

**Efisiensi Pemasaran Air Nira Lontar Di Desa Hendrosari  
Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik**

***Marketing Efficiency Of Palm Sap Water In Hendrosari Village  
Menganti District Gresik Regency***

**Adellia Putriani <sup>(1)(\*)</sup>, Dwiyana A. Kurniasari <sup>(2)</sup>**

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Putra, Surabaya

2) Dosen Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Putra, Surabaya

\*Penulis untuk korespondensi: adellia.putriani02@gmail.com

---

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisosioekonomi@unsrat.ac.id

: Selasa, 28 Juli 2023

Disetujui diterbitkan

: Jumat, 29 September 2023

---

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the level of efficiency in marketing palm sap water by identifying marketing channels and analyzing the amount of marketing margin and farmer's share of palm sap water in Hendrosari Village, Menganti District, Gresik Regency. The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data was obtained based on the results of interviews conducted by distributing questionnaires to farmers and marketing agencies. Secondary data comes from the Office of the Head of Hendrosari Village and the official website of Hendrosari Village. Samples of palm sap water farmers were taken using simple random sampling method, while marketing agencies used purposive sampling method. The results showed that marketing of palm sap water in the study area consisted of two marketing channels, the marketing margin obtained in marketing channel I was Rp0, and on the marketing channel II, namely Rp4000. The farmer's share value in marketing channel I is 100%, and marketing channel II is 80.95%. The value of marketing efficiency I is 7.63% <50% which means that marketing channel I is an efficient marketing channel. Marketing channel II is 12.49% <50% which means that marketing channel II is an efficient marketing channel. It can be concluded that from the type of marketing channel used by water palm sap farmers in Hendrosari Village, it shows that marketing channel I is the most efficient channel compared to marketing channel II.*

*Keywords : efficiency; marketing; palm sap water*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat efisiensi pada pemasaran air nira lontar dengan mengidentifikasi saluran pemasaran serta menganalisis besaran margin pemasaran dan farmer's share air nira lontar di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan menyebarkan kusioner kepada petani dan lembaga pemasaran. Data sekunder berasal dari Kantor Kepala Desa Hendrosari dan website resmi Desa Hendrosari. Sampel petani air nira lontar diambil dengan metode simple random sampling, sedangkan lembaga pemasaran menggunakan metode sampling purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pemasaran air nira lontar di daerah penelitian terdiri dari dua saluran pemasaran, margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran I yaitu Rp0, dan pada saluran pemasaran II yaitu Rp4000. Nilai farmer's share pada saluran pemasaran I yaitu 100%, dan saluran pemasaran II yaitu 80,95%. Nilai efisiensi pemasaran I sebesar 7,63% < 50% yang artinya saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran efisien. Saluran pemasaran II sebesar 12,49% < 50% yang artinya saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran efisien. Dapat disimpulkan bahwa dari jenis saluran pemasaran yang dilakukan petani air nira lontar di Desa Hendrosari, menunjukkan bahwa saluran pemasaran I merupakan saluran yang paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran II.

Kata kunci : efisiensi; pemasaran; air nira lontar

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perekonomian merupakan salah satu kunci dalam pertumbuhan dan perkembangan suatu negara. Pertanian merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Hal tersebut menyebabkan beberapa sektor dalam pertanian maupun perkebunan Indonesia, menjadi berkembang dan memiliki keterkaitan langsung dengan beberapa aspek diantaranya, ekonomi, sosial, serta ekologi. Dalam aspek ekonomi, subsektor perkebunan berperan sebagai sumber devisa negara, sumber ekonomi wilayah, serta sebagai sumber pendapatan masyarakat. Beragam tanaman baik pertanian maupun perkebunan yang terdapat di Indonesia memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan menjadi produk-produk yang bernilai, salah satunya tanaman lontar.

Lontar (*Borassus flabellifer*) atau yang dikenal dengan sebutan siwalan merupakan jenis palma penghasil nira yang potensial di Indonesia (Apriyanti, 2018). Tanaman lontar atau siwalan (*Borassus flabellifer*) disebut sebagai tanaman serbaguna, hal tersebut karena hampir seluruh bagian tanaman dapat memberikan manfaat kepada manusia. Berbagai macam produk lontar memberi peluang usaha sehingga pengembangan pemanfaatannya secara langsung dapat meningkatkan pendapatan petani. Lontar atau siwalan yang kehadirannya dapat menjadi salah satu sumber penopang kehidupan yang dapat dimanfaatkan diantaranya sebagai perabot rumah tangga, bahan bangunan, serta air nira yang merupakan hasil sadapan dapat dimanfaatkan sebagai produk gula, kecap, serta bahan pangan lainnya.

Di Indonesia lontar bisa dijumpai di bagian timur Jawa, Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, dan Sulawesi (Nasri *et al.*, 2017). Desa Hendrosari merupakan salah satu dari 22 Desa yang terdapat di Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik Jawa timur, dimana masyarakat mengutamakan tanaman lontar sebagai mata pencaharian utama maupun mata pencaharian sampingan. Desa Hendrosari memiliki luas sekitar 192 hektar. Masyarakat masih sangat aktif untuk mengusahakan tanaman lontar ini untuk diambil niranya sebagai produk, seperti minuman legen

ataupun minuman tuak. Produksi terhadap minuman olahan dari air nira lontar terbilang cukup tinggi, karena mengingat wilayah tersebut sangat berpotensi untuk tumbuhnya tanaman lontar. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh karakteristik tanah yang kering, sehingga tanaman lontar dapat bertumbuh dengan baik.

Potensi terhadap banyaknya luas areal lahan tanaman lontar yang berada di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik berdampak terhadap banyaknya air nira lontar yang dihasilkan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi pada bulan April 2023, diketahui bahwa pemanfaatan air nira lontar yang diperjualbelikan banyak terdapat di bagian pesisir pantai utara Jawa Timur seperti kawasan Tuban, Lamongan, serta Gresik. Pemasaran merupakan ujung tombak dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Kuantitas serta kualitas produk yang maksimal, harus didukung dengan strategi pemasaran yang maksimal juga, agar konsumen dapat mengetahui kelayakan terhadap produk yang ditawarkan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka diperlukan sistem pemasaran yang baik guna meningkatkan pendapatan petani lontar.

Menurut Rahim *et al.*, (2017), pemasaran komoditas pertanian merupakan kegiatan/proses pengaliran komoditas pertanian dari produsen (petani, peternak dan nelayan) sampai ke konsumen/pedagang perantara (tengkulak, pengumpul, pedagang besar, dan pengecer) berdasarkan pendekatan sistem pemasaran (*marketing system approach*), kegunaan pemasaran (*marketing utility*) dan fungsi-fungsi pemasaran (*marketing function*). Ditinjau dari aspek ekonomi kegiatan pemasaran pertanian dikatakan sebagai kegiatan produktif sebab pemasaran dapat meningkatkan guna waktu, guna tempat, guna bentuk dan guna kepemilikan (Sudiyono, 2018).

Menurut Suminartika & Lin (2017), istilah *marketing margin* memiliki dua definisi yaitu 1) perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani, 2) *marketing margin* merupakan biaya pemasaran yang dibutuhkan karena adanya permintaan dan penawaran dari jasa- jasa pemasaran. Irawan (2018) menjelaskan bahwa lembaga pemasaran adalah orang atau perusahaan yang secara langsung terlibat dalam pengaliran barang dari produsen ke konsumen akhir.

Peran kelembagaan tersebut penting keberadaannya dalam sebuah bisnis agar dapat berjalan efektif dan efisien. Permasalahan yang sering dihadapi oleh petani air nira lontar di Desa Hendrosari adalah proses pemasaran hasil produksi. Pada umumnya pemasaran air nira lontar hanya diolah berupa minuman legen ataupun minuman tuak. Kuantitas terhadap produk dari air nira lontar terbilang cukup banyak, sedangkan pemasaran yang dilakukan masih kurang maksimal. Berdasarkan uraian latar belakang, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Air Nira Lontar Di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik”.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui efisiensi pemasaran air nira lontar di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik, dengan menganalisis besaran nilai margin pemasaran serta nilai *farmer's share*.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi referensi untuk pihak lain yang berkepentingan dalam penelitian ini, serta dapat bermanfaat bagi masyarakat pelaku usaha khususnya bagi petani air nira lontar serta pedagang air nira lontar.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian di laksanakan di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan yaitu sejak bulan April 2023 sampai dengan Juni 2023.

### **Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara langsung dengan responden dengan menyebarkan kuesioner dengan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya, yakni kuesioner diberikan kepada petani, serta pedagang pengecer. Data sekunder diperoleh dari Kantor Kepala Desa Hendrosari serta website resmi Desa Hendrosari.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Pengambilan sampel petani lontar dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* (acak sederhana). Jumlah populasi petani lontar di Desa Hendrosari sebesar 119 petani, dengan penarikan petani sampel sebesar 24 petani. Sedangkan metode dalam pengambilan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sujarweni (2016), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria.

### **Definisi dan Batasan Operasional**

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini untuk satu kali produksi adalah:

1. Karakteristik petani responden
  - a. Umur petani (Tahun)
  - b. Jenis kelamin
  - c. Jumlah tanggungan (Jiwa)
  - d. Tingkat pendidikan
  - e. Pengalaman berusahatani (Tahun)
  - f. Luas lahan petani (Ha)
2. Karakteristik pedagang responden
  - a. Umur (Tahun)
  - b. Tingkat pendidikan
  - c. Pengalaman usaha (Tahun)
3. Harga jual air nira lontar pada tingkat petani (Rp/Lt).
4. Harga jual air nira lontar ditingkat pedagang pengecer (Rp/Lt)
5. Harga jual air nira lontar pada tingkat konsumen (Rp/Lt)
6. Margin pemasaran yang merupakan selisih antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen.
7. *Farmer's share* yaitu persentase bagian yang diterima oleh petani dengan membandingkan antara harga yang telah dibayarkan konsumen akhir (%) dengan harga yang diterima petani.

### **Metode Analisis Data**

Beberapa jenis analisis data digunakan untuk menganalisis data usahatani air nira lontar, yaitu:

1. Saluran pemasaran air nira lontar di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik dapat dilihat dengan mengidentifikasi lembaga pemasaran yang terlibat. Lembaga pemasaran yang nantinya membentuk saluran pemasaran. Sedikit banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dapat menentukan

pendek-panjangnya saluran pemasaran yang mana dijelaskan secara deskriptif.

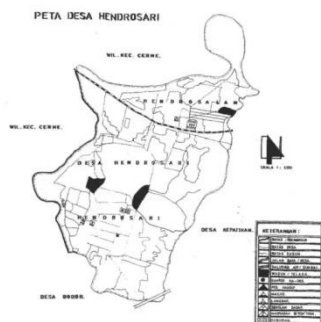
2. Dalam penelitian ini juga dilakukan analisis secara kuantitatif dalam menghitung nilai margin pemasaran serta nilai *farmer's share*. Sehingga dapat diketahui besaran nilai efisiensi pemasaran air nira lontar di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Perhitungan margin pemasaran dengan menggunakan rumus  $MP = Pr - Pf$ . Sedangkan dalam perhitungan *Farmers share* menggunakan rumus  $FS = (Pf/Pr) \times 100\%$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Hendrosari merupakan salah satu dari 22 Desa yang terletak di Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik yang memiliki potensi sumber daya alam yaitu tanaman lontar. Berdasarkan geografisnya, Desa Hendrosari memiliki batasan-batasan yaitu:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pandu Kecamatan Cerme
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Boboh Kecamatan Menganti
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Kepatihan Kecamatan Menganti
4. Sebelah Barat berbatasan dengan desa Cerme Kecamatan Cerme



Gambar 1. Denah Lokasi Penelitian

### Karakteristik Petani Responden

Petani responden dalam penelitian ini adalah petani air nira lontar atau siwalan di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner secara tertutup. Usaha bertani air nira lontar digunakan petani responden baik sebagai pekerjaan utama maupun sampingan.

Karakteristik petani responden dalam penelitian ini dibedakan berdasarkan umur petani, jenis kelamin, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, serta luas lahan petani.

### Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi terhadap kemampuan fisik dan pengalaman yang dimiliki dalam berusahatani. Pada umumnya petani yang memiliki umur lebih muda dan sehat mempunyai kemampuan fisik lebih cepat dalam melakukan pekerjaan. Berdasarkan hasil penelitian, umur petani responden berkisar antara 41 tahun sampai 59 tahun. Karakteristik sampel penelitian berdasarkan umur disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Umur Petani Responden

No.	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	25-40	0	0
2.	41-59	15	62.5
3.	> 60	9	37.5
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden penelitian yang terbesar berada pada rentang usia 41-59 tahun dengan persentase sekitar 62.5%. Sedangkan rentang usia petani responden terendah berada > 60 tahun dengan kisaran persentase 37.5% dari total keseluruhan petani responden air nira lontar di daerah penelitian. Selain itu, jumlah petani air nira lontar dengan rentang usia 25-40 tahun yaitu 0. Hal tersebut karena kalangan muda lebih memilih pekerjaan yang menjanjikan, dibandingkan bertani air nira lontar.

### Jenis Kelamin

Karakteristik sampel penelitian berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jenis Kelamin Petani Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	24	100
2.	Perempuan	0	0
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa jumlah petani responden air nira lontar adalah berjenis kelamin laki-laki dengan total 24 orang persentase 100% dari jumlah keseluruhan petani responden. Hal tersebut karena proses pemanenan air nira lontar memiliki tingkat kesulitan tinggi.

Pohon lontar tumbuh mencapai kurang lebih 30 meter, sehingga menyulitkan jika perempuan melakukan pemanenan air nira lontar.

### Jumlah Tanggungan

Karakteristik sampel penelitian berdasarkan jumlah tanggungan dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Jumlah Tanggungan Petani Responden**

No.	Rentang Tanggungan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	0-2	11	45.8
2.	3-5	12	50
3.	> 5	1	4.2
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa jumlah tanggungan responden penelitian yang terbanyak terdapat pada rentang 3-5 yang berjumlah 12 orang dengan presentase 50%. Sedangkan untuk kelompok jumlah tanggungan terendah berada pada kelompok > 5 yang berjumlah 1 orang dengan persentase 4.2% dari total keseluruhan responden penelitian.

### Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam melakukan segala perubahan. Pendidikan sangat mempengaruhi petani dalam melakukan kegiatan usahatani, baik dalam melakukan perkembangan serta peningkatan produksi dalam usahatani. Produksi yang memiliki kuantitas serta kualitas yang maksimal akan dapat menambah nilai pendapatan petani. Semakin baik tingkat pendidikan petani maka akan berdampak dalam cara berpikir dan ketrampilan dalam mengelola usahatani. Tingkat pendidikan petani responden air nira lontar disajikan dalam Tabel 4.

**Tabel 4. Tingkat Pendidikan Petani Responden**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	SD	4	16.7
2.	SMP	11	45.8
3.	SMA	9	37.5
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani responden didaerah penelitian sebagian besar memiliki tingkat pendidikan terakhir Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 11 orang dengan persentase 45.8%. Sedangkan jumlah terendah petani responden dengan pendidikan Sekolah Dasar (SD) sebesar 4 orang dengan persentase 16.7% dari total

keseluruhan sampel. Berdasarkan hasil penelitian, bahwasannya pekerjaan memanen air nira lontar merupakan pekerjaan yang sebagian besar diturunkan dari generasi kegenerasi. Sehingga keterlibatan anak dalam pekerjaan orang tua dalam kategori tinggi. selain itu, kurangnya motivasi orang tua terhadap anak tentang pentingnya pendidikan menjadi salah satu faktor penyebabnya.

### Pengalaman Berusahatani

Pengalaman dalam berusahatani merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi dalam keberhasilan petani dalam melakukan kegiatan berusahatannya. Semakin lama pengalaman yang dimiliki maka pengetahuan dan kemampuan dalam melakukan usahatannya juga lebih baik. Hal tersebut berpengaruh kepada produksi yang dihasilkan. Pengalaman berusahatani responden disajikan dalam Tabel 5.

**Tabel 5. Pengalaman Berusahatani Petani Responden**

No.	Lama Berusahatani (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	5-9	10	41.7
2.	> 10	14	58.3
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa mayoritas petani responden memiliki pengalaman dikisar > 10 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 58.3%. Sedangkan untuk lama berusahatani direntang 5-9 tahun sebanyak 41.7% dari total keseluruhan petani responden. Berdasarkan data yang didapat peneliti, bahwasannya pengalaman berusahatani petani lontar di Desa Hendrosari terbanyak berada dalam kurun waktu > 10 tahun. Hal tersebut menjadi penyebab petani lontar di Desa Hendrosari cenderung memiliki ketrampilan yang tinggi dalam pemanenan air nira lontar.

### Luas Lahan

Lahan merupakan faktor penting dalam melakukan kegiatan usahatani. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi kuantitas produk hasil pertanian yang dihasilkan. Luas lahan responden petani disajikan dalam Tabel 6.

**Tabel 6. Luas Lahan Petani Responden**

No.	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	< 0.5	5	20.8
2.	0.5	13	54.2
3.	> 0.5	6	25
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui bahwa jumlah petani responden penelitian yang memiliki luas lahan tanaman lontar > 0.5 Ha yaitu 5 orang atau setara 20.8% dari keseluruhan jumlah petani responden, sedangkan luas lahan dengan jumlah responden tertinggi yaitu 0.5 Ha dengan jumlah sebanyak 13 orang atau setara 54.2% dari total keseluruhan petani responden penelitian. Desa Hendrosari memiliki potensi pertanian dan perkebunan yang besar. Luas lahan rata-rata petani lontar di Desa Hendrosari dalam berbudidaya tanaman lontar adalah sekitar 60% dari total keseluruhan lahan. Berdasarkan data yang diambil dari hasil kuesioner yang telah dibagikan, bahwasannya kepemilikan lahan petani responden terbesar berada pada luas 0.5 Ha dengan jumlah 13 petani dari keseluruhan responden penelitian.

**Karakteristik Pedagang Responden**

Pedagang atau lembaga pemasaran yang diketahui di daerah penelitian bersal dari informasi yang diberikan dari petani sampel dalam saluran pemasaran air nira lontar. Berikut ini adalah beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran air nira lontar di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik yaitu pedagang pengecer. Karakteristik pedagang responden disajikan dalam Tabel 7.

**Tabel 7. Identitas Pedagang Responden**

No.	Karakteristik	Jumlah Pedagang (orang)	Persentase (%)
<b>Umur (Tahun)</b>			
1.	40-55	2	50
2.	56-65	2	50
<b>Total</b>		<b>4</b>	<b>100</b>
<b>Tingkat Pendidikan</b>			
1.	SD	2	50
2.	SMP	1	25
3.	SMA	1	25
<b>Total</b>		<b>4</b>	<b>100</b>
<b>Pengalaman (Tahun)</b>			
1.	1-9	2	50
2.	10-15	2	50
<b>Total</b>		<b>4</b>	<b>100</b>

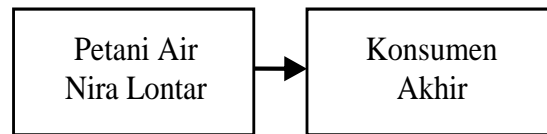
Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 7, menunjukkan bahwa terdapat 4 orang pedagang pengecer yang terlibat. Pada karakteristik kelompok umur 40-55 tahun sebanyak 2 orang dan umur 56-65 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase masing-masing 50% dari total keseluruhan pedagang responden. Pada tingkat pendidikan tertinggi dengan jumlah 2 orang pada tingkat SD dengan persentase 50%.

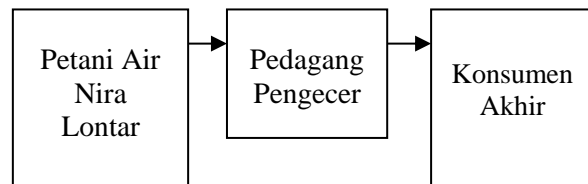
Tingkat pendidikan SMP dan SMA masing-masing berjumlah 1 orang dengan persentase 25% dari total keseluruhan pedagang responden. Pengalaman pedagang responden pedagang terdapat pada kisaran 1-9 tahun dan 10-15 tahun dengan masing-masing berjumlah 2 orang dan persentase masing-masing 50%. Lamanya seseorang dalam menjalankan sebuah usaha, dapat sangat berpengaruh terhadap tingkat kemampuannya dalam mengelola usahanya.

**Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran memiliki peran utama dalam penyaluran barang/jasa dari produsen kepada konsumen akhir. Semakin banyak atau sedikitnya lembaga pemasaran yang terlibat juga dapat berpengaruh terhadap harga barang yang disalurkan. Dari penelitian yang dilakukan di Desa Hendrosari, terdapat dua saluran pemasaran yang dilakukan, adapun saluran pemasaran yang terdapat di Desa Hendrosari yaitu:



Gambar 2. Saluran Pemasaran I



Gambar 3. Saluran Pemasaran II

Tipe saluran pemasaran I dapat dilihat, bahwa dalam saluran pemasaran tersebut merupakan saluran pemasaran yang paling sederhana. Pada saluran pemasaran I, petani air nira lontar langsung menjual hasil produksinya kepada Konsumen Akhir tanpa melalui perantara lembaga pemasaran lainnya. Konsumen akhir lebih memilih saluran pemasaran I sebab harga yang relatif murah. Tipe saluran pemasaran II, petani air nira lontar menjual melalui perantara lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer. Kemudian pedagang pengecer menjual air nira lontar kepada konsumen akhir. Adapun perhitungan margin pemasaran masing-masing saluran pemasaran air nira lontar di Desa Hendrosari disajikan dalam Tabel 8.

**Tabel 8. Perhitungan Marjin Pemasaran**

No.	Keterangan	Saluran Pemasaran (Rp/liter)	
		I	II
<b>A. Petani Air Nira</b>			
1.	Biaya Pemasaran	1.375	1.375
	Kemasan Produk	1.375	1.375
2.	Harga Jual	18.000	17.000
3.	Penerimaan	16.625	15.652
<b>B. Pedagang Pengecer</b>			
1.	Harga Beli	-	17.000
2.	Harga Jual	-	21.000
3.	Biaya Pemasaran	-	1.249
	Label Produk	-	250
	Transportasi	-	999
4.	Marjin Pemasaran	-	4.000
5.	Keuntungan	-	2.751
<b>C. Konsumen Akhir</b>			
1.	Harga Beli	18.000	21.000
<b>D. Total Biaya Pemasaran</b>		<b>1.375</b>	<b>2.624</b>
<b>E. Total Marjin Pemasaran</b>		<b>0</b>	<b>4.000</b>
<b>F. Keuntungan Total</b>		<b>16.625</b>	<b>1.376</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Tabel 8 menunjukkan bahwa, keuntungan total yang diperoleh pada saluran pemasaran I yaitu Rp16.625 yang diperoleh dari selisih penerimaan yang didapatkan petani dengan besar biaya pemasaran. Sedangkan keuntungan total yang diperoleh dari saluran pemasaran II yaitu Rp. 2.751 yang diperoleh dari selisih keuntungan dari pedagang pengecer dengan biaya pemasaran dari petani lontar.

Pada saluran pemasaran I Petani air nira lontar menjual dengan harga Rp18.000/liter kepada konsumen akhir. Dalam proses pemasaran kepada konsumen akhir, petani mengeluarkan biaya pemasaran dalam pembelian kemasan produk sebesar Rp1.375 dengan total marjin pemasaran yaitu Rp0. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa total penerimaan petani lontar dalam pola saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp16.625.

Pada pola saluran pemasaran II pedagang pengecer membeli air nira lontar dari petani dengan harga Rp17.000/liter dengan biaya pemasaran sebesar Rp1.249 dengan total marjin pemasaran yaitu Rp4000. Harga jual kepada konsumen akhir sebesar Rp21.000. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp1.376. Petani mendapat total penerimaan pada pola saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp15.625.

### Analisis *Farmer's Share*

Menurut Sudiyono (2018), *farmer's share* dihitung menggunakan rumus:

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

Keterangan:

FS : *Farmer's share*

Pf : Harga ditingkat petani

Pr : Harga ditingkat konsumen

Adapun perhitungan *farmer's share* masing-masing saluran pemasaran air nira lontar di Desa Hendrosari disajikan dalam Tabel 9.

**Tabel 9. Perhitungan *Farmer's Share***

Saluran Pemasaran	Harga ditingkat Petani (Rp/liter)	Harga ditingkat Konsumen Akhir (Rp/liter)	<i>Farmer's Share</i>
I	18.000	18.000	100%
II	17.000	21.000	80.95%

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Suatu saluran pemasaran dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran tersebut mempunyai bagian yang diterima petani atau nilai persentase *farmer's share* lebih dari 50% (Suryadewi, 2018). Berdasarkan Tabel 9, menunjukkan bahwa saluran pemasaran I air nira lontar memiliki jumlah *farmer's share* 100%, sedangkan nilai *farmer's share* saluran pemasaran II yaitu 80.95%.

*Farmer's share* atau bagian yang diterima petani merupakan persentase perbandingan harga yang ada di tingkat petani dengan harga yang ada di tingkat konsumen. Saluran pemasaran II memiliki persentase *farmer's share* relatif rendah jika dibandingkan dengan nilai *farmers's share* pada saluran pemasaran I. Besar kecilnya hasil bagian yang diterima petani menunjukkan merata tidaknya pembagian hasil antara pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer terhadap petani (Arbi *et al.*, 2018).

### Analisis Efisiensi Pemasaran

Herawati (2017) menyatakan bahwa tercapainya efisiensi pemasaran apabila sistem pemasaran yang ada telah memberikan kepuasan pada pelaku-pelaku pemasaran yang terlibat mulai dari petani sampai konsumen akhir.

Perhitungan nilai efisiensi pemasaran masing-masing saluran pemasaran air nira lontar di Desa Hendrosari disajikan dalam Tabel 10.

**Tabel 10. Perhitungan Efisiensi Pemasaran**

Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/liter)	Total Nilai Produk (Rp/liter)	Efisiensi Pemasaran
I	1.375	18.000	7.36%
II	2.624	21.000	12.49%

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Kriteria efisiensi pemasaran menurut (Soekartawi, 2002) yaitu efisiensi pemasaran 0-50% maka saluran tersebut efisien dan bila efisiensi pemasaran > 50% maka kurang efisien. Dapat dilihat pada Tabel 10 bahwa, saluran pemasaran I memiliki nilai EP sebesar 7,63% sedangkan saluran pemasaran II memiliki nilai EP sebesar 12,49%.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait pola pemasaran air nira lontar di Desa Hendrosari Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Saluran pemasaran di daerah penelitian terdapat dua pola saluran pemasaran dengan hanya melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer.
2. Marjin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp0 dengan biaya pemasaran sebesar Rp1.375 sedangkan saluran pemasaran II sebesar Rp4.000 dengan biaya pemasaran sebesar Rp2.624.
3. Nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran I sebesar 100% dan saluran pemasaran II memiliki nilai sebesar 80,95%.
4. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar 7,63% < 50% artinya saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran yang efisien. Nilai efisiensi saluran pemasaran II sebesar 12,49% < 50% artinya saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran yang efisien. Jadi, diantara saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II yang paling efisien adalah saluran pemasaran I.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disarankan agar petani air nira lontar lebih

menggunakan saluran pemasaran I, sebab lebih efisien dan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi, serta dapat melakukan diversifikasi air nira lontar agar dapat meningkatkan nilai pada produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, I.R. 2018. Studi Potensi Pemanfaatan Limbah Serat Batok Siwalan (*Borassus Flabellifer L.*) Sebagai Bahan Baku Kerajinan Lokal (Benang). *Jurnal Teknologia*.
- Arbi, M. 2018. Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuwasin. *JSEP*. 11 (1): 22 – 32.
- Herawati. 2015. Kinerja Pemasaran Biji Kakao Di Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat. Tesis. *Pascasarjana Institut Pertanian Bogor*, Bogor.
- Nasri., R. Suryaningsih., & E. Kurniawan. 2017. Ekologi, Pemanfaatan, dan Sosial Budaya Lontar (*Borassus flabellifer Linn.*) sebagai Flora Identitas Sulawesi Selatan. *Info Teknis EBONI*, 14(1), 35–46.
- Rahim. 2017. *Ekonomika pertanian, Pengantar teori dan kasus*. Penebar Swadaya.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2018. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press, Malang.
- Sujarweni, V.W. 2016. Implementasi Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Mencapai Laba Optimal (Studi Pada Sentra Ukm Industri Bakpia Di Wilayah Minomartani Sleman Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 1111-1124.
- Suryadewi, A.D. 2018. Efisiensi Pemasaran Jagung Di Kabupaten Sragen. *AGRISTA : Vol. 6*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.