

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

TESIS

Oleh

**ANDI SYAHPUTRA
NPM. 151802006**



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/3/23

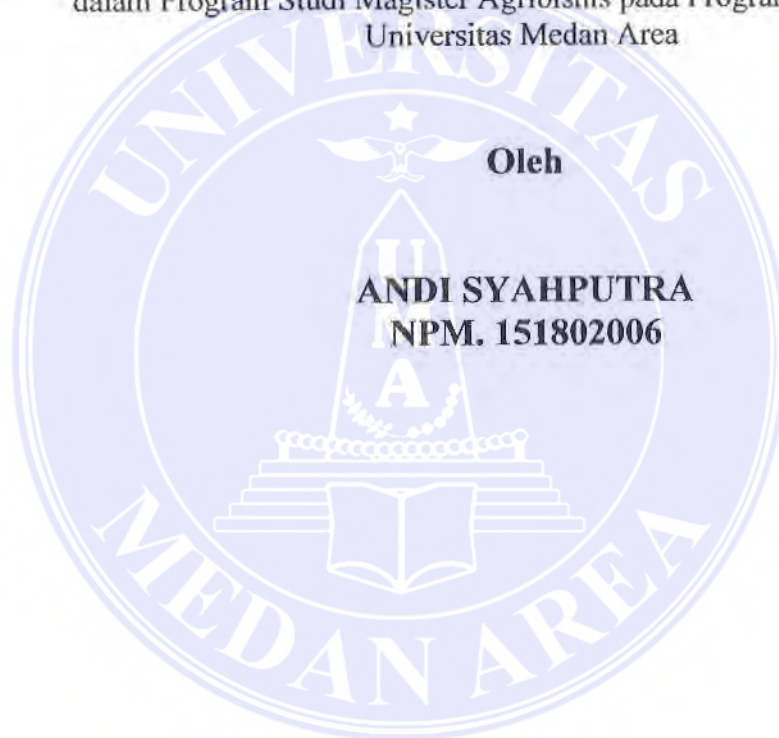
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)2/3/23

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

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Agribisnis
dalam Program Studi Magister Agribisnis pada Program Pascasarjana
Universitas Medan Area



Oleh

**ANDI SYAHPUTRA
NPM. 151802006**

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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/3/23

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

Access From (repository.uma.ac.id)2/3/23

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER AGRIBISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN

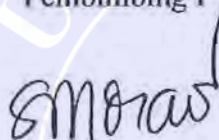
**Judul : Analisis Fluktuasi Harga Dan Efisiensi Pemasaran Biji Kakao di
Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun**

Nama : Andi Syahputra

NPM : 151802006

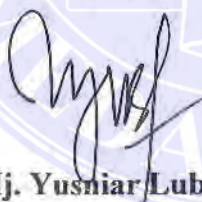
Menyetujui

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

Telah diuji pada Tanggal 29 Agustus 2019

Nama : Andi Syahputra

NPM : 151802006



Panitia Penguji tesis :

Ketua : Prof. Dr. Ir. Yusniar Lubis, M.MA

Sekretaris : Dr. Ir. E. Harso Kardhinata, M.Sc

Pembimbing I : Dr. Ir. Siti Mardiana, M.Si

Pembimbing II : Dr. Ir. Sri Fajar Ayu, MM

Penguji Tamu : Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K., MS

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/3/23

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

Access From (repository.uma.ac.id)2/3/23

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.

Medan, Juni 2019



Andi Syahputra

ABSTRAK

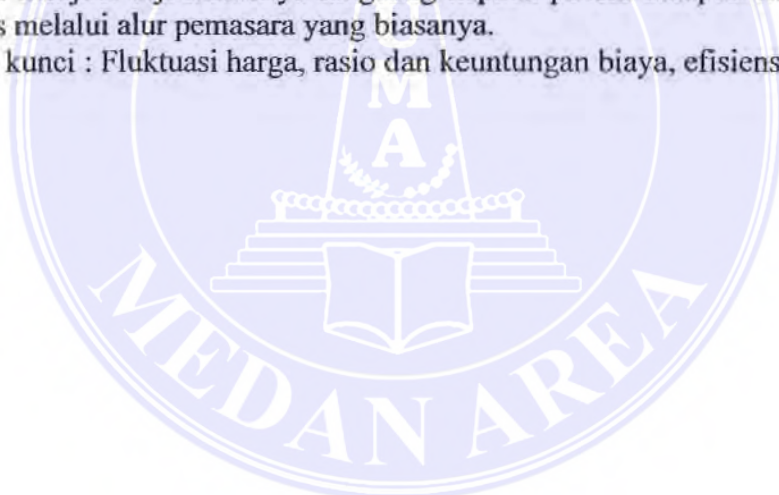
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis fluktuasi harga dan efisiensi pemasaran biji kakao di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun, serta untuk mengidentifikasi seberapa efisienkah alur pemasaran biji kakao antara petani yang menjual biji kakao kepada pengepul desa atau pengepul tingkat kecamatan.

Metode penelitian kali ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif kualitatif untuk menentukan fluktuasi harga dan menggunakan analisis kuantitatif dengan pendekatan *farmer's share*, analisis margin pemasaran, analisis rasio keuntungan dan biaya.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan variasi harga stabil dikarenakan fluktuasi dibawah 9% yaitu 0,20% pada tahun 2017, 0,38% pada tahun 2018, dan *farmer's share* petani yang memasarkan biji kakao alur pertama yaitu kepada pengepul desa pada tahun 2017 sebesar 63,74% dan 2018 sebesar 63,75% sedangkan untuk alur kedua yang memasarkan biji kakao kepada pengepul kecamatan pada tahun 2017 sebesar 79,964% dan 2018 sebesar 79,96%, pemasaran pada kedua alur dikatakan efisien namun yang paling efisien adalah alur kedua.

Akan lebih baik lagi jika petani mampu mengelola pemasarannya sehingga dapat menjual biji kakaonya langsung kepada pabrik ataupun kualitas ekspor tanpa harus melalui alur pemasara yang biasanya.

Kata kunci : Fluktuasi harga, rasio dan keuntungan biaya, efisiensi pemasaran.



ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of fluctuations in price and marketing efficiency of cocoa beans in Bandar District, Simalungun Regency, and to identify how efficient the marketing of cocoa beans is between farmers who sell cocoa beans to village collectors or district level collectors.

This research method uses a qualitative descriptive analysis research method to determine price fluctuations and uses quantitative analysis with the farmer's share approach, marketing margin analysis, profit and cost ratio analysis.

From the results of the study it was concluded that stable price variations due to fluctuations below 9% namely 0.20% in 2017, 0.38% in 2018, and farmer's share of farmers who market the first-line cocoa beans namely to village collectors in 2017 amounted to 63, 74% and 2018 amounted to 63.75% while for the second channel marketing cocoa beans to collectors in the sub-district in 2017 amounted to 79.964% and 2018 amounted to 79.96%, marketing in both lines was said to be efficient but the most efficient was the second channel.

It would be even better if the farmers were able to manage their marketing so they could sell their cocoa beans directly to the factory or export quality without having to go through the usual supply chain.

Keywords: fluctuation in prices, cost benefit ratios, marketing efficiency

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 FLUKTUASI 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.Eng, M.Sc
2. Direktur Pascasarjana Universitas Medan Area, Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K.MS.
3. Ketua Program Studi Magister Agribisnis, 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. Kepala UPT BP3 Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun.
8. Orang Tua yang tersayang dan semua keluarga yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

9. Keluarga kecil terutama istri tercinta Trina Mariani, S.Pd yang selalu mensupport dan mendampingi dengan setia sampai penulisan Tesis ini selesai dan buah hati Rizky Abdul Aziz, Abdul Hanif dan Azam Nurwahid.
10. Rekan-rekan mahasiswa Pascasarjana Magister Agribisnis Angkatan 2015 Universitas Medan Area.
11. 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, 17 Desember 1982
Email : andistpp2009@gmail.com
Orang Tua : Ayah Wagiran, AMa dan Ibu Nursamah
Anak Ke : 1 dari 4 Bersaudara
Pendidikan : Lulus SD Negeri 091667 Naga Bayu tahun 1989-1994
Lulus SMP Negeri 1 Bandar tahun 1994-1996
Lulus SMA Negeri 1 Dolok Batu Nanggar tahun 1996-1999
Lulus Universitas Simalungun (USI) tahun 1999-2004



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Gambaran Komoditas Kakao	10
2.2. Pengertian efisiensi	12
2.2.1. Teori Efisiensi Pemasaran	12
2.2.2. Teori Harga	17
2.2.3. Permintaan (<i>demand</i>)	20
2.2.4. Penawaran (<i>supply</i>)	20
2.3. Penelitian Terdahulu	21
2.4. Kerangka Pemikiran	26
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
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. Teknik Analisis Data	29
3.5.1 Analisis Deskriptif Kualitatif	30
3.5.2 Analisis Kuantitatif	30
3.6. Defenisi Konsep dan Defenisi Operasional	32
3.6.1. Defenisi Konsep	32
3.6.2. Defenisi Operasional	34
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil	35
4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
4.1.2. Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin	36
4.1.3. Jumlah Petani Berdasarkan Jenis Tanaman Perkebunan Rakyat	37

4.1.4. Petani Kakao di Kecamatan Bandar	38
4.1.5. Pengepul Biji Kakao di Kecamatan Bandar	38
4.1.6. Analisis Fluktuasi Harga Biji Kakao di Tingkat Pengumpul....	39
4.1.7. Alur Distribusi Rantai Pasok Biji Kakao di Tingkat Pengepul Desa, Kecamatan dan Kabupaten di Simalungun	46
4.1.8. Efisiensi Pemasaran Harga Biji Kakao di Tingkat Petani Dengan Pedagang Pengepul Tingkat Desa, Kecamatan Kabupaten di Simalungun	52
4.2. Pembahasan	53
4.2.1. Fluktuasi Harga Biji Kakao di Tingkat Petani Dengan Pengumpul	53
4.2.2. Alur Distribusi Rantai Pasok Biji Kakao di Tingkat Pengepul Desa, Kecamatan, dan Kabupaten Simalungun.....	55
4.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Transmisi Harga Biji Kakao	57
4.2.4. Analisis Rasio dan Keuntungan Biaya	59
4.2.5. Efisiensi Pemasaran Biji Kakao	62
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	Data Produksi Tanaman Kakao	4
GAMBAR 2	Daftar 10 Negara Penghasil Kakao Terbesar	14
GAMBAR 3	Kerangka Pengembangan Model	27
GAMBAR 4	Skema Model Rantai Pasok Biji Kakao Kecamatan Bandar....	57

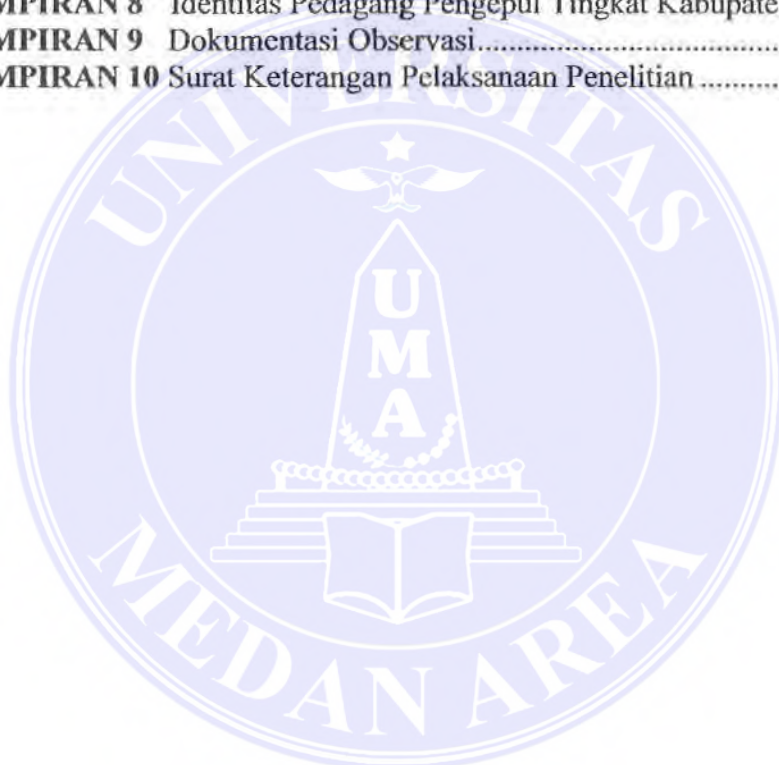


DAFTAR TABEL

TABEL 1.	Luas Panen Produksi Kakao Sumatera Utara 2014-2017	4
TABEL 2	Wilayah Pengembangan Kakao Sumatera Utara tahun 2017.....	5
TABEL 3	Luas Lahan Produksi Kecamatan Se-Kabupaten Simalungun 2017	6
TABEL 4	Penduduk Menurut Kelompok dan Jenis Kelamin.....	36
TABEL 5	Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang Bekerja dan Lapangan Usaha.....	37
TABEL 6	Jumlah Petani Informan Berdasarkan Banyaknya Pohon Tahun 2017	38
TABEL 7	Jenis Pedagang Pengepul di Kecamatan Bandar Tahun 2018	38
TABEL 8	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat Desa Tahun 2017	39
TABEL 9	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat Kecamatan Tahun 2017	40
TABEL 10	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat Kabupaten Tahun 2017	40
TABEL 11	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat Desa Tahun 2018	41
TABEL 12	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat Kecamatan Tahun 2018	42
TABEL 13	Rekapitulasi Harga Biji Kakao Pengepul Tingkat Kabupaten Tahun 2018	42
TABEL 14	Rekapitulasi Keseluruhan Pertahun Biji Kakao Pengepul Tingkat Desa, Kecamatan dan Kabupaten Tahun 2017-2018	43
TABEL 15	Fluktuasi harga penjualan biji kakao Kabupaten Simalungun Tahun 2017	43
TABEL 16	Fluktuasi harga penjualan biji kakao Kabupaten Simalungun tahun 2018	45
TABEL 17	Harga Biji Kakao Dari Tahapan dan Level Rantai Pemasaran yang Dilalui	57
TABEL 18	Analisis Margin Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Rasio Keuntungan dan Biaya Rantai Pasok Biji Kakao Pada Alur Pemasaran Pertama di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun Tahun 2017 dan 2018.....	60
TABEL 19	Analisis Margin Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Rasio Keuntungan dan Biaya Rantai Pasok Biji Kakao Pada Alur Pemasaran Kedua di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun Tahun 2017 dan 2018.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Daftar Pertanyaan Kuisisioner Petani Sampel	68
LAMPIRAN 2	Daftar Pertanyaan Kuisisioner Pedagang Pengepul Tingkat Desa	69
LAMPIRAN 3	Daftar Pertanyaan Kuisisioner Pedagang Pengepul Tingkat Kecamatan	70
LAMPIRAN 4	Daftar Pertanyaan Kuisisioner Pedagang Pengepul Tingkat Kabupaten	71
LAMPIRAN 5	Identitas Petani sebagai subjek penelitian	72
LAMPIRAN 6	Identitas Pedagang Pengepul Tingkat Desa	73
LAMPIRAN 7	Identitas Pedagang Pengepul Tingkat Kecamatan	73
LAMPIRAN 8	Identitas Pedagang Pengepul Tingkat Kabupaten	73
LAMPIRAN 9	Dokumentasi Observasi	74
LAMPIRAN 10	Surat Keterangan Pelaksanaan Penelitian	76





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 2/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)2/3/23

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 perkebunan kakao di Indonesia cukup pesat dalam kurun waktu 20 tahun terakhir dimana 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,

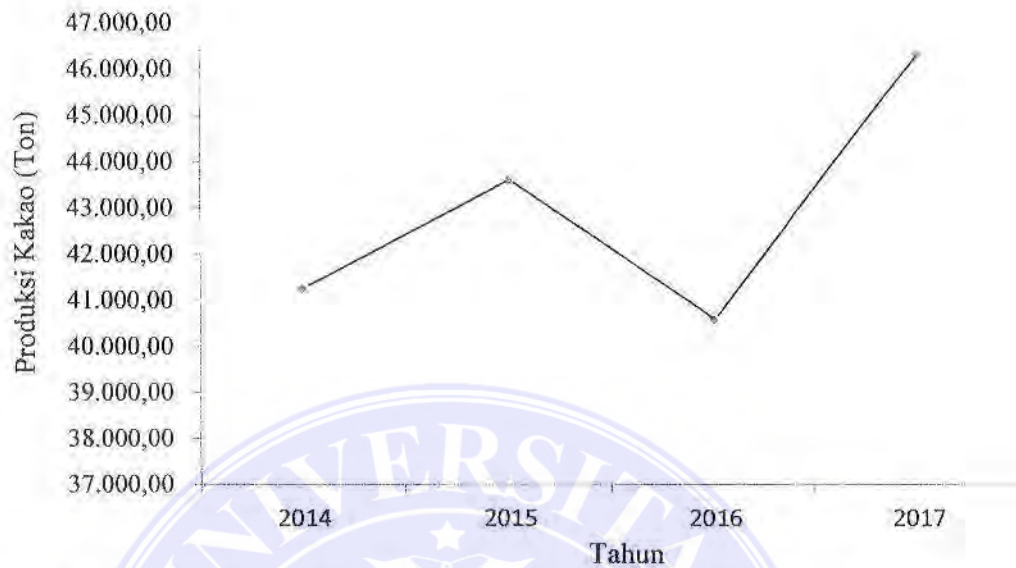
dan terkena serangan hama dan penyakit dengan tingkat serangan berat sehingga perlu dilakukan peremajaan, 235.000 ha kebun kakao dengan tanaman yang kurang produktif dan terkena serangan hama dan penyakit dengan tingkat serangan sedang sehingga perlu dilakukan rehabilitasi, dan 145.000 ha kebun kakao 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 diskonnnya dari tahun ke tahun. Citra buruh 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 Philipina 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 coklat 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 di bandingkan pembudidayaan coklat ini telah meningkatkan devisa bagi negara melalui ekspor dan mendorong ekonomi daerah terutama daerah pedesaan. Untuk itu, sejak tahun 1980 pemerintah memberikan prioritas terhadap produks coklat sebagai salah satu komoditi yang dikembangkan secara cepat. Perkembangan luas, produksi, dan produktivitas coklat 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. (Tumpal H.S. 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 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
Sumatera Utara	64 615,59	46 330,97

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 5.708,03 Ha dengan produksi 5.954,30 Ton pada tahun 2017. Hal tersebut di dukung 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 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
Panci	120,62	80,67
Panombeian Panci	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
Kabupaten Simalungun	5.670,50	5.693,47

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 1711,07 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 pada petani masih rendah kualitasnya menyebabkan harga cenderung fluktuatif (fluktuasi perubahan harga cukup besar), sehingga perubahan harga terjadi sangat cepat. Perubahan harga yang relatif sangat cepat tersebut diharapkan akan direspon secara cepat pula oleh para pelaku pasar sehingga para pelaku pasar 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, dimana 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

Dengan melihat permasalahan di atas yang terjadi di Kecamatan Bandar, 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 pengepul desa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun?

2. Bagaimana alur distribusi rantai pasok biji kakao di tingkat pengepul desa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran biji kakao di tingkat pengepul desa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Menganalisis fluktuasi harga biji kakao di tingkat pengepul desa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun.
2. Menganalisis alur distribusi rantai pasok biji kakao di tingkat pengepul desa, kecamatan, dan kabupaten di Simalungun
3. Menganalisis efisiensi pemasaran biji kakao di tingkat pengepul desa, 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 *Sterculiceae* serta genus *Theobroma* dan dengan nama spesies *Theobroma cacao*. (Tumpal H.S. Siregar dkk, 2012).

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. (Tumpal H.S. 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. (Tumpal H.S. 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. (Tumpal H.S. 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. (Tumpal H.S. 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

Aktifitas 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 di pasar 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 di pasar (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 antar pasar. 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) di karenakan adanya *supply* dan *demand* atas 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.

Gambar 2.2. Daftar 10 Negara Penghasil Kakao Terbesar Di Dunia

No	Negara	Produksi (Ton)
1	Cote d'Ivoire	1,448,992
2	Ghana	835,466
3	Indonesia	777,500
4	Nigeria	367,000
5	Cameroon	275,000
6	Brazil	256,186
7	Ecuador	128,446
8	Mexico	82,000
9	Peru	71,175
10	Dominican Republic	68,021

(sumber data: WorldAtlas.com, 2017)

Dari gambar 2.2. meskipun produksi dalam negeri terhitung kecil, tetapi Indonesia merupakan negara penghasil Kakao terbesar ketiga di dunia.

Indonesia merupakan negara penghasil kakao terbesar di dunia setelah Pantai Gading (Cote d'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 gerakan 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 coklat 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* (Wohlgemant 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 non fermentasi. 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 Biji Kakao 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 Kabupaten Batu Bara ini menggambarkan tentang efisiensi pemasaran cabai merah di Kabupaten Batu Bara, Sistem 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 waktu kapanpun. 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.

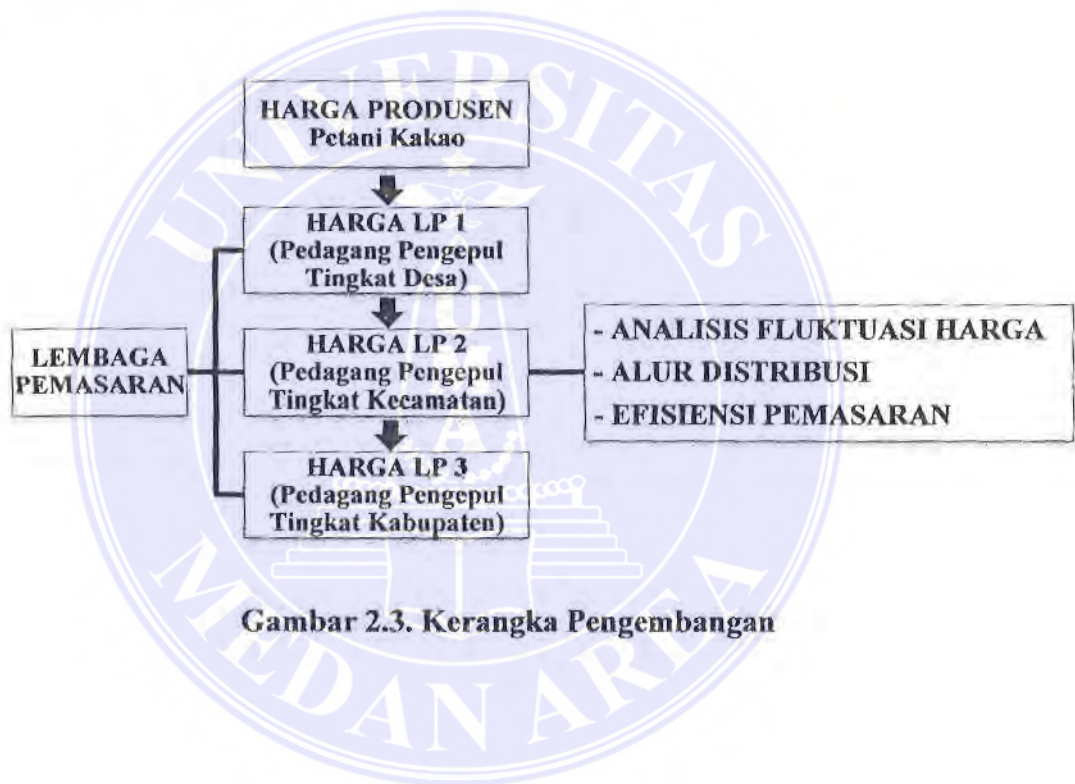
Setiap lembaga pemasaran memerankan paling sedikit 4 fungsi. Beberapa lembaga pemasaran melaksanakan keseluruhan fungsi pemasaran. Biaya pemasaran, margin pemasaran, share margin dan price spread pada setiap saluran pemasaran berbeda-beda. Saluran 3 merupakan saluran yang paling efisien dibandingkan 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 usaha tani Kakao di Kecamatan Bandar memerlukan saluran tata niaga 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 2.3. Kerangka Pengembangan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun. Penelitian ini dimulai bulan Maret hingga April 2019.

3.2. Bentuk Penelitian

Bentuk penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Karena 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 situation*" 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 *purposive sampling* 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 pengepul 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 daftar pertanyaan kuisisioner dari pihak petani kakao maupun pengepul dan Dinas Pertanian Kabupaten Simalungun. Sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kecamatan Bandar Tahun 2017 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)

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

Dimana :

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

Pf = Harga pembeli di tingkat petani (Rp/kg)

Pr = 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.

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

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 fluktuasi harga pada tahun 2018 sebesar 0,38% tergolong masih stabil karena masih berada dibawah 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 yang 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 lalu menjual ke pabrik maupun ekspor dengan kualitas biji yang baik. Sedangkan untuk alur yang 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 petani menjual 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%. Dilihat dari *farmer's share* maka dapat

disimpulkan bahwa pemasaran biji kakao 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 efisiensi maka petani harus di edukasi sehingga mampu meningkatkan biji kakao secara mutu kualitas, jumlah kuantitas dan kemampuan pemasaran, pemerintah hadir untuk terlibat didalam peningkatan kualitas petani melalui kelembagaan atau koperasi untuk mengelola komoditi petani kakao.

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.

Dengan Kelembagaan ekonomi petani, maka usaha petani akan jauh lebih efisien dan produknya akan berdaya saing untuk mendorong petani yang lebih modern dengan menggunakan alat dan mesin pertanian atau Information Communication Technology pada era Industry 4.0 saat ini.

Melalui teknologi ini kegiatan pertanian khususnya pangsa pasar bisa dikontrol dari jarak jauh. Order sarana dan prasarana produksi kapasitas pasar bagi petani kakao bisa di pasarkan melalui aplikasi online.

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 Bandar Kecamatan Bandar* : Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Kecamatan, Luas Areal dan Produksi Dalam Angka Kabupaten Simalungun Kabupaten Simalungun* : Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Produksi Kakao Sumatera Utara Sumatera Utara* : Badan Pusat Statistik
- Barrel, 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, Rubiyono. 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 Cocoa Organization. 2011. *Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics*, Vol. XXXIV, No.3, Cocoa Year 2009/10. London: ICCO Annual Report.
- 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.