

**ANALISIS FLUKTUASI HARGA DAN EFISIENSI  
PEMASARAN BIJI KAKAO DI KECAMATAN BANDAR  
KABUPATEN SIMALUNGUN**

**THESIS**

**OLEH :**

**ANDI SYAHPUTRA**

**151802006**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS  
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS  
MEDAN AREA  
MEDAN  
2019**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/12/19

Access From (repository.uma.ac.id)10/12/19

**UNIVERSITAS MEDAN AREA  
PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER AGRIBISNIS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

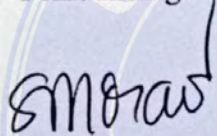
**Judul** : Analisis Fluktuasi Harga Dan Efisiensi Pemasaran Biji Kakao di  
Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun

**Nama** : Andi Syahputra

**NPM** : 151802006

**Menyetujui**

Pembimbing I



**Dr. Ir. Siti Mardiana, M.Si**

Ketua Program Studi  
Magister Agribisnis



**Prof. Dr. Ir. Hj. Yusniar Lubis, M.MA**

Pembimbing II



**Dr. Ir. Sri Fajar Ayu, MM**

Direktur Pascasarjana



**Prof. Dr. Ir. Retno Astuti K, MS**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Andi Syahputra

NPM : 151802006

Dengan ini menyatakan bahwa tesis ini dengan judul : Analisis Fluktuasi Harga Dan Efisiensi Pemasaran Biji Kakao di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Andi Syahputra

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

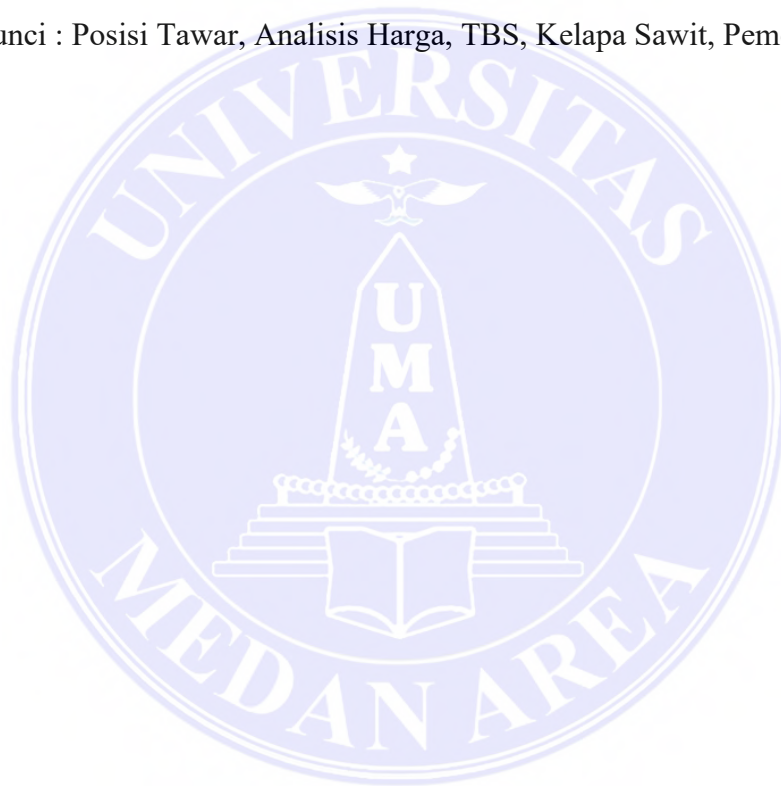
Document Accepted 10/12/19

Access From (repository.uma.ac.id)10/12/19

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi posisi tawar, kesesuaian antara harga TBS yang ditetapkan oleh pemerintah berdasarkan Rumus Harga Pembelian dengan harga TBS yang diterima oleh petani rakyat, untuk mengidentifikasi penyebab harga TBS produksi petani rendah berdasarkan Rumus Harga Pembelian, serta untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi petani rakyat dan solusinya dalam kaitannya dengan rendahnya harga TBS yang diterimanya. Metode penelitian ini menggunakan analisa deskriptif. Sampel ditentukan dengan metode rumus slovin sebanyak 86 orang. Pengumpulan data melalui kuisioner. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan : Ada beda antara harga TBS yang ditetapkan pemerintah berdasarkan Rumus Harga Pembelian dengan harga TBS yang diterima oleh petani rakyat.

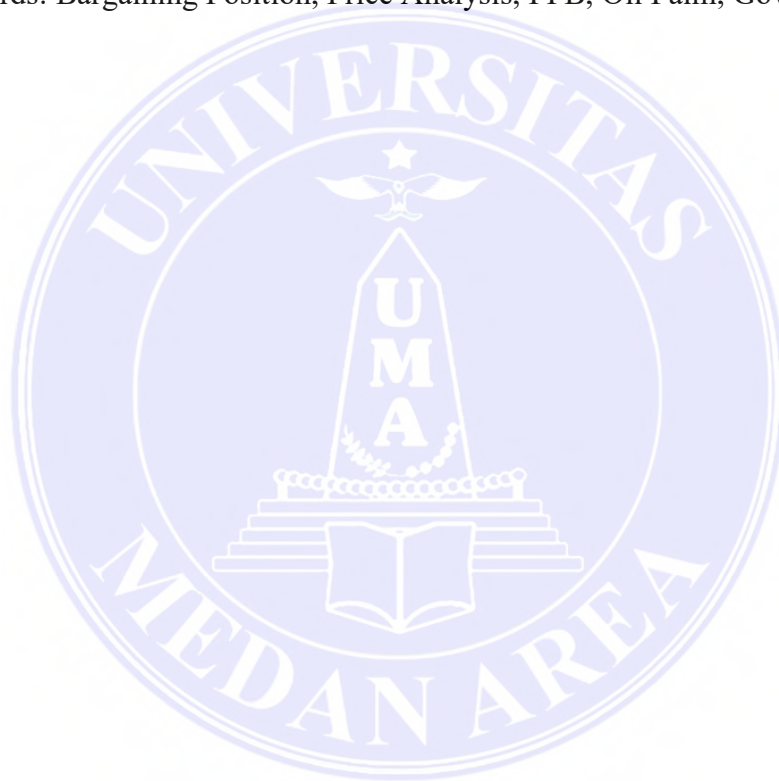
Kata kunci : Posisi Tawar, Analisis Harga, TBS, Kelapa Sawit, Pemerintah.



## ABSTRACT

*This study aims to identify the bargaining position, the suitability between the price of FFB set by the government based on the formula of Purchase Price with the price of FFB received by the smallholders, to identify the cause of the low price of farmers' FFB based on the Purchase Price Formula and to identify problems faced by smallholders and the solution in relation to the low TBS prices it receives. This research method used descriptive analysis. Samples were determined by the slovin formula method of 86 people. Data collection through questionnaires. From the research results obtained conclusion: There is a difference between the price set by the government based on the formula Purchase Price with the price of FFB received by smallholders*

Keywords: Bargaining Position, Price Analysis, FFB, Oil Palm, Government.



## KATA PENGANTAR

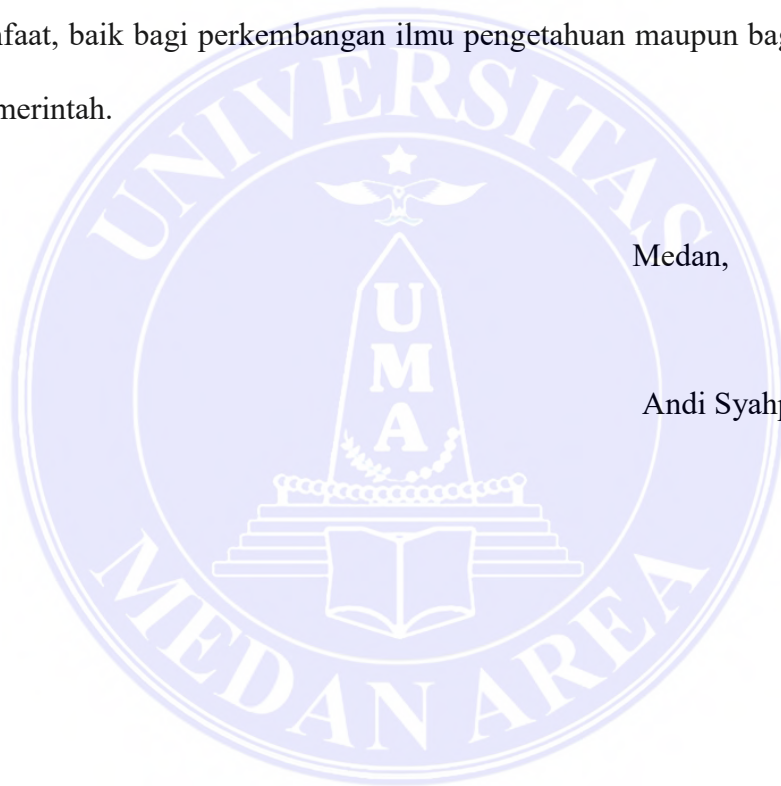
Puji syukur penulis sanjungkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **“ANALISIS VARIASI HARGA DAN EFISIENSI PEMASARAN BIJI KAKAO DI KECAMATAN BANDAR KABUPATEN SIMALUNGUN”**. Penulisan tesis ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Agribisnis pada Program Pascasarjana, Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, petunjuk, nasehat dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih setulus hati khususnya kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Medan Area, Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Sc. Eng.
2. Direktur Pascasarjana Universitas Medan Area, Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K.MS.
3. Ketua Program Studi Magister Agribisnis, Prof. Dr, Ir. Yusniar Lubis, M.MA
4. Ibu Dr. Ir. Siti Mardiana, M.Si selaku Komisi Pembimbing I
5. Dr. Ir. Sri Fajar Ayu, MM selaku Dosen Pembimbing II.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen di Pascasarjana Magister Agribisnis Universitas Medan Area.
7. Pimpinan dan seluruh Petugas Penyuluh Pertanian Kabupaten Simalungun.
8. Orang Tua yang tersayang dan semua keluarga yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

9. Rekan-rekan mahasiswa Pascasarjana Magister Agribisnis Angkatan 2015 Universitas Medan Area.
10. Seluruh staff dan pegawai Pascasarjana Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis membuka diri untuk menerima saran maupun kritikan dari para pembaca demi penyempurnaan dalam upaya menambah khasanah pengetahuan dari tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat, baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun bagi dunia usaha dan pemerintah.

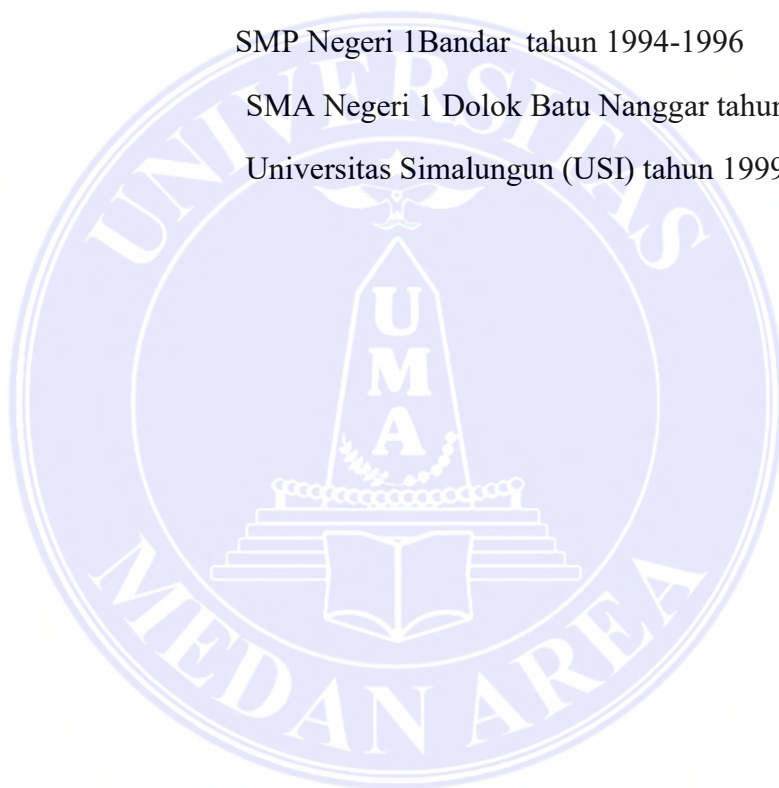


Medan, 2019

Andi Syahputra

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Andi Syahputra  
NPM : 51802006  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandar Masilam, 17Desember 1982  
Email : [andistpp2009@gmail.com](mailto:andistpp2009@gmail.com)  
Orang Tua : Ayah Wagiran, AMa dan Ibu Nursamah  
Anak Ke : 1 dari 4 Bersaudara  
Pendidikan : SD Negeri 091667 Naga Bayu tahun 1989-1994  
SMP Negeri 1Bandar tahun 1994-1996  
SMA Negeri 1 Dolok Batu Nanggar tahun 1996-1999  
Universitas Simalungun (USI) tahun 1999-2004





## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iii
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	iv
<b>LAMPIRAN</b> .....	v
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Gambaran Komoditas Kakao .....	10
2.2. Pengertian efisiensi .....	12
2.2.1. Teori Efisiensi Pemasaran.....	12
2.2.2. Teori Tentang Harga .....	18
2.2.3. Permintaan ( <i>demand</i> ) .....	20
2.2.4. Penawaran ( <i>supply</i> ) .....	21
2.3. Penelitian Terdahulu .....	21
2.4. Kerangka Pemikiran.....	26
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	28
3.2. Bentuk Penelitian .....	28
3.3. Populasi dan Sampel .....	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5. Defenisi Konsep dan Defenisi Operasional .....	29
3.5.1. Defenisi Konsep .....	29
3.5.2. Defenisi Operasional.....	30
3.6. Teknik Analisis Data.....	30
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil .....	32
4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	32
4.1.2. Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin .....	33
4.1.3. Penduduk Menurut Lapangan Pekerjaan .....	34
4.1.4. Petani Kakao di Kecamatan Bandar .....	34
4.1.5. Pengumpul BijiKakao di Kecamatan Bandar .....	35
4.1.6. Analisis Variasi Harga Biji Kakao di Tingkat Pengumpul ....	35
4.1.7. Faktor yang Mempengaruhi Transmisi Harga Kakao .....	40
4.1.7.1. Kualitas Mutu Buah .....	41
4.1.7.2. Kuantitas Hasil Buah.....	42
4.1.7.3. Pemasaran Buah Kakao.....	42

4.2. Pembahasan.....	47
4.2.1. Variasi Harga Biji Kakao di Tingkat Petani Dengan Pengumpul .....	47
4.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Transmisi Harga Biji Kakao .....	48
4.2.3. Efisiensi Pemasaran Biji Kakao .....	50
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	51
5.1.1. Variasi Harga Biji Kakao di Tingkat Petanidan Pengumpul .....	51
5.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Transmisi Hara BijiKakao .....	51
5.1.3. EfisiensiPemasaranBijiKakao .....	52
5.2. Saran .....	52

## DAFTAR PUSTAKA



**DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 1.1. Data Produksi Tanaman Kakao .....	4
GAMBAR 2.2.1 Daftar 10 Negara Penghasil Kakao Terbesar .....	14
GAMBAR 2.6. Kerangka Pengembangan Model .....	27



## DAFTAR TABEL

NO.	KETERANGAN	Halaman
1.	Luas Panen Produksi Kakao Sumatera Utara 2011-2015	4
2.	Wilayah PengembanganKakao Sumatera Utara tahun 2015 .....	5
3.	Luas Lahan Produksi Kecamatan Se-Kabupaten Simalungin 2015 .....	6
4.	Penduduk Menuru Kelompok dan Jenis Kelamin .....	33
5.	Penduduk Berumur 15 Tahun keAtas yang Bekerja dan Lapangan Usaha .....	34
6.	Jumlah Petani Informan Berdasarkan Banyaknya Pohon Tahun 2018 .....	35
7.	Jenis Pedagang Pengepul di Kecamatan Bandar Tahun 2018 .....	35
8.	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat DesaTahun 2017 .....	35
9.	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat Kecamatan Tahun 2017	36
10.	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat KabupatenTahun 2017 .....	37
11.	Rekapitulasi Harga Biji KakaoPengepul Tingkat DesaTahun 2018 .....	37
12.	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat KecamatanTahun 2018 .....	38
13.	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat KabupatenTahun 2018 .....	39
14.	Rekapitulasi Keseluruhan Pertahun Biji Kakao Pengepul Tingkat Desa, Kecamatan dan KabupatenTahun 2017-2018 .....	40

# 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 salah satu negara pemasok utama kakao dunia (13,6 persen) setelah Pantai Gading (38,3 persen) dan Ghana (20,2 persen). Permintaan dunia terhadap komoditas kakao semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hingga tahun 2011, ICCO (*International Cocoa Organization*) memperkirakan produksi kakao dunia akan mencapai 4,05 juta ton, sementara konsumsi akan mencapai 4,1 juta ton, sehingga akan terjadi defisit sekitar 50 ribu ton per tahun (ICCO, 2011).

Perkebunan kakao di Indonesia mengalami perkembangan cukup pesat dalam kurun waktu 20 tahun terakhir. Pada tahun 2015 luas areal perkebunan kakao Indonesia tercatat seluas 1,72 juta ha. Sebagian besar (88,48%) dikelola oleh perkebunan rakyat, 5,53% dikelola perkebunan besar negara dan 5,59% perkebunan besar swasta dengan sentra produksi utama adalah Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Barat, Lampung dan Sumatera Utara.

Berdasarkan identifikasi lapangan dan data tahun 2008, diketahui kurang lebih 70.000 ha kebun kakao dengan kondisi tanaman tua, rusak, tidak produktif, dan terkena serangan hama dan penyakit dengan tingkat serangan berat sehingga

perlu dilakukan peremajaan. Sebanyak 235.000 ha kebun kakao dengan tanaman yang kurang produktif dan terkena serangan hama dan penyakit dengan tingkat serangan sedang sehingga perlu dilakukan rehabilitasi, dan 145.000 ha kebun kakao dengan tanaman tidak terawat serta kurang pemeliharaan sehingga perlu dilakukan intensifikasi (Ditjenbun, 2012)

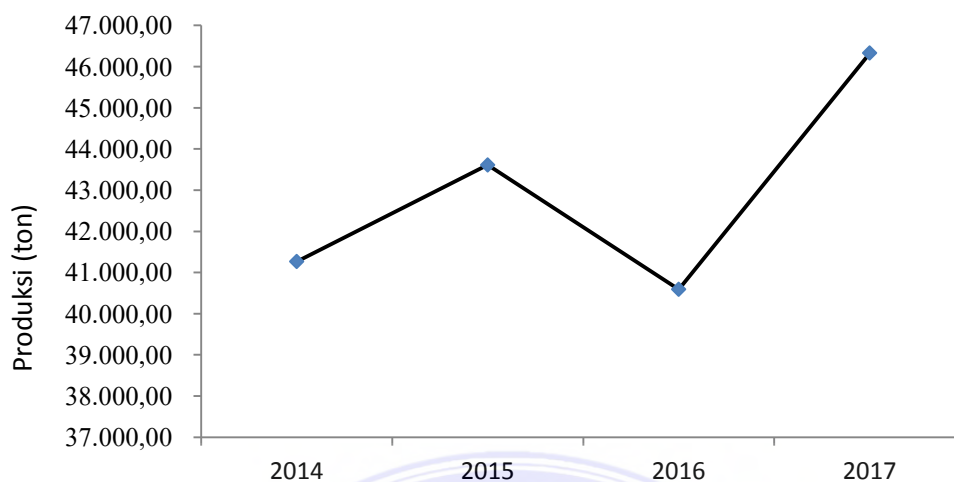
Kakao Indonesia, khususnya yang dihasilkan oleh rakyat, di pasar internasional masih dihargai paling rendah karena citranya yang kurang baik yakni didominasi oleh biji-biji tanpa fermentasi, biji-biji dengan kadar kotoran tinggi serta terkontaminasi serangga, jamur dan mitotoksin. Sebagai contoh, pemerintah Amerika Serikat terus meningkatkan diskonnya dari tahun ke tahun. Citra buruk inilah yang menyebabkan ekspor kakao ke China atau negara lain harus melalui Malaysia atau Singapura terlebih dahulu.

Kelompok negara Asia diperkirakan akan terus mengalami peningkatan konsumsi seiring dengan pertumbuhan ekonomi di kawasan ini. Sedikit saja kenaikan tingkat konsumsi di Asia, akan meningkatkan serangan produk kakao di Asia. Kapasitas produksi kakao di beberapa Negara Asia Pasifik lain seperti Papua New Guinea, Vietnam dan Filipina masih jauh di bawah Indonesia baik dalam hal luas areal maupun total produksi. Oleh karena itu dibanding negara lain, Indonesia memiliki beberapa keunggulan dalam hal pengembangan kakao, antara lain ketersediaan lahan yang cukup luas, biaya tenaga kerja relatif murah, potensi pasar domestik yang besar dan sarana transportasi yang cukup baik (Elna Karmawati, dkk 2010).

Produksi kakao Indonesia dihasilkan dari perkebunan besar negara dan swasta yang terdapat di daerah Sumatera Utara dan Jawa Timur. Selain itu, juga

berasal dari perkebunan rakyat yang tersebar di daerah-daerah Maluku, Sulawesi Selatan, Kalimantan Timur dan Papua. Peningkatan usaha dibandingkan pembudidayaan kakao ini telah meningkatkan devisa bagi negara melalui ekspor dan mendorong ekonomi daerah terutama daerah pedesaan. Untuk itu, sejak tahun 1980 pemerintah memberikan prioritas terhadap produksikakao sebagai salah satu komoditi yang dikembangkan secara cepat. Perkembangan luas, produksi, dan produktivitas kakao Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan kecenderungan yang meningkat dalam kurun waktu 1995-2003, produksi coklat nasional meningkat pesat dengan rata-rata 7,78% pertahun. Sumber pertumbuhan produksi tersebut adalah pertumbuhan areal dengan rata-rata 6,5% per tahun dan peningkatan produktivitas rata-rata 1,26% per tahun. (Siregar, dkk. 2012).

Sumatera Utara merupakan salah satu pusat perkebunan di Indonesia. Komoditi hasil perkebunan di Provinsi Sumatera Utara antara lain kelapa sawit, karet, kopi, kakao dan tembakau. Produksi kakao di Provinsi Sumatera Utara tahun 2017 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, dan mencapai 46.330,97 ton. Peningkatan produksi ini disebabkan karena bertambahnya luas panen dan meningkatnya produktivitas (Badan Pusat Statistik, 2017).



Gambar 1.1. Grafik Produksi Kakao Sumatera Utara tahun 2014-2017

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2017

Perkembangan luas tanam dan produksi kakao di Sumatera Utara selama tahun 2014-2017 dapat dilihat pada Gambar 1.1. Produksi kakao di Sumatera Utara selama periode 2014-2017 rata-rata mengalami kenaikan per tahun. Peningkatan dan penurunan ini disebabkan bertambahnya atau berkurangnya produksi kakao tiap tahunnya.

Tabel 1.1. Luas Panen, Produksi dan Rata-rata Produksi Kakao Sumatera Utara Tahun tahun 2014 – 2017

Tahun	Luas Panen	Produksi (Ton)	Rata-rata Produksi (Ton)
2014	64.934,00	41.266,00	0,635499
2015	67.392,00	43.610,00	0,647119
2016	64.437,00	40.591,00	0,629933
2017	64.615,59	46.330,97	0,71701

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2017

Sentra penanaman Kakao pada Perkebunan Rakyat di Sumatera Utara terbagi atas 27 Kabupaten/Kota. Sedangkan yang memiliki luas lahan yang cukup besar diantaranya adalah Kabupaten Asahan 7.385,88 Ha, Nias Utara 6.503,34 Ha, Nias Selatan 5.861,00 Ha, Simalungun 5.708,03 Ha, serta 27 kabupaten/kota lain di Sumatra Utara seperti Deli Serdang, Karo dan lain - lain. Untuk lebih



lengkapnya untuk melihat luas lahan dan produksi disetiap Kabupaten hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Wilayah Pengembangan Kakao di Sumatera Utara Tahun 2017

Kabupaten/Kota	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)
Nias	1 395,00	761,20
Mandailing Natal	3 797,88	3 017,37
Tapanuli Selatan	3 772,50	2 940,58
Tapanuli Tengah	3 130,00	2 158,14
Tapanuli Utara	3 356,67	2 772,65
Toba Samosir	296,16	236,75
Labuhanbatu	435,00	263,34
Asahan	7 385,88	4 596,54
Simalungun	5 708,03	5 954,30
Dairi	944,68	318,89
Karo	4 609,00	3 310,83
Deli Serdang	5 165,88	4 529,10
Langkat	3 016,00	2 887,00
Nias Selatan	5 861,00	3 660,12
Humbang Hasundutan	2 029,00	1 205,00
Pakpak Bharat	264,25	93,70
Samosir	218,00	115,55
Serdang Bedagai	1 234,35	1 234,95
Batu Bara	1 429,00	1 166,00
Padang Lawas Utara	896,00	381,06
Padang Lawas	618,15	213,00
Labuhanbatu Selatan	283,00	228,00
Labuhanbatu Utara	534,94	415,00
Nias Utara	6 503,34	2 895,00
Nias Barat	1 203,25	602,00
Padangsidempuam	135,00	102,00
Gunung Sitoli	393,63	272,90
<b>Sumatera Utara</b>	<b>64 615,59</b>	<b>46 330,97</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2017

Dapat dilihat pada tabel luas perkebunan rakyat di daerah Kabupaten Simalungun memiliki luas lahan yang paling besar yaitu 5.708,03Ha dengan produksi 5.954,30 Ton pada tahun 2017. Hal tersebut didukung dengan kondisi iklim dan keadaan tanah yang subur. Kabupaten Simalungun memiliki 31 Kecamatan yang menghasilkan produksi biji kakao. Kecamatan yang berpotensi

dan memiliki lahan dan produksi yang tinggi Kecamatan Bandar. Untuk lebih lengkapnya data dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3. Luas Lahan dan Produksi Kakao Per Kecamatan di Kabupaten Simalungun Tahun 2017.

Kecamatan	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)
Dolok Pardamean	4,08	3,02
Sidamanik	5,22	4,13
Girsang Simpangan Bolon	11,09	-
Tanah Jawa	35,45	32,60
Hatonduhan	71,25	64,18
Dolok Panribuan	56,33	49,47
Jorlang Hataran	8,40	7,68
Panei	120,62	80,67
Panombeian Panei	66,22	64,60
Raya	100,35	61,15
Dolok Silau	220,07	199,35
Silou Kahean	326,26	295,99
Raya Kahean	1.100,04	1,037,47
Tapian Dolok	68,22	61,33
Dolok Batu Nanggar	251,55	234,31
Siantar	61,46	47,89
Gunung Malela	176,08	129,39
Gunung Maligas	142,50	128,50
Hutabayu Raja	16,00	-
Jawa Maraja Bah Jambi	21,00	8,73
Pematang Bandar	160,64	174,79
Bandar Huluan	292,26	326,53
Bandar	1.401,91	1,711,01
Bandar Masilam	346,51	401,86
Bosar Maligas	320,54	296,40
Ujung Padang	290,53	272,42
<b>Kabupaten Simalungun</b>	<b>5.670,50</b>	<b>5.693,47</b>

Sumber : Badan Statistik Kabupaten Simalungun Tahun 2017

Pembudidayaan tanaman kakao (*Theobroma cacao*) di Kabupaten Simalungun dari luas lahan tersebut terdapat 2 kecamatan dari 31 kecamatan yang memiliki luas lahan cukup luas dan dapat dikatakan sebagai daerah sentra yaitu Kecamatan Bandar 1.401,91 Ha dan Kecamatan Raya Kahean 1.100,04 Ha. Selain itu, produksi Kakao dari 26 kecamatan yang menjadi sentra produksi

terdapat di dua kecamatan yang terbesar diantara Kecamatan Bandar 1.711,07 ton dan Kecamatan Raya Kahean 1037,47 ton.

Sistem pemasaran biji kakao didasarkan pada mekanisme pasar, dimana pembentukan harga terjadi melalui keseimbangan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Umumnya, biji kakao dari petani masih rendah kualitasnya sehingga menyebabkan harganya cenderung fluktuatif (fluktuasi perubahan harga cukup besar dan sangat cepat). Perubahan harga yang cepat tersebut diharapkan akan ditanggapi secara cepat pula oleh para pelaku pasar sehingga dapat segera mengambil keputusan yang tepat, dan pasar menjadi lebih efisien.

Ketersediaan informasi harga yang baik merupakan salah satu indikator tercapainya suatu sistem pemasaran yang terintegrasi (pasar dapat dikatakan efisien). Informasi harga yang lancar akan digunakan secara baik dalam kegiatan pembelian di pasar dan keputusan produksi, sehingga harga pasar dapat secara tepat mencerminkan keseimbangan permintaan dan penawaran. Jika asumsi dimana pembeli dan penjual memiliki informasi sempurna dan lengkap tersebut dipenuhi, maka perubahan harga akan dapat segera direspon oleh pelaku pasar sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cepat dan tepat. Hal tersebut akan menunjukkan bahwa antara pasar satu dan lainnya telah terintegrasi dengan baik. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Ravallion (1986), yaitu dalam suatu pasar yang terintegrasi, harga dari pasar yang berbeda akan berkorelasi positif sebagai pencerminan lancarnya arus informasi (perkembangan komoditi tertentu) atas pasar. Pemahaman terhadap tingkat integrasi pasar akan mempermudah pengawasan terhadap perubahan harga, juga dapat digunakan

sebagai dasar perbaikan kebijakan yang lebih relevan untuk pengembangan pasar pertanian di suatu daerah.

Kendala yang sering dihadapi pada pemasaran produk pertanian adalah fasilitas pasar yang tidak memadai serta skala produksi yang kecil. Hal ini dapat menyebabkan struktur pasar yang terbentuk adalah pasar persaingan tidak sempurna. Sexton *et.al* (1991) mengungkapkan bahwa pada umumnya struktur pasar produk pertanian bersifat oligopsoni sehingga petani akan memperoleh harga yang lebih rendah. Kondisi pasar yang tidak sempurna tersebut akan menyebabkan informasi harga yang didapatkan oleh pelaku pasar juga tidak sempurna (terjadi disintegrasi informasi). Hal ini juga menyebabkan lambatnya respon penyesuaian harga sehingga pasar menjadi tidak efisien. Ketidakefisienan tersebut dapat mengakibatkan pelaku pasar (terutama petani) tidak dapat mengambil keputusan dengan tepat.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan kondisi di Kecamatan Bandar yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini akan mengangkat topik mengenai Analisis Fluktuasi Harga dan Efisiensi Pemasaran Biji Kakao di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun dengan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fluktuasi harga biji kakao di tingkat pengepuldesa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun?
2. Bagaimana alur distribusi rantai pasok biji kakao di tingkat pengepuldesa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran biji kakao di tingkat pengepuldesa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis fluktuasi harga biji kakao di tingkat pengepuldesa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun.
2. Menganalisis alur distribusi rantai pasok biji kakao di tingkat pengepuldesa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun
3. Menganalisis efisiensi pemasaran biji kakao di tingkat pengepuldesa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan tersebut, maka manfaat penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi bagi petani dan lembaga pemasaran dalam pembentukan saluran pemasaran biji kakao yang menguntungkan kedua belah pihak.
2. Sebagai bahan acuan lebih lanjut bagi penelitian serupa untuk mengetahui perkembangan pemasaran kakao.
3. Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Gambaran Komoditas Kakao

Tanaman kakao merupakan tanaman yang menumbuhkan bunga dari batang atau cabang, tanaman ini digolongkan ke dalam kelompok tanaman caulifloris diklasifikasikan ke dalam divisio Spermatophyta, digolongkan ke dalam kelas Dicotyledon, termasuk ordo Malvales dengan famili Sterculiaceae serta genus *Theobroma* dan dengan nama spesies *Theobroma cacao* (Steenis, 2010).

Batang kakao dapat tumbuh sampai ketinggian 8-10 m dari pangkal batangnya di permukaan tanah. Tanaman kakao punya kecenderungan tumbuh lebih pendek bila ditanam tanpa pohon pelindung. Diawal pertumbuhannya, tanaman kakao yang diperbanyak melalui biji akan menumbuhkan batang utama sebelum menumbuhkan cabang-cabang primer. Letak cabang-cabang primer itu tumbuh disebut jorket, yang tingginya 1-2 m dari permukaan tanah. Ketinggian jorket yang ideal adalah 1,2-1,5 m agar tanaman dapat menghasilkan tajuk yang baik dan seimbang (Siregar, dkk., 2012).

Daun kakao terdiri atas tangkai daun dan helai daun. Panjang daun berkisar 25-34 cm dan lebarnya 9-12 cm. Daun yang tumbuh pada ujung-ujung tunas biasanya berwarna merah dan disebut daun *flus*, permukaanya seperti sutera. Setelah dewasa, warna daun akan berubah menjadi hijau dan permukaan kasar. Pada umumnya daun-daun yang terlindungi lebih tua warnanya bila dibandingkan dengan daun yang langsung terkena sinar matahari. Oleh karena itu kakao termasuk tanaman lindung maka pengaturan pertumbuhan tanaman dengan cara

pengurangan daun untuk penyerapan sinar matahari akan sangat menentukan pembungan dan pembuahan (Siregar, dkk., 2012).

Bunga kakao terdiri atas daun kelopak (*calyx*) sebanyak 5 helai, dan benang sari (*androecium*) sejumlah 10 helai. Diameter bunga 1,5 cm. Bunga disangga oleh tangkai bunga yang panjang 2-4 cm. Tangkai bunga tersebut tumbuh dari bantalan bunga pada batang atau cabang. Penyerbukan bunga kakao dibantu oleh serangga. Sebanyak 75% dari bunga yang menyerbuk dibantu oleh *Forcipomya sp.*, sedangkan 25% lagi oleh serangga lain yang didapati oleh bunga (Siregar, dkk., 2012).

Buah kakao berupa buah buni yang daging bijinya sangat lunak. Kulit buah mempunyai 10 alur dan tebalnya 1-2 cm. Jumlah bunga yang menjadi buah sampai matang dan jumlah biji di dalam buah serta berat biji merupakan faktor-faktor yang menentukan produksi. Di dalam setiap buah terdapat 30 – 50 biji, tergantung pada jenis tanaman. Berat kering atau satu biji kakao yang ideal adalah 1+ 0,1 gram. Perubahan warna kulit tongkol dapat dijadikan tanda kematangan buah. Terdapat buah yang berwarna hijau tua, hijau muda, atau merah pada waktu muda, tetapi akan berwarna kuning bila telah matang (Siregar, dkk., 2012).

Indonesia merupakan negara penghasil kakao terbesar ke-3 dunia 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. Kegiatan budidaya kakao meliputi : pemangkasan, penyiangan, pemupukan, pemberantasan hama dan penyakit dan panen (Dinas Perkebunan, 2012)

Kakao Indonesia memiliki daya saing yang rendah (tidak memiliki keunggulan komparatif) pada tahun 1988 sampai dengan tahun 1995 dan daya saing tinggi (memiliki keunggulan komparatif) pada tahun 1996 sampai dengan 2006, faktor-faktor yang menghambat perkembangan industri pengolahan kakao nasional adalah infrastruktur yang terbatas, sulitnya akses terhadap sumber permodalan, pengenaan pajak pertambahan nilai (PPN) pada komoditi primer serta kualitas biji kakao yang rendah, faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing hasil olahan kakao Indonesia adalah harga ekspor, volume ekspor dan krisis ekonomi, sedangkan faktor yang tidak berpengaruh terhadap daya saing hasil olahan Kakao Indonesia adalah tingkat produktivitas industri pengolahan kakao (Rahmanu, 2009).

## **2.2. Pengertian Efisiensi**

### **2.2.1. Teori Efisiensi Pemasaran**

Aktivitas petani kopi salah satunya ditengarai oleh dengan adanya pemasaran, motif pemasaran ini bertujuan untuk menjalin hubungan finansial antara petani dengan pengepul secara terpadu, baik ditingkat desa, kecamatan dan kabupaten. Menurut pendapat Kasimin (2009) keterpaduan pasar diperlukan untuk melihat apakah perubahan harga produk di pasar pada tingkat pedagang pengecer akan mempengaruhi perubahan harga dipasar pada tingkat petani.

Pemasaran yang terpadu mengindikasikan adanya efisiensi harga yang terkontrol. Menurut Fadhla (2008) adanya pasar yang terintegrasi mengindikasikan tentang sistem pemasaran yang efisien. Hal ini bermaksud memungkinkan akan terjadi korelasi yang positif dari waktu ke waktu antara harga di lokasi pasar yang berbeda (Heytens, 1986). Sehingga transmisi dan



informasi diantara berbagai pasar menyebabkan harga bergerak bersamaan di berbagai pasar tersebut. Pasar yang tidak terpadu atau efisiensinya relatif lemah baik secara spasial maupun intertemporal dapat mengindikasikan bahwa terjadi ketidakefisienan pemasaran sehingga mengakibatkan adanya permainan harga dan terjadinya distorsi harga dipasar (Barrett, 2005). Hal ini sejalan dengan pendapat Anindita (2004) bahwa lemahnya struktur pasar adalah konsekuensi dari lemahnya integrasi pasar, sulitnya informasi, dan aliran perdagangan di antar pasar-pasar yang terpisah.

Informasi perubahan harga yang terjadi pada perdagangan kakao belum tersalurkan dengan baik kepada pelaku pemasaran. Perubahan informasi harga di tingkat pengepul desa, kecamatan dan kabupaten dapat ditransmisikan di tingkat petani, sehingga diperoleh suatu keterikatan atau hubungan antarpasar. Kecepatan dan ketepatan informasi harga akan mendorong tercapainya efisiensi dalam pengambilan keputusan alokasi sumberdaya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan keterpaduan harga sebagai salah satu indikator penting dalam efisiensi sistem pemasaran.

Menurut Mubyarto dalam Haryunik (2002) menyatakan efisiensi pemasaran untuk komoditas pertanian dalam suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila 1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya, dan 2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga kakao dijelaskan menurut A.Muttaqiena (2018) dikarenakan adanya *supply* dan *demand* kakao itu

sendiri, harga kakao di Indonesia dipengaruhi oleh seberapa banyak produksi kakao dalam negeri dan impor kakao, dibandingkan dengan kebutuhan akan kakao oleh perusahaan-perusahaan manufaktur serta permintaan ekspor.

Secara rinci A.Muttaqiena melanjutkan penjelasannya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi harga kakao sebagai berikut; 1). Kondisi negara-negara penghasil kakao terbesar di dunia (dijabarkan di tabel); 2). Hama dan penyakit pada tanaman kakao; 3). Kesadaran akan gaya hidup sehat; 4). Kurs valas.

Tabel 2.1. Daftar 10 Negara Penghasil Kakao Terbesar Di Dunia

No	Nama Negara	Produksi (ton)
1	Coted'Ivoire (Pantai Gading)	1.448.992
2	Ghana	835.466
3	Indonesia	777.500
4	Nigeria	367.000
5	Kamerun	275.000
6	Brasil	256.186
7	Ekuador	128.446
8	Meksiko	82.000
9	Peru	71.175
10	Republik Dominika	68.021

(Sumber data: WorldAtlas.com, 2017)

Dari Tabel 2.1 terlihat meskipun produksi dalam negeri terhitung kecil, tetapi Indonesia merupakan negara penghasil kakao terbesar ketiga di dunia setelah Pantai Gading (Coted'Ivoire) dan Ghana. Namun, Pantai Gading dan Ghana memproduksi lebih dari dua pertiga suplai kakao global, sehingga kondisi di kedua negara ini jauh lebih berdampak pada harga kakao dunia.

Apabila cuaca bagus di Pantai Gading dan Ghana menghasilkan panen berlimpah, maka pasokan kakao dunia akan meningkat, sehingga harga cenderung melemah. Lebih dari itu, karena kakao termasuk komoditas yang dapat disimpan dalam tempo cukup lama, maka timbunan di gudang bisa terakumulasi, apabila

panen berlimpah terjadi berulang kali. Kondisi surplus (oversupply) seperti ini dapat menjadi penyebab harga Kakao turun.

Selain kondisi alam, faktor lain yang dapat mempengaruhi harga kakao dari negara penghasil kakao terbesar adalah sosial-politik. Pantai Gading dan Ghana sama-sama berlokasi di benua Afrika yang rentan krisis politik. Hal ini dapat mendorong perusahaan-perusahaan dengan etika bisnis tinggi untuk memilih kakao produksi negara lainnya.

Apabila ada kekhawatiran tentang kakao produksi Afrika karena masalah etis, apakah kemudian Kakao Indonesia dapat menjadi pilihan berikutnya. Salah satu masalah yang membuat korporasi mancanegara khawatir untuk mempercayakan suplai Kakao pada Indonesia adalah maraknya hama Penggerek Buah Kakao (PBK). Serangan PBK mengakibatkan buah Kakao menjadi belang-belang kuning-hijau atau kuning-jingga, dengan lubang-lubang gerek tempat keluarnya larva. Kemudian setelah dibelah, nampak biji-biji Kakao kecil-kecil karena tidak berkembang, berwarna hitam, dan melekat satu sama lain.

Pada tahun 2015, hama PBK di Indonesia sempat melanda sejumlah sentra produksi Kakao, termasuk Sumatera Utara, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, dan Maluku. Dalam sebuah laporan Balai Besar Pelatihan Pertanian (BBPP) Ketindan, disebutkan bahwa harga Kakao Indonesia di Terminal Kakao New York terus menurun dari USD250 USD menjadi USD125 per ton, jauh dari harga kakao asal Pantai Gading USD250-300 per ton, sehubungan dengan serangan hama Penggerek Buah Kakao (PBK) itu.

Per tahun 2018 ini, banyak pihak diketahui telah mensosialisasikan bermacam-macam upaya untuk mengendalikan hama PBK. Namun, masih saja

ada petani Kakao yang terdampak. Sejak sekitar tahun 2016, peningkatan kesadaran akan gaya hidup sehat telah banyak disebut-sebut sebagai penyebab harga kakao turun. Belum ada penelitian mendalam mengenai hal ini, tetapi disinyalir pokok perkaranya ada dua. Pertama, mayoritas produk Kakao saat ini non-organik, sedangkan kesadaran akan gaya hidup sehat mendorong orang-orang untuk lebih mencari kakao organik. Oleh karena itu, meskipun permintaan secara global meninggi dan mendorong harga kakao naik, tetapi kenaikan harga kakao belum tentu dinikmati oleh semua petani. Kedua, kegunaan produk turunan kakao utamanya untuk campuran dalam berbagai kudapan manis, yang dianggap sebagai biang beragam penyakit. Sebagai contoh, banyak orang tua modern melarang anak-anaknya memakan terlalu banyak kudapan manis, termasuk produk cokelat turunan kakao, dan memilih memberikan snack ringan berupa buah atau kacang-kacangan. Menurut penelitian, konsumsi cokelat memang bermanfaat bagi kesehatan, tetapi ini khusus untuk produk cokelat tanpa pemanis, yang peminatnya jauh lebih sedikit.

Dalam perdagangan internasional, komoditas diperdagangkan menggunakan perantara mata uang Dolar AS. Oleh karena itu, harga komoditas di pasar dunia umumnya berhubungan terbalik dengan kurs Dolar AS, termasuk kakao. Apabila nilai tukar Dolar AS melemah, maka harga kakao dunia cenderung menguat; sedangkan jika Dolar AS menguat, maka harga kakao dunia cenderung melemah.

Bagi petani lokal Indonesia, fenomena ini boleh jadi tidak terlalu berdampak, meskipun kurs Dolar AS punya pengaruh terhadap harga kakao dunia. Mayoritas produksi Kakao Indonesia masih digunakan untuk memenuhi

kebutuhan dalam negeri. Selain itu, ketika Dolar AS menguat, belum tentu petani yang menjual barangnya ke mancanegara dirugikan, karena eksportir tetap bisa mendapatkan keuntungan dari pelemahan kurs Rupiah terhadap Dolar AS.

### 2.2.2. Teori Harga

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah salah satu dari empat bauran pemasaran/*marketing mix* (4P = *product, price, place, promotion* / produk, harga, distribusi, promosi). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan dalam proses perdagangan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dari penjualan produk baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Harga bisaanya memberikan indikasi yang penting mengenai apakah pasar terintegrasi satu sama lain. *Market share* terintegrasi jika harga diantara lokasi yang berbeda bergerak dengan pola yang sama, perbedaan antar harga tersebut dijelaskan melalui biaya transfer dan biaya transaksi sebagaimana aliran perdagangan diantara lokasi-lokasinya. Hal ini dapat dilakukan dengan menilai apakah pergerakan harga terjadi beriringan atau tidak. Ini dapat dilakukan dengan koefisien korelasi sederhana atau plot harga pada grafik untuk melihat ada atau tidaknya kesamaan. Oleh karena itu dapat menggunakan korelasi sederhana atau

plot harga di dalam grafik. Jika harga bergerak bersamaan, pasar mungkin terintegrasi.

Salah satu pendekatan yang sering digunakan untuk melihat integrasi pasar adalah dengan pendugaan dari model Ravallion (1986). Model Ravallion digunakan untuk menyusun model integrasi pasar yang dapat memperkirakan keadaan dimana harga lokal dipengaruhi oleh harga di tempat lain. Ia menggunakan model ini untuk mengukur harga beras di Bangladesh, terutama selama periode tahun 1974. Secara empiris, model Ravallion juga diterapkan oleh Heytens (1986) pada data yang sama di Nigeria. Timmer (1974) mengajukan penggunaan lebih lanjut parameter dari model Ravallion untuk membangun beberapa indikator yang dikenal sebagai *index of market connectedness* (IMC) yang didefinisikan sebagai rasio koefisien pasar regional terhadap pasar referensi.

Perilaku penawaran dan permintaan pasar kakao internasional menjadi salah satu faktor penting yang menentukan fluktuasi harga kakao di dalam negeri. Pasar merupakan penentu yang penting dari ketersediaan dan akses kakao di dunia internasional. Keadaan dimana pasar memungkinkan ketersediaan kakao dan memelihara harga tetap stabil tergantung pada apakah pasar terintegrasi satu sama lain atau tidak. Pasar yang terintegrasi dapat diartikan sebagai pasar dimana harga untuk barang-barang yang sama tidak dapat terjadi secara bebas. Jika pasar terintegrasi dengan baik, maka dapat diasumsikan bahwa kekuatan pasar bekerja dengan semestinya, artinya perubahan harga di satu tempat secara konsisten akan terkait dengan perubahan harga di tempat lain dan perantara pasar dapat berinteraksi diantara pasar-pasar yang berbeda. Harga kakao yang tinggi di daerah defisit akan memberikan keuntungan bagi pedagang untuk membawa kakao dari

tempat surplus, sehingga kakao tersedia. Hasilnya maka harga seharusnya turun pada daerah defisit, membuat kakao tersedia banyak di pasar.

Perkembangan harga kakao merupakan aspek yang kompleks, karena banyak faktor yang saling mempengaruhi terbentuknya harga. Selama ini, faktor pasokan (*supply*) kakao relatif paling berpengaruh terhadap terbentuknya tingkat harga disamping faktor permintaan (*demand*). Penyebabnya adalah beberapa kontrak pembelian, pengiriman dan tingkat harga sudah disetujui satu tahun yang akan datang sehingga jika pada tahun yang bersangkutan mengalami penurunan akibat faktor iklim, hama, penyakit, atau pergolakan politik, eksportir akan panik jika tidak mampu memenuhi volume kontraknya.

### 2.2.3. Permintaan (*demand*)

Konsep dasar dari permintaan konsumen adalah kuantitas suatu komoditas yang mampu dan ingin dibeli oleh konsumen pada suatu tempat dan waktu tertentu pada berbagai tingkat harga, faktor lain tidak berubah. Permintaan pasar adalah agregat dari permintaan individu-individu konsumen (Tomek and Robinson, 1981). Permintaan dapat diekspresikan dalam bentuk kurva yang menunjukkan hubungan negatif antara jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga. Seperti halnya penawaran, permintaan juga dapat diekspresikan dalam bentuk fungsi matematis, dimana permintaan merupakan fungsi dari berbagai faktor seperti; permintaan tahun sebelumnya, harga barang tersebut, harga barang lain, pendapatan per kapita, jumlah penduduk, dan lain-lain. Permintaan tahun sebelumnya mempengaruhi permintaan tahun ini sebagai akibat dari pembentukan kebiasaan atau *habits formation* (Wohlgenant and Hahn, 1982).

Kurva permintaan menunjukkan hubungan antara harga suatu produk dengan kuantitas yang diminta, jika hal-hal lainnya konstan/*ceteris paribus*. Permintaan berslope negatif terhadap harga. Dengan kata lain, ketika harga naik permintaan akan turun, dan ketika harga turun maka permintaan akan naik.

#### 2.2.4. Penawaran (*supply*)

Dalam teori ekonomi, penawaran (*supply*) didefinisikan sebagai hubungan statis yang menunjukkan berapa banyak suatu komoditas akan ditawarkan (untuk dijual pada suatu tempat dan waktu tertentu pada berbagai tingkat harga, faktor lain tidak berubah (Tomek and Robinson, 1981). Kurva penawaran menunjukkan hubungan yang positif antara jumlah komoditas yang akan dijual dengan tingkat harga dari komoditas tersebut (Lantican, 1990). Kenaikan harga dari suatu komoditas, dengan asumsi faktor lain tidak berubah akan mendorong produsen untuk mengurangi jumlah komoditas yang ditawarkan.

### 2.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang diteliti oleh Saptana 2012, penelitian dengan judul manajemen rantai pasok (*supply chain management*) pada komoditas cabai merah besar di Jawa Tengah. Makalah ini bertujuan untuk mengkaji manajemen rantai pasok (*supply chain management*) cabai merah besar dari daerah-daerah sentra produksi ke tujuan pasar utama. Secara empiris terdapat dua pola manajemen rantai pasok pada komoditas cabai merah besar, yaitu pola dagang umum dan manajemen rantai pasok yang terintegrasi adalah efisiensi yang lebih tinggi, baik dalam pengumpulan, penanganan, maupun dalam distribusinya. Pola manajemen rantai pasok juga dapat menjamin harga relative stabil karena harga ditetapkan dengan system kontrak yang didasarkan perkiraan perkembangan harga pasar.



Pola manajemen rantai pasok yang terintegrasi dapat mendorong petani untuk menghasilkan produk cabai merah besar yang dapat memenuhi dari dimensi jumlah, kualitas, serta kontinuitas pasokan. Strategi manajemen rantai pasok diharapkan mampu meningkatkan efisiensi komoditas cabai merah besar dan produk olahannya dalam keseluruhan lini rantai pasok sehingga mampu meningkatkan daya saing di pasar.

Penelitian 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 menurut peneliti 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 nonfermentasi. Pada daerah penelitian, peranan kelompok tani dalam bidang pemasaran belum optimal.

Penelitian Septria (2011) berjudul Analisis Perbandingan Tingkat Keuntungan Petani dengan Tingkat Keuntungan Perdagangan dalam Pemasaran Kakao di Kecamatan Kubung Kabupaten Solok tentang analisa perbandingan tingkat keuntungan petani dengan tingkat keuntungan pedagang dalam pemasaran Kakao di Kecamatan Kubung Kabupaten Solok telah dilaksanakan di Kecamatan Kubung Kabupaten Solok. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan bahwa terdapat dua saluran tataniaga kakao di Kecamatan Kubung, yaitu 1) petani menjual kepada pedagang pengumpul, pedagang pengumpul menjual kakao kepada pedagang besar, dan terakhir pedagang besar menjual Kakao kepada eksportir, dan 2) petani menjual kakaonya kepada pedagang besar, kemudian pedagang besar menjual kembali kepada eksportir. Diantara 2 saluran ini saluran II merupakan saluran tataniaga kakao yang efisien karena saluran yang dilalui lebih pendek sehingga tingkat keuntungan yang diperoleh oleh petani lebih tinggi dibandingkan dengan saluran I. Petani memperoleh keuntungan yang paling besar dibandingkan dengan pedagang perantara baik pada saluran tataniaga kakao I (saluran I) maupun saluran tataniaga kakao II (saluran II). Pada saluran tataniaga Kakao I (saluran I), tingkat keuntungan yang diperoleh oleh petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan eksportir berturut-turut adalah sebesar 41,10

persen, 6,36 persen, 4,48 persen, dan 6,43 persen terhadap harga ekspor dengan total keuntungan yang diperoleh lembaga niaga sebesar Rp. 16.926,66 per kilogram. Saluran tataniaga kakao II (saluran II) tingkat keuntungan petani, pedagang besar, dan eksportir berturut – turut sebesar 41,77 persen, 9,29 persen, dan 8,15 persen terhadap harga ekspor dengan total keuntungan yang diperoleh lembaga niaga sebesar Rp. 17.171,59 per kilogram.

Penelitian Ali dan Rukka (2011) yang berjudul Peran Pedagang Kakao dalam Peningkatan Efisiensi Pasar di Sulawesi Selatan, hasil analisis mengenai efisiensi pemasaran pada setiap tingkatan pedagang dan saluran pemasaran biji kakao besarnya margin pemasaran, didasarkan atas tingkat harga Biji Kakao basah adalah biji kakao yang masih memiliki kadar air kira-kira 25 persen dengan harga Rp 9.315 per kilogram dan harga biji kakao kering adalah yang memiliki kadar air kira-kira 10 persen Rp 23.000 per kilogram. Sementara harga di tingkat eksportir didasarkan pada tingkat harga US\$ 3.000 per ton atau US\$ 3 per kilogram (Rp 28.800 pada kurs Rp 9.600 per US\$ 1). Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin terbesar diperoleh lembaga pemasaran eksportir yang mencapai Rp 5.570 per kilogram pada kurs US\$ 1 = Rp 9.600. Semakin menjauhi sentra produksi, cenderung semakin kecil margin pemasaran yang diterima pedagang, kecuali eksportir karena berhubungan langsung dengan permintaan luar negeri dan ditunjang dengan kurs dollar yang tinggi.

Penelitian Retna (2012) berjudul Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kabupate nBatu Bara ini menggambarkan tentang efisiensi pemasaran cabai merah di Kabupaten Batu Bara, Sistim Pemasaran Cabai Merah yang ada di Kabupaten Batu Bara terdiri dari 4(empat) tipe saluran secara berturut turut yang

paling banyak di pilih petani adalah saluran 1,2,3,dan saluran 4 yang paling sedikit di pilih petani. Saluran 3(tiga) sebagai saluran pemasaran cabai merah yang paling efisien di tinjau dari segi margin pemasaran yang paling kecil yakni sebesar Rp 4500/kg. Saluran 1(satu) paling banyak di pilih oleh petani cabai merah harus secara operasional teknis yang paling efisien. Dari segi margin pemasaran disimpulkan bahwa saluran 3 merupakan saluran pemasaran cabai merah yang paling efisien di Kabupaten Batu Bara. Saluran 1 digunakan oleh mayoritas petani cabai merah yaitu sebesar 42,85 %. Hal ini disebabkan volume cabai merah yang pasarkan cukup besar mengingat tujuan pemasaran saluran ini mencakup pedagang pengecer tingkat kecamatan, kabupaten dan propinsi. Tetapi kelemahan saluran ini adalah perbedaan harga tingkat petani dan konsumen cukup jauh serta biaya pemasaran yang cukup besar yang harus ditanggung oleh pedagang pengumpul tingkat kecamatan sekaligus sebagai pedagang besar. Kelemahan ini tidak serta merta membuat petani berpaling karena pedagang pengumpul pada saluran pemasaran ini dianggap bisa menjamin untuk membeli produksi cabai merah milik petani pada waktukapanpun. Secara operasional teknis saluran 1 paling efisien bagi pemasaran cabai merah di Kabupaten Batu Bara.

Penelitian Erwin (2014) berjudul Analisis Sistem Pemasaran Kopi Pembinaan di Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara ini menunjukkan Terdapat 4 (empat) saluran pemasaran kopi di Humbang Hasundutan yaitu Saluran 1 (satu) yaitu; petani menjual kopi ke pengumpul desa, pengumpul desa menjual ke pedagang kecamatan, pedagang kecamatan menjual ke pedagang kabupaten dan terakhir pedagang kabupaten menjual ke pedagang provinsi (eksportir). Saluran 2 (kedua) yaitu; petani kopi menjual kopi ke pedagang

kecamatan, pedagang kecamatan menjual ke pedagang kabupaten dan pedagang kabupaten menjual ke pedagang provinsi (eksportir). Saluran 3 (ketiga) yaitu; petani kopi menjual kopi langsung ke pedagang kabupaten dan pedagang kabupaten menjual ke pedagang provinsi (eksportir). Saluran 4 (keempat) yaitu; petani kopi menjual kopi langsung ke pedagang provinsi (eksportir) melalui perwakilan yang ada di kecamatan/desa.

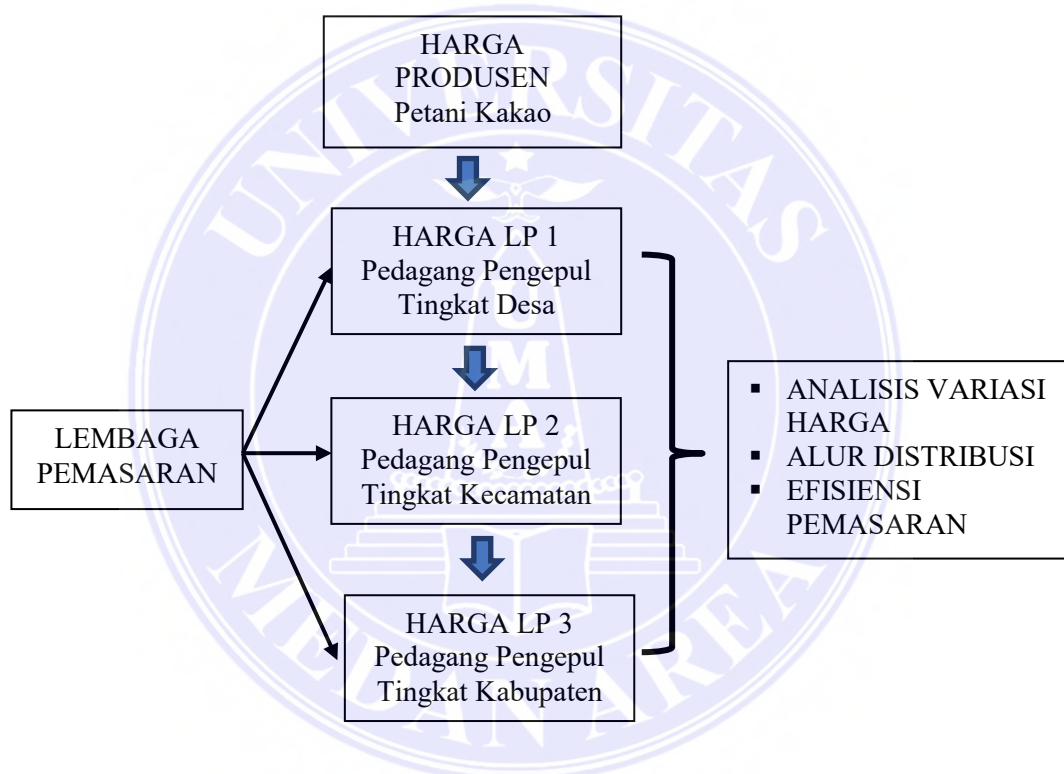
Setiap lembaga pemasaran memerankan paling sedikit 4 fungsi. Beberapa lembaga pemasaran melaksanakan keseluruhan fungsi pemasaran. Biaya pemasaran, margin pemasaran, share margin dan price spread pada setiap saluran pemasaran berbeda-beda. Saluran 3 merupakan saluran yang paling efisien dibandingkan saluran 1, saluran 2 dan saluran 4 disebabkan karena nilai efisiensi pemasaran pada saluran 3 lebih kecil dari nilai efisiensi saluran, saluran 2 dan saluran 4.

#### **2.4. Kerangka Pemikiran**

Pada usahatani Kakao di Kecamatan Bandar memerlukan saluran tataniaga yang terjadi pada suatu pasar komoditi Biji Kakao, hal ini terbentuk dengan 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 ditingkat pedagang pengumpul, dimana antara petani dan pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang antar kota terdapat lembaga pemasaran yang terlibat.

Meskipun antara pasangan-pasangan pasar terpadu secara spasial dengan baik, namun tidak menyiratkan bahwa pasar kakao biji adalah efektif, karena efektivitas pasar kakao biji ditentukan oleh kelembagaan yang terlibat dalam

pemasaran kakao biji. Oleh karena itu, pengukuran integrasi pasangan-pasangan pasar kakao biji tersebut dipandang sebagai *entry point* dalam memahami bagaimana bekerjanya pasar kakao biji di tingkat petani. Jadi, sejalan dengan Barret (1996), penemuan-penemuan empirik dalam penelitian ini akan menjelaskan kondisi pasar kakao biji di tingkat petani yang pada gilirannya dapat menjadi acuan dalam pengembangan model.



Gambar 2.1. Kerangka Pengembangan Model **Penelitian**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun. dari bulan Februari hingga April 2019.

#### 3.2. Bentuk Penelitian

Bentuk penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Untuk memahami makna dibalik data yang tampak menurut Sugiono (2009) gejala sosial sering tidak bisa dipahami berdasarkan apa yang diucapkan dan dilakukan orang karena dibalik itu memiliki makna tertentu.

#### 3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian kualitatif menggunakan istilah “*social sitation*” yang terdiri atas pelaku tempat dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis informan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu petani kakao dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem pemasaran biji kakao. Adapun kriteria yang termasuk dalam aktor “*social situation*” penelitian ini adalah seluruh petani kakao yang ada di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun berjumlah 1.359 petani kakao yang tersebar di beberapa Desa di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun.

Penentuan informan sebagai sampel yaitu petani kakao yang dilakukan secara *purposivesampling* karena dipilih dan pertimbangan dengan tujuan tertentu, yaitu yang berjumlah 30 petani. Penentuan sampel untuk lembaga pemasaran atau pengepul dilakukan dengan metode *snow ball sampling* dengan mengikuti aliran biji kakao dari petani produsen hingga ke pedagang dari tingkat desa, kecamatan

dan kabupaten. Pengambilan sampel lembaga pemasaran di daerah penelitian adalah sebanyak 8 orang, dimana jumlah pedagang pengumpul sebanyak 4 orang pengumpul tingkat Desa dan 2 orang pengumpul di tingkat Kecamatan dan pengumpul Kabupaten/Kota sebanyak 2 orang.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi langsung dan wawancara yang mendalam dengan informan dari pihak petani kakao maupun pengepul. Sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Simalungun yang digunakan sebagai data penunjang dan pelengkap.

### **3.5. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data bersamaan dengan pengumpulan data melalui dokumentasi, observasi dan wawancara dengan tahapan turun langsung ke lapangan “*grand tour*”. Analisis datanya dilakukan dengan mereduksi data dari hasil observasi, wawancara yang bertujuan untuk mengevaluasi permasalahan yang sedang diteliti. Analisis data deskriptif untuk penelitian ini terdiri dari dua, yaitu :

#### **3.5.1. Analisis Deskriptif Kualitatif**

Analisis deskriptif kualitatif adalah analisis yang mendeskripsikan tentang alur rantai pasok biji kakao di Kecamatan Bandar. Selain itu, analisis ini juga mendeskripsikan tentang penerapan rantai pasok biji kakao di Kecamatan Bandar.

Pada analisis deskriptif kualitatif merupakan suatu pengolahan data dengan mempelajari hasil yang diperoleh pada saat pencarian data, kemudian



dilakukan adopsi data dengan membuat rangkuman dan diperoleh hasil penelitian data yang diperoleh berdasarkan hasil dari kenyataan dan tidak dirubah.

### 3.5.2. Analisis Kuantitatif

Sedangkan untuk analisis kuantitatif untuk mengukur kinerja rantai pasok biji kakao di Kecamatan Bandar menggunakan pendekatan analisis *farmer's share*, analisis *margin* pemasaran dan analisis rasio keuntungan dan biaya. Dalam pengolahan analisis kinerja rantai pasok dilakukan menggunakan kalkulator dan *Microsoft excel*.

#### 1. Analisis *farmer's share*

Analisis *farmer's share* digunakan untuk melihat persentase bagian yang diterima oleh petani dengan membandingkan harga di tingkat petani dengan harga di tingkat pedagang. *farmer's share* merupakan alat analisis yang digunakan untuk menentukan efisiensi pemasaran dari sisi pendapatan petani. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Asmarantaka, 2012)

$$\text{farmer's share (FS)} = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Dimana :

FS = *farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani kakao (%)

$P_f$  = Harga pembeli di tingkat petani (Rp/kg)

$P_r$  = Harga akhir di tingkat pedagang kabupaten (Rp/kg)

Jika nilai *farmer's share* lebih dari 50% maka sistem pemasaran tersebut dapat di katakan efisien.

#### 2. Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran menggambarkan kondisi pasar di tingkat lembaga – lembaga yang berbeda, minimal ada dua tingkat pasar, yaitu pasar di tingkat

petani dan pasar di tingkat konsumen akhir (Asmarantaka, 2012). Selain itu, margin pemasaran digunakan untuk mengetahui keberadaan pendapatan yang diterima oleh masing – masing lembaga pemasaran yang terlibat. Besarnya margin pada dasarnya merupakan perbedaan antara harga yang dibeli dengan harga yang di jual oleh setiap lembaga pemasaran. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Asmarantaka, 2012) :

$$\text{Margin Pemasaran } (Mi) = Psi - Pbi$$

Dimana :

$Mi$  = margin pemasaran di tingkat ke-i

$Psi$  = harga jual di tingkat ke-i

$Pbi$  = harga beli di tingkat ke-i

### 3. Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya

Analisis rasio keuntungan dan biaya adalah persentase perbandingan antara keuntungan pemasaran terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan. Tingkat efisiensi sistem pemasaran dapat dilihat dari rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran. Apabila nilai rasio lebih besar dari nol ( $>0$ ) maka kegiatan pemasaran dapat dikatakan menguntungkan. Namun, dalam analisis rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran ini yang dilihat adalah pembagian keuntungan yang merata pada setiap lembaga yang terlibat sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Semakin merata nilai rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran maka secara teknik sistem pemasaran tersebut semakin efisien. Secara matematis rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut (Asmarantaka, 2012) :

$$\text{Rasio Keuntungan terhadap Biaya (R/C)} = \frac{Li}{Ci}$$

Dimana :

R/C = Rasio Keuntungan terhadap Biaya

$Li$  = Keuntungan Pelaku Rantai

$Ci$  = Biaya Pemasaran

### 3.6. Defenisi Konsep dan Defenisi Operasional

#### 3.6.1. Defenisi konsep

Berdasarkan permasalahan serta tujuan, maka perlu dijelaskan defenisi operasional dan pengukuran variabel sebagai berikut :

1. Fluktuasi harga biji kakao adalah kondisi nilai tukar yang beraneka ragam dari produk barang dan dinyatakan oleh pasar, dalam penelitian menggunakan analisis harga yang ditentukan oleh dinas pertanian Kabupaten Simalungun, melalui data statistik tahun 2019.
2. Rantai pasok adalah suatu sistem strategi bisnis yang mengkoordinasikan aktivitas dari hulu ke hilir sehingga menciptakan suatu keunggulan bersaing. Rantai pasok berhubungan dengan interaksi antar *retailer*, distributor, pedagang pengumpul dengan produsen serta konsumennya dalam kegiatan rantai pasok.
3. Rantai pasok komoditas kakao merupakan seluruh kegiatan penyaluran produk mulai dari produsen sampai ke pedagang kakao termasuk aliran keunggulan dan aliran informasinya.
4. Efisiensi pemasaran biji kakao untuk komoditas pertanian dalam suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya, dan

mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

5. Pedagang pengumpul adalah perorangan yang secara langsung berhubungan dengan produsen dan melakukan transaksi dengan produsen.
6. Produsen adalah petani atau orang yang membudidayakan kakao.
7. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga/nilai kakao yang ditentukan oleh pasar berdasarkan kondisi pasar pada satu waktu penelitian berlangsung.
8. Margin pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah selisih harga pada tingkat petani dengan harga pada tingkat pedagang akhir.
9. *Farmer's share* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perbandingan harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pedagang akhir.
10. Rasio keuntungan dan biaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perbandingan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang didapatkan oleh anggota rantai pasok.

### **3.6.2. Defenisi Operasional**

1. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun.
2. Pedagangan yang diteliti adalah pedagang tingkat desa, kecamatan dan kabupaten.

Petani yang dijadikan responden adalah petani yang membudidayakan kakao di Kecamatan Bandar Kabupaten

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variasi pemasaran biji kakao dilihat dari tingkat fluktuasi harga pada tahun 2017 sebesar 0,20% dan pada tahun 2018 sebesar 0,38% sehingga tergolong masih stabil karena berada di bawah ambang batas stabil yaitu 9% sesuai dengan aturan Kemendag.
2. Alur distribusi rantai pasok biji kakao di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun memiliki dua alur yaitu ; alur pertama petani menjual biji kakao kepada pengepul tingkat desa, pengepul tingkat desa menjual kepada pengepul tingkat kecamatan, pengepul tingkat kecamatan menjual kepada pengepul tingkat kabupaten dan pengepul kabupaten menjual ke pabrik atau ekspor dengan kualitas biji yang baik. Alur kedua yaitu petani menjual langsung kepada pengepul tingkat kecamatan tanpa melalui pengepul tingkat desa.
3. Efisiensi pemasaran biji kakao dilihat dari *Farmser's share* untuk alur pemasaran pertama petan imenjual biji kakao kepada pengepul tingkat desa pada tahun 2017 sebesar 63,74% persen pada petani dan pada tahun 2018 sebesar 63,75% sedangkan untuk alur pemasaran kedua yaitu petani menjual biji kakao pada pengepul tingkat kecamatan pada tahun 2017 sebesar 79,96% dan pada tahun 2018 sebesar 79,84%, sehingga dapat dikatakan efisien.

Namun dilihat dari alur distribusi maka pemasaran yang paling efisien adalah petani yang menjual biji kakao ke pengepul kecamatan.

## 5.2 Saran.

Untuk menghasilkan pemasaran biji kakao yang maksimal secara efisien maka petani harus diedukasi sehingga mampu meningkatkan biji kakao secara baik kualitas maupun kuantitas serta meningkatkan kemampuan dalam bidang pemasaran

Pemerintah hadir untuk terlibat didalam peningkatan kualitas petani melalui kelembagaan atau koperasi untuk mengelola komoditi petanikakao.

Perlu ditingkatkan peran pemerintah untuk melakukan perbaikan terhadap sistem penjualan kakao. Perbaikan tersebut dapat dilakukan melalui menjalin kemitraan, peran KUD dan kelompok tani baik Gapoktan maupun Poktan dalam membantu petani kakao menyediakan fasilitas-fasilitas produksi maupun pemasaran sehingga dominasi para pedagang besar dalam penentuan harga dapat dikurangi.

Penelitian ini belum menghasilkan suatu analisis pangsa pasar yang akurat dimana penelitian pangsa pasar dilakukan dengan pendekatan kasar terhadap populasi kapasitas pasar petani kakao dan pengepul tingkat kecamatan yang masuk dalam cakupan penelitian. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya, perlu data yang lebih akurat untuk menghitung pangsa pasar di suatu wilayah antar kabupaten.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Rukka Rusli M. 2011. Peran Pedagang Kakao Dalam Peningkatan Efisiensi Pasar di Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* Volume : 8 Nomor 1
- Anindita, Ratya. 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus: Surabaya.
- Badan Pusat Statistik. 2017. Desa, Luas Areal dan Produksi Dalam Angka Kecamatan BandarKecamatan Bandar : Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. 2017. Kecamatan, Luas Areal dan Produksi Dalam Angka Kabupaten SimalungunKabupaten Simalungun : Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. 2017. Produksi Kakao Sumatera Utara. Sumatera Utara : Badan Pusat Statistik
- Barret, C. B. 1996. *Market Anaysis Method: Are Our Enriched Toolkits Well Suited to Enlivened Markets?* *American Journal of Agricultural Economics*. 78(3) August 1996: 825-829.
- Dinas Perkebunan. 2012. Budidaya Kakao.  
<http://ditjenbun.deptan.go.id/index.php/dinas-perkebunan.html>.(10 Oktober 2012)
- Erwin. 2014. Analisis Sistem Pemasaran Kopi Pembinaan di Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara. (Jurnal)
- Elna Karmawati, Zainal Mahmud, M. Syakir, S. Joni Munarso, I Ketut Ardana, Rubiyo. 2010. Budidaya dan Pascapanen Kakao, Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan Kementerian Pertanian
- Fackler, Paul L. And Goodwin, Barry K. 2001. *Spatial Price Analysis*. Department of Agricultural & Resource Economics. North Carolina State University. Raleigh. NC.
- [ICCO] International CocoaOrganization. 2011. *QuarterlyBulletinofCocoaStatistics*, Vol. XXXIV, No.3, CocoaYear 2009/10. London: ICCO AnnualReport.
- Kementerian Perdagangan. 2010. Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Periode 2010-2014. Kementerian Perdagangan, Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2012. Peningkatan Produksi, Produktivitas dan Mutu Tanaman Rempah dan Penyegar: Pedoman Umum Gerakan Nasional Peningkatan Produksi dan Mutu Kakao Tahun 2013. Jakarta: Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian.

- Kementerian Pertanian. 2015. Peningkatan Produksi, Produktivitas Tanaman Rempah dan Penyegar: Pedoman Teknis Pengembangan Tanaman Kakao Berkelanjutan. Jakarta: Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian.
- Lantican, F. A. 1990. *Present and Future Market Supply and Demand for Diversified Crops*. Paper presented during the training course on Diversified Crops. Irrigation Engineering held at DCIEC Bldg, NIA Compound, EDSA, Queson City.
- Putri, Maira D. 2009. Penanganan Pasca Panen dan Pemasaran Biji Kakao di Kecamatan Simpang Alahan Mati Kabupaten Pasaman. (Skripsi). Padang :Fakultas Pertanian, Universitas Andalas.
- Rahmanu, Riza. 2009. Analisis Daya Saing Industri Pengolahan dan Hasil Olahan Kakao Indonesia. (Skripsi). Bogor : Fakultas Ekonomi Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Retna. 2012. Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kabupaten Batu Bara (Jurnal)
- Saptana, 2012. Menejemen Ranta Pasok (Supply Chain Management) pada Komoditas Cabai Merah Besar di Pulau Jawa.
- Septria, Yel. 2011. Analisis Perbandingan Tingkat Keuntungan Petani dengan Tingkat Keuntungan Perdagangan dalam Pemasaran Kakao di Kecamatan Kubung Kabupaten Solok. (Skripsi). Padang : Fakultas Pertanian, Universitas Andalas.
- Siregar, Tumpal H.S, Slamet Riyadi, Laeli Nuraeni. 2012, Budi Daya Cokelat.Cet. 3. Jakarta : Penebar Swadaya, 2012.
- Soegiarto. 2007. Ekonomi Mikro Sebagai Kajian Komprehensif. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Steenis. Van. 2010. Flora of Java,
- Timmer, C.P. 1987. *The Corn Economic of Indonesia*. Cornell University Press Ithaca.
- Tomek, W.G. and K.L. Robinson. 1981. *Agricultural Product Prices*. Second Edition. Cornell University Press. Ithaca and London.



## Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan (Kuisisioner) Untuk Petani Sampel

DAFTAR PERTANYAAN BAGI PETANI KAKAO  
 DESA BANDAR MASILAM KECAMATAN BANDAR MASILAM 2019

Mohon Bapak / Ibu berkenan mengisi daftar pertanyaan untuk penelitian saya ini

1. Nama Responden :
2. Jenis kelamin : laki-laki/Perempuan
3. Umur : .....Tahun
4. Tingkat Pendidikan : SD (....) SMP (.....) SMA (.....) PT  
(.....)
5. Luas Lahan kakao :.....(hektar)
6. Produksi kakaoperbulan : .....Kg
7. Penjualan bijikakao : (.....) Ke Agen Besar  
(.....) Ke Agen Pengepul  
(.....) Ke Agen Keliling
8. Harga Jual Kakao :
  - a. Ke Agen Besar :Rp..... /Kg
  - b. KeAgen Pengepul : Rp. .... /Kg
  - c. Ke Agen Keliling : Rp. .... /Kg

Atas bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan jawaban saya ucapkan terimakasih

Lampiran 2. Daftar Pertanyaan (Kuisisioner) Untuk Pedagang Pengepul Tingkat Desa

DAFTAR PERTANYAAN BAGI PEDAGANG PENGEPUK KAKAO  
KECAMATAN BANDAR

Mohon Bapak / Ibu berkenan mengisi daftar pertanyaan untuk penelitian saya ini

1. Nama Responden : .....
2. Jenis kelamin : laki- laki/Perempuan
3. Umur : .....Tahun
4. Tingkat Pendidikan : SD (....) SMP (.....) SMA (.....) PT (.....)
5. Pengalaman berdagang : .....Tahun
6. Harga Beli Kakao : Rp...../kg
7. Harga Jual Kakao : Rp..... /kg
8. Harga Tertinggi : Rp ...../tahun
9. Harga Terendah : Rp ...../tahun
10. Produksi : ..... kg/hari
11. Kualitas biji kakao :
  - a. Kadar air : ..... %
  - b. Kotoran : ..... %
  - c. Jamur : ..... %
12. Biaya yang dikeluarkan : Rp.....
  - a. Biaya pengemasan : Rp.....
  - b. Biaya retribusi : Rp.....
  - c. Biaya Transportasi : Rp.....
  - d. Biaya Gudang : Rp.....
  - e. Biaya sewa lantai jemur : Rp.....

Atas bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan jawaban saya ucapkan terimakasih

Lampiran 3 :Daftar Pertanyaan (Kuisisioner) Untuk Pedagang Pengepul Tingkat Kecamatan.

DAFTAR PERTANYAAN BAGI PEDAGANG PENGEPUK KAKAO  
KECAMATAN BANDAR

Mohon Bapak / Ibu berkenan mengisi daftar pertanyaan untuk penelitian saya ini

1. Nama Responden : .....
2. Jenis kelamin : laki- laki/Perempuan
3. Umur : .....Tahun
4. Tingkat Pendidikan : SD (....) SMP (.....) SMA (.....) PT (.....)
5. Pengalaman berdagang : .....Tahun
6. Harga Beli Kakao : Rp...../kg
7. Harga Jual Kakao : Rp..... /kg
8. Harga Tertinggi : Rp ...../tahun
9. Harga Terendah : Rp ...../tahun
10. Produksi : ..... kg/hari
11. Kualitas biji kakao :
  - a. Kadar air : ..... %
  - b. Kotoran : ..... %
  - c. Jamur : ..... %
12. Biaya yang dikeluarkan : Rp.....
  - a. Biaya pengemasan : Rp .....
  - b. Biaya retribusi : Rp .....
  - c. Biaya Transportasi : Rp .....
  - d. Biaya Gudang : Rp .....
  - e. Biaya sewa lantai jemur : Rp .....

Atas bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan jawaban saya ucapkan terimakasih

Lampiran 4 :Daftar Pertanyaan (Kuisisioner) Untuk Pedagang Pengumpul Tingkat Kabupaten

DAFTAR PERTANYAAN BAGI PEDAGANG PENGEPUL KAKAO  
KECAMATAN BANDAR

Mohon Bapak / Ibu berkenan mengisi daftar pertanyaan untuk penelitian saya ini

1. Nama Responden : .....
2. Jenis kelamin : laki- laki/Perempuan
3. Umur : .....Tahun
4. Tingkat Pendidikan : SD (....) SMP (.....) SMA (.....) PT (.....)
5. Pengalaman berdagang : .....Tahun
6. Harga Beli Kakao : Rp...../kg
7. Harga Jual Kakao : Rp..... /kg
8. Harga Tertinggi : Rp ...../tahun
9. Harga Terendah : Rp ...../tahun
10. Produksi : ..... kg/hari
13. Kualitas biji kakao :
  - a. Kadar air : ..... %
  - d. Kotoran : ..... %
  - e. Jamur : ..... %
14. Biaya yang dikeluarkan : Rp.....
  - a. Biaya pengemasan : Rp .....
  - b. Biaya retribusi : Rp .....
  - c. Biaya Transportasi : Rp .....
  - d. Biaya Gudang : Rp .....
  - e. Biaya Mesin Pengering : Rp .....

Atas bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan jawaban saya ucapkan terimakasih

## Lampiran 5. Identitas Petani sebagai subjek penelitian

No	Nama Responden	Umur (thn)	JenisKelamin	Pendidikan
1	ZulFadli	43	Laki-Laki	SMA
2	HadiSarionoSitepu	61	Laki-Laki	SD
3	Zoaris	51	Laki-Laki	SMP
4	Nur Ilham Supriadi	36	Laki-Laki	SMA
5	Albinus Panjaitan	68	Laki-Laki	SD
6	BaharuddinTambunan	40	Laki-Laki	SMP
7	Musa Ritonga	65	Laki-Laki	SD
8	Maulana Siregar	59	Laki-Laki	SMP
9	Romulus Manurung	60	Laki-Laki	SMP
10	AnjurSitinjak	38	Laki-Laki	SMA
11	Wilson	60	Laki-Laki	SMP
12	AhnmadJuhariSimamora	48	Laki-Laki	SMA
13	Salman Sitanggung	61	Laki-Laki	SMP
14	AbidinPurba	55	Laki-Laki	SMA
15	Muliono	44	Laki-Laki	SMP
16	Tringgono	57	Laki-Laki	SD
17	Sunardi	48	Laki-Laki	SD
18	Suratman	52	Laki-Laki	SD
19	Nasib	55	Laki-Laki	SD
20	Dody FRahmana P.	36	Laki-Laki	SMA
21	Putra	34	Laki-Laki	SMA
22	SyarifSiregar	59	Laki-Laki	SD
23	RajaliDamanik	53	Laki-Laki	SD
24	Kamaluddin	46	Laki-Laki	SMP
25	Marni	33	Laki-Laki	SMA
26	Yatimin	38	Laki-Laki	SMP
27	Mulyadi	41	Laki-Laki	SMP
28	AshariPurba	54	Laki-Laki	SD
29	Samen	60	Laki-Laki	SD
30	MuchtarSinaga	59	Laki-Laki	SD

### Identitas Pedagang Pengumpul Tingkat Desa

Nomor	Nama Pedagang Pengumpul	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Pengalaman Berdagang
1	Jubir	50	SMP	23
2	Roni	58	SMP	28
3	Kahirul	44	SMA	20
4	Royan Arbi	38	SMA	13

### Identitas Pedagang Pengumpul Tingkat Kecamatan

Nomor	Nama Pedagang Pengumpul	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Pengalaman Berdagang
1	Sawali	45	SMA	20
2	Luhut	48	SMA	25

### Identitas Pedagang Pengumpul Pedagang Pengumpul Tingkat Kabupaten

Nomor	Nama Pedagang Pengumpul	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Pengalaman Berdagang
1	Daman	49	SMA	27
2	Aritonang	52	SMA	30

## Lampiran 6 :Dokumentasi Observasi



Wawancara dengan Petani kakao dilapangan



Wawancara dengan Pedagang Pengepul dilapangan