

## ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN STRUKTUR PASAR GULA SIWALAN DI DESA KARDULUK KECAMATAN PRAGAAN KABUPATEN SUMENEP

Ubaddilah<sup>1)\*</sup>, Isdiantoni<sup>2</sup>, Dody Tri Kurniawan<sup>3</sup>

- <sup>1)\*</sup> Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja Madura,  
email: [daldildul1923@gmail.com](mailto:daldildul1923@gmail.com)
- <sup>2)</sup> Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja Madura,  
email: [isdiantoni@wiraraja.ac.id](mailto:isdiantoni@wiraraja.ac.id)
- <sup>3)</sup> Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja Madura,  
email: [dodytri@wiraraja.ac.id](mailto:dodytri@wiraraja.ac.id)

### ABSTRAK

Desa Karduluk merupakan salah satu desa di Kecamatan Pragaan yang menghasilkan gula siwalan. Harga gula siwalan yang diterima pengrajin lebih rendah dibandingkan dengan harga dipasaran dan ketergantungan pengrajin terhadap keberadaan pedagang pengepul dan pengecer untuk menjual gula siwalan yang mereka produksi. Oleh karena itu diperlukan proses pemasaran yang tepat dalam menyalurkan gula siwalan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui saluran pemasaran gula siwalan, (2) untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran gula siwalan, (3) untuk mengetahui struktur pasar gula siwalan. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Karduluk dengan sampel yaitu pengrajin 53 orang, pengepul 8 orang dan pengecer 15 orang. Analisis yang digunakan adalah analisis saluran pemasaran yang terdiri dari analisis deskriptif untuk pola saluran pemasaran, dan analisis margin pemasaran, farmer share, serta analisis efisiensi saluran pemasaran. Kemudian struktur pasar menggunakan analisis pangsa pasar, CR4 dan Minimum Efficient Scale (MES). Hasil penelitian menunjukkan (1) terdapat saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran tingkat satu dan saluran pemasaran tingkat dua. (2) Saluran pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk sudah efisien, namun jika dibandingkan antara keduanya saluran pemasaran tingkat satu yang lebih efisien. (3) Struktur pasar gula siwalan di Desa Karduluk untuk pengrajin menunjukkan pasar yang bersaing dan mengarah pada pasar persaingan sempurna, untuk pedagang pengepul dan pedagang pengecer mengarah kepada struktur pasar oligopoli longgar.

**Keywords:** *Gula Siwalan, Saluran Pemasaran, Struktur Pasar*

### PENDAHULUAN

Kabupaten Sumenep merupakan daerah di Provinsi Jawa Timur yang banyak terdapat pohon siwalan dengan luas lahan 5.485,72 hektar (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep, 2022). Di wilayah kabupaten Sumenep pohon siwalan tersebar di 25 Kecamatan, salah satunya Kecamatan Pragaan.

Kecamatan Pragaan banyak ditumbuhi pohon siwalan dengan luas lahan 353,02 hektar yang tersebar di seluruh desa di Kecamatan Pragaan (Badan Pusat Statistik Kabupaten

Sumenep, 2022). Pohon siwalan banyak tumbuh di Kecamatan Pragaan dikarenakan berada di dataran kering dan terbuka serta memiliki ketinggian 5-530 mpdl, hal itu merupakan habitat ideal tumbuhnya pohon siwalan.

Masyarakat Kecamatan Pragaan banyak memanfaatkan pohon siwalan untuk diambil niranya. Salah satu daerah di Kecamatan Pragaan yang memanfaatkan air nira siwalan sebagai bahan utama pembuatan gula siwalan adalah Desa Karduluk.

Desa Karduluk merupakan daerah sentra gula siwalan di Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep. Menurut Kepala Balai Penyuluhan Kecamatan Pragaan, Desa Karduluk banyak tumbuh pohon siwalan sebanyak 7.763 pohon. Jumlah pengrajin gula siwalan di Desa Karduluk sebanyak 137 pengrajin.

Usaha gula siwalan di Desa Karduluk sudah berjalan dengan baik namun harga gula siwalan yang diterima oleh pengrajin lebih rendah dibandingkan dengan harga gula siwalan di pasaran. Untuk diperolehnya harga tinggi yang di dapat oleh pengrajin gula siwalan diperlukan proses pemasaran yang tepat untuk menyalurkan hasil produksi gula siwalan tersebut.

Dalam pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk terdapat banyak saluran pemasaran yang terjadi. Hal ini mengakibatkan terjadi perbedaan harga yang disebabkan oleh adanya biaya dan keuntungan. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat atau rantai pemasaran yang semakin panjang akan membuat perbedaan harga semakin besar, sehingga produsen akan mendapatkan share yang lebih rendah (Khaswarina dkk, 2019). Selain itu, semakin panjang saluran pemasaran akan membuat saluran pemasaran tidak efisien. Saluran pemasaran yang efisien akan membantu pengrajin untuk memperoleh keuntungan yang maksimal.

Pengrajin gula siwalan di Desa Karduluk kebanyakan masih tergantung terhadap keberadaan pedagang pengepul dan pengecer untuk menampung hasil produksi mereka. Kondisi tersebut mengakibatkan posisi tawar pengrajin lemah dalam menentukan harga di pasar. Hasil survei awal menunjukkan bahwa struktur pasar gula siwalan di Desa Karduluk dapat dikatakan mengarah kepada pasar persaingan tidak sempurna. Menurut Fidayani (2020) struktur pasar komoditas pertanian tidak sempurna sehingga pedagang mempunyai kekuatan untuk memengaruhi harga pasar.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait dengan saluran pemasaran dan struktur pasar komoditas pertanian terdapat beberapa saluran pemasaran yang terlibat dalam proses pendistribusian dan menunjukkan struktur pasar persaingan tidak sempurna (Jusbianto, 2021). Namun, berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengkaji saluran pemasaran serta efisiensinya dan struktur pasar gula siwalan di Desa Karduluk. Apabila penelitian ini tidak dilakukan dikhawatirkan tidak akan terjadi perbaikan atau peningkatan pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui saluran pemasaran gula siwalan, (2) untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran gula siwalan, (3) untuk mengetahui struktur pasar gula siwalan.

Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Saluran Pemasaran Dan Struktur Pasar Gula Siwalan di Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep”.

## **METODE**

Penelitian ini dilaksanakan di desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep. Tempat penelitian ini di tetapkan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa desa Karduluk merupakan salah satu sentra gula siwalan di kecamatan Pragaan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Juni 2024.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *Simple Random Sampling* karena populasinya bersifat relatif homogen. Dari 137 pengrajin gula siwalan sebagai populasi diperoleh 35 pengrajin atau 25% sebagai sampel, hal ini mengacu pada pendapat Arikunto (2020) menyatakan pengambilan sampel jika populasinya lebih dari 100, maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi.

Sedangkan pengambilan sampel ditingkat lembaga pemasaran dilakukan dengan metode Snowball Sampling (sampel bola salju). Metode ini dilakukan secara berantai dengan mencari informasi dari pengrajin gula siwalan sebagai tahap pertama, kemudian diperoleh informasi lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran gula siwalan yang dijadikan sampel berikutnya.

Sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari pengrajin dan lembaga pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk melalui Observasi, wawancara dan kuisisioner. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui intansi-instansi terkait, buku, jurnal dan sebagainya yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari observasi, wawancara, dan kuesioner.

Metode Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis saluran pemasaran dan analisis struktur pasar. Analisis saluran pemasaran terdiri dari:

### 1. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat produsen (Pengrajin) dengan harga ditingkat konsumen akhir. Rumus marjin pemasaran sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Ket:

MP: Marjin pemasaran (Rp/Kg)

Pr : Harga tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf : Harga tingkat petani (Rp/Kg)Farmer Share

### 2. Farmer Share

Farmer Share adalah persentase perbandingan antara bagian harga yang diterima oleh pengrajin dengan bagian harga di konsumen akhir. Rumus Farmer Share sebagai berikut:

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Ket:

Fs: Persentase yang diterima pengrajin (%)

Pf: Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

Pr: Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

### 3. Efisiensi Pemasaran

Menurut Soekartawi (2016) Rumus Efisiensi Pemasaran sebagai berikut:

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Ket:

EP: Efisiensi pemasaran (Rp/Kg)

BP: Total biaya pemasaran (Rp/Kg)

NP: Nilai akhir produk dipasarkan (Rp/Kg)

Analisis struktur pasar terdiri dari:

#### 1. Pangsa Pasar (*Market Share*)

Pangsa pasar adalah persentase dari total penjualan pada suatu target pasar yang diperoleh dari suatu perusahaan. Cara menghitung market share yaitu:

$$MSi = \frac{Si}{Stot} \times 100\%$$

Ket:

MSi: Pangsa pasar petani (%)

Si: Penjualan lembaga pemasaran i (Kg/bulan)

Stot: Total penjualan gula siwalan (Kg/bulan)

#### 2. Konsentrasi Pasar

Konsentrasi pasar menggunakan analisis Concentration Ratio For Biggest Four (CR4) yang merupakan alat analisis untuk mengetahui derajat konsentrasi 4 pangsa pasar terbesar. Rumus konsentrasi pasar sebagai berikut:

$$CR4 = \frac{S1 + S2 + S3 + S4}{St} \times 100\%$$

Ket:

CR4: Konsentrasi Pasar

S<sub>1,2,3,4</sub>: Penjualan lembaga pemasaran gula siwalan terbesar ke-1, ke 2, ke-3, ke-4 (Kg/bulan)

St: Total Penjualan lembaga pemasaran gula siwalan (Kg/bulan),

### 3. Hambatan Keluar Masuk Pasar

$$MES = \frac{\text{Rerata 4 Output Perusahaan Terbesar}}{\text{Output Total}} \times 100\%$$

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika nilai MES >10%, maka hambatan adalah sulit

Jika nilai MES < 10%, maka hambatan adalah mudah

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran Gula Siwalan di Desa Karduluk

#### Lembaga Pemasaran dan Fungsi Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pendistribusian gula siwalan di Desa Karduluk yaitu sebagai berikut:

#### 1. Pengrajin

Masyarakat pengolah gula siwalan disebut sebagai pengrajin gula siwalan dikarenakan mereka melakukan pemeliharaan dan beberapa aktivitas mulai dari pengambilan air nira hingga mengolahnya menjadi gula siwalan. Kegiatan produksi dalam membuat gula siwalan dilakukan dengan cara dan alat yang masih tradisional. Adapun fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin yaitu fungsi pertukaran berupa penjualan, fungsi fisik yang dilakukan yaitu pengemasan dan pengangkutan.

#### 2. Pedagang Pengepul

Pedagang pengepul yang terdapat di Desa Karduluk merupakan pedagang yang membeli gula siwalan dari pengrajin gula siwalan dengan cara pengrajin mengantarkan hasil produksi gula siwalannya kepada pedagang pengepul. Nilai jual gula siwalan dari pengrajin yaitu sebesar Rp. 15.000/kg, selanjutnya dijual kepada pedagang pengecer dengan harga Rp. 17.000/kg. Adapun fungsi pemasaran yang

dilakukan oleh pedagang pengepul meliputi fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan, fungsi fisik meliputi pengemasan dan pengangkutan.

Gula siwalan yang telah terkumpul selanjutnya dikemas kembali menggunakan karung untuk mempermudah dalam pengangkutan menuju ke pedagang pengecer, dengan biaya sebesar Rp.75/Kg. Metode penjualan gula siwalan dari pengepul kepada pedagang pengecer yaitu menggunakan alat transportasi berupa sepeda motor dengan cara diantarkan secara langsung kepada pedagang pengecer dengan biaya sebesar Rp.150/Kg.

#### 3. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer di Desa Karduluk ini membeli gula siwalan dari pedagang pengepul dan atau dari pengrajin langsung. Adapun pengecer yang membeli langsung kepada pengrajin merupakan pengecer yang menjual gula siwalan kepada konsumen di pasar tingkat desa. Pengecer ini didatangi oleh pengrajin untuk membeli gula siwalan dengan harga beli Rp.15.000/kg dan menjualnya kepada konsumen dengan harga Rp. 17.500/kg. Adapun fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer ini meliputi fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan, fungsi fisik meliputi pengemasan, pengangkutan dan penyimpanan.

Sedangkan pengecer yang membeli gula siwalan melalui pedagang pengepul merupakan pengecer yang menjual gula siwalan kepada konsumen di luar pasar desa termasuk pasar kecamatan. Jumlah pembelian pengecer ini lebih banyak dibandingkan dengan pengecer yang membeli langsung kepada pengrajin. Pengecer ini membeli gula siwalan dari pengrajin dengan harga Rp.17.000/Kg dan menjualnya kepada konsumen dengan harga Rp.18.955/Kg.

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer ini meliputi fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan,

fungsi pertukaran meliputi pengemasan dan pengangkutan.

**Pola Saluran Pemasaran Gula Siwalan**

Pola saluran gula siwalan di Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep dapat dianalisis secara deskriptif dengan cara melihat aliran proses pemasaran gula siwalan mulai dari pengrajin hingga ke konsumen yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran. Adapun pola pemasaran gula siwalan yang terdapat di Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep adalah sebagai berikut:

**Saluran Pemasaran I**

Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran tingkat satu (*One Level Channel*) yang melibatkan satu perantara pedagang dalam pendistribusian gula siwalan dari pengrajin ke konsumen yaitu pedagang pengecer. Pada

Tabel 1. Jenis Saluran Pemasaran dan Jumlah Pengrajin Gula Siwalan di Desa Karduluk

No.	Saluran Pemasaran	Jumlah Pengrajin	Persentase (%)
1.	Saluran I	7	20
2.	Saluran II	28	80
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Pada Tabel 1 tersebut diatas diketahui bahwa skema saluran pemasaran II memiliki jumlah pengrajin gula siwalan terbesar yaitu sebanyak 28 pengrajin atau setara dengan 80% dari total jumlah pengrajin yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hal tersebut didasarkan bahwa kemudahan pada saluran II bagi pengrajin karena pengepul cenderung akan selalu menerima berapapun jumlah yang akan dijual oleh pengrajin.

Berbeda dengan skema saluran pemasaran I pengrajin yang menjual gula siwalan secara langsung kepada pedagang pengecer dikarenakan terdapat sebuah pengikat antara pengrajin dan pedagang pengecer. Faktor

saluran ini pasar yang dituju merupakan pasar Desa Karduluk dengan total gula siwalan yang terjual pada saluran ini sebanyak 940 kg.

**Saluran Pemasaran II**

Saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran tingkat dua (*Two Level Channel*) yang melibatkan dua pedagang perantara yaitu pedagang pengepul dan pedagang pengecer. Pasar luar Desa Karduluk seperti pasar Kecamatan merupakan pasar yang menjadi tujuan pemasaran pada saluran pemasaran ini dengan total penjualan gula siwalan sebanyak 4.665 kg.

Berdasarkan hasil penelitian dari dua skema tersebut dapat diketahui persentase jumlah pengrajin dari masing-masing skema pendistribusian produk gula siwalan di Desa Karduluk yaitu pada Tabel 1 berikut.

ini juga didasari dengan adanya unsur kekerabatan atau kepercayaan dari pedagang pengecer kepada pengrajin gula siwalan.

**Marjin Pemasaran Gula Siwalan di Desa Karduluk**

Marjin pemasaran gula siwalan merupakan selisih harga antara jual dan harga beli pada setiap lembaga pemasaran. Analisis marjin pemasaran gula siwalan dilakukan untuk mengetahui besarnya tingkat marjin yang didapat oleh masing-masing lembaga pemasaran dalam proses pendistribusian gula siwalan.

**Marjin Pemasaran Saluran I**

Tabel 2. Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Gula Siwalan di Desa Karduluk  
Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep Pada Saluran Pemasaran I

No.	Lembaga Pemasaran	Uraian	Rp/Kg
1.	Pengrajin	a. Harga Jual	15.000
		b. biaya pemasaran	75
2.	Pedagang Pengecer	a. Harga beli	15.000
		b. Biaya pemasaran	345
		c. Keuntungan	2.155
		d. Marjin	2.500
		e. Harga Jual	17.500
3.	Konsumen	Harga Beli	17.500
<b>Total Biaya Pemasaran</b>			<b>420</b>
<b>Total Keuntungan</b>			<b>2.155</b>
<b>Total Marjin Pemasaran</b>			<b>2.500</b>

Berdasarkan tabel 2 marjin pemasaran saluran I terdiri dari pengrajin, pedagang pengecer dan konsumen. saluran pemasaran I merupakan pengrajin yang mampu menjual gula siwalan langsung kepada pedagang pengecer. Pengrajin mendatangi pedagang pengecer dirumahnya untuk menjual gula siwalan. Pengrajin mengeluarkan biaya pemasaran berupa biaya pengemasan plastik sebesar Rp.75/Kg Pedagang pengecer membeli gula siwalan seharga Rp. 15.000/kg. Kemudian pedagang pengecer menjual gula siwalan ke konsumen dengan harga Rp. 17.500/kg.

Pedagang pengecer melakukan biaya pengemasan kembali dengan karung Rp. 75/Kg

dan pengemasan dengan plastik untuk membungkus gula siwalan yang dibeli konsumen sebesar Rp.120/Kg. Biaya pengangkutan sebesar Rp. 150/Kg. Pengangkutan dilakukan untuk membawa gula siwalan ke kios pedagang yang ada dipasar dengan menggunakan sepeda motor.

Pedagang pengecer mendapat keuntungan sebesar Rp. 2.155/Kg dengan total marjin pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk pada saluran pemasaran I dari pengrajin ke konsumen sebesar Rp. 2.500/kg.

### Marjin Pemasaran Saluran II

Tabel 3. Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Gula Siwalan di Desa Karduluk  
Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep Pada Saluran Pemasaran II

No.	Lembaga Pemasaran	Uraian	Rp/Kg
1.	Pengrajin	a. Harga Jual	15.000
		b. Biaya Pemasaran	75
2.	Pedagang Pengepul	a. Harga beli	15.000
		b. Biaya pemasaran	225
		c. Keuntungan	1.775
		d. Marjin	2.000
		e. Harga Jual	17.000
3.	Pedagang Pengecer	a. Harga beli	17.000
		b. Biaya pemasaran	299
		c. Keuntungan	1.656
		d. Marjin	1.955
		e. Harga Jual	18.955
3.	Konsumen	Harga Beli	18.955
<b>Total Biaya Pemasaran</b>			<b>599</b>
<b>Total Keuntungan</b>			<b>3.431</b>
<b>Total Marjin Pemasaran</b>			<b>3.955</b>

Berdasarkan tabel 3 Pola saluran pemasaran II pengrajin mendatangi pedagang pengepul untuk menjual gula siwalan dengan harga Rp. 15.000/kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pengrajin berupa biaya pengemasan sebesar Rp.75/Kg. Kemudian pedagang pengepul melanjutkan pemasaran dengan menjual gula siwalan kepada pedagang pengecer seharga Rp. 17.000/kg. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul sebesar Rp.225/Kg. Pedagang pengepul memiliki keuntungan sebesar Rp. 1.775/Kg dengan nilai margin yang diperoleh sebesar Rp. 2.000/kg.

Pedagang pengecer membeli gula siwalan dari pedagang pengepul dengan harga Rp.17.000/Kg yang kemudian dijual kembali ke konsumen dengan harga Rp.18.955/Kg. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer sebesar Rp. 299/Kg. Pedagang pengecer memiliki keuntungan sebesar Rp.1.656/Kg dengan nilai margin pemasaran Rp. 1.955/Kg.

Total margin pemasaran tertinggi pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 3.955/kg. Sedangkan total margin pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp. 2.500/kg. Hal itu terjadi karena saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran gula siwalan terpanjang di Desa Karduluk. Sedangkan saluran pemasaran I memiliki total margin terendah karena saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran gula siwalan terpendek di Desa Karduluk. Menurut Melisa (2017) semakin panjang saluran pemasaran maka akan semakin tinggi nilai margin pemasaran yang diperoleh.

#### **Farmer Share Gula Siwalan di Desa Karduluk**

Farmer share adalah persentase perbandingan antara harga yang diterima oleh pengrajin dengan bagian harga pada konsumen akhir.

Tabel 4. Farmer Share Saluran Pemasaran Gula Siwalan di Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep

Saluran Pemasaran	Harga ditingkat Pengrajin (Rp/Kg)	Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer Share (%)
I	15.000	17.500	85,71
II	15.000	18.955	79,13

Berdasarkan tabel 4. persentase harga yang diterima pengrajin gula siwalan di Desa Karduluk pada saluran pemasaran I adalah dengan nilai farmer share sebesar 85,71%. Sedangkan untuk persentase harga yang diterima pengrajin pada saluran pemasaran II dengan farmer share sebesar 79,13%.

Berdasarkan perhitungan farmer share pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk menunjukkan persentase harga yang diterima pengrajin terbesar pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 85,71%, sedangkan farmer share pada saluran pemasaran II sebesar 79,13%. Hal ini dapat diindikasikan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien bagi pengrajin gula siwalan di Desa Karduluk, karena saluran

pemasaran I merupakan saluran pemasaran gula siwalan terpendek di Desa Karduluk.

Menurut Sumarni (2021) semakin pendek saluran pemasaran, maka share yang diterima pengrajin semakin besar dan semakin panjang saluran pemasaran maka share yang diterima pengrajin semakin kecil, karena semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam satu pola pemasaran. Sehingga semakin banyak pula yang menerima bagian keuntungan dari pemasaran. Konsep farmer share lebih mengutamakan dalam konteks keadilan ekonomi dan keberlanjutan pertanian dari tingkat pengrajin hingga ke konsumen akhir.

### Efisiensi Saluran Pemasaran Gula Siwalan di Desa Karduluk

Saluran pemasaran dikatakan efisien apabila nilai efisiensi saluran pemasaran kurang dari 50% dan saluran pemasaran tidak efisien

apabila nilai efisiensi saluran pemasaran lebih besar dari 50%. Adapun hasil perhitungan efisiensi saluran pemasan gula siwalan di Desa Karduluk dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Efisiensi Saluran Pemasaran Gula Siwalan di Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep

Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
I	420	17.500	2,4
II	599	18.955	3,1

Berdasarkan tabel 5. secara keseluruhan saluran pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk sudah efisien, karena memiliki nilai efisiensi kurang dari 50%. Pada saluran pemasaran I memiliki nilai efisiensi sebesar 2,4%, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap Rp. 1 dari nilai produk gula siwalan yang dipasarkan membutuhkan biaya sebesar Rp. 2,4. Pada saluran pemasaran II memperoleh nilai efisiensi sebesar 3,1%, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap Rp. 1 dari nilai produk gula siwalan yang dipasarkan membutuhkan biaya sebesar Rp. 3,1. Hal itu menunjukkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran II.

Saluran pemasaran saluran I lebih efisien karena membutuhkan biaya lebih kecil dan hanya melibatkan satu lembaga pemasaran dalam penjualan gula siwalan. Sebaliknya, saluran pemasaran II membutuhkan biaya lebih tinggi dalam penjualan gula siwalan dan banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ini. Hal ini menunjukkan bahwa

semakin panjang rantai saluran pemasaran akan semakin tidak efisien (Fatmawati, 2019).

### Analisis Struktur Pasar Gula Siwalan di Desa Karduluk

Analisis struktur pasar dilakukan untuk mengetahui rendah tingginya persaingan pasar gula siwalan di Desa Karduluk. Struktur pasar tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan beberapa bagian yaitu, analisis pangsa pasar (Market Share), konsentrasi pasar (CR4), dan hambatan keluar masuk pasar (MES).

#### Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan persentase penjualan masing-masing perusahaan dari total penjualan seluruh perusahaan yang ada dalam suatu industri. Semakin tinggi pangsa pasar menandakan suatu kekuatan suatu perusahaan dalam suatu industri (Asmarantaka, 2017). Adapun pangsa pasar dari setiap lembaga pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk dapat dilihat pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Pangsa Pasar Pemasaran Gula Siwalan di Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep

No	Lembaga Pemasaran	Penjualan (Kg)	Pangsa Pasar (%)
1.	Pengrajin	5.595	52,09
2.	Pedagang Pengepul	4.655	43,34
3.	Pedagang Pengecer	490	4,56
<b>Jumlah</b>		<b>10.740</b>	<b>100</b>

Pada tabel 6 pangsa pasar tertinggi dimiliki oleh pengrajin sebesar 52,09%. Hal ini terjadi karena pengrajin merupakan produsen yang menghasilkan gula siwalan. Kemudian pangsa pasar yang kedua dimiliki oleh pedagang pengepul dengan nilai pangsa pasar 43,34%. Sedangkan untuk pedagang pengecer memiliki nilai pangsa pasar terendah yaitu 4,56%.

Pengrajin meskipun memiliki nilai pangsa pasar tertinggi, akan tetapi mereka tidak memiliki kekuatan pasar dikarenakan mayoritas pengrajin gula siwalan di Desa Karduluk masih tergantung kepada pedagang pengepul untuk menjual produk mereka, serta kurangnya informasi pasar yang dimiliki oleh pengrajin. Jumlah pedagang pengepul yang lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah pengrajin membuat pasar persaingan tidak sempurna. Selain itu pedagang pengepul juga memiliki modal dan informasi pasar yang lebih baik, sehingga dapat membeli gula siwalan dari pengrajin dengan jumlah besar serta mendominasi dalam penentuan harga.

Meskipun tidak dapat menentukan harga pengrajin akan tetap lebih memilih menjual gula siwalannya kepada pedagang pengepul dikarenakan mereka terdesak untuk segera mungkin menjual produknya supaya mendapatkan uang. Dalam hal ini saluran pemasaran yang terjadi ialah saluran tingkat dua, karena pedagang pengepul tidak menjual gula siwalan secara langsung kepada konsumen melainkan masih melalui pedagang pengecer.

### **Konsentrasi Pasar**

Konsentrasi pasar empat lembaga terbesar atau *Concentration Ratio For Biggest Four* (CR4) merupakan pangsa pasar empat lembaga terbesar dalam pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk Kecamatan Pragaan. Sistem perhitungan CR4 digunakan untuk melihat persentase pangsa pasar dari empat lembaga pemasaran terbesar tersebut terhadap total penjualan setiap lembaga pemasaran dalam penelitian ini.

Konsentrasi pasar gula siwalan di Desa Karduluk pada tingkat pengrajin menunjukkan pasar yang bersaing dan mengarah pada pasar persaingan sempurna, karena memiliki nilai konsentrasi pasar sebesar 15,64%. Berdasarkan hal tersebut mengakibatkan harga gula siwalan pada tingkat pengrajin masih dipengaruhi oleh lembaga pemasaran yang lain yaitu pedagang pengepul maupun pedagang pengecer. Hal itu terjadi karena pedagang pengepul dan pedagang pengecer memiliki nilai konsentrasi pasar yang lebih tinggi.

Sedangkan nilai konsentrasi pada tingkat pedagang pengepul dan pedagang pengecer mengarah kepada struktur pasar oligopoli longgar dengan nilai konsentrasi pasar masing-masing 56,93% untuk pedagang pengepul dan 40,39% untuk pedagang pengecer.

Pasar oligopoli longgar cenderung akan merujuk pada situasi dimana terdapat sedikit produsen besar yang akan mendominasi pasar, namun tingkat persaingannya tidak terlalu ketat. Selain itu para pedagang gula siwalan baik pedagang pengepul maupun pedagang pengecer juga sering melakukan kerja sama antar sesama pedagang dalam mengendalikan harga untuk menghindari perang harga antar sesama pedagang serta untuk meningkatkan keuntungan.

### **Hambatan Keluar Masuk Pasar**

Hambatan masuk pasar merupakan suatu kejadian yang disebabkan oleh banyak pesaing yang bermunculan dalam mencapai target keuntungan yang diinginkan dan merebut pangsa pasar. Salah satu cara yang digunakan untuk melihat hambatan masuk adalah dianalisis dengan menggunakan metode Minimum Efficient Scale (MES).

Berdasarkan hasil perhitungan nilai Minimum Efficiency of Scale (MES) dapat diketahui bahwa pada tingkat pengrajin memiliki nilai MES sebesar 3,91% yang menandakan hambatan untuk masuk pasar pada tingkat pengrajin mudah. Hal itu membuat mudahnya pengrajin baru untuk memasuki

pasar gula siwalan, karena setiap lembaga pemasaran akan dapat membeli gula siwalan dari pengrajin baru yang masih belum terikat kerja sama dengan lembaga pemasaran yang lain.

Sedangkan pada lembaga pemasaran pedagang pengecer memiliki nilai MES sebesar 10,10% dan untuk lembaga pemasaran pengepul memiliki nilai MES sebesar 14,23%. Nilai pada kedua lembaga tersebut memiliki angka lebih besar dari 10% yang artinya adalah hambatan untuk masuk ke pasar tersebut dapat dikatakan sulit.

Sulitnya hambatan masuk ke pasar gula siwalan di Desa Karduluk dikarenakan secara umum antara pengrajin dan pedagang (pengepul dan pengecer) sudah memiliki suatu keterikatan atau kerja sama sehingga pengrajin tidak melakukan penjualan gula siwalannya kepada pedagang lain yang bukan menjadi langganannya.

Keterikatan atau kerjasama yang terjadi antara pengrajin dengan pedagang pengepul serta pedagang pengecer dalam penjualan gula siwalan disebabkan oleh dua faktor. Faktor yang pertama disebabkan oleh pengrajin yang melakukan pinjaman modal kepada pedagang yang menjadi tujuan penjualan, sehingga pengrajin akan terikat perjanjian untuk menjual gula siwalannya kepada pedagang yang memberikan pinjaman modal.

Faktor yang kedua, disebabkan oleh adanya faktor sosial berupa ikatan keluarga dan saling kenal antara pengrajin dengan pihak pedagang. Hal ini mengakibatkan terjadinya suatu kepercayaan pengrajin terhadap pedagang sehingga pengrajin akan merasa aman dan nyaman dalam menjual gula siwalannya.

### **KESIMPULAN**

Saluran pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk terdiri dari saluran pemasaran I (Pengrajin – Pengecer – Konsumen) dan saluran pemasaran II (Pengrajin – Pengepul – Pengecer – Konsumen)

Saluran pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk sudah efisien. Jika dibandingkan antara dua saluran, maka saluran pemasaran I lebih efisien karena pada saluran pemasaran I setiap Rp. 1 dari nilai produk yang dipasarkan membutuhkan biaya sebesar Rp. 2,4. Sedangkan pada saluran pemasaran II setiap Rp. 1 dari nilai produk yang dipasarkan membutuhkan biaya sebesar Rp. 3,1.

Struktur pasar tingkat pengrajin mengarah pasar persaingan sempurna dengan nilai CR4 15,64%, tingkat pedagang pengepul dan pengecer mengarah struktur pasar oligopoli longgar dengan nilai CR4 56,93% (pengepul) dan 40,39% (pengecer).

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Saya ucapkan terima kasih kepada Bapak Isdiantoni, S.P.,M.P dan Bapak Dody Tri Kurniawan, S.P.,M.MA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, serta ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. 2020. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. 2017. Konsep pemasaran agribisnis: pendekatan ekonomi dan manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 5(2), 151-172.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Kabupaten Sumenep Dalam Angka*. Sumenep: Badan Pusat Statistik Sumenep.
- Baihaqi, L., & Putri, E. K. 2022. Pemanfaatan Tradisional dan Pengetahuan Lokal Tanaman Lontar (*Borassus flabellifer* L.) oleh Masyarakat Pamekasan

Madura. *LenteraBio: Berkala Ilmiah Biologi*, 11(1), 208-216.

Fatmawati, F., & Sirajuddin, Z. 2019. Analisis margin dan efisiensi saluran pemasaran petani jagung (*Zea mays*) di Desa Suka Makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Gorontalo Agriculture Technology Journal*, 2(1), 19-29.

Fidayani, Y., & Wisudawati, T. 2020. Analisis struktur pasar kedelai di Kabupaten Grobogan. *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*, 1(01), 13-21.

Jusbianto. 2021. Analisis Struktur Pasar Dan Kinerja Pemasaran Gula Merah Di Desa Tugondeng Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba. *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Khaswarina, S., Kusumawaty, Y., & Eliza, E. 2019. Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Bahan Olahan Karet Rakyat (Bokar) di Kabupaten Kampar. *In Unri Conference Series: Agriculture and Food Security* (Vol. 1, pp. 88-97).

Kirana, Jaya. 2023. *Ekonomi Industri, Edisi Revisi*. Yogyakarta: UGM Press.

Melisa, dkk. 2017. Analisis Struktur Pasar, Perilaku, Dan Penampilan Pasar Kentang Di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. Vol 1, 69-67.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sumarni, B. 2021. Analisis farmer's share komoditas bawang merah. *Jurnal Agercolere*, 3(2), 52-56.