

**SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN BIJI KAKAO
KERING DESA TAPANGO KECAMATAN TAPANGO
KABUPATEN POLEWALI MANDAR SULAWESI BARAT**

**SALMAN
A0116327**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Saluran dan Margin Pemasaran Biji Kakao Kering Desa
Tapango Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar
Sulawesi Barat
Nama : Salman
NIM : A0116327

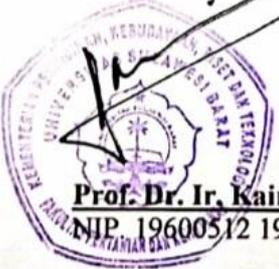
Disetujui oleh


Nurlaela, S.P., M.Si
Pembimbing I


Dwi Ahrisa Putri, S.P., M.Si
Pembimbing II

Diketahui oleh

Dekan,
Fakultas Pertanian dan Kehutanan



Prof. Dr. Ir. Kaimuddin, M.Si
NIP. 19600512 198903 1 003

Ketua Program Studi
Agribisnis


Ika wati, S.TP., M.Si
NIP. 19831016 201903 2 010

Tanggal Lulus: (28 Oktober 2022)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN BIJI KAKAO KERING DESA TAPANGO KECAMATAN TAPANGO KABUPATEN POLEWALI MANDAR SULAWESI BARAT

Disusun oleh:
SALMAN
A0116327

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Sulawesi Barat
pada tanggal 28 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS**

SUSUNAN TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dr. Arman Amran, S.P., M.Si		28 / 10 / 2022
2. Ikrar Taruna Syah, S.TP., M.Sc.		28 / 10 / 2022
3. Suryani Dewi, S.P., M.Si		28 / 10 / 2022

SUSUNAN KOMISI PEMBIMBING

Komisi Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
1. Nurlaela, S.P., M.Si		28 / 10 / 2022
2. Dwi Ahrisa Putri, S.P., M.Si		28 / 10 / 2022

ABSTRAK

SALMAN, Saluran dan Margin Pemasaran Biji Kakao Kering Desa Tapango Kecamatan Tapango kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat, di bimbing oleh **NURLAELA** dan **DWI AHRISA PUTRI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran biji kakao kering di Desa Tapango Kecamatan Tapango kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat. Pengumpulan serta penyusunan data dimulai dari bulan Agustus 2021 sampai dengan bulan Desember 2021. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara kuisioner dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan adalah data primer melalui kuisioner dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pemerintah Desa Tapango serta karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga saluran pemasaran yang ada didesa tapango yaitu: 1). Petani → pedagang kecamatan → pedagang besar, 2). Petani → pedagang desa → pedagang besar, 3). Petani → pedagang desa → pedagang kecamatan → pedagang besar. Margin pemasaran. Share margin yang diperoleh pada saluran I sebesar 88,3 %, saluran II sebesar 90 % dan saluran III sebesar 87,1 %. Untuk efisiensi pemasaran pada saluran I sebesar 1,47 %, saluran II sebesar 2,02 % dan saluran III sebesar 2,75%.

Kata kunci: Pemasaran, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Biji Kakao

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kakao (*Theobroma cacao*) merupakan salah satu komoditi perkebunan yang penting dalam pembangunan sub sektor perkebunan antara lain untuk memenuhi kebutuhan domestik maupun sebagai komoditi ekspor penghasil devisa negara. Selain itu para pedagang terutama *trader* asing lebih senang mengekspor dalam bentuk biji kakao non olahan.

Indonesia merupakan penghasil kakao ketiga terbesar didunia setelah Pantai Gading dan Ghana. Ditinjau dari segi produktivitas, Indonesia masih berada di bawah produktivitas rata-rata negara lain penghasil kakao. Selama ini, kakao lebih banyak diekspor dalam wujud biji kering kakao dibandingkan hasil olahannya sehingga nilai tambahnya terhadap perekonomian sedikit. Perkebunan kakao merupakan tanaman rakyat karena hampir seluruh wilayah Indonesia tumbuh tanaman penghasil coklat tersebut. Sekitar 90% kebunnya adalah milik petani (Direktorat Jendral Perkebunan, 2014).

Sulawesi Barat termasuk salah satu sentra produksi kakao di Indonesia. Hal ini didukung oleh data luas areal dan produksi kakao yang menyebar di seluruh kabupaten yang ada di Sulawesi barat khususnya kabupaten Majene. Berdasarkan data yang ada, luas areal dan produksi kakao pada tahun 2017 sebesar 145.787 ha dan 54.333 ton, sedangkan pada tahun 2021 luas area dan produksi kakao sebesar 139.974 dan 72.600 ton. Hal ini menunjukkan bahwa produksi kakao dari tahun 2017 ke tahun 2021 mengalami peningkatan (BPS Provinsi Sulawesi Barat, 2020).

Pemerintah Provinsi Sulawesi Barat terus mendorong peningkatan produksi kakao, hal ini dilakukan sebagai bentuk komitmen pemerintah atas potensi kakao yang menjadi andalan daerah. Pada tahun 2018 produksi kakao di Sulawesi Barat mencapai 140 hingga 150 ribu ton. Dengan bantuan dana dari pemerintah pusat, pemerintah Daerah Sulawesi Barat menjalankan program GERNAS kakao dalam mendukung posisi Indonesia dalam produksi kakao dunia.

Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat merupakan penghasil kakao yang cukup banyak, hal ini ditunjukkan oleh data peningkatan produksi kakao dari tahun 2018-2021 di Kabupaten Polewali Mandar dengan luas areal 48.929,5 dan produksi kakao sebesar 32.269,49 ton pada tahun 2018, dan pada tahun 2021 produksi kakao di kabupaten polewali mandar mencapai 36.480,55 ton.

Tabel 1.2. Data Luas Areal dan Produksi Kakao di Polewali Mandar 2018- 2021

Tahun	Luas Area (ha)	Produksi (ton)
2018	48.929,5	32.259,49
2019	48.929,5	33,435.91
2020	48.929,5	36.451,62
2021	48.929,50	36.480,55

(Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan, 2021)

Biji kakao kering merupakan salah satu hal terpenting dalam menentukan tingkat harga di pasar internasional. Industri makanan dan minuman sebagai pengguna terbesar biji kakao menetapkan berbagai syarat yang ketat dari aspek citarasa dan keamanan pangan. Persyaratan mutu biji kakao fermentasi disesuaikan dengan SNI 2323-2008.

Pada pertengahan tahun 2012 harga kakao di pasar dunia mencapai US\$ 1,8/kg atau setara dengan Rp. 28.175,-/kg (Dinas Perkebunan, 2015). Jika dibandingkan dengan harga kakao di pasar domestik, ternyata jauh lebih rendah dari pada harga kakao di pasar dunia. Hal ini disebabkan oleh rendahnya kualitas biji kakao yang dijual oleh petani. Petani kakao sebagian besar masih menjual biji kakao yang tidak melalui proses fermentasi. Permasalahan pengolahan kakao di tingkat petani adalah kurangnya pengetahuan terhadap teknologi pengolahan biji kakao dan belum adanya satu prosedur baku guna menghasilkan biji kakao kering yang berkualitas (Hatmi dan Rustijmo, 2012).

Desa Tapango merupakan salah satu penghasil kakao dan tanaman perkebunan lainnya. Masyarakat telah mengenal kakao sejak tahun 1990-an dan sekarang berkembang menjadi tanaman perkebunan utama di daerah tersebut. Komoditi kakao merupakan penyumbang pendapatan bagi petani. Berbagai usaha telah dilakukan pemerintah dan petani untuk pengembangan komoditi kakao di desa Tapango dengan jalan perbaikan teknik budidaya yang lebih baik, yaitu teknik pembibitan untuk mendapatkan bibit unggul dan pemeliharaan kakao yang teratur seperti pemangkasan dan sanitasi di sekitar area tanaman untuk menghindari terserang hama dan penyakit dengan sasaran produksi yang meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Rata-rata pemangkasan dilakukan dua kali dalam setahun dan sanitasi dua sampai lima kali dalam setahun untuk mendapatkan hasil panen yang lebih banyak.

Selain teknik budidaya yang baik, masalah lain yang dihadapi para petani yaitu pemasaran biji kakao kering. Pemasaran penting dalam meningkatkan pendapatan petani kakao. Rantai pemasaran biji kakao kering di Desa Tapango tidak terlalu panjang dan harga yang diterima petani dapat dikatakan masih rendah, jika dibandingkan dengan harga di tingkat pedagang besar atau eksportir. Pemasaran biji kakao kering sebagian besar dijual ke pedagang desa. Harga di tingkat pedagang desa lebih rendah di bandingkan dengan pedagang besar. Kenyataan yang terjadi bahwa, petani cenderung menjual pada pedagang desa dari pada pedagang besar. Masalah inilah yang sering dihadapi petani dimana harga yang mereka dapat sangat rendah bahkan di bawah harga pasar.

Sistem pemasaran biji kakao tidak terlepas dari penentuan harga. Harga yang ditentukan oleh pedagang Kakao sebenarnya sangat bergantung pada harga di tingkat eksportir dan pasar dunia. Harga tersebut terbentuk karena permintaan dan penawaran biji kakao oleh negara konsumen. Namun tingginya harga jual biji kakao oleh eksportir belum sepenuhnya dirasakan oleh petani (Amelia, 2013). Salah satu upaya mengatasi permasalahan di dalam sistem pemasaran yaitu dengan mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran biji kakao yang akan dijual.

Menurut Sudiyono (2002), dalam pemasaran seringkali dijumpai rantai pemasaran yang panjang, sehingga banyak lembaga pemasaran yang dilibatkan dalam rantai pemasaran. Hal ini menyebabkan terlalu besarnya keuntungan pemasaran yang diambil oleh pelaku pemasaran. Beberapa penyebab panjangnya rantai pemasaran dan pihak produsen sering dirugikan, antara lain :1) pasar tidak bekerja sempurna, 2) lemahnya informasi pasar, 3) lemahnya produsen/petani memanfaatkan peluang pasar, 4) lemahnya produsen/petani untuk melakukan penawaran dalam mendapatkan harga yang layak, dan 5) produsen/petani melakukan usaha tidak didasarkan pada permintaan pasar (Sudiyono, 2002).

Biasanya masing-masing saluran pemasaran memiliki sebaran harga yang berbeda-beda. Untuk mengetahui saluran mana yang dianggap paling baik dapat diketahui dengan cara menghitung jumlah penjualan/pembelian pada setiap masing-masing saluran. Tinggi rendahnya harga yang diterima oleh petani erat kaitannya dengan keadaan struktur pasar dan besarnya margin pemasaran. Dari tingkat produktivitas yang cukup tinggi di Kabupaten Polewali Mandar, maka diperlukannya sebuah penelitian mengenai saluran dan margin pemasaran dari biji kakao yang dihasilkan oleh para petani yang ada di Desa Tapango.

1.2 Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran biji kakao kering di Desa Tapango Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat?
2. Berapa besar margin, Share Margin dan Efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran kakao di Desa Tapango Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran biji kakao di desa Tapango Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat.
2. Untuk mengetahui margin, *Share Margin* dan Efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran kakao di Desa Tapango Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah pengetahuan di bidang pertanian terutama dalam bidang pemasaran biji kakao
- b. Menambah wawasan pengetahuan kepada para pembaca dan para petani terutama pada tanaman kakao.
- c. Sebagai acuan atau pertimbangan bagi penelitian sejenis.

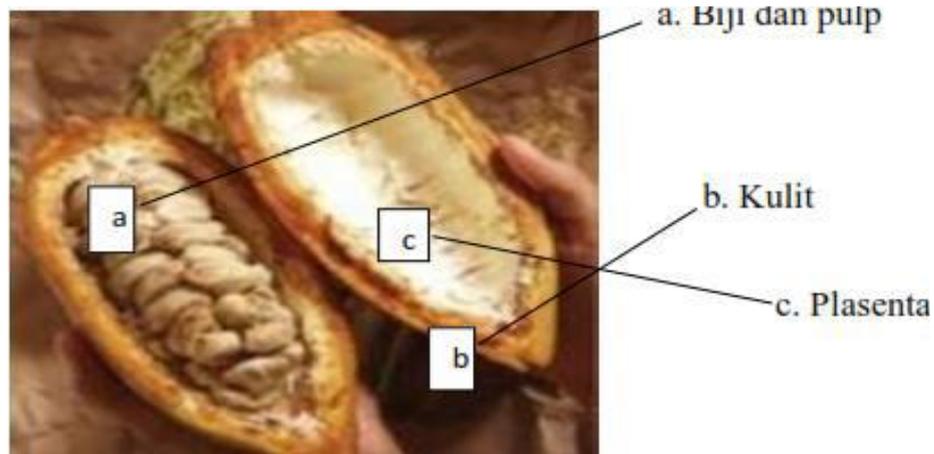
2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai masukan buat tanaman budidaya bagi petani di desa Tapango
- b. Sebagai masukan tentang pemasaran apa yang cocok pada petani kakao dalam meningkatkan nilai jual biji kakao.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Kakao

Kakao memiliki nama latin *Theobroma cacao* L. Buah kakao berbentuk bulat lonjong dengan panjang 15-30 cm dan lebar 8-10 cm. Struktur buah kakao secara garis besar terdiri atas empat bagian yaitu 73,63% kulit (*pod* kakao), 24,37% *pulp* dan biji (umumnya dalam satu buah kakao terdiri dari 30-40 butir biji kakao) dan 2% *plasenta* (merupakan kulit ari pembungkus biji kakao) (Siswoputranto, 1983).



Gambar 2.1. Anatomi Buah Kakao

Pulp merupakan jaringan halus yang berlendir yang membungkus biji kakao, keadaan zat yang menyusun *pulp* terdiri dari 80-90% air dan 8-14% gula sangat baik untuk pertumbuhan mikroorganisme yang berperan dalam proses fermentasi (Rohan, 1963). Biji kakao terdiri dari dua bagian antara lain kulit biji dan keping biji. Sekitar 86-90% dari berat kering biji merupakan keping biji, sisanya adalah kulit biji yang meliputi 10-14% dari berat kering biji. Permukaan kulit buah ada yang halus dan ada yang kasar, beralur 10 yang letaknya berselang-seling. Buah kakao akan matang setelah berumur 5-6 bulan. Pada saat buah matang, ukuran buah kakao terbentuk cukup beragam dengan ukuran berkisar 10-30 cm, diameter 7-15 cm. Biji kakao dilindungi oleh daging buah (*pulp*) yang berwarna putih. Ketebalan daging buah bervariasi, ada yang tebal dan tipis. Rasa buah kakao cenderung asam manis dan mengandung zat penghambat

perkecambahan. Di bagian dalam daging buah terdapat kulit biji yang membungkus dua kotiledon dan embrio (Wahyudi *et al.* 2008).

Biji kakao merupakan salah satu komoditi perdagangan yang mempunyai peluang untuk dikembangkan dalam rangka usaha memperbesar atau meningkatkan devisa negara serta penghasilan petani kakao. Produksi biji kakao di Indonesia secara signifikan terus meningkat, namun mutu yang dihasilkan sangat rendah dan beragam, antara lain kurang terfermentasi, tidak cukup kering, ukuran biji tidak seragam, kadar kulit tinggi, keasaman tinggi, cita rasa sangat beragam, dan tidak konsisten. Menurut Haryadi dan Supriyanto (2012), bahwa harga biji kakao Indonesia relatif rendah dan dikenakan potongan harga jika dibandingkan dengan harga produk yang sama dari negara produsen lain (Haryadi & Supriyanto, 2012). Tanaman kakao yang memiliki nama ilmiah *Theobroma cacao* L merupakan satu-satunya diantara 22 jenis marga *Theobroma*, suku Sterculiaceae yang diusahakan secara komersial. Kakao terdiri dari beberapa jenis, yaitu *criollo*, *forastero*, dan *trinitario*. Menurut (Tjitrosoepomo, 2010), bahwa sistematika tanaman kakao adalah sebagai berikut:

Divisi: Spermatophyta

Bangsa: Malvales

Anak divisi: Angiospermae

Suku: Sterculiaceae

Kelas: Dicotyledoneae

Anak kelas: Dialypetalae

Marga: *Theobroma*

Jenis: *Theobroma cacao* L.



Gambar 2. 2. Tanaman dan Buah Kakao

Sejumlah faktor iklim dan tanah menjadi kendala bagi pertumbuhan dan produksi tanaman kakao. Lingkungan alami tanaman kakao adalah hujan tropis. Syarat tumbuh tanaman kakao antara lain:

1. Tanah merupakan komponen hidup dari tanaman yang sangat penting. Dalam kehidupan tanaman fungsi tanah yang utama adalah memberikan unsur hara, baik sebagai medium pertukaran maupun sebagai tempat memberikan air bagi tanaman. Tanaman kakao untuk tumbuhnya memerlukan kondisi tanah yang mempunyai kandungan bahan organ yang cukup, lapisan olah yang dalam untuk membantu pertumbuhan akar, sifat fisik yang baik seperti struktur tanah yang gembur dan sistem drainase yang baik pH tanah yang ideal berkisar antara 6-7 (Waluyo, 2012).
2. Iklim merupakan salah satu faktor lingkungan yang cukup berpengaruh terhadap pertumbuhan dan keberhasilan budidaya tanaman, termasuk budidaya kakao. Lingkungan yang alami bagi tanaman kakao adalah hutan tropis seperti (curah hujan, suhu, kelembaban udara, intensitas cahaya, dan angin) merupakan faktor pembatas penyebaran tanaman kakao (Siregar *et al.* 2010). Tanaman kakao dalam pertumbuhan dan perkembangannya membutuhkan persediaan air yang cukup. Air ini diperoleh dari dalam tanah yang berasal dari air hujan. Curah hujan yang optimal untuk pertumbuhan tanaman kakao berkisar antara 1.500-2.000 mm setiap tahun.
3. Temperatur pengaruh terhadap kakao erat kaitannya dengan ketersediaan air, sinar matahari dan kelembaban. Faktor-faktor tersebut dapat dikelola melalui pemangkasan, penataan tanaman pelindung dan irigasi. Temperatur sangat berpengaruh terhadap pembentukan flush, pembungaan, serta kerusakan daun. Menurut hasil penelitian terdahulu, temperatur ideal bagi tanaman kakao adalah 300 °C – 320 °C (maksimum) dan 180 °C – 210 °C (minimum). Kakao juga dapat tumbuh dengan baik pada temperatur minimum 150 °C per bulan. Temperatur ideal lainnya dengan distribusi tahunan 16,60 °C masih baik untuk pertumbuhan kakao asalkan tidak didapati musim hujan yang panjang (Dermawan, 2013)

4. Cahaya matahari yang terlalu banyak menyoroti tanaman kakao akan mengakibatkan lilit batang kecil, daun sempit, dan batang yang relatif pendek. Pemanfaatan cahaya matahari semaksimal mungkin dimaksudkan untuk mendapatkan intensitas cahaya dan pencapaian indeks luas dan optimum. Kakao tergolong tanaman C3 yang mampu berfotosintesis pada suhu daun rendah. Fotosintesis maksimum diperoleh pada saat penerimaan cahaya yang tajuk sebesar 20% dari pencahayaan penuh. Kejenuhan cahaya didalam fotosintesis setiap daun yang telah membuka sempurna berada pada kisaran 3-30% cahaya matahari penuh (Dermawan, 2013).
5. Curah hujan yang berhubungan dengan pertanaman dan produksi kakao ialah distribusinya sepanjang tahun. Hal tersebut berkaitan dengan masa pembentukan tunas muda dan produksi. Areal penanaman kakao yang ideal adalah daerah dengan curah hujan 1.100-3.000 mm per tahun. Curah hujan yang melebihi 4.500 mm per tahun tampaknya berkaitan erat dengan serangan penyakit buah busuk. Daerah yang curah hujannya lebih rendah dari 1.200 mm per tahun masih dapat ditanami kakao, tetapi dibutuhkan air irigasi (Rizaldi, 2013).

2.1.1 Biji Kakao Kering

Biji kakao atau biji coklat adalah biji buah pohon kakao (*Theobroma cacao*) yang telah melalui proses fermentasi dan pengeringan. Pengeringan dilakukan untuk menurunkan kadar air biji yang awalnya 60% menjadi sekitar 6-7%. Pengeringan dapat dilakukan dengan menjemur biji di bawah terik matahari, menggunakan alat pengering, atau kombinasi keduanya. Setelah dilakukan pengeringan kemudian biji kakao yang sudah kering dilakukan Penyortiran untuk mengelompokkan biji berdasarkan penampakan fisik dan ukuran bijinya. Setelah disortir, biji Kakao kering dikemas dalam karung bersih dan diberi label jenis mutu dan identitas biji Kakao, misalnya asal dan nama produsen Kakao. Karung-karung disimpan dalam tempat yang bersih, memiliki ventilasi udara, dan jauh dari benda-benda beraroma tajam seperti bensin, solar, atau sampah organik.

Standar mutu biji kakao Indonesia terbagi atas dua persyaratan yaitu, persyaratan umum dan persyaratan khusus yang diatur dalam standar nasional indonesia biji kakao sebagaimana tertera pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Persyaratan Umum Mutu Biji Kakao

No	Jenis Uji	Satuan	Persyaratan
1.	Serangga hidup	-	Tidak ada
2.	Kadar air	% fraksi massa	maks. 7,5
3.	Biji berbau asap dan atau hammy dan atau berbau asing	-	Tidak ada
4.	Kadar benda asing	-	Tidak ada

Untuk mendapatkan mutu biji kakao yang memenuhi standar, maka setiap tahapan proses pengawasan dan kontrol mutu biji kakao harus diawasi secara teratur agar pada saat terjadi penyimpangan terhadap mutu biji kakao, suatu tindakan koreksi yang tepat sasaran dapat segera dilakukan (Hatmi dan Rastijamo, 2012).

2.1.2 Pengolahan Kakao

Buah kakao dapat dipanen apabila terjadi perubahan warna kulit pada buah yang telah matang. Sejak fase pertumbuhan sampai menjadi buah dan matang, kakao memerlukan waktu sekitar 5 bulan. Buah matang dicirikan oleh perubahan warna kulit yang saat muda berwarna hijau dan bila matang berwarna kuning, sedangkan buah yang berwarna merah, bila matang akan berwarna jingga. Terdapat tiga perubahan warna kulit pada buah kakao yang menjadi kriteria kelas kematangan buah di kebun-kebun yang mengusahakan kakao. Secara umum kriteria tersebut tersaji pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2. Perubahan Warna dan Grade Kualitas Kakao

Perubahan Warna	Bagian Kulit yang Mengalami Perubahan Warna	Grade Kualitas Kakao
Kuning	Pada alur buah	C
Kuning	Pada alur buah dan punggung	B
Kuning	Pada permukaan buah	A
Kuning Tua	Pada permukaan buah	AA

Sumber: Badan Standardisasi Nasional, 2008

Pemanenan kakao umumnya dilakukan dengan menggunakan pisau atau parang yang cukup tajam. Selama pemanenan buah diusahakan untuk tidak melalui batang atau cabang tempat tumbuh. Maka dari itu batang atau cabang akan mengakibatkan bunga tidak akan tumbuh lagi pada tempat tersebut untuk periode berikutnya.

Ada beragam faktor yang menjadi standar baku dalam menentukan kualitas biji kakao antara lain aspek fisik, kebersihan, cita rasa serta keseragaman. Secara umum tahapan pengolahan kakao terdiri dari dua cara yaitu cara fermentasi dan kering. Pengolahan kakao secara fermentasi digunakan untuk mengolah kakao yang menghasilkan kualitas biji terbaik. Adapun tahapan pengolahan kakao dengan cara fermentasi yaitu: panen, sortasi buah, pemeraman, pemecahan buah, fermentasi, pengeringan, sortasi biji.

2.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah himpunan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses untuk membuat produk atau jasa yang siap untuk dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen atau pengguna industrial. Jalur pemasaran hasil pertanian adalah saluran yang digunakan petani produsen untuk menyalurkan hasil pertanian dari produsen, pedagang desa, pedagang kecamatan, pedagang besar, dan konsumen. Setiap lembaga pemasaran ini melakukan fungsi-fungsi pemasaran seperti: membeli dari petani (produsen), menjual kepada pedagang berikutnya, mengangkut, mensortir, menyimpan, dan lain-lain (Rahardi, 1993).

Margin pemasaran dapat didefinisikan perbedaan harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Marketing margin terdiri dari berbagai macam ongkos-ongkos dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Jadi marketing margin itu terdiri dari berbagai margin seperti retail margin yaitu selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang dibayarkan produsen oleh sipengecer, profit margin, besarnya keuntungan balas jasa oleh middleman (Anonim, 2011).

Pemasaran didefinisikan sebagai analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran. Dalam mendesain suatu strategi pemasaran, hal terpenting yang perlu dilakukan oleh manajemen pemasaran adalah penerapan konsep STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Selain itu, bauran pemasaran juga memegang peranan penting dalam penciptaan *comprehensif marketing* dimana kombinasi empat komponen yaitu product, price, place, dan promotion, merupakan program pemasaran yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan apabila perusahaan tersebut menginginkan pemasaran yang efektif, yaitu pemasaran yang dapat mendorong terjadinya transaksi (Kotler, 2009).

Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif. Dalam pemasaran terjadi suatu aliran barang dari produsen ke konsumen dengan melibatkan lembaga perantara pemasaran. Seluruh lembaga perantara pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan saluran pemasaran, karena jika terdiri dari rantai pemasaran yang panjang, maka biaya pemasaran yang dikeluarkan menjadi lebih besar Danili (2012).

Menurut (Mubyarto, 2002), sistem pemasaran dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat, yaitu:

- 1) Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya serendah mungkin.
- 2) Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang telah ikut serta di dalam kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran komoditas tersebut.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2009) berjudul “Penanganan Pasca Panen dan Pemasaran biji kakao di Kecamatan Simpang Alahan Mati Kabupaten Pasaman”, ini mengidentifikasi perbedaan penanganan pasca panen antara biji kakao fermentasi dan biji kakao non fermentasi dari aspek teknis dan ekonomis serta untuk menganalisa saluran pemasaran dan margin tataniaga biji kakao di Kecamatan Simpang Alahan Mati. Kegiatan pemasaran berdasarkan penelitian ini dilakukan secara berantai dari tingkat petani sampel hingga tingkat eksportir di Padang. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh, bahwa pengolahan biji kakao fermentasi secara teknis membutuhkan waktu 9-11 hari, sedangkan biji kakao non fermentasi membutuhkan waktu 4-6 hari. Secara ekonomis, harga biji kakao fermentasi sekitar Rp.21.500-Rp.23.000 per kilogram dan biji kakao non fermentasi sekitar Rp. 19.000-Rp. 21 .000 per kilogram. Pada daerah penelitian, ditemukan dua bentuk pola saluran pemasaran, yaitu pola I: petani - pedagang pengumpul - pedagang antar daerah - eksportir sebanyak 71,92 persen dan pola II: petani pedagang antar daerah eksportir sebanyak 28,080. Pendapatan petani dalam 100 kilogram biji kakao basah pada pola saluran I, dalam bentuk biji kakao fermentasi Rp. 1.265.179 dan dalam bentuk non fermentasi Rp. 1.326.104,22. Sedangkan pada pola saluran II, dalam bentuk fermentasi Rp. 1.308.492 dan non fermentasi Rp. 1.385.236. Hal ini terlihat, bahwa pendapatan petani yang menjual biji kakao non fermentasi, baik pada pola saluran I dan II lebih tinggi dibandingkan petani yang menjual dalam bentuk biji kakao fermentasi. Dari segi teknis, pengolahan biji kakao secara fermentasi membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan pengolahan secara non-fermentasi. Pada daerah penelitian, peranan kelompok tani dalam bidang pemasaran belum optimal.

Produksi kakao rakyat juga dipengaruhi oleh input tenaga kerja, pupuk kandang, pupuk kimia, luas lahan, jumlah tanaman menghasilkan dan pendidikan petani. Dan kinerja lembaga pemasaran kakao rakyat di Kabupaten Padang Pariaman belum baik, yang diindikasikan oleh: (1) besarnya margin pemasaran, (2) kecilnya bagian harga yang diterima petani, dan (3) belum terintegrasinya pasar di tingkat petani dengan pasar di tingkat pedagang kabupaten. Kondisi di atas menyebabkan rendahnya pendapatan petani (Danil, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Supristiwendi (2017), berjudul “Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Kakao Di Kecamatan Ranto Peureluk”, dimana menunjukkan bahwa pemasaran kakao di Kecamatan Ranto Peureulak pada dasarnya menggunakan 3 (tiga) saluran pemasaran. Total biaya pemasaran kakao pada saluran 1 sebesar Rp.3.525/kg, saluran 2 sebesar Rp.2.850/kg dan saluran 3 sebesar Rp.2.400/kg. Margin pemasaran kakao di Kecamatan Ranto Peureulak rata-rata sebesar Rp. 7.446,97/kg, saluran 1 sebesar Rp. 8.500/kg, saluran 2 sebesar Rp. 8.000/kg dan saluran 3 sebesar Rp. 5.500/kg. Penerima keuntungan bersih (*net margin*) pada saluran 1 adalah pedagang desa yaitu sebesar Rp. 1.450/kg, pada saluran 2 adalah pedagang kabupaten yaitu sebesar Rp. 2.050/kg dan saluran 3 adalah pedagang propinsi yaitu sebesar Rp. 1.650/kg kakao. *Farmer share* pemasaran kakao di Kecamatan Ranto Peureulak rata-rata sebesar 74,1%. *Farmer share* pemasaran pada saluran 1 sebesar 70,18% dan saluran 2 sebesar 72,41% sedangkan *Farmer Share* pemasaran saluran 3 sebesar 81,03%. Efisiensi pemasaran kakao di Kecamatan Ranto Peureulak rata-rata sebesar 10,40% (Efisien karena <50%). Efisiensi pemasaran pada saluran 1 sebesar 12,37% dan saluran 2 sebesar 9,83% sedangkan efisien pemasaran saluran 3 sebesar 8,28%. Dari sisi efisiensi pemasaran saluran 3 merupakan saluran pemasaran kakao yang paling efisien karena memiliki efisiensi pemasaran paling kecil dibandingkan saluran 1 dan saluran 2.

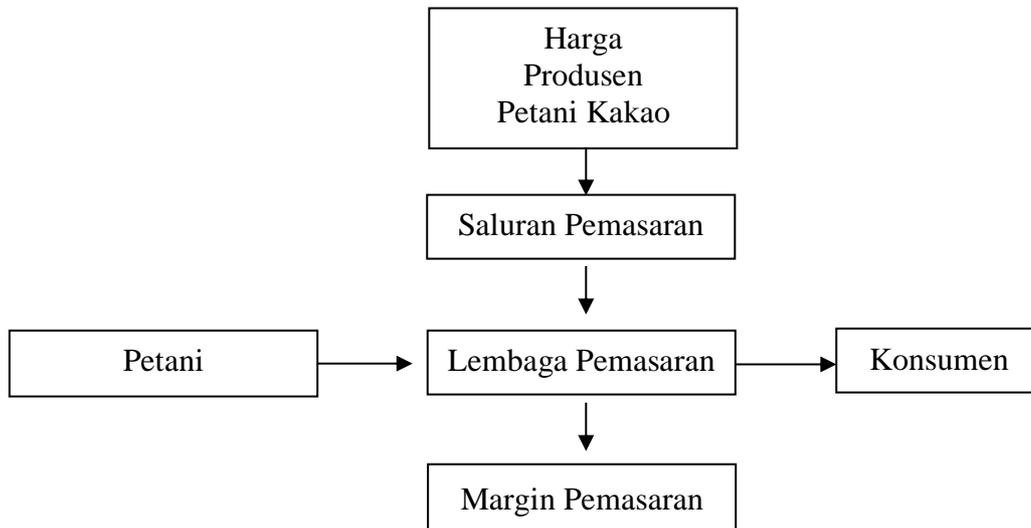
2.4 Kerangka Pikir

Tujuan akhir dari suatu usahatani adalah memperoleh keuntungan yang maksimum. Petani sebagai produsen tidak hanya berorientasi pada produksi yang tinggi, akan tetapi lebih menitikberatkan pada tingginya pendapatan atau keuntungan yang diperoleh. Keuntungan merupakan selisih antara biaya dan penerimaan. Besarnya keuntungan yang diterima petani ditentukan oleh harga hasil produksi dan harga input. Oleh sebab itu, semakin tinggi harga yang diterima petani, maka semakin tinggi keuntungan petani.

Keuntungan maksimum akan diperoleh jika petani mampu mengalokasikan dan mengkombinasikan faktor-faktor produksi secara optimal. Selain itu, keuntungan yang diperoleh petani juga tergantung kepada jumlah komoditi yang dijual, tingkat harga yang diterima, dan sistem pemasaran komoditi yang

diproduksi. Oleh karena itu, sistem pemasaran sangat penting untuk diketahui karena salah satu cara petani untuk memperoleh imbalan keuntungan dari pemasaran yang efisien sangat mempengaruhi tingkat pendapatan petani. Agar sistem pemasaran dapat berjalan seefisien mungkin, maka petani harus memilih saluran pemasaran yang tepat sehingga mampu menekan biaya pemasaran.

Pada usahatani kakao di Desa Tapango Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali mandar Sulawesi Barat memerlukan saluran tataniaga yang terjadi pada suatu pasar komoditi Biji Kakao yang terbentuk melalui beberapa lembaga pemasaran yang terlibat. Diantara lembaga pemasaran pada sistem pemasaran tersebut dapat terbentuk adanya perbedaan harga yang cukup besar di tingkat petani kakao dan harga di tingkat pedagang, dimana antara petani dan pedagang desa, pedagang kecamatan, dan pedagang besar, terdapat lembaga pemasaran yang terlibat. Adapun bagan kerangka pikir pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.4.



Gambar 2.3 Kerangka Pikir Penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi* 3 (1):25-26.
- Anonim. 2011. *Laporan Survei Lapangan Produksi dan Pembentukan Harga Komoditas Cabai di Kabupaten Magelang dan Wonosobo*. Retrieved from Bank Indonesia: <http://www.bi.go.id/NR/ronlyres/8AC2383D-37CE>
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Sulbar Dalam Angka*. Polewali Mandar.
- Badan Standardisasi Nasional. 2008. *Pengelompokkan Kelas Kematangan Buah Kakao*. Jakarta: BSN.
- Danil. (2012). Analisis Produksi dan Pemasaran Kakao di Kabupaten Padang Pariaman Propinsi Sumatra Barat. *Tesis: Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor*.
- Dermawan. 2013. *Pemeliharaan Tanaman Kakao yang Intensif*. Banten: Dinas Kehutanan & Perkebunan Banten.
- Dinas Perkebunan. 2015. *Analisis Efisiensi Teknis Perkebunan Kakao Rakyat di Provinsi Sulawesi Barat*. Sulawesi Barat.
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2014. *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas*. Jakarta.
- Downey, WD. dan Erickson. 1992. *Manajemen Agribisnis*, Erlangga, Jakarta.
- Farida, N. 1986. *Pemasaran Produk Pertanian*. LEPHAS. Ujung Pandang.
- Gultom, S., Sinaga, TS., dan Sinulingga, S. 2013. Studi Pengendalian Mutu Dengan Menggunakan Pendekatan Lean Six Sigma Pada Pt. Xyz. *e-Jurnal Teknik Industri Ft Usu* 3(2):23-30.
- Hamid, AK., & Teken, I. 1972. *Tataniaga Pertanian*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Haryadi, M., & Supriyanto. 2012. *Pengolahan Kakao menjadi Bahan Pangan*. Yogyakarta: Pusat antar Universitas Pangan dan Gizi UGM.
- Hasyim, AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Diktat Kuliah. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. 99 hlm.

- Hatmi, R., dan Rustijarno, S. 2012. *Teknologi Pengolahan Biji Kakao Menuju SNI Biji Kakao*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Sleman: Yogyakarta.
- Kotler, K. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Mubyarto. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian Edisi Ke-Enam*. Jakarta: LP3S.
- Mulato, S., Widyotomo, S., Misnawi, & Suharyanto, E. 2009. *Petunjuk Teknis dan Pengolahan Produk Primer dan Sekunder Kakao*. Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia. Jember.
- Putri, MD. 2009. Penanganan Pasca Panen dan Pemasaran Biji Kakao di Kecamatan Simpang Alahan Mati Kabupaten Pasaman. *Skripsi: Fakultas Pertanian Universitas Andalas*.
- Rahardi, F. 1993. *Agribisnis Tanaman Sayuran*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rizaldi. 2013. *Budidaya Tanaman Kakao*. Jakarta: Ganesha.
- Rohan. TA. 1963. *Processing of Raw Cocoa for The Market*. Food and Rome: Agricultural Organization of The United Nation.
- Rosdiana, S. 2015. *Analisis Pemasaran Sayuran Organik di PT Agro Lestari Ciawi Bogor [skripsi]*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Sarma, M. 1995. *Pengantar Ilmu Ekonomi Pertanian*. Institute Pertanian Bogor. Bogor.
- Siregar, TH., Slamet, R., & Laeli, N. (2010). *Pembudidayaan, Pengolahan dan Pemasaran Cokelat*. Cetakan ke-13. Jakarta: PT. Penebar Swadaya.
- Siswoputranto, PS., 1983, *Budidaya dan Pengolahan Coklat*, Balai Penelitian Bogor.
- Soekartawi. 2002. *Ilmu Usaha tani*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI perss).
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Supristiwendi. 2017. Analisis Pemasaran Kakao Kecamatan Rantop Peureulak Aceh timur. *Jurnal Penelitian Program Study Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra*.
- Tambunan, T. 2003. *Perekonomian Indonesia*. Beberapa Masalah Penting. Ghaila Indonesia : Jakarta.
- Tjitrosoepomo, G. 2010. *Taksonomi Tumbuhan (Spermatophyta)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Wahyudi, T., Pangabean, & Pujiyanto. 2008. *Handbook Lengkap Kakao Manajemen Agribisnis dari Hulu hingga Hilir*. Jakarta. PT. Penebar Swadaya. Hal. 366.

Waluyo, L. 2012. *Mikrobiologi Umum*. Malang: UMM Press.

RIWAYAT HIDUP



SALMAN, dilahirkan di Timbogading Desa Betteng Kecamatan Pamboang Kabupaten Majene pada tanggal 15 Januari 1997, anak Kedua dari Tiga bersaudara, merupakan buah hati dari pasangan Ayahanda Bana dan Ibunda Sana.

Jenjang pendidikan formal yang pernah dilalui adalah:

1. Pada tahun 2003 sampai pada tahun 2009, terdaftar sebagai murid di SDN No 12 Timbogading, Majene.
2. Pada tahun 2009 sampai pada tahun 2012, terdaftar sebagai murid di SMP 6 Satap Pamboang, Majene.
3. Pada tahun 2012 sampai pada tahun 2015, terdaftar sebagai murid di Aliyah BPII Pamboang, Majene.
4. Pada tahun 2016 sampai pada tahun 2022, terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Sulawesi Barat, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Program Studi Agribisnis.