pendapatan Petani Buah Naga Di Desa Tottong.

2. Kuesioner

memberikan daftar Pertanyaan/kuisioner yang berisi hal-hal yang terkait dengan penelitian ini.

3. Wawancara

dipergunakan untuk memperoleh data di lapangan dari informan guna melengkapi data yang belum diperoleh dari kuisioner dan observasi.

4. Dokumentasi

Yaitu cara mendapatkan data dengan mempelajari dan mencatat buku-buku, arsip atau dokumen, daftar tabel statistik dan hal-hal yang terkait dengan penelitian.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linear berganda yaitu Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh Modal Kerja dan *Marketing mix* terhadap Pendapatan petani dengan menggunakan rumus regresi linear berganda seperti yang dikutip oleh (Sugiyono,2011), yaitu :

$Y = a + b1X1 + b2X2 + e$

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana suatu alat pengukur (instrumen) dapat mengukur apa yang diukur. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan untuk memperoleh data adalah kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011 dalam Hendri & R. Setiawan 2017). Jika pada tingkat signifikan 5% nilai r hitung > r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

Reliabilitas adalah suatu indeks tentang sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Jika suatu alat ukur dapat digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya diproses relatif secara konsisten, maka alat ukur tersebut dianggap reliable. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011 dalam Hendri & R. Setiawan 2017). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masingmasing variabel independen terhadap variabel dependen (Widjarjono, 2010 dalam Hendri & R. Setiawan 2017)).

a) Merumuskan hipotesis

   H0βi = 0, artinya variabel bebas secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat

   H1 βi ≠ 0 variabel bebas secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat

b) Menetapkan besarnya *level of significance* sebesar 0,05.

c) Mengambil Keputusan (dengan nilai signifikansi)

   1) Jika nilai signifikansi > dari pada 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak

   2) Jika nilai signifikansi < daripada 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima

Menurut Kuncoro, 2009 dalam Hendri & R. Setiawan 2017, uji F digunakan untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a) Merumuskan hipotesis.

   H0 : Seluruh variabel bebas tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat

   H1 : Seluruh variabel berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat

b) Menetapkan besarnya nilai level of significance (r) yaitu sebesar 0,05.

c) Mengambil Keputusan (dengan nilai signifikansi)

   1) Jika nilai signifikansi > dari pada 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak

   2) Jika nilai signifikansi < daripada 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Sebelum dilakukan pengelolahan data, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Realibilitas terhadap Kuesioner yang digunakan. Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

suatu alat pengukur dalam hal ini kuesioner penelitian dapat mengukur apa yang diukur, Hasil Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Modal Kerja	0.279	0.254	Valid
Marketing Mix	0.321	0.254	Valid
Pendapatan	0.332	0.254	Valid

Berdasarkan tabel 1 hasil Uji Validitas, variabel Modal kerja dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel, selanjutnya variabel *Maketing mix* juga dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel, dan variabel Pendapatan juga dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah valid.

Uji Realibilitas adalah suatu indeks tentang sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun hasil Uji Realibilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Uji Reaibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Modal Kerja	0.774	0.60	Valid
Marketing Mix	0.665	0.60	Valid
Pendapatan	0.729	0.60	Valid

Berdasarkan tabel 2 hasil Uji Realibilitas, variabel Modal kerja dinyatakan valid karena nilai Cronbach Alpha > Standar Realibilitas, selanjutnya variabel *Maketing mix* juga dinyatakan valid karena nilai Cronbach Alpha > Standar Realibilitas, dan variabel Pendapatan juga dinyatakan valid karena nilai Cronbach Alpha > Standar Realibilitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang digunakan dalam penelitian adalah valid.

3.2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (Modal kerja, *Marketing Mix*) terhadap variabel dependen yaitu Pendapatan Petani. Hasil perhitungan analisis regresi linear berganda disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardize	T	Sig.

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

				d Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.899	5.213		5.927	.000
	X1	.453	.188	.316	2.410	.019
	X2	.379	.080	.296	2.254	.028
a. Dependent Variable: Y						

Berdasarkan tabel 3 Hasil Analisis Regresi berganda menggunakan SPSS didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y=30.899+0.453+0.379 \quad (1)$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui pengaruh Modal kerja dengan nilai koefisien ($b_{1)}$ = 0,453 yang berarti bahwa bila skor variabel Modal kerja bertambah 1 poin sementara variabel lainnya dipertahankan maka akan meningkatkan Pendapatan Petani sebesar 0,453 poin dengan tingkat signifikan (p) = 0,019 < taraf kesalahan (α) = 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Modal Kerja berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Pendapatan Petani. Selanjutnya Variabel *Marketing Mix* dengan nilai koefisien (b_2) 0,379 yang berarti bahwa bila skor variabel *Marketing Mix* bertambah 1 poin sementara variabel lainnya dipertahankan maka akan meningkatkan Pendapatan petani sebesar 0.379 poin dengan tingkat signifikansi (p) = 0.028 < taraf kesalahan (α) = 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Marketing Mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan petani.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh variabel pengaruh antara variabel independen (Modal kerja, *Marketing Mix*) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Pendapatan Petani. Hasil perhitungan analisis disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4. Hasil Analisis Secara Simultan

ANOVA[b]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.238	2	42.119	4.094	.022[a]
	Residual	586.345	57	10.287		
	Total	670.583	59			
a. Predictors: (Constant), X2, X1						
b. Dependent Variable: Y						

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

Berdasarkan Tabel 4. Hasil Analisis Secara Simultan maka dapat diketahui bahwa variabel-variabel yang berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan petani diperoleh nilai F_{hitung} = 4,094 dengan angka signifikansi (p) = 0,022 < α = 0,05 yang berarti bahwa Ho ditolak dan H_a diterima. Atau dengan kata lain, memang benar bahwa variabel Modal kerja dan *Marketing Mix* berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan Petani buah naga di Desa Tottong.

3.3. Pembahasan

3.3.1. Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Petani

Variabel Modal kerja dengan nilai koefisien ($b_{1)}$ = 0,453 yang berarti bahwa bila skor variabel Modal kerja bertambah 1 poin sementara variabel lainnya dipertahankan maka akan meningkatkan Pendapatan Petani sebesar 0,453 poin dengan tingkat signifikan (p) = 0,019 < taraf kesalahan (α) = 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Modal Kerja berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Pendapatan Petani. Temuan hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Setyaningsih & Wibowo, 2013) yang menyatakan bahwa modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta. Selanjutnya penelitian ini juga memperkuat penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad, 2018)yang menyatakan bahwa Modal Kerja, Tenaga Kerja, dan Biaya Bahan Baku berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha home industri tempe di Desa Sepande Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. Namun hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hijri & Saraturrahmi, 2018) yang menyatakan bahwa Secara parsial (uji t) variabel modal berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang ikan tongkol lisong di Kota Lhokseumawe.

3.3.2. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pendapatan Petani

Berdasarkan hasil analisis Variabel *Marketing Mix* dengan nilai koefisien (b_2) 0,379 yang berarti bahwa bila skor variabel *Marketing Mix* bertambah 1 poin sementara variabel lainnya dipertahankan maka akan meningkatkan Pendapatan petani sebesar 0.379 poin dengan tingkat signifikansi (p) = 0.028 < taraf kesalahan (α) = 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Marketing Mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan petani. Penelitin ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Mutmainnah,2018) yang menyatakan bahwa Terdapat hubungan positif antara variabel marketing mix yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat terhadap peningkatan omzet penjualan pada Rumah Jahit Akhwat di Kota Makassar, dimana semakin baik marketing mix diterapkan maka omzet penjualanpun akan meningkat. Selanjutnya hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh yang (Fitri, 2018) menyatakan bahwa strategi pemasaran pada usaha kerupuk kemplang berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Hal tersebut dapat dilihat dari strategi pemasaran

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

yang digunakan, baik dari segi strategi produk dengan menghasilkan produk yang diminati konsumen, dari segi harga yang tidak terlalu mahal, segi promosi yang dilakukan dengan mempromosikan secara langsung maupun dari mulut ke mulut sehingga dapat menarik konsumen, dari segi tenaga manusia yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk kerupuk kemplang, dan dari segi pendistribusiannya. Semua strategi sudah diterapkan oleh pemilik usaha, dan berpengaruh terhadap pendapatan usaha kerupuk kemplang di desa Adijaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan Hasil analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel Modal Kerja secara parsial berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Pendapatan Petani Buah naga di Desa Tottong Kabupaten Soppeng. Kemudian variabel *Marketing Mix* secara parsial berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Pendapatan Petani Buah naga di Desa Tottong Kabupaten Soppeng. Selanjutnya variabel Modal kerja dan *Marketing Mix* berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan Petani buah naga di Desa Tottong Kabupaten Soppeng.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang diberikan oleh penulis kepada Petani buah naga di Desa Tottong Kabupaten Soppeng adalah dalam menentukan besaran modal kerja yang digunakan harus mempertimbangkan hasil usaha yang akan didapatkan, selain itu dalam memperoleh modal kerja diharapkan memilih Bank atau Lembaga Pembiayaan lainnya yang memberikan beban bunga yang rendah. Selanjutnya dalah hal penerapan *Marketing Mix,* Petani Buah naga di Desa Tottong, lebih menekankan pada indikator produk yang ditawarkan, dalam hal ini kualitas buah naga yang ditawarkan harus masih segar memiliki cita rasa yang enak, dan menawarkan varian buah naga yang telah diolah.

Referensi :

Jurnal

Arlina Nurbaity Lubis,"Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis." Jurnal Manajemen. Universitas Sumatera Utara, hal. 5, 2014

D.W.Arya, B.W.I Gusti, Panji Sedana.I.B, "Pengaruh Kebijakan Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Farmasi Dan Food And Beverage Di BEI," E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 6.6: 2193-2222, 2017.

Fitri, Y. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Kemplang Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Home Industri Di Desa Adijaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah). Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro.

Henry. R. Setiawan," Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawandi PT. Samudra Bahari Utama, AGORA Vol. 5, No. 1, (2017)

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343

Hesti Budiwati, "Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Di Kabupaten Lumajang". Jurnal WIGA Vol. 2 No. 2, September 2012 ISSN NO 2088-0944

Hijri, J., & Saraturrahmi. (2018). Pengaruh Modal Dan Permintaan Terhadap Pendapatan Pedagang Ikan Tongkol Lisong Dikota Lhokseumawe. Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal Volume 01Nomor 01 Mei 2018 E-ISSN: 2614-4565

Jauhari Ahmad," Pengaruh Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas,"Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.1,No. 1, 2016.

Muhammad, A. K. (2018). Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, Dan Biaya Bahan Baku Terhadap Pendapatan Pengusaha Home Industri Tempe Di Desa Sepande Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo.

Munandar.A, Nurul Huda, M.V.Arilangga," Efisiensi Penggunaan Modal Kerja pada PT. Holcim Tbk," Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.8, No.1, 89-98, Mei 2019.

Noor Syamsudin," Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang," Jurnal INTEKNA, Tahun XIV, No. 2 : 102 – 209, Nopember 2014

Nurlela, M.Arif," Faktor- faktor yang Mempengaruh Pendapatan Pengecer Pinang di Kecamatan Matang Kuli Kabupaten Aceh Utara," Jurnal Fisioner & Strategis, Vol 7, No. 1, p.31-39, 2018

Setyaningsih, S. U., & Wibowo, E. (2013). Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel ModerasI (Survei Pada Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta). Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol. 13, No. 2, Oktober 2013: 171 – 180

Buku

Sugiyono, 2011,"Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D. Alfabeta

DOI : 10.37531/mirai.v6i2.1343