

SKRIPSI

**ANALISIS PEMASARAN BIJI KAKAO (*Theobroma cacao* L.)
DALAM PERKEBUNAN RAKYATNAGARI SUNGAI TALANG
KABUPATEN LIMA PULUH KOTA
SUMATERA BARAT**

***ANALYSIS OF CACAO BEANS MARKETING (*Theobroma cacao*
L.) IN PEOPLE'S PLANTATION SUNGAI TALANG LIMA
PULUH KOTA DISTRICT
WEST SUMATERA***



**Nia Haryati
05011181419183**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2020**

SUMMARY

NIA HARYATI. Analysis of Cacao Bean Marketing (*Theobroma cacao* L.) in People's Plantation Sungai Talang Subdistrict Lima Puluh Kota Regency West Sumatera (Supervised by **ELISA WILDAYANA** and **EKA MULYANA**).

The purpose of this study were 1) to describe the shape marketing channels of cacao's bean in Sungai Talang Subdistrict, 2) to explain structure, performance, conduct and functions of marketing that occur in Sungai Talang Subdistrict, 3) to calculate the amount of marketing margin, level of marketing efficiency and farmer's share in marketing of cacao beans Sungai Talang Subdistrict. The research was conducted in the Sungai Talang Subdistrict Lima Puluh Kota Regency West Sumatera. Data collection in field conducted in December 2018. The reasearch method used was survey method. Sampling method used was simple random sampling method by interviewing 30 samples of cacao farmers from 85 population in the marketing activity of cacao beans Sungai Talang Subdistrict Lima Puluh Kota Regency West Sumatera consisting of farmers who do fermentation and do not do fermentation. Based on results research, there are three marketing channels of cacao beans in Sungai Talang Subdistrict are 1) Farmers, Village Collector Market Agen , Large Consumers, 2) Farmers, Market Agent, Large Cunsumers, and 3) Farmers, Processed Factory. Market structure on village collector is a perfect competitive market which occurs when there are many producers, producing similar products, many consumers, and also the price is determined by the strength of supply and demand. Market behavior that occurs in Nagari Sungai Talang includes marketing functions, pricing strategies, and product strategies. Market performance includes marketing margins, marketing costs, marketing profits, farmer's share, and marketing efficiency. The biggest marketing margin is shown by marketing channel I, which is Rp.5.017/Kg. The lowest margin value is in channel III of Rp.0/kg. Marketing costs incurred on channel III were higher at Rp.10.500/Kg and on the lowest marketing channel Rp.3.000 / Kg. The biggest marketing profit was found in marketing channel III of Rp.24.500/Kg while marketing channel II was classified as small at Rp.1.000/Kg. The portion received by the largest farmers is in marketing channel III by 100 percent, while in marketing channel I is classified as the smallest by 80,60 percent. Marketing channels I, II and III are classified as efficient, amounting to 14.39%, 15,56% and 30,00 %. Marketing channels in Sungai Talang Subdistrict are already efficient. Can be seen from the level of marketing efficiency does not exceed calculations on the rules of marketing efficiency decision.

Key word : cacao bean, marketing channel, marketing efficiency.

RINGKASAN

NIA HARYATI. Analisis Pemasaran Biji Kakao (*Theobroma cacao* L.) dalam Perkebunan Rakyat di Nagari Sungai Talang Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat (Dibimbing oleh **ELISA WILDAYANA** dan **EKA MULYANA**).

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mendeskripsikan bentuk saluran pemasaran biji kakao di Nagari Sungai Talang, 2) Menjelaskan struktur, keragaan, perilaku, serta fungsi pemasaran yang terjadi di Nagari Sungai Talang, 3) Menghitung besarnya margin dan tingkat efisiensi pemasaran serta bagian harga yang diterima oleh petani kakao (*farmer's share*) dalam pemasaran biji kakao di Nagari Sungai Talang. Penelitian ini dilaksanakan di Nagari Sungai Talang Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat. Pengambilan data di lapangan dilakukan pada bulan November 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*. Metode penarikan contoh yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode *sampling* acak sederhana (*simple random sampling*) dengan melakukan wawancara terhadap 30 sampel petani kakao dalam kegiatan pemasaran biji kakao di Nagari Sungai Talang Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat. Sedangkan untuk responden pedagang pengumpul desa ada 3 orang, pedagang pengumpul pasar 1 orang dan juga pedagang besar ada 1 orang. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat tiga saluran pemasaran biji kakao di Nagari Sungai Talang yaitu: 1) Petani, Pedagang Pengumpul Desa, Agen Pasar, Pedagang Besar, 2) Petani, Agen Pasar, Pedagang Besar, dan 3) Petani ke Pabrik Chokato. Struktur pasar pada pedagang pengumpul desa merupakan pasar persaingan sempurna yang terjadi jika jumlah produsen banyak, memproduksi produk yang sejenis, konsumennya banyak, dan juga harga ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Bentuk pasar pada pedagang pengumpul pasar merupakan monopsoni karena jumlah penjual dan pembelinya ada 1 orang. Perilaku pasar yang terjadi di Nagari Sungai Talang meliputi fungsi pemasaran, strategi harga, dan strategi produk. Keragaan pasar meliputi margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran. Margin pemasaran terbesar ditunjukkan oleh saluran pemasaran I yaitu Rp.5.017 per Kg. Nilai margin yang terendah terdapat pada saluran III sebesar Rp.0 per Kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran III lebih tinggi sebesar Rp.10.500 per Kg dan pada saluran pemasaran I yang terendah sebesar Rp.3.000 per Kg. Keuntungan pemasaran yang terbesar terdapat pada saluran pemasaran III sebesar Rp.24.500 per Kg sedangkan saluran pemasaran II tergolong kecil sebesar Rp1.000 per Kg. Bagian yang diterima oleh petani terbesar adalah pada saluran pemasaran III sebesar 100 persen, sedangkan pada saluran pemasaran I tergolong yang terkecil sebesar 80,60 persen. Ketiga saluran pemasaran biji kakao kering termasuk efisien yaitu tingkat efisiensi pada saluran pemasaran I sebesar 14,39 persen. Pada saluran pemasaran II sebesar 15,56 persen dan saluran pemasaran III sebesar 30,00 persen. Saluran pemasaran di Nagari Sungai Talang sudah efisien. Dapat dilihat dari tingkatan efisiensi pemasaran tidak melebihi perhitungan pada kaidah keputusan efisiensi pemasaran.

Kata kunci : biji kakao, efisiensi pemasaran, saluran pemasaran.

SKRIPSI

ANALISIS PEMASARAN BIJI KAKAO (*Theobroma cacao* L.) DALAM PERKEBUNAN RAKYATNAGARI SUNGAI TALANG KABUPATEN LIMA PULUH KOTA SUMATERA BARAT

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian Pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



Nia Haryati
05011181419183

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PEMASARAN BIJI KAKAO (*Theobroma cacao* L.)
DALAM PERKEBUNAN RAKYATNAGARI SUNGAI TALANG
KABUPATEN LIMA PULUH KOTA
SUMATERA BARAT

SKRIPSI

Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Nia Haryati
05011181419183

Pembimbing I



Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.
NIP. 196104261987032007

Indralaya, Januari 2020

Pembimbing II



Eka Mulyana, S.P., M.Si.
NIP.197710142008122002



Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP 196012021986031003

Skripsi dengan judul "Analisis Pemasaran Biji Kakao (*Theobroma cacao*, L) Dalam Perkebunan Rakyat Nagari Sungai Talang Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat" oleh Nia Haryati telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 13 Januari 2020 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M. Si.
NIP 196104261987032007

Ketua

(.....)

2. Eka Mulyana, S.P., M.Si.
NIP 197710142008122002

Sekretaris

(.....)

3. Ir. Yulian Junaidi, S.P., M.Si.
NIP 196507011989031005

Anggota

(.....)

4. Nurilla Elysa Putri, S.P., M.Si.
NIP 197807042008122001

Anggota

(.....)

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Indralaya, Januari 2020
Koordinator Program Studi
Agribisnis



Dr. Ir. Marvadi, M.Si.
NIP 196501021992031001

Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.
NIP 198112222003122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Haryati
NIM : 05011181419183
Judul : Analisis Pemasaran Biji Kakao dalam Perkebunan Rakyat Nagari
Sungai Talang Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur penjiplakan/plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Januari 2020



(Nia Haryati)

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 03 Juli 1996 di Bukittinggi, Sumatera Barat. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga orang saudara yakni dari pasangan Bapak Nazwar dan Ibu Erdawati yang bertempat tinggal di Jorong Kampung Bawah Nagari Magek Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam Sumatera Barat.

Penulis menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-kanak Pertiwi Magek, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam, Sumatera Barat pada tahun 2002. Tahun 2008 penulis menyelesaikan pendidikan di SDN 11 Magek, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam. Pada tahun 2011 menamatkan pendidikan di SMPN 1 Kamang Magek, Kabupaten Agam. Dan selanjutnya tahun 2014 penulis juga lulus di SMAN 1 Kamang Magek, Kabupaten Agam.

Penulis terdaftar menjadi mahasiswa Di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya sejak tahun 2014 melalui Jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi (SMPTN – Jalur Undangan). Selama pendidikan di Perguruan Tinggi penulis pernah menjadi anggota staf Peningkatan dan Pemberdayaan Sumberdaya Mahasiswa (PPSDM) HIMASEPERTA periode 2016.

Penulis telah menyelesaikan praktik lapangan dengan laporan berjudul ‘Pemasaran Bibit Kakao (*Theobroma cacao*. L) Secara Generatif dengan Menggunakan Media *Polybag* di Kebun Benih Rudi Indrayadi Sumatera Barat’ dengan dosen pembimbing praktik lapangan Ibu Dr. Elisa Wildayana, M. Si.. penulis juga telah melaksanakan magang di Kebun Benih Rudi Indrayadi (KBRI) pada bidang pemasaran dengan laporan berjudul ‘Manajemen Pemasaran Benih Kakao di Kebun Benih Rudi Indrayadi (KBRI) Padang Madani – Manggopoh Utara Kecamatan Lubuk Basung Kabupaten Agam Sumatera Barat’ dengan dosen pembimbing magang Ibu Dr. Elisa Wildayana, M.Si..

KATA PENGANTAR

Segala pujian hanya milik-Nya. Tidak ada yang lebih menguasai sesuatu apapun di muka bumi selain Allah SWT. Dia lah yang Maha Melihat, Maha Mendengarkan, dan Maha sempurna atas segalanya. Puji dan syukur hanya tercurahkan untuk-Nya, berka limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah melancarkan segala urusan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran Biji Kakao dalam Perkebunan Rakyat Nagari Sungai Talang Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat”. Shalaeat berserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai utusan dan pengikut-Nya hingga akhir zaman.

Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada semua pihak yang telah memberi bantuan, dukungan, dan doa dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Nazwar dan Ibu Erdawati mendidik penulis dengan baik, dan yang tak henti-hentinya memberikan dukungan moril maupun materi, serta doa yang tak henti beliau ucapkan untuk kemudaahaan hidup anaknya.
3. Keluarga besar penulis yaitu Abang, Kakak, Kak Ngah, Haikal dan Farid serta paman, bibi, dan saudara sepupu (Abang Niko, Abang Husni dan Abang Tri) dan lainnya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi terhadap penulis.
4. Ibu Dr. Elisa Wildayana, M. Si., selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing I skripsi yang telah memberikan arahan, dan bimbingan kepada penulis dalam bebrbagai permasalahan dan kegiatan di kampus serta bimbingan dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Eka Mulyana, S. P., M. Si., selaku dosen pembimbing II skripsi memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi.
6. Bapak Ir. Maryadi, M. Si. sebagai Ketua Jurusan Program Studi Agribisnis da seluruh dosen Jurusan Program Studi Agribisnis yang telah memberikan penulis ilmu dan bimbingan selama kegiatan perkuliahan.

7. Seluruh staf karyawan Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Sriwijaya (Mbak Dian, Mbak Serly, Kak Bayu dan Kak Ari) yang telah memberikan ilmu, nasehat, bantuan, dan fasilitas dalam kegiatan akademik.
8. Bapak Ir. H. Rudy Indrayadi, Bapak Jauhari, Pak Datuak Patiah, Pak Datuak Mas Ruri, Bang Yogi, dan serta Pemerintah Nagari Sungai Talang Provinsi Sumatera Barat.
9. Keluarga besar Kak Yusi dan suami yang telah bersedia memberi tempat tinggal untuk penulis pada saat penelitian dan juga Akbar yang telah memberikan semangat bagi penulis. Semua keluarga dan warga yang ada di Nagari Sungai Talang yang telah memberikan penulis kesempatan untuk melakukan penelitian.
10. Tim Monggok-monggok (Pandi, Alik, Wispa, Bunda Dini, Silsia, Hardel, Intan, Riski, dan Aviv) yang telah menyemangati penulis dengan lelucon mereka. Sahabat terbaik Anindi Fitri Sari.
11. *Partner* magang, praktek lapangan dan penelitian yang luar biasa Syaumi Rahmah.
12. Acara hiburan kesukaan *Tonight Show* dan *All the Butlers* yang telah menghibur penulis dalam penatnya drama skripsi.
13. Dan semua pihak yang ikut serta membantu serta memberikan masukan terhadap tulisan ini, penulis ucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT membalasnya lebih dari yang diberikan.

Dalam penyelesaian penyempurnaan tulisan ini, saya menyadari adanya kekurangan dalam hal ini. Maka dari itu saya megharapkan masukan agar dapat menyempurnakan karya ini. Saya juga berharap agar tulisan ini dapat bermfaat bagi pihak yang membaca..

Indralaya, Januari 2020

Nia Haryati

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang subsektor pertanian terutama pada perkebunan memiliki potensi yang cukup besar, karena tanaman perkebunan yang dihasilkan mempunyai peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Komoditas tanaman perkebunan ini mampu menghasilkan devisa bagi negara, membuka lapangan pekerjaan serta sebagai sumber pendapatan bagi penduduk, perolehan nilai tambah dan daya saing, pemenuhan kebutuhan dalam negeri, bahan baku industri dalam negeri, serta optimalisasi pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan. Hasil dari kegiatan usaha dalam membudidayakan perkebunan dilakukan untuk diekspor dan atau sebagai bahan baku industri (Tim Penulis Penebar Swadaya, 2008).

Tanaman perkebunan memiliki dua potensi pasar yaitu di dalam dan di luar negeri. Tanaman perkebunan yang dapat dikonsumsi langsung oleh masyarakat dan sebagai bahan baku industri untuk diolah menjadi bahan jadi atau barang jadi, juga sebagai komoditi substitusi impor. Hal ini menunjukkan bahwa tanaman perkebunan memiliki arti ekonomi yang penting. Jika diusahakan secara sungguh-sungguh atau profesional bisa menjadi suatu bisnis yang menjanjikan keuntungan yang besar (Rahardi, 1994).

Kakao (*Theobroma cacao* . L) termasuk komoditas perkebunan yang merupakan komoditas unggulan nasional, dengan volume produksi terbesar kelima setelah kelapa sawit, kelapa, karet dan tebu, dan memberikan sumbangan devisa ketiga setelah kelapa sawit dan karet. Menurut ICCO (2012) dalam Tresliyana *et al* (2015), pada tahun 2011 Indonesia merupakan penghasil kakao urutan ketiga dunia, dengan memproduksi sekitar 15% kakao dunia. Pantai Gading merupakan penyumbang terbesar produksi kakao sebesar 34%, kemudian Ghana dengan 18%.

Kakao memiliki peranan yang penting dalam komoditi perkebunan bagi perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan devisa negara. Terlebih itu kakao juga berperan dalam mendorong

perkembangan wilayah dan pengembangan agroindustri. Perkebunan kakao di Indonesia dalam kurun waktu 20 tahun terakhir cukup pesat, 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% dikelola oleh perkebunan swasta dengan sentra produksi utama Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Barat, Lampung dan Sumatera Utara (Tim Penulis Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2016).

Data luas areal dan produksi yang terlibat di perkebunan rakyat kakao di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.1. Areal perkebunan kakao di Indonesia merupakan salah satu areal perkebunan yang terbesar diantara komoditi atau tanaman perkebunan lain yang dibudidayakan di Indonesia yaitu mencapai 1,94 juta hektar. Kontribusi perkebunan rakyat mencapai 95,4% dari keseluruhan perkebunan kakao nasional. Disusul kemudian perkebunan swasta dengan kontribusi sekitar 2,4% dan sisanya 2,2% adalah milik perkebunan negara. Dapat dilihat pada Tabel 1.1. di bawah ini.

Tabel 1.1. Luas areal dan produksi kakao perkebunan rakyat di Indonesia

Tahun	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)
2015	1.667.337	562.346
2016*	1.659.598	622.516
2017**	1.649.827	652.397

(*): Data dalam angka sementara (**): data dalam angka estimasi wujud produksi: biji kering
 Sumber: Direktorat jenderal perkebunan, 2015

Biji kakao merupakan biji yang dihasilkan oleh tanaman kakao yang dibersihkan dan dikeringkan. Mutu biji kakao merupakan salah satu hal terpenting dalam menentukan tingkat harga di pasar internasional. Industri makanan dan minuman merupakan pengguna terbesar biji kakao menetapkan syarat untuk aspek citarasa dan keamanan pangan. Biji kakao yang diperdagangkan harus memenuhi SNI 01-2323-2008 tentang standar mutu biji kakao. SNI mengatur penggolongan mutu biji kakao kering maupun persyaratan umum dan khususnya guna menjaga konsistensi mutu biji kakao yang dihasilkan (Ariyanti, 2017).

Menurut Listyati *et al.*, (2014) dari 740.513 ton biji kakao yang dihasilkan pada tahun 2012, proporsi yang terbesar dihasilkan oleh perkebunan rakyat yaitu sebanyak 687.247 ton, perkebunan besar negara 23.837 ton dan 29.429 ton perkebunan besar swasta. Pengusahaan kakao pada perkebunan rakyat melibatkan 1.662.272 keluarga petani. Sedangkan perkebunan negara yang memproduksi kakao adalah PTPN II, PTPN IV, PTPN VIII, PTPN IX, PTPN XII, dan PTPN XIV.

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki luas areal dan produksi pada tanaman kakao dalam perkebunan rakyat. Provinsi yang merupakan penghasil kakao terbesar di Pulau Sumatera diantaranya Aceh, Sumatera Utara, Riau, Kepulauan Riau, Jambi, Sumatera Selatan, Bangka Belitung, Bengkulu, dan Lampung. Hal ini dapat dilihat di Tabel 1.2. berikut ini.

Tabel 1.2. Luas areal dan produksi kakao perkebunan rakyat di Pulau Sumatera

No.	Provinsi	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)
1.	Aceh	102.575	30.600
2.	Sumatera Utara	63.631	13.027
3.	Sumatera Barat	157.106	56.405
4.	Riau	4.364	691
5.	Kepulauan Riau	23	1
6.	Jambi	2.270	493
7.	Sumatera Selatan	10.806	2.835
8.	Bangka Belitung	769	136
9.	Bengkulu	13.125	4.039
10.	Lampung	70.569	32.479
Total		452.233	140.707

Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan, 2015

Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan salah satu sentra kakao di Sumatera Barat yang menjadi daerah tanaman komoditas unggulan utama dan paling menonjol dibandingkan jenis tanaman perkebunan lainnya. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota (2016), Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan kabupaten yang berada pada posisi keempat dengan luas areal 11.118 Ha dan produksinya 3.343 ton. Kabupaten Padang Pariaman berada pada posisi pertama dengan luas areal perkebunan kakao sekitar 32.533 Ha sedangkan produksinya 11.410 ton. Kabupaten Pasaman berada pada posisi kedua dengan luas

areal 27.484 Ha produksinya 12.713. Posisi ketiga yaitu Kabupaten Pasaman Barat memiliki luas areal 20.787 Ha sedangkan 6.634 ton produksinya.

Rendahnya produktivitas kakao baik secara kuantitas maupun kualitas, hal ini merupakan masalah yang utama lainnya pada perkebunan kakao terutama perkebunan rakyat yang disebabkan oleh bahan tanam tidak unggul, pemanfaatan tanaman tanaman pelindung belum dengan tanaman produktif, rendahnya pengetahuan petani dan juga adanya masa trek dalam perkebunan kakao (Indrayadi, 2017). Masa trek merupakan dimana tanaman kakao tidak berbuah. Masalah inilah yang sering dihadapi petani dimana harga hasil pertanian sangat rendah dan ditolak di pasar.

Melalui latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang komoditi kakao. Nagari Sungai Talang Kecamatan Guguk dijadikan sebagai tempat penelitian yang akan dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan yang ada latar belakang. Penelitian yang akan dilakukan ini berjudul “Analisis Pemasaran Biji Kakao (*Theobroma cacao*, L) dalam Perkebunan Rakyat di Nagari Sungai Talang Kecamatan Guguk Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat”.

1.2. Rumusan Masalah

Pemasaran merupakan suatu yang terpenting dalam pemasaran produk pertanian yang akan mempengaruhi tinggi rendahnya pendapatan petani. Pemasaran biji kakao kering di Nagari Sungai Talang mengalami penurunan harga yang sangat drastis disebabkan oleh adanya masa trek pada tanaman kakao. Masa trek merupakan masa dimana buah kakao tidak berbuah dan dapat menyebabkan penurunan produksi pada buah kakao.

Saluran pemasaran juga termasuk hal yang sangat penting dalam memasarkan produk ke pembeli. Melalui saluran pemasaran yang baik maka petani memasarkan produknya dengan harga jual yang sesuai dengan harga pasar. Sistem pemasaran biji kakao kering dilakukan oleh pedagang pengumpul desa di Nagari Sungai Talang Kecamatan Guguk Kabupaten Lima Puluh Kota. Proses kegiatan pemasaran oleh pedagang pengumpul desa di Nagari Sungai Talang dengan melibatkan lembaga pemasaran yaitu distributor yang ada di pasar kecamatan dan juga pabrik olahan Chokato di Kota Payakumbuh. Setelah pedagang pengumpul

pasar membeli biji kakao kering dari pedang pengumpul desa, maka biji kakao kering dijual ke pabrik olahan Chokato di Kota Payakumbuh atau dijual kembali ke pedagang besar ke Kota Padang untuk diekspor ke luar negeri.

Pemasaran biji kakao sering terjadi perbedaan harga di tingkat petani dengan distributor maupun di tingkat pedagang besar. Hal ini terjadi karena mata saluran pemasaran yang dilalui cukup panjang. Keadaan seperti ini yang menyebabkan biaya pemasaran menjadi beban biaya pada proses pemasaran yang akhirnya akan mengurairi keuntungan dari saluran pemasaran tersebut. biasanya masing-masing saluran pemasaran memiliki sebaran harga yang berbeda-beda,

Selain saluran pemasaran di dalam sistem pemasaran biji kakao terdapat juga struktur pasar, perilaku pasar, keragaan pasar, fungsi-fungsi pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, dan *farmer's share*.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan antara lain:

1. Bagaimana bentuk saluran pemasaran biji kakao yang terjadi di Nagari Sungai Talang?
2. Bagaimana struktur, keragaan, perilaku serta fungsi pemasaran yang terjadi di Nagari Sungai Talang?
3. Berapa besar margin dan tingkat efisiensi pemasaran serta bagian harga yang diterima oleh petani kakao (*farmer's share*) dalam pemasaran biji kakao di Nagari Sungai Talang?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Perumusan masalah di atas dapat ditarik tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini terdiri dari:

1. Mendeskripsikan bentuk saluran pemasaran biji kakao di Nagari Sungai Talang.
2. Menjelaskan struktur, keragaan, perilaku dan fungsi-fungsi pemasaran yang terjadi di Nagari Sungai Talang.
3. Menghitung besarnya margin dan tingkat efisiensi pemasaran serta bagian harga yang diterima oleh petani kakao (*farmer's share*) dalam pemasaran biji kakao di Nagari Sungai Talang.

Kegunaan dari hasil penelitian ini adalah bagi peneliti, diharapkan dapat dijadikan bahan pustaka mengenai gambaran usahatani kakao terutama pada biji kering dan tambahan pengalaman serta pengetahuan. Bagi petani, diharapkan dapat mengembangkan saluran pemasaran biji kering kakao agar mendapatkan keuntungan yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, I., Yantu, M.R., dan Asih, D.N. 2013. *Kinerja Kelembagaan Pemasaran Kakao Biji Tingkat Petani Pedesaan Sulawesi Tengah: Kasus Desa Ampibabo Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong*. Agrotekbis, 1 (1): 74-80.
- Ariyanti, M. 2017. *Karakteristik Mutu Biji Kakao (Theobroma cacao L) dengan Perlakuan Waktu Fermentasi Berdasar SNI 2323-2008*. Jurnal Industri Hasil Perkebunan, 12 (1) : 34-42.
- Assauri, S. 1996. *Manajemen Pemasaran Moderen-Dasar, Konsep dan Strategi Edisi I*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Assauri, S. 2002. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi Edisi Ketiga*. CV Rajawali. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota. 2016. *Kabupaten Lima Puluh Kota Dalam Angka 2016*. BPS Kabupaten Lima Puluh Kota. Sumatera Barat.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2015. *Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017 Kakao*. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Fitriyati. 2008. *Sejarah Tentang Tanaman Kakao*. (Online). (<http://fitriyati.wordpress.com/2008>, diakses tanggal 14 Desember 2018).
- Ginting, M. 2015. *Analisis Pemasaran Karet di Kelurahan Gunung Kemala Kecamatan Prabumulih Barat*. Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis. Universitas Sriwijaya, Indralaya.
- Hasyim, A.M. 1996. *Manajemen Tataniaga*. Diktat Kuliah Manajemen Tataniaga. Fakultas Pertanian Unila. Universitas Lampung. 99 halaman.
- ICCO. 2012. *ICCO Quarterly Bulletin of Cacao Statistics*, Vol XXXVIII No. 4. International Cacao Organization: London.
- Indrayadi, R. 2017. *Pentunjuk Budidaya Tanaman Kakao*. Kebun Benih Rudy Indrayadi. Sumatera Barat.
- Kotler, P. 2006. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- _____ 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Indeks. Jakarta.

- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 ed 12*. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Karmawati, E., Mahmud, Z., Syakir, M., Munarso, S.J., Ardana, I. K., dan Rubiyo. 2010. *Budidaya dan Pascapanen Kakao*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. Bogor.
- Koerniawati, T. 2012. *Tata Niaga Agroprodukt*. (Online). (<http://tatiek/lecture.ub.ac.id/files/2012/11/bab3.pdf>, diakses tanggal 24 Juli 2018).
- Listyati, D. Herman, M., dan Aunillah, A. 2014. *Prospek dan Potensi Pengembangan Industri Kakao di Indonesia*. Sirinov, 2 (1) : 35-46.
- Mubyarto. 1984. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- . 2006. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Mursid. 2003. *Manajemen Pemasaran*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nurjannah, Y., Cepriadi., Tety, E. 2015. *Analisis Pemasaran Biji Kakao di Payakumbuh Selatan Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat*. Jom Faperta, 2 (2) : 4-10.
- Putong. 2002. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Putri, P.H. 2018. *Sistem Pemasaran Beras oleh Pbarik di Kecamatan Madang Suku 2 Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur*. Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis. Universitas Sriwijaya, Indralaya.
- Rahim dan Hastuti, D.R. 2004. *Pengantar Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sarina. 2001. *Analisis Efisiensi Pemasaran Gula Aren*. Program Pasca Sarjana. Universitas Sriwijaya, Palembang.
- Siregar, Tumpal H.S. Riyadi, Slamet. 2002. *Budidaya Pengolahan dan Pemasaran Coklat*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekarwati. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Suwarto dan Y. Octaniany. 2010. *Budidaya Tanaman Perkebunan Unggulan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sunanto. 2002. *Coklat, Budidaya Pengolahan Hasil dan Aspek Ekonominya*. Kanisius. Yogyakarta.
- Suyono, Purwastuti. D. 2011. *Efisiensi Pemasaran Nilam (Pogostemon cablin) di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah*. Agrin, 15 (2) : 6-10.
- Tim Penulis Penebar Swadaya. 2008. *Agribisnis Tanaman Perkebunan*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Tim Penulis Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2016. *Outlook Kakao Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Jakarta.

Tjitrosoepomo, G. 1988. *Taksonomi Tumbuhan (Spermathopyta)*. Gadjah Mada Uni Press. Yogyakarta.

Tresliyana, A., Fariyanti, A., Rifin, A. 2015. *Daya Saing Kakao Indonesia di Pasar Internasional*. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 12 (2) : 150-162.