

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KINERJA PEMASARAN PADA AGROINDUSTRI GULA
AREN DI KABUPATEN TANAH DATAR**

SKRIPSI



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA AGROINDUSTRI GULA AREN DI KABUPATEN TANAH DATAR

ABSTRAK

Bauran pemasaran merupakan strategi penting yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi, yang secara langsung memengaruhi keputusan konsumen dan daya saing usaha. Penerapan bauran pemasaran yang tepat diyakini mampu meningkatkan kinerja pemasaran, seperti volume penjualan, kepuasan pelanggan, dan perluasan pasar. Nagari Andaleh Baruh Bukit merupakan salah satu daerah penghasil gula aren terbesar di Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat, terdapat 98 UMK pengolah gula aren, namun masih terkendala dalam pemasaran produk. Produk hanya dipasarkan ke pasar tradisional, lokal dan belum mengemas produk dengan logo usaha dan kemasan yang modern. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi bauran pemasaran dan kinerja pemasaran pada agroindustri gula aren di Nagari Andaleh Baruh Bukit Kecamatan Sungayang Kabuapten Tanah Datar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dan eksplanatori. Sampel pada penelitian ini adalah 50 pengusaha agroindustri gula aren dengan metode nonprobability sampling. Analisis data menggunakan model SEM-PLS. Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan variabel produk, promosi, dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Saran pada penelitian diperlukan upaya penetapan harga yang lebih stabil dan transparan melalui peran koperasi atau kelompok tani, serta peningkatan kualitas dan pengemasan produk untuk mendukung strategi harga berbasis nilai tambah dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Gula Aren, SEM-PLS, Nagari Andaleh Baruh Bukit.



ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON MARKETING PERFORMANCE IN PALM SUGAR AGROINDUSTRY IN TANAH DATAR REGENCY

ABSTRACT

The marketing mix is a core strategy in marketing comprising four main elements: product, price, place, and promotion. The combination of these four elements is crucial because it directly influences consumer purchasing decisions and a business's competitiveness. By effectively implementing the marketing mix, businesses can optimize their marketing performance, increasing sales volume, customer satisfaction, and market expansion. Nagari Andaleh Baruh Bukit in Tanah Datar Regency, West Sumatra, is one of the largest regions for palm sugar production. Although there are 98 Micro and Small Enterprises (MSEs) processing palm sugar, they still face challenges in marketing their products. Currently, the products are only distributed to traditional and local markets, and they have not adopted more modern packaging that displays the product brand or business logos. This study aims to describe the marketing mix and marketing performance of the palm sugar agroindustry in Nagari Andaleh Baruh Bukik, Sungayang District, Tanah Datar Regency. The research employed a descriptive and explanatory reseach method. The research sample consists of 50 palm sugar entrepreneurs, selected using a non-probability sampling method. Data analysis was conducted using the SEM-PLS model. The research funding indicates that the variables of product, promotion, and place have a positive and significant impact on marketing performance. In contrast, the price variable does not significantly affect the marketing performance of palm sugar. Based on this research, it's recommended to strive for a more stable and transparent price setting. One way to achieve this is by involving cooperatives or farmer associations in determining a minimum price that benefits producers

Keywords: Marketing Mix, Palm Sugar, SEM-PLS, Nagari Andaleh Baruh Bukit.