

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *Farmer Field Day* (FFD) dan *One Day Promotion* (ODP) terhadap minat beli petani produk Ultimax PT Agricon Indonesia di Desa Sumberjo, Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *Farmer Field Day* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli petani terhadap produk Ultimax. Meskipun kegiatan *Farmer Field Day* (FFD) memberikan pengalaman langsung kepada petani melalui demonstrasi plot di lapangan. Pengalaman tersebut belum cukup kuat untuk mendorong keputusan minat beli petani terhadap produk ultimax. Hal ini disebabkan oleh factor lain seperti, misalnya seperti harga, kebiasaan membeli produk lama atau kurangnya tindak lanjut promosi.
2. Variabel *One Day Promo* (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli petani produk Ultimax. dengan nilai t hitung signifikan sehingga hipotesis Ha2 diterima. Hal ini menunjukan bahwa kegiatan ODP yang menawarkan dalam satu hari disertai hadiah dan bonus mampu mendorong minat beli petani.
3. Secara simultan, variabel *Farmer Field Day* dan *One Day Promotion* berpengaruh signifikan terhadap minat beli petani. Kombinasi pendekatan edukatif jangka panjang *Farmer Field Day* dengan insentif promosi langsung pada saat *One Day Promotion* terbukti efektif secara bersama-sama dalam meningkatkan minat beli petani terhadap produk Ultimax PT Agricon Indonesia.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT Agricon Indonesia, disarankan untuk lebih mengoptimalkan kegiatan *One Day Promotion* mengingat pengaruhnya yang signifikan terhadap minat beli, misalnya dengan menambah frekuensi kegiatan dan memperluas jangkauan kios mitra.
2. Kegiatan *Farmer Field Day* perlu ditingkatkan frekuensi dan jangkauannya, serta melibatkan lebih banyak petani secara langsung, agar pengaruhnya terhadap minat beli dapat lebih optimal.
3. PT Agricon Indonesia disarankan untuk memadukan kedua strategi promosi *Farmer Field Day* dan *One Day Promotion* secara berkesinambungan, karena kombinasi pendekatan edukatif jangka panjang dan insentif promosi langsung terbukti paling efektif dalam mendorong minat beli petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreani, M., Ratih, A., Husaini, M., Emalia, Z., Usman, M., & Ciptawaty, U. (2023). *Analisis Pengaruh Sektor Pertanian Terhadap PDRB Sektor Pertanian di Indonesia Tahun 2015-2021*. 06(01), 6490–6507.
- Astuti, W., & Widyastuti, C. R. (2017). Pestisida Organik Ramah Lingkungan Pembasmi Hama Tanaman Sayur. *Jurnal Penerapan Teknologi Dan Pembelajaran*, 14(2), 115–120.
- Dewi Arum Sari; Nuning Lisdiana, A. F. A. (2021). *PENGARUH POTONGAN HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KIOS DEWI MAKMUR PASAR LEBAK (Studi Kasus Keputusan Pembelian di Kios Snack Kiloan Dewi Makmur Boyolali)*. 9(2), 204–211.
- Dimiyati, L. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Pada Toko “Tani Subur” Pagar Alam. *Jurnal Ekonomia*, 9(1), 1–17.
- Dwi, Y., Ramadhana, F., & Subekti, S. (2021). Pemanfaatan Metode Penyuluhan Pertanian oleh Petani Cabai Merah Utilization of Agricultural Extension Methods by Red Chilli Farmers Penyuluhan pertanian dan penerapan inovasi bagi kegiatan pertanian selalu digencarkan dengan program yang mampu merubah s. *Jurnal Kirana*, 2(2), 113–133.
- Dzaky, I. A., & Reviandani, W. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pestisida (insektisida) pada PT Kimika Usaha Prima*. 05(01), 30–37.
- Emerick, K., & Dar, M. H. (2020). *Farmer Field Days and Demonstrator Selection for Increasing Technology Adoption*.
- Esi Rosita¹, Wahyu Hidayat², W. Y. (2021). *Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial*. 4(4), 279–284. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Fauzul, M. A., & Edi, D. C. (2018). *PERSEPSI PETANI TERHADAP INTRODUKSI INOVASI AGENS HAYATI MELALUI KOMBINASI MEDIA DEMPLOT DAN FFD FARMERS*. 32(3), 167–186.
- Febrian, F., & Winayamukti, U. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli lembur batik*. 13(1), 41–55.
- Habermann, B., Crane, T. A., Mugumya, R., Worku, T., Gichuki, L., Tugume, G., Goshme, S., Maiyo, N., & Kiptoo, E. (2022). *Farmer-to-farmer field days for adaptation to climate change in livestock management*. December.
- Hariyani, N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Pestisida Organik secara Online di Landbouw Mart Ketindan. *Jurnal AgroSainTa: Widyaiswara Mandiri Membangun Bangsa*, 4(2), 105–116. <https://doi.org/10.51589/ags.v4i2.6>
- Heteroskedastisitas, D. A. N. P. (n.d.). *Uji heteroskedastisitas dan perbaikan*

heteroskedastisitas 7.1.

- Ilmu, P., Botani, A., Ridwan, M., Dewi, R., Prakoso, D., & Roidah, I. S. (2024). *Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Benih Jagung Manis Madu-59 F1 Di Kecamatan Karangploso , Malang Jawa Timur (Marketing Strategy To Increase Sales Of Sewet Corn Seeds Honey-59 F1 In Karangploso District , Malang East Java) hidup . Ketersedi. 2.*
- Insani, M., & Bisnis. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO. 128–136.*
- Ita Mamlua'atul Mufidah^{1*}, H. B., & 1, 2Prodi. (2023). *Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kejadian stunting di jawa timur. 3(3), 51–59.*
- Khairunnisa, N. F., Saidah, Z., Hapsari, H., & Wulandari, E. (2021). *Peran Penyuluh Pertanian terhadap Tingkat Produksi Usahatani Jagung The Agricultural Extension Agent ' s Role on the Level of Corn Farming Production. 17(02), 113–125.*
- Kotimah. (2024). *Kotimah, Aldona & Yongki , Relasi Pemasaran dan Kepercayaan | 35. 2(1), 35–43.*
- Maya Gita Safitri, Meliana Agustin, Ilham Syahroni, & Erlin Kurniati. (2024). *Peran Sektor Pertanian dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan untuk Pemberdayaan Ekonomi di Pulau Sumatera. Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia, 3(1), 195–204. <https://doi.org/10.61132/jepi.v3i1.1158>*
- Muhammad Abdul Kohar Septyadi, Mukhayati Salamah, & Siti Nujiyatillah. (2022). *Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>*
- Nurlina, N., Dony, A., Bahtiar, M., & Bisono, R. M. (2019). *SUMBERJO KECAMATAN GONDANG KABUPATEN NGANJUK Ppttg The Application Of The Bawang Red Light Machine In Sumberjo Village , Gondang District , Nganjuk District PENDAHULUAN Bawang merah merupakan produk unggulan Desa Sumberjo , Kecamatan Gondang , Kabupaten N. 2(2), 101–106.*
- Pratama, A., Ekonomi, F., & Pamulang, U. (2020). *JURNAL. 3(2), 12–24.*
- Rusli, R., Sahabbudin, R., Musa, I. M., Burhanuddin, Ilham, M., & Haeruddin, W. (2023). *Bridging : Journal Of Islamic Digital Economic And Management Pengaruh Beli Insektisida Virtako 300 Sc Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Toko Hikmah Tani). Journal OF Islamic Digital Economic and Management, 1(1), 172–179. <https://journal.alshobar.or.id/index.php/bridging/article/view/65>*

- Sianturi, R. (2025). *TEST NORMALITY AS A CONDITION OF HYPOTHESIS TESTING*. 11(1), 1–14.
- Sriningsih, M., Hatidja, D., Prang, J. D., & Utama, R. K. (2015). *MULTICOLLINEARITY HANDLING USING PRINCIPAL COMPONENTS REFRESSION ON IMPORTED RICE CASE IN NORTH SULAWESI PROVINCE*.
- Sulistiawati, & Riofita. (2024). Pentingnya Konsep dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 1(1), 51–56.
- Sulistyo, E., Pamungkas, S., & Ghulamudin, M. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Anggrek pada Kios Tanaman Hias Tegal*. 05(01), 36–46.
- Sutriadi, M. T., Harsanti, E. S., Wahyuni, S., & Wihardjaka, A. (2020). Pestisida Nabati: Prospek Pengendali Hama Ramah Lingkungan. *Jurnal Sumberdaya Lahan*, 13(2), 89. <https://doi.org/10.21082/jsdl.v13n2.2019.89-101>
- Thomas, E. G. A., Ahmad, Y. K., & Luthfi, F. (2023). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA, DAN PENDAPATAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat) The*. 7(4), 58–65.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 1–8. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>
- Utami, M. S., Utami, D. P., & Widiyanto, D. (2021). Strategi promosi benih melon pada masa pandemi Covid-19 di PT Tunas Agro Persada Kabupaten Boyolali. *Surya Agritama*, 10(1), 106–121.
- Widayat, E. W., & Kartikawati, S. (2021). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Personal, dan Pemasaran Langsung Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Gici*, 13(2), 37–52.
- Wijaya, A. R., Nurmala, D., Hutapea, M. C. L., Sudirman, K., & Arifin, M. B. (2025). *Peranan Budaya dalam Mengurangi Dampak Penggunaan Pestisida Berlebihan Terhadap Kualitas Sumberdaya Alam Pada Wilayah Perairan*. 2(1), 32–39.