



EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMASARAN TERNAK SAPI DI KELURAHAN TAMBUN KECAMATAN BAOLAN KABUPATEN TOLITOLI

THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA ON THE MARKETING OF CATTLE IN TAMBUN VILLAGE, BAOLAN DISTRICT, TOLITOLI REGENCY

Nursamsi^{1*}, Afdal¹

¹*Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Madako Tolitoli*

*Email : nursamsicaca@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media sosial terhadap pemasaran ternak sapi di Kelurahan Tambun Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Tambun, Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas adapun sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel 15 responden. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial (X) berpengaruh signifikan terhadap pemasaran (Y) ternak sapi di kelurahan tambun. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji validitas dan hasil uji reliabilitas, dimana item pertanyaan semuanya valid dan juga reliabel.

Kata kunci: Efektivitas, Media Sosial, Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to determine the effectiveness of social media on beef cattle marketing in Tambun Village, Baolan District, Tolitoli Regency. This research was conducted in Tambun Village, Baolan District, Tolitoli Regency. This research method uses quantitative methods with data analysis using validity and reliability tests and while the data sources in this study are primary data and secondary data obtained from distributing questionnaires. Determination of the sample using a purposive sampling method with a total sample of 15 respondents. Based on the results of the study, it was shown that the use of social media (X) had a significant effect on the marketing (Y) of beef cattle in Tambun village. This can be seen from the results of the validity test and the results of the reliability test, where the question items are all valid and also reliable.

Keywords: Effectiveness, Social Media, Marketing

Pendahuluan

Strategi pembangunan peternakan mempunyai prospek yang baik di masa depan karena permintaan akan bahan-bahan yang berasal dari ternak akan terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk. Kecamatan Baolan merupakan daerah yang strategis dalam mengembangkan peternakan sapi karena masih memiliki lahan pertanian yang cukup baik dan hijau yang melimpah.

Kelurahan Tambun menjadi tempat yang cocok bagi peneliti sebab masyarakatnya dominan memelihara sapi sebagai salah satu sumber usaha, hal ini sesuai dengan Tabel 2 di mana jumlah peternak terbanyak Kecamatan Baolan berada di Kelurahan Tambun.

Tabel 1. Data Jumlah Peternak di Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli

No	Kelurahan/Desa	Jumlah Peternak Perorangan
1	Kelurahan Tuweley	5
2	Kelurahan Nalu	7
3	Kelurahan Tambun	15
4	Desa Lelean Nono	8
5	Desa Buntuna	12
6	Desa Dadakitan	11
7	Desa Pangi	4
Jumlah		62

Sumber: Dinas Perkebunan dan Peternakan Tahun, 2021.

Berdasarkan Tabel 1 dapat di lihat bahwa total jumlah peternak yang ada di Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli adalah 62 peternak, dan peternak terbanyak terdapat di Kelurahan Tambun dengan 15 orang peternak sedangkan peternak paling sedikit berada di Desa Pangi dengan 4 orang peternak. Dengan jumlah peternak dan populasi ternak yang ada di Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli ini menjadi peluang yang bisa di manfaatkan untuk mengembangkan usaha sapi agar maksimal.

Namun sampai saat ini penjualan dan pemasaran ternak masih tradisional yaitu dari mulut kemulut sehingga di anggap belum maksimal oleh karena itu ditawarkan solusi dengan penerapan teknologi yang berguna meningkatkan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Penerapan teknologi yang ditawarkan adalah penggunaan media sosial sebagai teknologi yang akan digunakan, dikarenakan hal tersebut adalah solusi sederhana dan dapat dipahami dengan mudah.

Metode Penelitian

Penelitian ini telah di laksanakan di Kelurahan Tambun Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli pada

bulan Januari sampai bulan Mei 2023. Penelitian menggunakan metode deskriptif untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan dengan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang berfokus pada data angka dengan instrument atau alat ukur tertentu yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian yaitu kuesioner dengan menggunakan Skala likert Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan maupun tidak setuju terhadap objek tertentu.

Tabel 2. Variabel Penelitian

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator
1	Media Sosial (X)	1. Facebook 2. Instagram 3. WhatsApp	A. Kemudahan dalam mendapatkan informasi produk B. Memiliki kepercayaan terhadap sosial media yang memiliki situs <i>online shop</i> C. Anda mengakses media sosial Facebook, Instagram dan Whatsapp setia hari (Adityo, 2011).
2	Pemasaran (Y)	1. <i>Product</i> 2. <i>Price</i> , 3. <i>Place</i> , 4. <i>Promotion</i> , 5. <i>People</i> , 6. <i>Process</i> 7. <i>Physical Evidence</i>	1 Kualitas Produk 2 Harga Terjangkau 3 Lokasi mudah di akses (Strategis) 4 Kuantitas Kegiatan Promosi 5 Motivasi Kerja 6 Alur produksi dan Pelayanan Konsumen 7 Kebersihan Ruangan (Adhaghassan i, 2016).

Sumber : Data Primer, setelah diolah 2023

Serta analisis data menggunakan Uji validitas yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan untuk mendapatkan hasil yang akurat. Dan

uji reliabilitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengujian reliabilitas dengan alat ukur *cronbach alpha* lebih besar dari nilai *r-tabel* maka dapat disimpulkan data telah reliabel atau handal, sebaliknya jika nilai *cronbach alpha* lebih kecil dari nilai *r-tabel* maka data tidak reliabel

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Umur

Responden Kelurahan Tambun memiliki umur yang berbeda-beda untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Responden	Persentase
0-30 Tahun	1	6,7
31-50 Tahun	9	60
51-70 Tahun	5	33,3
Jumlah	15	100%

Sumber : Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa umur responden dari 0-30 tahun sebanyak 1 Orang dengan persentase sebesar 6,7% , umur 31-50 tahun sebanyak 9 Orang dengan persentase sebesar 60% dan umur 51-70 tahun sebanyak 5 Orang dengan persentase sebesar 33,3%. Berdasarkan hasil tersebut responden paling banyak di umur 31-50 tahun yang merupakan umur produktif. di mana dengan umur yang produktif peternak Kelurahan Tambun memiliki kemampuan fisik yang lebih kuat sehingga sangat baik dalam mengelola usaha dan juga dapat membangun strategi dalam membangun usahanya. Hal ini sesuai dengan pendapat (Jamal, 2021) yaitu umur peternak berpengaruh terhadap kemampuan fisiknya dalam bekerja dan beraktivitas, peternak yang memiliki umur produktif memiliki kemampuan fisik yang lebih baik dibandingkan peternak yang sudah tidak produktif.

Pendidikan Terakhir

Pendidikan digunakan untuk melihat sejauh mana tingkat pendidikan yang dimiliki oleh responden dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan	Responden	Persentase
SD	4	26,6
SMP	4	26,6
SMA	3	20
S1	4	26,6

Jumlah	15	100%
Sumber : Data primer setelah diolah, 2023		

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan peternak sapi Kelurahan Tambun sudah relatif tinggi yaitu pendidikan SD, SMP dan S1 ada 4 orang dengan persentase 26,6%, serta SMA dengan jumlah 3 orang dengan persentase 20%. Hal ini sangat mempengaruhi sebab dengan pendidikan yang baik peternak Kelurahan Tambun sangat mudah memahami penelitian ini. Hal ini sesuai dengan pendapat (Amir, 2017) yaitu pendidikan adalah faktor internal yang dapat memberikan dorongan untuk menerima perubahan teknologi khususnya dalam sektor peternakan.

Jumlah Ternak yang dipelihara

Jumlah kepemilikan ternak akan mempengaruhi besar kecilnya pendapatan yang di terima oleh responden dapat juga di jadikan sebagai salah satu indikator ekonomi responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Ternak yang dipelihara

Jumlah Ternak	Responden	Persentase
4-10 Ekor	12	80
11-20 Ekor	1	6,7
21-50 Ekor	2	13,3
Jumlah	15	100%

Sumber : Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa sebanyak 12 Orang responden memiliki 4-10 ekor ternak dengan persentase 80%, dan 1 Orang yang memiliki 11-20 ekor ternak dengan persentase 6,75% dan 2 orang memiliki 21-50 ekor ternak dengan persentase 13,3%. Berdasarkan hasil penelitian tersebut responden di Kelurahan Tambun menjadikan usaha ternak mereka sebagai tabungan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Indrayani dan Andri, 2018) yaitu sebagian besar skala kepemilikan sapi potong di tingkat rakyat masih kecil antara 5-10 ekor karena usaha ternak yang dijadikan sampingan yang sewaktu-waktu dapat digunakan jika peternak memerlukan uang.

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin adalah gambaran karakteristik yang dapat mengetahui perbedaan pedagang. Jenis kelamin merupakan perbedaan antara laki-laki dan perempuan secara biologis sejak seorang itu dilahirkan. Pada Tabel 6 dapat dilihat gambaran peternak sapi berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki-laki	14	93,3
Perempuan	1	6,7%

Jumlah	15	100%
--------	----	------

Sumber : Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa responden laki-laki sebanyak 14 orang dengan persentase 93,3% dan responden perempuan sebanyak 1 orang dengan persentase 6,6%. Berdasarkan hasil penelitian tersebut responden laki-laki lebih banyak dari responden perempuan. Peternak perempuan tersebut merupakan seorang janda dan ternaknya merupakan peninggalan dari sang suami. Laki-laki melakukan

kegiatan yang terfokus pada produksi untuk menghasilkan barang dan layanan sehingga terpenuhi nafkah bagi anak dan istri contoh kegiatan produksi yaitu pertanian dan peternakan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Maulana Dkk, 2022) yaitu kegiatan produktif rumah tangga pertanian dan sosial kemasyarakatan lebih di dominasi oleh laki-laki dan kegiatan reproduktif dominan pada perempuan.

Pekerjaan

Pekerjaan adalah aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan mengharapkan imbalan atau gaji untuk memenuhi kebutuhan hidup. Masyarakat Kelurahan Tambun memiliki banyak pekerjaan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Responden	Persentase
Petani	12	80
Peternak	1	6,67
PNS	1	6,67
Guru	1	6,67
Jumlah	15	100%

Sumber : Data primer Setelah diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa sebanyak 12 Orang responden bekerja sebagai Petani dengan persentase 80% dan sebanyak 3 Orang bekerja sebagai Peternak PNS dan Guru dengan persentase 6,67%. Berdasarkan hasil penelitian tersebut petani merupakan pekerjaan paling banyak ini di sebabkan Kelurahan Tambun memiliki banyak lokasi yang bisa di manfaatkan di sektor pertanian dan masyarakatnya memilih menjadi petani sebab pendapatan dari hasil pertanian telah memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini sesuai dengan pendapat (Mahdiana, 2018) yaitu sektor pertanian merupakan salah satu sumber pendapatan bagi sebagian besar penduduk dipedesaan dan juga karena Indonesia adalah Negara agraris yaitu Negara yang ekonominya di pengaruhi oleh sektor pertanian.

Pendapatan

Pendapatan adalah hasil dari pekerjaan yang dilakukan atau imbalan yang diterima setelah seseorang melakukan suatu usaha pekerjaan. Pendapatan yang di terima berbeda tiap individu seperti halnya Peternak

Kelurahan Tambun yang memiliki pendapatan berbeda dari hasil penjualan ternak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Responden	Persentase
0-7 jt	6	40
8-15 jt	7	46,7
18 jt	2	13,3
Jumlah	15	100%

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa pendapatan 0-7 jt sebanyak 6 Orang dengan persentase 40%, pendapatan 8-15jt sebanyak 7 Orang dengan persentase 46,7% dan pendapatan 18jt sebanyak 2 Orang dengan persentase 13,3%. Pendapatan ini tergolong baik sebab peternak Kelurahan Tambun mematok harga yang sesuai dengan kondisi ternak yang mereka jual. Hal ini sesuai dengan pendapat (Indrayani, 2018) yang mengatakan jika penerimaan lebih besar dari pada biaya pengeluaran maka usaha tersebut menguntungkan dan layak diteruskan usaha peternakan juga di pengaruhi oleh peternak itu sendiri jika ternak semakin banyak maka semakin tinggi pendapatan bersih yang diperoleh.

Jenis Media Sosial Yang Efektif

Berdasarkan data hasil kuesioner yang telah diolah maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis media sosial yang efektif dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Responden berdasarkan penggunaan media sosial yang efektif

Jenis Media Sosial Yang Efektif	Responden	Persentase
Facebook	8	53,3
Whatsapp	7	46,7
Instagram	0	0
Total	15	100%

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah sebesar 53,3% yaitu responden yang efektif menggunakan media sosial facebook dengan jumlah 8 orang, kedua adalah 46,7% yaitu responden yang efektif menggunakan Whatsapp dan ketiga adalah instgram belum digunakan oleh peternak Kelurahan Tambun sehingga total jumlahnya adalah 0%. Berdasarkan hasil penelitian Facebook merupakan salah satu media sosial yang banyak di gunakan oleh responden karena mudah di pahami dan memiliki banyak manfaat responden Kelurahan Tambun memanfaatkan Facebook untuk berkomunikasi jarak jauh, memperkenalkan diri ke dunia maya tempat mencari informasi dan berbelanja online. Berdasarkan hasil penelitian responden tidak mengetahui tentang Instagram karena instagram merupakan media sosial

tergolong baru. Oleh sebab itu dengan adanya Efektivitas media sosial ini akan membantu peternak Kelurahan Tambun agar lebih mengenal instagram serta mengetahui manfaatnya seperti mengunggah foto kemudian membaginya dengan orang lain dan dapat dijadikan platform untuk bisnis dan pemasaran online. Berdasarkan hasil penelitian responden Kelurahan Tambun memakai Whatsapp sebagai media bertukar pesan. Sehingga dengan adanya Efektivitas media sosial ini peternak mengetahui manfaat dan peluang yang sangat baik ketika menggunakan Whatsapp tersebut diantaranya digunakan untuk penjualan seperti dapat meningkatkan penjualan ternak dan hasil peternakan.

Hasil Uji Validitas

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Media Sosial (X) dan Media Sosial (Y)

No	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	P1	0,926	0,5140	Valid
2	P2	0,941	0,5140	Valid
3	P3	0,968	0,5140	Valid
4	P4	0,844	0,5140	Valid
5	P5	0,875	0,5140	Valid
6	P6	0,818	0,5140	Valid
7	P7	0,831	0,5140	Valid
8	P8	0,816	0,5140	Valid
9	P9	0,914	0,5140	Valid
10	P10	0,540	0,5140	Valid

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung positif dan lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu 0,5140 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial dan pemasaran dinyatakan valid. Hal ini sesuai dengan lampiran 5 uji validitas data.

Hasil Uji Realibilitas

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>cronbach alpha</i>	Keterangan
Media Sosial (X) dan Pemasaran (Y)	0,957	Reliabel

Sumber: Data Primer Setelah diolah 2023.

Nilai *cronbach alpha* nya adalah 0,957 hal ini membuktikan bahwa 0,957 > 0,6 dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial dan pemasaran dinyatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghazali (2013)

yaitu pertanyaan kuesioner dikatakan reliable ketika *cronbach alpha* > 0.6, sebaliknya jika *cronbach alpha* < 0,06 dikatan tidak reliable Menurut Hal ini juga sesuai dengan lampiran 6 uji realibilitas.

Kualitas Produk

Tabel 15. Frekuensi Data Kuesioner berdasarkan Kualitas Produk

Variabel	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	46,7
Setuju	5	33,3
Ragu-ragu	0	0
Tidak Setuju	3	20
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	15	100%

Sumber: Data Primer setelah Diolah, 2023

Peternak sangat setuju dengan kualitas produk yang baik sebab peternak Kelurahan Tambun berupaya memenuhi segala kebutuhan dan menjaga kualitas ternak mereka. Sebab dalam wawancara peternak mengatakan “Kualitas Produk ternak yang baik adalah yang sehat, gemuk, dan tidak cacat”, sehingga harga dari produk tersebut terjangkau dalam artian harga sesuai dengan kualitas produk.

Harga

Tabel 15. Frekuensi Data Kuesioner berdasarkan Harga

Variabel	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	46,7
Setuju	5	33,3
Ragu-ragu	0	0
Tidak Setuju	3	20
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	15	100%

Sumber: Data Primer setelah Diolah, 2023

Harga dapat menunjukkan kualitas dari suatu produk dimana konsumen menganggap bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Berdasarkan Tabel 16 dapat dilihat bahwa frekuensi terbanyak yang dipilih peternak adalah sangat setuju (SS) sehingga dapat disimpulkan bahwa peternak Kelurahan Tambun sangat memperhatikan harga dari ternak mereka, harga yang mereka tawarkan berkisar 5-7 jt dengan kondisi sapi yang kecil dan kurus, 18 jt dengan kondisi sapi yang sehat, gemuk dan bobot badan yang besar. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dari para peternak yang mengatakan bahwa “Harga perekor sapi tergantung dari bobot badan ukuran tubuh, jenis kelamin dan usia ternak”.

Lokasi

Tabel 15. Frekuensi Data Kuesioner berdasarkan Lokasi

Variabel	Frekuensi	Persentase
----------	-----------	------------

Sangat Setuju	9	60
Setuju	4	26,7
Ragu-ragu	1	6,7
Tidak Setuju	1	6,7
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	15	100%

Sumber: Data Primer setelah Diolah, 2023

Frekuensi terbanyak adalah sangat setuju (SS) berdasarkan hal tersebut dapat di simpulkan bahwa lokasi para peternak Kelurahan Tambun sangat strategis dan mudah di akses dengan kendaraan roda dua maupun roda empat, sehingga memudahkan proses transaksi.

Kegiatan Promosi

Tabel 15. Frekuensi Data Kuesioner berdasarkan Kegiatan promosi

Variabel	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	6	40
Setuju	6	40
Ragu-ragu	0	0
Tidak Setuju	3	20
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	15	100%

Sumber: Data Primer setelah Diolah, 2023

Frekuensi jawaban responden paling tinggi menjawab sangat setuju (SS) sehingga dapat disimpulkan bahwa peternak Kelurahan Tambun sudah mengenal sistem promosi online. Namun Para peternak ini sebelumnya melakukan kegiatan promosi atau penjualan ternak dari mulut ke mulut dan biasanya para pembeli datang langsung. Dengan adanya media sosial ini akan memudahkan bagi para peternak maupun pembeli dalam melakukan proses transaksi.

Motivasi Kerja

Tabel 15. Frekuensi Data Kuesioner berdasarkan Motivasi Kerja

Variabel	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	53,3
Setuju	4	26,7
Ragu-ragu	1	6,7
Tidak Setuju	2	13,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	15	100%

Sumber: Data Primer setelah Diolah, 2023

Peternak yang menjawab sangat setuju berjumlah 8 orang dengan frekuensi 53,3 % hal ini membuktikan bahwa motivasi dari para peternak dalam beternak adalah sebagai tabungan, sebab ternak di jadikan pekerjaan sampingan, sehingga seketika ada keperluan yang mendesak maka peternak ini akan langsung menjual ternak mereka.

Alur produksi

Tabel 15. Frekuensi Data Kuesioner berdasarkan Alur Produksi

Variabel	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	46,7
Setuju	6	40
Ragu-ragu	0	0
Tidak Setuju	2	13,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	15	100%

Sumber: Data Primer setelah Diolah, 2023

Peternak yang menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 7 Orang dengan frekuensi 46,7% hal ini membuktikan bahwa peternak ini merupakan pemilik asli dan mengelola serta merawat ternaknya secara mandiri, dengan mengumpulkan pakan serta mengembalaknya hal ini lebih hemat dan mampu membuat konsumen merasa puas sebab dapat bertransaksi langsung pada pemilik ternak

Kebersihan Kandang

Tabel 15. Frekuensi Data Kuesioner berdasarkan Kebersihan Kandang

Variabel	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	33,3
Setuju	7	46,7
Ragu-ragu	1	6,7
Tidak Setuju	2	13,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	15	100%

Sumber: Data Primer setelah Diolah, 2023

Jawaban responden paling banyak adalah setuju (S) dengan frekuensi 46,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa para peternak Kelurahan Tambun menganggap bahwa kebersihan kandang sangat penting sebab lingkungan yang baik bagi ternak akan membuat ternak menjadi lebih nyaman dan merupakan salah satu cara agar ternak mereka sehat, tidak terjangkit penyakit sehingga terjamin kualitasnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat di simpulkan bahwa media sosial yang efektif adalah facebook sedangkan whatsapp dan instagram belum efektif. Sedangkan variabel pemasaran dapat disimpulkan bahwa kualitas produk ternak sapi dikelurahan tambun sangat baik dan sehat, dan harga dari ternaknya sesuai dengan kualitas produk, lokasi yang sangat baik dan strategis, kegiatan promosi dilakukan tradisional namun dengan adanya penelitian ini para peternak mulai melakukan promosi online, motivasi kerja nya adalah sebagai tabungan, alur produksinya



secara mandiri, dan kandang dari para peternak ini sudah layak untuk ternak sebab terjamin kebersihannya. Berdasarkan hal tersebut media sosial memiliki penaruh terhadap efektivitas pemasaran.

Daftar Pustaka

- Adhaghassani, F. S. (2016). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di Cherryka Bakery.
- Amir, S. (2017). Potensi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong di Desa Balassuka Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa. 1-91.
- Ghozali, I. (2013). aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Edisi 7. Semarang: universitas Diponegoro.
- Indrayani, I., dan Andri . (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Ternak Sapi potong di Kecamatan Sitiung, Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 151-159.
- Jamal, A. (2021). Analisis Ekonomi Usaha Ternak Sapi Potong di Desa Tappale Kecamatan Libureng Kabupaten Bone. 1-96.
- Mahdiana, U. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Petani Dalam Memilih Komoditi Sebagai Usaha Taninya di Desa Ujung Bulu Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto. 1-77.
- Maulana, R., Yuliati, Y., dan Sugianto. (2022). Feminisasi Pertanian dan Dekonstruksi Gender pada Pertanian Perhutanan Malang Selatan . *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* , 1206-1215.
- Oktaviani , D. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro. 1-98.
- Pratiwi , A. M. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19 . *Jurnal Satyagraha*, 73-81.
- Putri, G. N., Sumarjono , D., dan Roessali , W. (2019). Analisis Pendapatan Usaha Sapi Potong Pola Penggemukan Pada Anggota Kelompok Tani Ternak Bangunrejo II Di Desa Polosiri Kecamatan Bawen Kabupaten Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, 39-49.