

ABSTRACT

One of the villages in Pragaan District, Sumenep that produces siwalan sugar is Karduluk Village. Siwalan sugar is sugar made from the sap of the siwalan tree. The price of siwalan sugar received by craftsmen is lower compared to the market price and the craftsmen are dependent on the presence of collectors and retailers to sell the siwalan sugar they produce. Therefore, an appropriate marketing process is needed in distributing siwalan sugar.

The objectives of this research are (1) to determine the marketing channels for siwalan sugar in Karduluk Village. (2) to determine the efficiency of siwalan sugar marketing channels in Karduluk Village. (3) to determine the structure of the siwalan sugar market in Karduluk Village. This location was determined deliberately with the consideration that Karduluk Village is one of the siwalan sugar centers in Pragaan sub-district. The sample in this research was 35 craftsmen, 8 collectors and 15 retailers. The analysis used in this research is marketing channel analysis and market structure. Marketing channel analysis includes descriptive analysis for marketing channel patterns, and analysis of marketing margin, farmer share, and analysis of marketing channel efficiency. Meanwhile, market structure analysis uses market share analysis, market concentration (CR4) and Minimum Efficient Scale (MES).

The research results show (1) there are marketing channels for siwalan sugar in Karduluk Village, namely level one marketing channels and level two marketing channels. (2) All siwalan sugar marketing channels in Karduluk Village are efficient, but when compared between the two, level one marketing channels are more efficient because they have the lowest efficiency value. (3) The structure of the siwalan sugar market in Karduluk Village for the craftsmen level shows a competitive market and leads to a perfectly competitive market, for collectors and retailers it leads to a loose oligopoly market structure.

Keywords: Marketing Channels, Market Structure, Siwalan Sugar

RINGKASAN

Analisis Saluran Pemasaran Dan Struktur Pasar Gula Siwalan di Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep. Ubaddilah, 720311063; 2024: 96 Halaman; Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja.

Salah satu desa di Kecamatan Pragaan Sumenep yang menghasilkan gula siwalan adalah Desa Karduluk. Gula siwalan merupakan gula yang terbuat dari air nira pohon 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 di Desa Karduluk. (2) untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk. (3) untuk mengetahui struktur pasar gula siwalan di Desa Karduluk. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Desa Karduluk merupakan salah satu sentra gula siwalan di kecamatan Pragaan. Sampel pada penelitian ini yaitu pengrajin 35 orang, pengepul 8 orang dan pengecer 15 orang. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis saluran pemasaran dan struktur pasar. Analisis saluran pemasaran meliputi analisis deskriptif untuk pola saluran pemasaran, dan analisis margin pemasaran, *farmer share*, serta analisis efisiensi saluran pemasaran. Sedangkan untuk analisis struktur pasar menggunakan analisis pangsa pasar, konsentrasi pasar (CR4) dan *Minimum Efficient Scale (MES)*.

Hasil penelitian menunjukkan (1) terdapat saluran pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk, yaitu saluran pemasaran tingkat satu dan saluran pemasaran tingkat dua. (2) Semua saluran pemasaran gula siwalan di Desa Karduluk sudah efisien, namun jika dibandingkan antara keduanya saluran pemasaran tingkat satu yang lebih efisien karena memiliki nilai efisiensi terendah. (3) Struktur pasar gula siwalan di Desa Karduluk untuk tingkat pengrajin menunjukkan pasar yang bersaing dan mengarah pada pasar persaingan sempurna, untuk pedagang pengepul dan pedagang pengecer mengarah kepada struktur pasar oligopoli longgar.

Kata Kunci: *Saluran Pemasaran, Struktur Pasar, Gula Siwalan*