

TESIS

**MARGIN DAN EFISIENSI PEMASARAN LADA DI
KABUPATEN BENGKAYANG**

Oleh:

JAPO ALBERTO

NIM C2081201002



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2023**

TESIS

**MARGIN DAN EFISIENSI PEMASARAN LADA DI
KABUPATEN BENGKAYANG**

Oleh
JAPO ALBERTO
NIM C2081201002

**Tesis Diajukan sebagai Syarat untuk Memperoleh
Gelar Magister dalam Bidang Pertanian**

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2023**

TESIS

**MARGIN DAN EFISIENSI PEMASARAN LADA DI KABUPATEN
BENGKAYANG**

Tanggung Jawab Yuridis Material Pada:

**Japo Alberto
NIM C2081201002
Magister Agribisnis**

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Ujian Tesis
Pada Tanggal: 30 Januari 2023 Berdasarkan SK Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Tanjungpura: 877/UN22.3/TD.06/2023**

Tim Pengaji:

Pembimbing Pertama

**Dr. Ir. Adi Suyatno, MP
NIP. 196306251991031001**

Pembimbing Kedua

**Dr. Novira Kusrini, SP, M.Si
NIP. 197811132005012001**

Pengaji Pertama

**Dr. Dewi Kurniati, SP, MM
NIP. 197708102000122001**

Pengaji Kedua

**Dr. Maswadi, SP, M.Sc
NIP. 198105162005011001**

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura

Prof. Dr. Ir. Hj. Denah Suswati, M.P

NIP. 196505301989032001

PERNYATAAN HASIL KARYA ILMIAH TESIS DAN SUMBER INFORMASI

Saya menyatakan bahwa tesis ini adalah karya tulis sendiri tidak terdapat karya orang lain yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi. Karya tulis dan pendapat orang lain yang diacu dalam tesis ini telah disitasi dengan benar dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia ditindak sesuai peraturan yang berlaku termasuk dibatalkan gelar magister.

Pontianak, 2023
Penulis,

Japo Alberto

RIWAYAT HIDUP

Japo Alberto lahir di Bengkawan, 23 juli 1992, anak dari pasangan seorang ayah Peh dan Ibu Mau. Penulis merupakan anak ke dua dari delapan bersaudara. Sejak kecil penulis tinggal di Desa Bengkawan Kecamatan Seluas Kabupaten Bengkayang. Terkait pendidikan formal penulis dimulai dari SDN 15 Melayang tahun 2001-2006, SMPN 1 Teriak tahun 2006-2009, SMAN 1 Bengkayang tahun 2009-2012. Tahun 2012 penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi melalui jalur undangan Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN), beasiswa Bisikmisi di Universitas Tanjungpura dan diterima pada program SI reguler A di program studi Agribisnis jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tanjungpura pada tahun 2020.

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Pertanian, penulis mengangkat masalah penelitian mengenai “Margin dan Efisiensi Pemasaran Lada di Kabupaten Bengkayang”, dibimbing oleh **Dr. Ir. Adi Suyatno, MP** sebagai pembimbing pertama dan **Dr. Novira Kusrini, SP, M.Si** sebagai pembimbing kedua, serta diuji oleh **Dr. Dewi Kurniati, SP, MM** sebagai penguji pertama dan **Dr. Maswadi, SP, M.Sc** sebagai penguji kedua.

RINGKASAN SKRIPSI

Lada atau pepper (*Piper nigrum* L) disebut juga dengan merica, merupakan jenis tanaman yang banyak dimanfaatkan sebagai bumbu dapur atau juga diolah menjadi pepper oil, jenis lada yang umum dikenal orang-orang yaitu adalah jenis lada putih dan lada hitam, tanaman lada ini merupakan salah satu komoditas rempah-rempah yang mempunyai prospek cukup cerah bagi peningkatan pendapatan petani dan penambahan devisa negara, peranan lada sebagai penghasil devisa adalah terbesar dalam kelompok rempah dan kelima setelah karet, teh, kelapa sawit dan kopi. Laporan Kementerian Perdagangan tanaman lada ini merupakan salah satu komoditas perdagangan dunia dan lebih dari 80% hasil produksi lada Indonesia di ekspor ke luar negeri.

Lada dalam proses produksinya membutuhkan banyak modal, sedangkan banyak petani yang berusahatani lada merupakan petani kecil sehingga modal merupakan salah satu kendala yang dihadapi dalam pengembangan usahatani lada. Sistem pemasaran lada yang ada saat ini belum memberikan insentif yang besar bagi peningkatan kesejahteraan petani. Hal ini disebabkan karena harga yang tidak menentu karena perubahan harga yang terjadi setiap saat. Besarnya produksi lada harus didukung dengan pola pemasaran yang baik. Pola pemasaran mempunyai peranan yang penting saat melakukan kegiatan usahatani. Kegiatan pemasaran yang didalamnya terdapat berbagai macam peran lembaga pemasaran serta saluran distribusi memungkinkan hasil-hasil pertanian hingga sampai ke konsumen. Namun dengan berbagai macam peran lembaga pemasaran serta saluran distribusi pemasaran sehingga menyebabkan selisih harga yang diterima oleh petani. Sehingga perlu dianalisis lebih dalam mengenai saluran pemasaran, margin pemasaran dan farmer's share serta tingkat efisiensi pemasaran lada.

Permasalahan yang terdapat dilatar belakang maka dapat disimpulkan permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimanakah saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang. Berapakah besar margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang. Berapa besar persentase share harga di tingkat petani (farmer's share) pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang. Bagaimana efisiensi pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang. Berdasarkan permasalahan diatas maka dapat disimpulkan tujuan pada

penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang. Untuk menganalisis besarnya margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang. Untuk menganalisis besarnya persentase share harga di tingkat petani (farmer's share) pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang.

Terdapat empat macam pola saluran pemasaran pemasaran lada di daerah penelitian ini yaitu : pola saluran pemasaran I (Petani - Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar tingkat kecamatan – pedagang pengecer), pola saluran pemasaran II (Petani - Pedagang Besar tingkat kecamatan – Pedagang Besar Tingkat Kota – pedagang pengecer), pola saluran III (Petani – UMKM – Pedagang Pengecer), pola saluran IV (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang pengecer). Pola saluran pemasaran II, III dan IV sudah efisien, sedangkan pola saluran pemasaran ke I merupakan pola saluran pemasaran yang belum efisien. Berdasarkan hasil analisis di lapangan maka posisi petani saat transaksi jual beli petani lemah. Disarankan kepada pemerintah daerah agar menyediakan informasi harga yang akurat di sentra-sentra daerah pengembangan lada agar petani terhindar dari harga yang hanya menguntungkan satu pihak saja yaitu pihak pedagang perantara.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang berupa kesehatan, lindungan, serta bimbingan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Margin dan Efisiensi Pemasaran Lada di Kabupaten Bengkayang”** tepat pada waktunya.

Penulisan tesis ini merupakan satu diantara syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Magister Pertanian di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Ir. Adi Suyatno, M.P selaku Dosen Pembimbing pertama dan Dr. Novira Kusrini, SP. M.Si selaku Dosen Pembimbing Kedua yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan sejak awal hingga akhir selesainya penulisan tesis ini. Selain itu, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Denah Suswati, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dr. Ir. Erlinda Yurisinthae, MP selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dan pembimbing akademik Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Dr. Dewi Kurniati, SP. MM selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis dan penguji pertama Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Dr. Maswadi, SP, M.Sc selaku Dosen Penguji kedua yang telah bersedia memberikan masukan dan saran kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Prodi Magister Agribisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa kuliah.

6. Untuk kedua orang tua tercinta Bapak Peh dan Ibu Mau, atas cucuran keringat, kebulatan tekad, kesabaran, dukungan moril dan material serta doa dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis.
7. Kepada Violena Mardasari dan seluruh keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan doa dan kasih sayangnya serta dukungan material kepada penulis.
8. Terimakasih kepada semua teman-teman seperjuangan di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Prodi Magister Agribisnis Universitas Tanjungpura Pontianak, khususnya Magister Agribisnis angkatan 13 yang memberikan semangat, bantuan, dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki penulisan di masa mendatang. Akhir kata penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pontianak, Januari 2023
Penulis,

JAPO ALBERTO
C2081201002

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar	i
Daftar Isiiii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1 Lada.....	7
2.1.2 Pemasaran	8
2.1.3 Biaya Pemasaran	10
2.1.4 Saluran dan Lembaga Pemasaran.....	13
2.1.5 Margin Pemasaran.....	14
2.1.6 Farmer's Share	16
2.1.7 Efisiensi Pemasaran	17
2.1.8 Ekonomi Perbatasan.....	19
2.2.Kerangka Konsep	21
2.3.Penelitian Terdahulu.....	23
2.4 Kebaharuan Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1.Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.2 Sumber Data.....	27
3.3.Teknik Pengumpulan Data	27

3.4 Populasi dan Sampel	29
3.5. Variabel Penelitian	30
3.6 Analisis Data.....	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
4.2 Sejarah Lada di Kabupaten Bengkayang	35
4.3 Karakteristik Responden	35
4.4 Saluran Pemasaran Lada	39
4.5 Kegiatan Pemasaran Lada	42
4.6 Pemasaran di Daerah Perbatasan	44
4.7 Margin Pemasaran Lada.....	45
4.8 Farmer's Share Lada.....	47
4.9 Efisiensi Pemasaran Lada	49
4.10 UMKM Lada Kabupaten Bengkayang.....	50

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA 55

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas Lahan dan Jumlah Produksi Lada Indonesia	1
2. Luas Lahan dan Jumlah Produksi Menurut Kabupaten Kalimantan Barat.....	2
3. Luas Lahan, Produksi dan Jumlah Petani Lada di Kabupaten Bengkayang.....	3
4. Luas Lahan, Jumlah Produksi dan Jumlah Petani Menurut Kecamatan Kabupaten Bengkayang	4
5. Karakteristik Responden	36
6. Jumlah Petani Tiap-tiap Saluran Pemasaran.....	41
7. Biaya Lada di Kabupaten Bengkayang	45
8. Margin Pemasaran Lada di Kabupaten Bengkayang	46
9. Farmer Share Lada di Kabupaten Bengkayang	48
10. Efisiensi Pemasaran Lada di Kabupaten Bengkayang.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Hubungan Antara Fungsi-fungsi Pertama dan Turunan Terhadap Margin Pemasaran dan Nilai Margin Pemasaran	15
2. Kerangka Pemikiran.....	22
3. Peta Kabupaten Bengkayang	34
4. Pola Saluran Pemasaran Lada di Kabupaten Bengkayang	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Responden.....	57
2. Kuesioner Penelitian	60
3. Jawaban Responden.....	63
4. Dokumentasi Penelitian	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkebunan merupakan subsektor pertanian yang sangat strategis dan menjadi salah satu andalan perekonomian Indonesia yang dapat meningkatkan devisa negara dan dapat pula menyerap tenaga kerja serta pemenuhan bahan baku industri. Pemerintah mengutamakan pada subsektor perkebunan karena memiliki daya tarik yang tinggi untuk dieksport ke negara maju. Nilai ekspor komoditi perkebunan pada tahun 2022 mencapai US\$ 26,09 miliar. Komoditas yang termasuk di sub sektor perkebunan meliputi kelapa sawit, kakao, lada, teh, dan lain-lain.

Lada atau pepper (*Piper nigrum* L) disebut juga dengan merica, merupakan jenis tanaman yang banyak dimanfaatkan sebagai bumbu dapur atau juga diolah menjadi pepper oil, jenis lada yang umum dikenal orang-orang yaitu adalah jenis lada putih dan lada hitam, tanaman lada ini merupakan salah satu komoditas rempah-rempah yang mempunyai prospek cukup cerah bagi peningkatan pendapatan petani dan penambahan devisa negara, peranan lada sebagai penghasil devisa adalah terbesar dalam kelompok rempah dan kelima setelah karet, teh, kelapa sawit dan kopi. Laporan Kementerian Perdagangan tanaman lada ini merupakan salah satu komoditas perdagangan dunia dan lebih dari 80% hasil produksi lada Indonesia di ekspor ke luar negeri.

Tabel 1. Luas lahan dan Jumlah Produksi Lada Indonesia

Tahun	Luas lahan (Ha)	Produksi (Ton)
2017	186.297	87.991
2018	187.291	88.235
2019	189.703	87.619
2020	190.452	88.254
2021	193.388	89.153

Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan 2022

Dilihat dari luas lahan dan produksi perkebunan lada di seluruh Indonesia, pada tahun 2021 Indonesia memiliki luas lahan perkebunan lada sebesar 193.388 Ha dengan produksi sebesar 89.153 Ton yang tersebar di 29 provinsi dan hampir

seluruhnya dikelola oleh rakyat dengan melibatkan sekitar 298.913 KK petani di lapangan. Dengan demikian apabila 1 KK diasumsikan terdiri dari 5 anggota keluarga maka usaha lada ini mampu menghidupi sejumlah 1,5 juta petani dilapangan. Belum termasuk masyarakat yang terlibat dalam perdagangan dan industri lada lainnya. Hal tersebut bisa menjadi potensi dan peluang besar yang dimiliki Indonesia dalam perdagangan lada di pasar internasional. Indonesia sudah lama dikenal sebagai produsen utama lada dunia terutama lada hitam dan lada putih yang berasal dari Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Tabel 2. Luas Lahan dan Produksi Lada Menurut Kabupaten/Kota di Kalimantan Barat Tahun 2022

Kabupaten/Kota	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
Sambas	1.449	554
Bengkayang	3.067	1.907
Landak	2.053	623
Mempawah	148	83
Sanggau	2.824	1.537
Ketapang	153	45
Sintang	2.600	1.110
Kapuas Hulu	48	13
Sekadau	278	92
Melawi	17	8
Kayong Utara	21	5
Kubu Raya	337	128
Kota Pontianak	-	-
Kota Singkawang	36	24

Sumber: Badan Pusat Statistik Kalimantan Barat 2022

Kabupaten Bengkayang termasuk daerah sentra bagi komoditas lada di Kalimantan Barat, terlihat dari data diatas Bengkayang memiliki luas lahan dan produksi lada tertinggi di Kalimantan Barat dengan luas lahan sebesar 3.067 Ha dan produksi sebesar 1.907 Ton. Bengkayang memiliki luas lahan dan produksi lada tertinggi di Kalimantan Barat karena lada merupakan salah satu komoditas yang sangat cocok di Bengkayang karena komoditas ini tidak mudah rusak dan tahan lama. Namun lada di Bengkayang juga mengalami berbagai permasalahan seperti sulitnya akses pemasaran bagi petani dan kurangnya kemampuan petani dalam daya tawar dalam pemasaran lada.

Tabel 3. Luas lahan, Produksi dan Jumlah Petani lada Bengkayang

Tahun	Luas Lahan (Ha)	Jumlah Petani (KK)	Produksi (Ton)
2017	3.071	5.655	1.985
2018	3.071	5.655	1.975
2019	3.071	5.655	1.916
2020	3.067	5.655	1.907
2021	2.967	5.555	1.907

Sumber: Dinas Perkebunan Bengkayang 2022

Dinas Perkebunan Kabupaten Bengkayang mencatat bahwa produksi lada dari tahun ke tahun cenderung stabil. Hal ini menandakan bahwa petani lada konsisten tiap tahunnya memproduksi lada sehingga produksi tidak menurun, tetapi produksi yang stabil tidak diimbangi dengan pendapatan petani. Hal tersebut disebabkan oleh petani tidak memiliki kekuatan dalam pemasaran lada, petani cendrung menerima tetapi tidak bisa mengendalikan tingkat harga tersebut. Pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran lada di Kabupaten Bengkayang yaitu dari petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer serta ukm pengolahan lada.

Pentingnya pemasaran lada di Kabupaten Bengkayang yaitu dengan memiliki produksi yang tinggi akan menjadi peluang bagi petani jika pemasaran dilakukan dengan benar. Bengkayang memiliki akses pasar yang strategis yaitu sebagai wilayah perbatasan dan tidak jauh juga dari pusat kota sehingga ada peluang untuk ekspor ke Malaysia dan ke pulau jawa. Bengkayang juga memiliki umkm yang sudah memproduksi lada sebagai produk olahan, sehingga ini juga sebagai peluang bagi petani jika lada selalu dibutuhkan maka petani tidak bingung untuk menjual hasil panennya. Beberapa alasan tersebut mewakili bahwa pemasaran lada di Kabupaten Bengkayang sangat penting untuk ditingkatkan karena memiliki potensi dan peluang yang cukup besar.

Tabel 4. Luas Lahan, Jumlah Produksi dan Jumlah Petani di Bengkayang

Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Jumlah Produksi (Ton)	Jumlah Petani
Sei Raya	196	14	251
Capkala	33	16	84
Monterado	41	19	12
Samalantan	32	14	33
Sei Betung	61	25	78
Bengkayang	87	37	166
Teriak	85	43	230
Lumar	100	47	81
Suti Semarang	250	82	90
Ledo	214	155	260
Sanggau Ledo	212	86	415
Seluas	834	914	2.310
Jagoi Babang	112	45	313
Siding	216	64	428
Sei Raya Kepulawan	88	18	146
Tujuh Belas	366	317	623
Lembah Bawang	41	11	35

Sumber: Dinas Perkebunan Kabupaten Bengkayang 2022

Kabupaten Bengkayang merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Kalimantan Barat. Usahatani tanaman Lada di Bengkayang merupakan salah satu dari produk perkebunan yang bersifat tahan lama, penyumbang pendapatan dan devisa Negara. Namun petani Lada dalam hal pemasaran, mengalami kendala, karena kesulitan dalam memasarkan hasilnya. Permasalahan tersebut muncul karena petani tidak terlibat langsung dalam proses pemasaran tersebut sehingga tidak bisa mengendalikan atau mengetahui situasi pasar. Pada umumnya yang berperan dalam pemasaran lada di Bengkayang adalah para tengkulak dan pedagang pengumpul yang langsung datang kerumah-rumah petani lada atau petani yang bergantung kepada tengkulak atau pedagang, dengan kondisi yang demikian produsen atau petani lada selalu memperoleh pendapatan yang rendah apabila dibandingkan dengan hasil panennya dijual langsung tanpa perantara, sehingga dengan kondisi yang demikian agribisnis lada tidak akan berkembang dan terus mengalami penurunan, apalagi ada pengaruh dari perkebunan kelapa sawit dan pertambangan yang cukup kuat di Kabupaten Bengkayang.

Lada dalam proses produksinya membutuhkan banyak modal, sedangkan banyak petani yang berusahatani lada merupakan petani kecil sehingga modal merupakan salah satu kendala yang dihadapi dalam pengembangan usahatani lada. Sistem pemasaran lada yang ada saat ini belum memberikan insentif yang besar bagi peningkatan kesejahteraan petani. Hal ini disebabkan karena harga yang tidak menentu karena perubahan harga yang terjadi setiap saat. Besarnya produksi lada harus didukung dengan pola pemasaran yang baik. Pola pemasaran mempunyai peranan yang penting saat melakukan kegiatan usahatani. Kegiatan pemasaran yang didalamnya terdapat berbagai macam peran lembaga pemasaran serta saluran distribusi memungkinkan hasil-hasil pertanian hingga sampai ke konsumen. Namun dengan berbagai macam peran lembaga pemasaran serta saluran distribusi pemasaran sehingga menyebabkan selisih harga yang diterima oleh petani. Sehingga perlu dianalisis lebih dalam mengenai saluran pemasaran, margin pemasaran dan farmer's share serta tingkat efisiensi pemasaran lada.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa beberapa permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan perkebunan lada milik rakyat dari sisi pemasaran adalah harga lada yang sering berfluktuasi, rendahnya posisi tawar petani, kurangnya informasi pasar yang diperoleh petani, pemanfaatan peluang pasar yang lemah, serta sarana transportasi yang kurang memadai. Faktor-faktor tersebut menyebabkan pendapatan yang diperoleh petani menjadi rendah. Pendapatan petani lada akan meningkat dengan semakin efisiennya sistem pemasaran lada. Oleh karena itu, melalui analisis sistem pemasaran dapat diketahui bagian harga yang diterima oleh petani dibandingkan dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir, serta besarnya nilai margin pemasaran di tiap lembaga perantara pemasaran (Pradyatama, Hasyim, & Situmorang, 2019).

Uraian latar belakang diatas menjadi dasar peneliti mengangkat judul penelitian “Margin dan Efisiensi Pemasaran Lada di Kabupaten Bengkayang” dengan harapan dapat memberikan solusi untuk mendapatkan atau meningkatkan pemasaran pada perkebunan lada yang lebih baik di Kabupaten Bengkayang.

1.2 Permasalahan

Permasalahan yang terdapat dilatar belakang maka dapat disimpulkan permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang
2. Berapakah besar margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang
3. Berapa besar persentase share harga di tingkat petani (farmer's share) pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang
4. Bagaimana efisiensi pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka dapat disimpulkan tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang
2. Untuk menganalisis besarnya margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang
3. Untuk menganalisis besarnya persentase share harga di tingkat petani (farmer's share) pada setiap saluran pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang
4. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran lada yang ada di Kabupaten Bengkayang