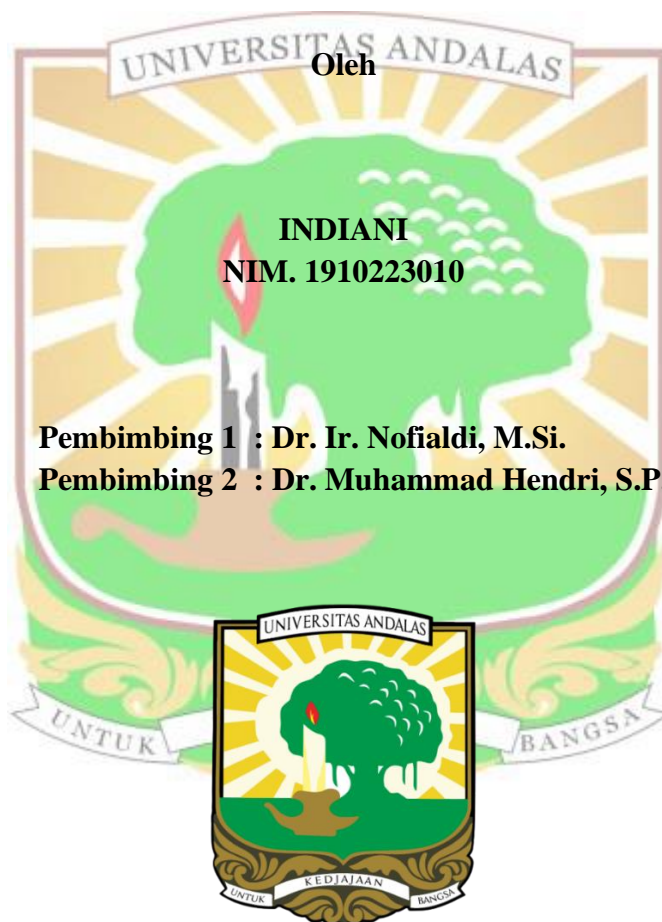


**PENGARUH PERILAKU ORIENTASI PASAR TERHADAP
KINERJA PEMASARAN PADA USAHATANI BAWANG
MERAH DI NAGARI ALAHAN PANJANG KECAMATAN
LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK**

SKRIPSI



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

PENGARUH PERILAKU ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA USAHATANI BAWANG MERAH DI NAGARI ALAHAN PANJANG KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK

Abstrak

Bawang merah menjadi salah satu komoditas hortikultura unggulan yang memberikan kontribusi nyata dalam mendukung perekonomian bangsa seperti penyediaan produk pangan, kesehatan dan kosmetika, perdagangan, penciptaan produk domestik bruto dan mampu menyerap tenaga kerja. Produksi bawang merah yang terus meningkat diikuti dengan jumlah permintaannya yang juga meningkat. Sebagian besar penduduk bermata pencaharian sebagai petani sehingga persaingan yang ada tidak bisa dihindari terutama bagi petani yang menanam bawang merah. Untuk itu petani harus berorientasi pada pasar agar memiliki kinerja pemasaran yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan orientasi pasar dan kinerja pemasaran serta menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada usahatani bawang merah di Nagari Alahan Panjang, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif (*descriptive research*) dan eksplanatori. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *snowball sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 40 petani bawang merah. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan skala likert. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan petani bawang merah telah berorientasi pasar karena telah berorientasi pelanggan, berorientasi pesaing, serta terkoordinasi tenaga kerja dan memiliki kinerja pemasaran yang cukup baik. Hasil pengujian dengan analisis PLS menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci : Bawang Merah, Orientasi Pasar, Kinerja Pemasaran, Nagari Alahan Panjang

THE INFLUENCE OF MARKET ORIENTATION BEHAVIOR ON MARKETING PERFORMANCE IN RED ONION FARMING IN NAGARI ALAHAN PANJANG, LEMBAH GUMANTI DISTRICT, SOLOK REGENCY

Abstract

Shallots are one of the leading horticultural commodities which make a real contribution in supporting the nation's economy, such as providing food, health and cosmetic products, trade, creating gross domestic product and being able to absorb labor. Shallot production continues to increase followed by an increase in demand. Most of the population makes their living as farmers so that competition cannot be avoided, especially for farmers who grow shallots. For this reason, farmers must be market-oriented to have good marketing performance. This research aims to describe market orientation and marketing performance and analyze the influence of market orientation on marketing performance in shallot farming in Nagari Alahan Panjang, Lembah Gumanti District, Solok Regency. The method used is descriptive research and explanatory research. The sampling technique in this research used the snowball sampling method and a sample of 40 shallot farmers was obtained. Data was obtained by distributing questionnaires using a Likert scale. The data analysis used is descriptive analysis and Partial Least Square (PLS) analysis. Based on research that has been conducted, shallot farmers are market oriented because they are customer oriented, competitor oriented, and have a coordinated workforce and have quite good marketing performance. Test results using PLS analysis show that market orientation has a positive and significant effect on marketing performance.

Keywords : Shallot, Market Orientation, Marketing Performance, Nagari Alahan Pajang

