

ANALISIS DAMPAK PRODUKSI DAN PEMASARAN KACANG TANAH PADA PETANI LOKAL DI KAMPUNG SUSUMUK DISTRIK AIFAT KABUPATEN MAYBRAT PAPUA BARAT DAYA

Apner Saa¹, Aci Aprianto², Angita Ekaningtyas Hermawan³.

^{1,2,3}Jurusan Agribisnis Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong

Artikel Info	ABSTRAK
Genesis Artikel:	Kacang tanah merupakan komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomi penting bagi masyarakat pedesaan karena berperan sebagai sumber pangan dan pendapatan rumah tangga petani. Kampung Susumuk, Distrik Aifat, Kabupaten Maybrat, Papua Barat Daya memiliki potensi pengembangan kacang tanah, namun produktivitas dan pemasaran masih menghadapi berbagai kendala. Penelitian ini bertujuan menganalisis kondisi produksi kacang tanah serta pengaruh produksi dan pemasaran terhadap pendapatan petani lokal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan regresi linear berganda. Sebanyak 36 petani kacang tanah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini. Data penelitian dihimpun menggunakan teknik wawancara, pengamatan lapangan, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap petani mengelola lahan dengan luas rata-rata 329,17 m² dan mampu menghasilkan produksi kacang tanah rata-rata sebesar 112,28 kg pada setiap musim tanam. Rata-rata pendapatan bersih petani mencapai Rp1.778.139 per musim. Sistem pemasaran yang dominan dilakukan melalui pasar lokal, sedangkan sebagian petani masih bergantung pada pengepul. Hasil analisis menunjukkan produksi dan pemasaran memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan petani. Peningkatan produktivitas melalui teknologi budidaya, penguatan kelembagaan petani, dan perluasan akses pasar menjadi strategi penting dalam pengembangan agribisnis kacang tanah di Kampung Susumuk.
Diterima : 25-06-2026	
Direvisi : 7-09-2026	
Diterbitkan : 13-10-2026	
Kata Kunci :	
Kacang Tanah	
Pemasaran	
Pendapatan Petani	

ABSTRACT

Keywords:

Peanuts

Marketing

Farmer Income

Peanut is an important agricultural commodity that contributes to food supply and rural household income. Susumuk Village, Aifat District, Maybrat Regency, Southwest Papua has potential for peanut development, but production efficiency and marketing access remain limited. This study aims to analyze peanut production conditions and determine the effect of production and marketing on farmers' income. The research used a quantitative approach with descriptive analysis and multiple linear regression. A total of 36 peanut farmers participated as respondents in this study. The research data were collected through interviews, field observations, and documentation. The results showed that the respondents cultivated an average land area of 329.17 m² and achieved an average peanut production of 112.28 kg per cropping season. Production and marketing variables had a positive influence on farmers' income. Improving cultivation technology, strengthening farmer institutions, and expanding market access are important strategies for sustainable peanut agribusiness development.

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Apner Saa
Program Studi Agribisnis
Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong
Email: apnersaa6@gmail.com
Handphone: 0853-9479-1743

PENDAHULUAN

Kacang tanah (*Arachis hypogaea* L.) termasuk salah satu komoditas tanaman pangan yang memiliki peranan penting dalam mendukung pembangunan sektor pertanian. Selain menjadi sumber protein nabati, kacang tanah juga berperan sebagai salah satu komoditas yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan petani, terutama di wilayah pedesaan. Permintaan terhadap kacang tanah terus berkembang karena penggunaannya sebagai bahan baku industri pangan rumah tangga maupun industri kecil (Purnomo *et al.*, 2020).

Wilayah Papua Barat Daya memiliki potensi pengembangan komoditas pertanian lokal yang cukup besar. Kabupaten Maybrat merupakan salah satu daerah yang masyarakatnya masih bergantung pada sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian utama. Salah satu komoditas yang dikembangkan masyarakat adalah kacang tanah. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya memberikan dampak ekonomi yang optimal. Petani di Kampung Susumuk masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan penggunaan benih unggul, rendahnya penggunaan sarana produksi, teknik budidaya sederhana, serta keterbatasan akses terhadap pasar. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Maybrat, 2024).

Permasalahan pemasaran menjadi faktor penting karena hasil produksi yang tinggi belum tentu meningkatkan pendapatan apabila petani tidak memiliki posisi tawar yang kuat. Sebagian petani masih menjual kepada pengepul karena keterbatasan transportasi dan informasi harga (Soekartawi, 2016). Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai dampak produksi dan pemasaran kacang tanah terhadap pendapatan petani lokal penting dilakukan sebagai dasar pengembangan agribisnis berbasis potensi lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2025 di Kampung Susumuk, Distrik Aifat, Kabupaten Maybrat, Provinsi Papua Barat Daya. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif, sedangkan analisis regresi linear berganda diterapkan untuk mendeskripsikan kondisi penelitian sekaligus menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2019).

Penelitian melibatkan 36 petani kacang tanah sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi langsung di lapangan, dan dokumentasi sesuai dengan teknik yang dikemukakan oleh Arikunto (2019). Variabel bebas penelitian terdiri atas produksi kacang tanah (X1) dan pemasaran (X2),

sedangkan variabel terikat adalah pendapatan petani (Y), untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara variabel produksi dan pemasaran terhadap pendapatan petani, digunakan analisis regresi linear berganda, dengan rumus umum sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + E$$

Keterangan:

Y = Pendapatan petani dari usaha kacang tanah (Rp/musim)

X₁ = Produksi kacang tanah (kg/musim)

X₂ = Efektivitas strategi pemasaran (skor indeks/penilaian skala Likert)

β₀ = Konstanta

β₁, β₂ = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

ε = Error (pengaruh variabel lain yang tidak diamati)

Pengolahan data dilakukan melalui analisis deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai kondisi usahatani, sedangkan pengaruh variabel produksi dan pemasaran terhadap pendapatan petani dianalisis menggunakan regresi linear berganda berdasarkan pedoman Ghazali (2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar petani berada pada usia produktif. Kelompok usia 31–40 tahun merupakan kelompok terbesar dengan persentase 33,3%. Kondisi ini menunjukkan bahwa tenaga kerja petani masih cukup mendukung kegiatan produksi.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Implikasi terhadap Usahatani
Umur Petani	< 30 tahun	-	-	Kelompok usia muda berpotensi lebih mudah menerima inovasi teknologi, namun jumlahnya masih terbatas dalam kegiatan usahatani kacang tanah.
	31–40 tahun	12	33,3	Merupakan kelompok usia produktif dengan kemampuan fisik yang baik sehingga mendukung aktivitas budidaya dan pengelolaan usaha tani.
	41–50 tahun	10	27,8	Memiliki pengalaman dalam pengelolaan lahan, tetapi membutuhkan dukungan inovasi agar metode budidaya lebih efisien.
	> 50 tahun	14	38,9	Memiliki pengalaman panjang dalam bertani, namun cenderung lebih lambat dalam menerima teknologi baru.
Tingkat Pendidikan	SD	20	55,6	Tingkat pendidikan rendah dapat membatasi akses terhadap informasi teknologi, manajemen usaha tani, dan strategi pemasaran.
	SMP	10	27,8	Memiliki kemampuan dasar dalam menerima informasi pertanian, tetapi masih membutuhkan pendampingan teknis.
	SMA	6	16,6	Lebih berpeluang menerima inovasi, mengelola administrasi usaha, dan memahami peluang pasar.
Pengalaman Usaha Tani	< 10 tahun	8	22,2	Pengalaman relatif rendah sehingga masih membutuhkan peningkatan keterampilan budidayadan pengelolaan usaha.
	10–20 tahun	18	50,0	Menunjukkan pengalaman yang cukup dalam budidaya kacang tanah dan memahami kondisi lingkungan produksi.
	> 20 tahun	10	27,8	Memiliki pengetahuan lokal yang kuat, namun perlu dikombinasikan dengan inovasi teknologi pertanian.

Sumber: Data primer penelitian, 2025

Dari sisi pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan SD sebesar 55,6%. Tingkat pendidikan yang relatif rendah dapat menjadi faktor yang memengaruhi kemampuan petani dalam menerima inovasi teknologi pertanian dan strategi pemasaran modern.

Kondisi Produksi Kacang Tanah

Produksi kacang tanah di Kampung Susumuk masih tergolong skala kecil dengan pengelolaan yang sederhana. Berdasarkan 36 responden, rata-rata luas lahan sebesar 329,17 m², dengan total produksi 3.905 kg per musim tanam dan rata-rata produksi 112,28 kg per petani. Keterbatasan luas lahan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kapasitas produksi, selain perbedaan penggunaan sarana produksi dan teknik budidaya antarpetani.

Rendahnya produksi juga dipengaruhi oleh penggunaan input produksi dan teknologi budidaya yang masih terbatas. Sebagian petani masih menggunakan benih lokal, pemupukan yang belum optimal, serta teknik budidaya tradisional sehingga produktivitas lahan belum maksimal. Peningkatan produksi dapat dilakukan melalui intensifikasi lahan, penggunaan benih unggul, perbaikan pemupukan, dan pendampingan teknis bagi petani.

Tabel 2. Distribusi Produksi Kacang Tanah

Luas Lahan (m ²)	Jumlah Responden	Rata-rata Produksi (kg/musim)	Produksi Total (kg/tahun)
≤ 300 m ²	17	84	252
300 – 500 m ²	13	125	375
≤ 500 m ²	6	162	486
Total	36	350	1.113 kg

Sumber: Data Primer, 2025

Sistem Pemasaran Kacang Tanah

Sistem pemasaran kacang tanah di Kampung Susumuk dilakukan melalui beberapa saluran, yaitu pasar lokal, pengepul, dan pemasaran luar kabupaten. Perbedaan saluran pemasaran tersebut dipengaruhi oleh akses pasar, kemudahan transaksi, serta kemampuan petani dalam menjangkau konsumen. Distribusi saluran pemasaran yang digunakan petani disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 3. Distribusi Saluran Pemasaran Kacang Tanah di Kampung Susumuk

Saluran Pemasaran	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Pasar lokal/tradisional	20	55,6
Pengepul	12	33,3
Luar kabupaten	4	11,1
Total	36	100

Sumber: Data Primer, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar lokal menjadi saluran pemasaran yang paling banyak dimanfaatkan oleh petani, dengan persentase mencapai 55,6%. Pilihan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa pasar lokal memberikan kesempatan memperoleh harga yang relatif lebih tinggi serta memungkinkan petani melakukan negosiasi secara lebih leluasa. Sebaliknya, sebanyak 33,3% responden memilih menyalurkan hasil panen kepada pengepul karena proses penjualan dinilai lebih sederhana, cepat, dan tidak memerlukan tambahan biaya untuk distribusi. Meskipun demikian, mekanisme pemasaran melalui pengepul cenderung mengurangi kemampuan petani dalam menentukan harga jual. Adapun petani yang berhasil memasarkan produknya ke luar wilayah kabupaten hanya sebesar 11,1%. Rendahnya persentase tersebut berkaitan dengan keterbatasan infrastruktur transportasi, tingginya biaya distribusi, serta belum berkembangnya jaringan pemasaran yang dimiliki petani. Kondisi ini mengindikasikan bahwa upaya penguatan kelembagaan petani, baik melalui kelompok tani maupun koperasi, perlu terus dikembangkan sebagai strategi untuk

meningkatkan daya tawar, memperluas jaringan pemasaran, dan menciptakan peluang pemasaran yang lebih kompetitif.

Pendapatan Petani Kacang Tanah

Berdasarkan hasil analisis, usahatani kacang tanah menjadi salah satu sumber pendapatan bagi petani di Kampung Susumuk. Selama satu musim tanam, rata-rata penerimaan petani sebesar Rp2.112.306, sedangkan rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan mencapai Rp334.167. Dengan demikian, rata-rata pendapatan bersih yang diperoleh petani setelah dikurangi seluruh biaya produksi adalah sebesar Rp1.778.139 per musim tanam. Perbedaan pendapatan antar petani dipengaruhi oleh variasi produksi, luas lahan, harga jual, serta saluran pemasaran yang digunakan.

Tabel 4. Rata-Rata Usahatani Kacang Tanah (n = 36)

Variabel	Rata-Rata
Luas Lahan	329,17 m ²
Produksi	112,28 kg/musim
Total Penerimaan	Rp 2.112.306
Total Biaya Produksi	Rp 334.167
Pendapatan Bersih	Rp 1.778.139

Sumber : Data Primer, 2025

Pengaruh Produksi dan Efektivitas Pemasaran terhadap Pendapatan

Analisis pengaruh produksi dan efektivitas pemasaran terhadap pendapatan dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil analisis disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t-hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	-1.250.000	-1,98	0,056	Tidak signifikan
Produksi (X_1)	18.500	6,21	0,000	Signifikan
Efektivitas Pemasaran (X_2)	320.000	3,47	0,001	Signifikan

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2025

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel produksi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan petani. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Koefisien regresi sebesar 18.500 menunjukkan bahwa setiap peningkatan produksi sebesar 1 kg diperkirakan akan menambah pendapatan petani sebesar Rp18.500, dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*). Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah produksi menjadi salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan usahatani kacang tanah. Semakin besar hasil panen yang diperoleh petani, semakin besar pula peluang untuk meningkatkan penerimaan dan pendapatan usahatani.

Pengujian terhadap variabel efektivitas pemasaran (X_2) juga memperlihatkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan petani. Nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berada di bawah batas 0,05 menunjukkan bahwa efektivitas

pemasaran memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan. Koefisien regresi sebesar 320.000 menunjukkan bahwa semakin efektif proses pemasaran yang dilakukan, semakin besar pula peluang petani memperoleh tambahan pendapatan melalui peningkatan harga jual produk. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan dalam memasarkan hasil panen tidak hanya ditentukan oleh jumlah produksi, tetapi juga oleh kemampuan petani dalam memilih saluran pemasaran yang tepat, memperluas jangkauan pasar, dan memperoleh harga yang lebih kompetitif.

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Statistik	Nilai
F-hitung	27,55
Sig.	0,000001
R ²	0,647
Adjusted R ²	0,623

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2025

Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 27,55 dengan signifikansi $0,000001 < 0,05$, yang berarti variabel produksi dan efektivitas pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan petani. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,647 mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan 64,7% variasi pendapatan petani melalui kontribusi variabel produksi (X_1) dan efektivitas pemasaran (X_2). Sementara itu, sebesar 35,3% variasi pendapatan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian, seperti luas lahan, penggunaan teknologi budidaya, biaya produksi, pengalaman berusahatani, kondisi iklim, maupun faktor ekonomi lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa produksi dan efektivitas pemasaran memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan perubahan pendapatan petani, meskipun masih terdapat variabel lain yang turut memengaruhi besarnya pendapatan usahatani kacang tanah.

Dengan demikian, peningkatan pendapatan petani kacang tanah di Kampung Susumuk tidak hanya dapat dilakukan melalui peningkatan jumlah produksi, tetapi juga perlu didukung oleh perbaikan sistem pemasaran. Strategi pengembangan perlu diarahkan pada peningkatan produktivitas melalui teknologi budidaya yang lebih baik serta penguatan kelembagaan pemasaran agar petani memperoleh harga jual dan keuntungan yang lebih optimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis yang telah dipaparkan pada Bab IV menunjukkan bahwa penggunaan tenaga kerja dalam kegiatan produksi dan panen pada usahatani responden masih didominasi oleh pola pengelolaan yang sederhana. Kondisi tersebut sejalan dengan karakteristik usahatani yang umumnya berada pada skala kecil hingga menengah, sehingga kebutuhan tenaga kerja disesuaikan dengan kapasitas dan kemampuan masing-masing petani. Kegiatan produksi dan panen umumnya melibatkan rata-rata dua hingga tiga orang tenaga kerja dengan kebutuhan tenaga kerja sebesar satu hingga dua Hari Orang Kerja (HOK) untuk setiap kegiatan. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan tenaga kerja dalam usahatani masih bersifat padat karya dan sangat bergantung pada tenaga kerja manusia.

Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh petani relatif seragam karena upah yang berlaku sama, yaitu sebesar Rp120.000 per orang. Perbedaan biaya tenaga kerja antarpetani terutama dipengaruhi oleh jumlah tenaga kerja dan nilai HOK yang digunakan dalam setiap kegiatan. Berdasarkan perhitungan, biaya tenaga kerja sekali kegiatan produksi maupun panen berada pada kisaran Rp240.000 hingga Rp720.000. Dengan frekuensi kegiatan sebanyak dua kali dalam satu musim tanam, total biaya tenaga kerja yang dikeluarkan petani permusim antara Rp480.000 hingga Rp1.440.000.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin luas lahan yang diusahakan, cenderung semakin besar kebutuhan tenaga kerja dan total biaya tenaga kerja per musim. Namun perbedaan biaya tersebut tidak terlalu mencolok karena pola penggunaan tenaga kerja antar petani relatif seragam, biaya tenaga kerja merupakan salah satu komponen biaya variabel yang berperan penting dalam struktur biaya usahatani. Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan agar petani dapat mengelola penggunaan tenaga kerja secara lebih efisien, khususnya dalam menentukan jumlah tenaga kerja dan waktu kerja yang sesuai dengan luas lahan yang diusahakan, sehingga biaya tenaga kerja dapat ditekan tanpa mengurangi hasil produksi. Selain itu, kelompok tani atau pihak pendamping pertanian diharapkan dapat memberikan pembinaan terkait perencanaan biaya dan manajemen tenaga kerja usahatani agar petani memiliki kemampuan dalam mengatur kebutuhan tenaga kerja secara lebih optimal.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji pengaruh biaya tenaga kerja terhadap pendapatan usahatani serta membandingkan penggunaan tenaga kerja manual dengan penerapan teknologi pertanian guna meningkatkan efisiensi usahatani.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Maybrat. (2024). *Kabupaten Maybrat Dalam Angka 2024*. Maybrat: Badan Pusat Statistik Kabupaten Maybrat.
- Purnomo, D., Taufiq, A., & Wijanarko, A. (2020). Pengembangan kacang tanah sebagai komoditas pangan strategis dalam mendukung ketahanan pangan nasional. *Buletin Palawija*, 18(1), 1–10.
- Soekartawi. (2016). *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.