

**PENGARUH ORIENTASI PASAR EKSPOR TERHADAP KINERJA
PEMASARAN MANGGIS DI PROVINSI SUMATERA BARAT**

Tesis

OLEH



**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

PENGARUH ORIENTASI PASAR EKSPOR TERHADAP KINERJA PEMASARAN MANGGIS DI PROVINSI SUMATERA BARAT

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya orientasi pasar ekspor dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi orientasi pasar ekspor dan kinerja pemasaran komoditas manggis di Provinsi Sumatera Barat serta menganalisis pengaruh orientasi pasar ekspor terhadap kinerja pemasaran komoditas manggis di Provinsi Sumatera Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan metode eksplanatori. Sampel petani manggis dan eksportir manggis ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan jumlah sampel sebanyak 99 sampel. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Square (PLS)*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa petani dan eksportir manggis di Provinsi Sumatera Barat sudah berorientasi pasar ekspor dengan nilai variabel sebesar 3,66 dengan memenuhi nilai orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antarfungsi serta usahatani manggis dan *packing house* di Provinsi Sumatera Barat memiliki kinerja pemasaran yang baik dengan nilai variabel sebesar 3,66 dengan memenuhi nilai volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan pertumbuhan laba. Hasil pengujian pengaruh orientasi pasar ekspor terhadap kinerja pemasaran menunjukkan bahwa orientasi pasar ekspor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran manggis di Provinsi Sumatera Barat.

Kata Kunci : Orientasi, Kinerja, Pemasaran, Manggis



THE EFFECT OF EXPORT MARKET ORIENTATION ON MANGOSTEEN MARKETING PERFORMANCE IN WEST SUMATRA PROVINCE

ABSTRACT

This study is based on the importance of export market orientation in improving marketing performance. This study aims to describe the conditions of export market orientation and marketing performance of mangosteen commodities in West Sumatra Province and to analyze the effect of export market orientation on marketing performance of mangosteen commodities in West Sumatra Province. The research method used is descriptive research method and explanatory method. Samples of mangosteen farmers and mangosteen exporters were determined using the Slovin formula with a total sample of 99 samples. Data were obtained by distributing questionnaires using a Likert scale. Data analysis used is descriptive analysis and quantitative analysis with the Partial Least Square (PLS) approach using the SmartPLS 4.0 application. Based on the research conducted, it can be seen that Mangosteen farmers and exporters in West Sumatra Province are already export market oriented with a variable value of 3.66 by meeting the values of customer orientation, competitor orientation and interfunctional coordination and mangosteen farming and packing houses in West Sumatra Province have good marketing performance with a variable value of 3.66 by meeting the values of sales volume, customer growth and profit growth. The results of the test of the influence of export market orientation on marketing performance show that export market orientation has a positive and significant effect on mangosteen marketing performance in West Sumatra Province.

Keywords: Orientation, Performance, Marketing, Mangosteen

