

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden Petani

Identitas responden yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek keadaan yang meliputi: Umur, Pendidikan dan Pengalaman Responden, lebih lanjut diuraikan sebagai berikut :

5.1.1. Umur Responden

Usia merupakan faktor yang berpengaruh terhadap tingkat aktivitas individu karena secara langsung berkaitan dengan kondisi fisik dan mental, yang pada gilirannya memengaruhi kemampuan dalam mengambil keputusan. Responden yang masih berusia muda cenderung memiliki daya fisik yang lebih kuat dibandingkan dengan mereka yang berusia lanjut. Komposisi umur responden dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Umur Responden di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	39-45	21	17,50
2	46-52	37	30,83
3	53-60	62	51,67
Jumlah		120	100
Minimum = 39 Tahun			
Maksimum = 60 Tahun			
Rata-Rata = 51 Tahun			

Sumber: Lampiran 2, 2025

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa umur responden pada rentang umur minimum 39 tahun dan maksimal 60 tahun dapat diketahui bahwa rata-rata umur pada responden yaitu 51 tahun sehingga umur rata-rata responden termasuk dalam usia produktif. Petani berusia 45–60 tahun merupakan kelompok usia yang secara pengalaman dan pengambilan keputusan berada pada fase optimal. Mereka

berperan penting dalam aktivitas distribusi, pemasaran, dan pengelolaan hasil tani karena telah terbentuk jejaring sosial dan akses informasi yang kuat (Sutrisno & Hidayat, 2021).

5.1.2. Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan merupakan suatu proses pembelajaran, pengetahuan, keterampilan dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian.

Tingkat pendidikan umumnya mempengaruhi cara berpikir dan bertindak dalam pengambilan keputusan dalam menjalankan sebuah usaha. Secara umum pendidikan yang lebih tinggi yang ditunjang diberbagai pengalaman dan akan mempengaruhi produktivitas kemampuan kerja yang lebih baik. Tingkat pendidikan yang tinggi akan memudahkan seseorang untuk mendapatkan informasi dan mudah menerima hal baru khususnya dalam Rantai pasok biji kakao.

Tabel 6. Pendidikan Responden di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	SD	5	4,17
2	SMP	53	44,17
3	SMA	59	49,17
4	S1	3	2,50
Jumlah		120	100

Sumber: Lampiran 2, 2025

Berdasarkan Tabel 6, menunjukan bahwa tingkat pendidikan di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur dapat dinyatakan pendidikan tertinggi adalah SMA yang jumlahnya sebanyak 59 orang. Sehingga responden termasuk dalam tingkat pendidikan yang produktif. Tingkat pendidikan petani pada jenjang SMA termasuk dalam kategori pendidikan menengah yang dinilai cukup

untuk menerima dan memahami informasi pertanian serta inovasi teknologi secara fungsional. Petani dengan pendidikan SMA cenderung memiliki kemampuan adaptasi yang lebih baik terhadap perubahan pasar dan teknologi dibandingkan mereka yang berpendidikan dasar (Arifin & Ramli, 2022).

5.2. Identitas Responden Pedagang

Lembaga pemasaran atau pedagang merupakan seseorang yang terlibat dalam Rantai Pasok Pemasaran biji kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur yaitu pedagang pengumpul dan Pedagang Besar. Identitas responden dalam penelitian ini meliputi: umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, lama berdagang. Identitas responden lembaga pemasaran biji kakao fermentasi dapat dilihat sebagai berikut.

5.2.1. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang berhubungan dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan. Jika seorang yang bekerja dalam usia produktif akan lebih baik dan maksimal dibandingkan usia yang non produktif. Adapun umur responden dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Umur Responden Lembaga Pemasaran Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	32-39	1	25
2	40-47	1	25
3	48-56	2	50
Jumlah		4	100
Minimum	= 32 Tahun		
Maksimum	= 56 Tahun		
Rata-Rata	= 47 Tahun		

Sumber: Lampiran 2, 2025

Berdasarkan Tabel 7, menunjukkan bahwa umur responden lembaga pemasaran minimum 32 tahun dan maksimal 56 tahun. pada rentan umur 32-39 tahun dengan jumlah 1 orang dan 40-47 tahun dengan jumlah yaitu 1 orang, dan rentan umur 48-56 tahun dengan jumlah 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata umur responden lembaga pemasaran biji kakao yaitu 47 tahun umur responden termasuk dalam kategori produktif. Pelaku agribisnis dalam kelompok umur produktif (40–55 tahun) cenderung lebih aktif dan berani mengambil risiko dalam perdagangan hasil pertanian, dibandingkan kelompok usia lanjut. Mereka berada dalam fase matang baik dari segi pengalaman maupun tanggung jawab ekonomi (Haryanto, 2020).

5.2.2. Jenis Kelamin

Data responden menurut jenis kelamin bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden berdasarkan kategori gender yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Adapun jenis kelamin yang dijadikan sampel penelitian. Adapun jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jenis Kelamin Responden pemasaran Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	2	50
2	Perempuan	2	50
Jumlah		4	100

Sumber: Lampiran 2, 2025

Berdasarkan Tabel 8, menunjukkan bahwa jenis kelamin responden pada lembaga pemasaran biji kakao adalah laki-laki sebanyak 2 orang dan perempuan sebanyak 2 orang. Hal ini dapat dinyatakan bahwa lembaga pemasaran yang terjadi di Desa Ujung Baru sudah masuk dalam kategori kesetaraan gender. Kesetaraan

gender dalam kegiatan pemasaran hasil pertanian mulai terlihat di berbagai daerah, dengan semakin banyak perempuan yang berperan aktif sebagai pelaku utama maupun pengelola dalam rantai pasok komoditas strategis seperti kakao (Nugraheni & Purwantini, 2021).

5.2.3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang umumnya berpengaruh terhadap pola pikir dan tindakan dalam proses pengambilan keputusan, khususnya dalam menjalankan suatu usaha. Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh responden dari lembaga pemasaran dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 9. Tingkat pendidikan responden lembaga pemasaran biji kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMP	1	50
2	SMA	1	25
3	S1	2	25
Jumlah		4	100

Sumber: Lampiran 2, 2025

Berdasarkan Tabel 9, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden lembaga pemasaran yang tertinggi yaitu S1 dengan jumlah 2 orang dengan ini menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh didalam lembaga pemasaran. Tingkat pendidikan pelaku usaha tani dan pelaku lembaga pemasaran sangat menentukan dalam pengambilan keputusan, pemanfaatan informasi pasar, serta kemampuan dalam manajemen usaha. Pendidikan formal seperti jenjang S1 berkontribusi terhadap kemampuan analisis usaha dan adaptasi terhadap dinamika pasar (Effendy dkk, 2021).

5.2.4. Status Pekerjaan

Status pekerjaan adalah indikator yang menunjukkan status atau tanggung jawab masing-masing dalam pekerjaan yang dimilikinya. Adapun status pekerjaan pada responden dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Status Pekerjaan responden lembaga pemasaran biji kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

No	Status	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pedagang Besar	2	50
2	Pedagang pengumpul	2	50
Jumlah		4	100

Sumber: Lampiran 2, 2025

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan bahwa responden lembaga pemasaran biji kakao yaitu 2 orang Pedagang Besar dan 2 orang pedagang pengumpul. Jumlah pelaku dalam rantai pemasaran biji kakao di tingkat lokal umumnya terbatas, karena hanya segelintir pedagang yang memiliki akses langsung ke eksportir maupun kemampuan modal untuk menyerap pasokan dalam jumlah besar. Oleh karena itu, struktur pemasaran biasanya didominasi oleh satu hingga dua pedagang pengumpul dan pedagang besar yang menjadi penghubung utama antara petani dan eksportir (Abubakar dkk, 2021).

5.2.5. Lama Usahatani

Adapun lama usaha responden lembaga pemasaran biji kakao dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Lama Usaha Responden lembaga pemasaran Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur

No	Tingkat Pedagang	Lama Usaha (Tahun)	Persentase (%)
1.	P. Pengepul 1	10	13,89
2.	P. Pengepul 2	16	22,22
3.	P. Besar 1	38	52,78
4.	P. Besar 2	8	11,11
Total			100

Sumber: Lampiran 2, 2025

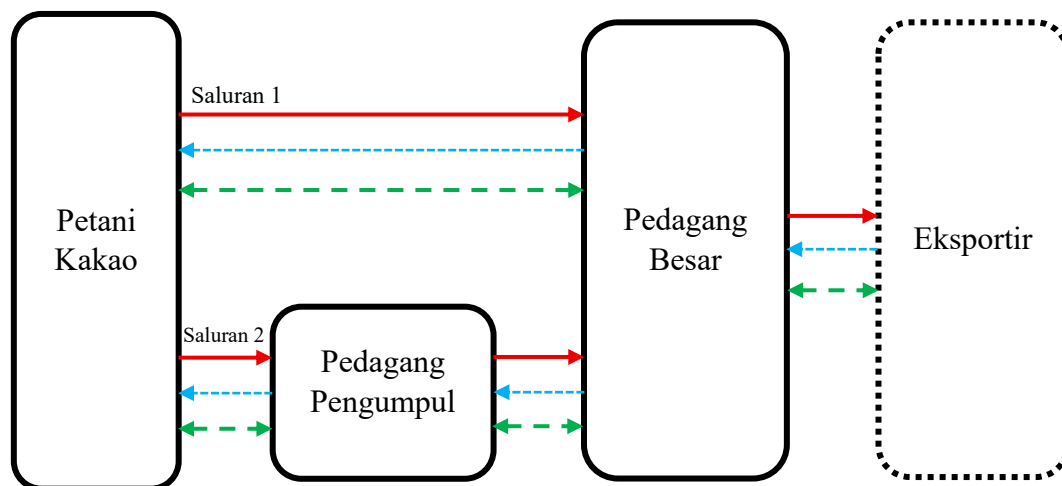
Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan bahwa lama usaha responden lembaga pemasaran biji kakao adalah pedagang pengumpul 1 lama berusaha tani 10 tahun memiliki tingkat persentase sebanyak 13,89% dan pedagang pengumpul 2 lama berusaha tani 16 tahun memiliki tingkat persentase sebanyak 22,22%. Pedagang besar 1 dengan lama berusaha tani 38 tahun memiliki tingkat persentase paling tinggi sebanyak 52,78% dan Pedagang besar 2 dengan lama berusaha tani 8 tahun memiliki tingkat persentase paling rendah 11,11%. Faktor lama usaha tani dianggap sebagai variabel penting yang memengaruhi produktivitas dan pendapatan petani kakao. Usaha tani yang berjalan bertahun-tahun cenderung lebih efisien dan memiliki strategi pemasaran yang lebih matang (Effendy dkk, 2021).

5.3. Rantai Pasok Pemasaran Biji Kakao (Aliran Produk, Aliran Keuangan, dan Aliran Informasi)

Rantai pasok adalah sistem yang dilalui organisasi bisnis untuk menyalurkan barang produksi atau jasa ke pelanggan. Mata rantai ini juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan, yang mempunyai tujuan sama yaitu seefektif dan seefisien mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang atau jasa tersebut (Herawati dkk, 2022).

Rantai pasok biji kakao melibatkan berbagai pelaku dengan peran dan fungsi yang saling berkaitan, mulai dari petani sebagai produsen utama hingga eksportir

sebagai pelaku di tingkat akhir. Dalam proses ini, terdapat tiga jenis aliran utama yang harus dikelola secara efektif, yaitu aliran produk, aliran informasi, dan aliran keuangan. Secara jelas bentuk aliran rantai pasok yang terjadi di Desa Ujung Baru dapat dilihat pada Gambar 2.



Keterangan :

- : Aliran Produk
- - - - -→ : Aliran Uang
- - - - -→ : Aliran Informasi

Gambar 2. Aliran Produk Biji Kakao, Aliran Uang, dan Aliran Informasi di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

Berdasarkan gambar 2, menunjukkan bahwa Saluran 1 menunjukkan jalur pemasaran yang lebih pendek, yang terdiri dari tiga pelaku utama: petani kakao lalu ke Pedagang Besar lalu eksportir. Dalam saluran ini, petani menjual langsung biji kakao kepada Pedagang Besar tanpa melalui perantara pengumpul. Produk kakao mengalir dari petani ke Pedagang besar, kemudian ke eksportir. Adapun aliran keuangan, pembayaran mengalir secara berlawanan arah, dari eksportir ke Pedagang besar dan kemudian ke petani. Adapun terdapat aliran informasi dua arah: eksportir menyampaikan informasi terkait harga internasional, kualitas yang

dibutuhkan, serta permintaan pasar kepada Pedagang besar, dan Pedagang besar menyampaikan informasi tersebut kepada petani. Sebaliknya, petani juga menyampaikan informasi mengenai volume panen, waktu panen, dan kualitas hasil kepada Pedagang besar, yang kemudian diteruskan kepada eksportir. Saluran 2 menunjukkan alur pemasaran yang lebih panjang dan kompleks, dengan rantai yang terdiri dari petani kakao lalu ke pedagang pengumpul ke Pedagang Besar lalu eksportir. Pada saluran ini, petani menjual hasil panennya terlebih dahulu kepada pedagang pengumpul, yang kemudian menjualnya ke Pedagang besar, dan akhirnya ke eksportir. Aliran produk dimulai dari petani yaitu petani menjual biji kakao dalam bentuk biji kakao yang masih belum kering ke pengumpul, lalu pengumpul menjual biji kakao tersebut dalam bentuk kakao yang telah di keringkan ke Pedagang besar, dan terakhir Pedagang besar menjualnya ke eksportir. Aliran uang bergerak sebaliknya, dari eksportir ke Pedagang besar menggunakan pembayaran transfer dikarenakan pembayaran biasanya berjumlah banyak, dari Pedagang besar ke pengumpul, menggunakan metode pembayaran tunai (*Cash*) dan dari pengumpul ke petani juga menggunakan pembayaran tunai (*Cash*). Adapun aliran informasi sama dengan saluran pertama, berjalan dua arah dan lebih panjang. Eksportir memberikan informasi pasar kepada Pedagang besar, lalu ke pengumpul, dan akhirnya ke petani. Sebaliknya, informasi dari petani seperti volume produksi, waktu panen, dan kualitas produk dikirimkan ke pengumpul, kemudian ke Pedagang besar, dan diteruskan ke eksportir.

5.3.1. Aliran Produk

Adapun aliran produk yang terjadi di Desa Ujung Baru menggambarkan pergerakan fisik biji kakao dari petani sebagai produsen utama menuju eksportir sebagai pihak terakhir dalam rantai distribusi.

Adapun volume pembelian biji kakao oleh lembaga pemasaran di Desa Ujung Baru, Kecamatan Luwu Timur dapat dilihat pada Tabel 12.

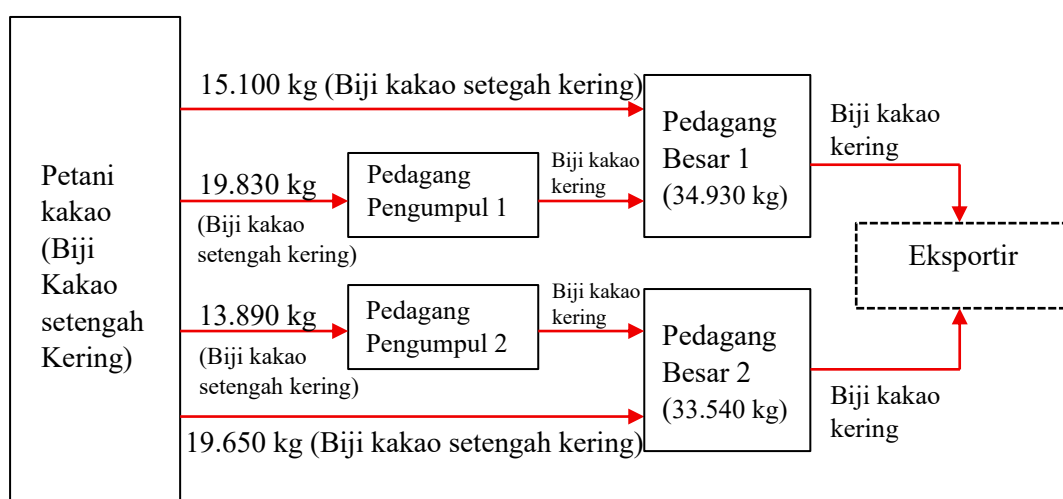
Tabel 12. Volume pembelian biji kakao pada lembaga pemasaran di Desa Ujung Baru, Kecamatan Luwu Timur.

	Saluran	Jumlah Volume Pembelian (Kg)	Rata-rata (Kg)
Saluran 1	Petani →Pedagang Besar 1	15.100	719,04
	Petani →Pedagang Besar 2	19.650	727,77
Saluran 2	Petani →Pedagang Pengumpul 1	19.830	495,75
	Petani →Pedagang Pengumpul 2	13.890	434,06
	Pedagang Pengumpul 1→Pedagang Besar 1	34.930	1.387,72
	Pedagang Pengumpul 2→Pedagang Besar 2	33.540	1.197,85

Sumber: Lampiran 7, 2025

Berdasarkan Tabel 12, menunjukkan bahwa Pada Saluran 1, terdapat dua Pedagang Besar yang membeli langsung dari petani, yaitu Pedagang besar 1 dengan volume pembelian sebesar 15.100 kg dan Pedagang besar 2 sebesar 19.650 kg. Rata-rata volume pembelian per pelaku pada saluran ini adalah 719,04 kg untuk Pedagang besar 1 dan 727,77 kg untuk Pedagang besar 2. Hal ini menunjukkan bahwa dengan jumlah pelaku yang lebih sedikit dan jalur distribusi yang lebih pendek, volume pembelian relatif stabil dan terdistribusi cukup merata antar pelaku. Sebaliknya, pada Saluran 2, struktur rantai pasok lebih kompleks karena melibatkan

dua pengumpul dan dua Pedagang besar. Volume pembelian oleh Pengumpul 1 sebesar 19.830 kg dan Pengumpul 2 sebesar 13.890 kg, dengan rata-rata volume pembelian masing-masing sebesar 495,75 kg dan 434,06 kg. Meskipun rata-rata pembelian oleh pengumpul lebih rendah dibandingkan Pedagang besar di Saluran 1, Pedagang besar dalam Saluran 2 justru menunjukkan volume pembelian yang jauh lebih tinggi, yaitu 34.930 kg untuk Pedagang besar 1 dan 33.540 kg untuk Pedagang besar 2, dengan rata-rata masing-masing 1.387,72 kg dan 1.197,85 kg. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pada Saluran 2, Pedagang besar berperan penting karena mereka mengumpulkan biji kakao dalam jumlah besar, yang berasal dari beberapa pengumpul Artinya, Pedagang besar menjadi tempat berkumpulnya pasokan sebelum produk dijual ke tingkat berikutnya. Pedagang besar yang memiliki jaringan luas dengan pengumpul akan cenderung mendominasi akumulasi pasokan karena mereka mampu menyerap dari banyak sumber (Aisyah dkk, 2023).



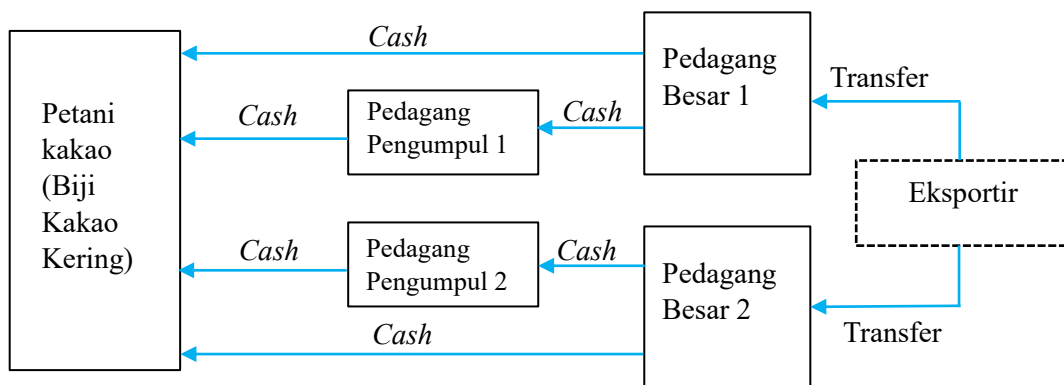
Gambar 3. Aliran Produk Rantai Pasok Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur

Berdasarkan aliran produk rantai pasok biji kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur, terdapat dua jalur utama: pertama, petani mengumpulkan biji kakao yang telah di panen, ada yang menjemur $\frac{1}{2}$ hari saja lalu menjual langsung ke Pedagang Besar bentuk biji kakao yang dijual belum terlalu kering, kemudian biji kakao yang telah di terima perdagangan Pedagang besar dilakukan penjemuran kembali sampai kadar airnya berkurang/ kering, di sesuaikan dengan permintaan lalu diteruskan ke eksportir. Kedua, petani mengumpulkan biji kakao yang telah di panen di jemur $\frac{1}{2}$ hari saja/ belum terlalu kering, lalu menjual terlebih dahulu ke pedagang pengumpul dengan cara pedagang pengumpul menjemput ke petani dan mengumpulkan hasil pembelian dari petani dan dilakukan penjemuran kembali, lalu menjualkan ke Pedagang Besar dengan keadaan biji kakao telah kering, dan akhir dijual ke eksportir. Aliran ini menunjukkan bagaimana produk kakao berpindah tangan antar pelaku sebelum sampai ke pasar ekspor. kakao yang dijual petani sering kali memiliki kadar air tinggi karena proses penjemuran hanya dilakukan singkat. Pedagang pengumpul dan Pedagang besar kemudian melakukan penjemuran lanjutan agar memenuhi standar mutu ekspor. Hal ini menunjukkan peran penting pelaku perantara dalam menjaga kualitas produk dalam rantai pasok (Aisyah dkk, 2023).

5.3.2. Aliran Keuangan

Adapun aliran keuangan yang terjadi pada saluran ini menunjukkan arah pembayaran dari hilir ke hulu, dari Pedagang Besar kepada pedagang pengumpul lalu pedagang pengumpul kepada petani secara langsung. Mekanisme aliran keuangan pedagang pengumpul dan Pedagang Besar melakukan pembayaran

dengan cara berbagai system pembayaran seperti bayar tunai (*cash*), transfer bank. Aliran keuangan menggambarkan bagaimana uang berpindah dari pembeli terakhir (eksportir) ke setiap pelaku yang terlibat dalam rantai pasok, mulai dari Pedagang Besar, pengumpul, hingga ke petani. Dalam Rantai pasok Biji kakao menggunakan 2 sistem pembayaran yaitu dengan cara transfer dan cash.



Gambar 4. Aliran Keuangan Rantai Pasok Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur

Berdasarkan aliran keuangan rantai pasok biji kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur. Menunjukkan terdapat dua metode pembayaran yang digunakan oleh pelaku rantai pasok yaitu tunai (*cash*) dan transfer, yang menggambarkan mekanisme pembayaran dari hilir ke hulu atau dari pembeli ke penjual dalam rantai pasok. Petani kakao menjual biji kakao kepada pengumpul maupun langsung ke Pedagang Besar dengan menggunakan metode pembayaran secara tunai (*cash*). Pada saat petani menjual biji kakao tersebut ke pedagang pengumpul maupun Pedagang Besar petani langsung mendapatkan pembayaran tanpa harus menunggu waktu untuk mendapatkan hasil penjualannya pada saat transaksi dilakukan. Begitupun pedagang pengumpul menjual kakao ke Pedagang Besar dan juga menerima pembayaran secara tunai pada saat transaksi di

lakukan tanpa harus menunggu waktu. Adapun transaksi yang dilakukan oleh eksportir ke Pedagang Besar menggunakan sistem transfer/ non tunai, dikarenakan penjualan biji kakao dalam jumlah besar sehingga untuk mempercepat transaksi dengan metode transfer, untuk waktu transaksi biasanya pada saat barang sampai lalu dilakukan transaksi/ pembayaran. Pembayaran tunai cepat memberikan fleksibilitas bagi petani, tetapi sistem pembayaran tunai yang rawan keterlambatan, konflik, dan tidak terdokumentasi. Pembayaran digital (transfer bank/non tunai) direkomendasikan untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan antar pelaku, eksportir umumnya menggunakan transfer karena nilai transaksi besar dan kebutuhan rekam keuangan (Aisyah dkk, 2023)

Harga Beli dan Harga Jual Petani, Pedagang pengumpul Pedagang pengumpul hingga eksportir dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Harga Beli dan Harga Jual Pelaku Rantai Pasok di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

No	Status	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Petani	-	98.000
2	Pedagang Pengumpul 1	98.000	101.000
3	Pedagang Pengumpul 2	98.000	101.000
4	Pedagang Besar 1	101.000	106.000
5	Pedagang Besar 2	101.000	106.000

Sumber: Lampiran 4, 2025

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa terdapat kesamaan harga beli dan harga jual pada beberapa pelaku pemasaran dalam rantai pasok biji kakao di Desa Ujung Baru. Pedagang pengumpul 1 dan pedagang pengumpul 2 sama-sama membeli kakao dari petani dengan harga Rp98.000/kg, petani mendapatkan harga berikut terjadi karena biji kakao belum dikeringkan secara optimal (hanya dijemur ½ hari), sehingga kadar air tinggi, kualitas fisik belum stabil, dan tidak memenuhi

standar mutu pasar. Hal ini menyebabkan nilai jual di tingkat petani rendah karena pembeli masih harus melakukan proses pascapanen tambahan sebelum produk bisa dijual ke tingkat berikutnya. dan menjualnya ke Pedagang Besar dengan harga Rp101.000/kg. pada Pedagang Besar 1 dan Pedagang Besar 2, yang keduanya membeli dari pengumpul dengan harga Rp101.000/kg dan menjual ke eksportir dengan harga Rp106.000/kg. Harga jual kakao di tingkat petani sangat tergantung pada tingkat kekeringan dan kualitas fisik biji. Petani yang menjual biji kakao setengah kering menerima harga jauh di bawah standar pasar karena kadar air yang masih tinggi, hal ini menyebabkan margin di tingkat petani sangat kecil. Pedagang pengumpul dan Pedagang besar cenderung memperoleh margin yang lebih besar karena mereka melakukan fungsi pascapanen tambahan, seperti pengeringan dan pengemasan. Harga beli mereka dari petani hampir seragam, meskipun kualitas produk dari petani tidak seragam (Zakiah dkk, 2023).

Adapun nilai penerimaan setiap lembaga pemasaran di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur, dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Nilai Penerimaan Lembaga Pemasaran di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

No.	Lembaga Pemasaran	Volume (kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp)
1	Pengumpul 1	19.830	101.000	2.002.830.000
2	Pengumpul 2	13.890	101.000	1.402.890.000
3	Pedagang besar 1	15.100	106.000	1.600.600.000
4	Pedagang besar 2	19.650	106.000	2.082.900.000
5	Pedagang besar 1 (Saluran 2)	34.930	106.000	3.702.580.000
6	Pedagang besar 2 (Saluran 2)	33.540	106.000	3.555.240.000

Sumber: Lampiran 8, 2025

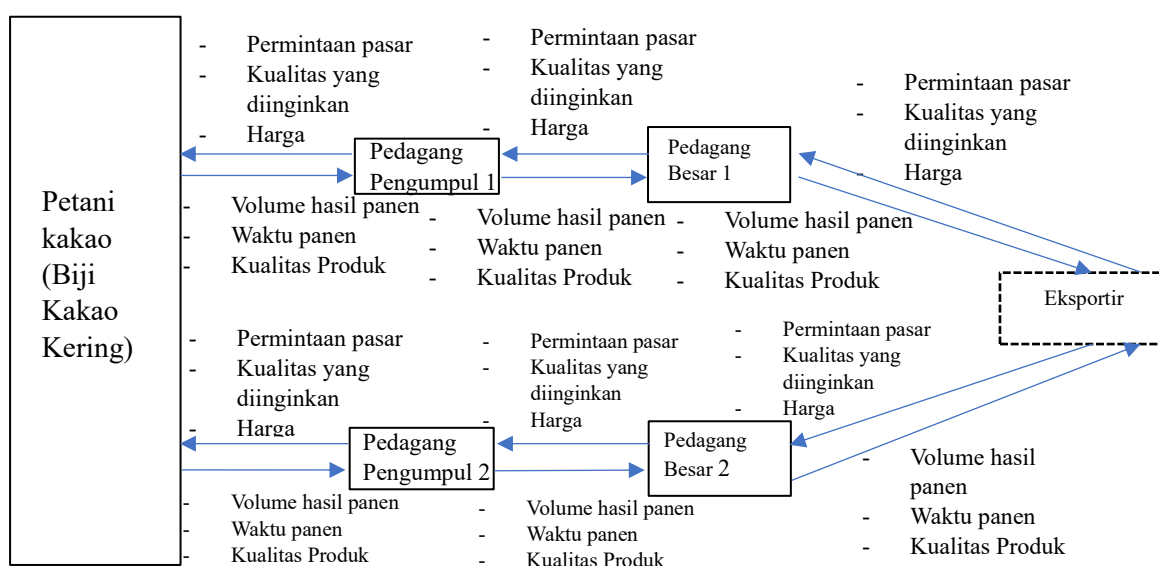
Berdasarkan Tabel 14, menunjukkan bahwa pedagang pengumpul 1 memperoleh penerimaan sebesar Rp 22.002.830.000 dari penjualan 19.830 kg kakao dengan harga Rp102.000/kg. Pengumpul 2 memperoleh penerimaan yang lebih rendah yaitu Rp 1.402.890.000 dari volume 13.890 kg dengan harga jual yang sama. Selanjutnya, Pedagang Besar 1 dan 2 dalam Saluran 1 masing-masing menerima Rp 1.600.600.000 dan Rp 2.082.900.000 dari volume 15.100 kg dan 19.650 kg dengan harga jual Rp105.000/kg. pada saluran 2, Pedagang besar 1 memperoleh penerimaan tertinggi sebesar. Saluran 2 pada Pedagang besar 1 memperoleh nilai penerimaan tertinggi yaitu Rp. 3.702.580.000 dan Pedagang besar 2 memperoleh penerimaan yaitu Rp. 3.555.240.000. Pedagang besar yang memiliki jaringan luas dengan pengumpul cenderung mendominasi akumulasi pasokan karena mereka mampu menyerap dari banyak sumber dan menjual dalam jumlah besar (Asir dkk, 2020).

Petani kakao di Desa Ujung Baru tidak mendapatkan bantuan modal dari pengumpul maupun Pedagang besar. Artinya, petani harus menanggung sendiri semua biaya untuk mengelola kebun, mulai dari menanam hingga panen. Karena tidak ada dukungan dana, petani sering menjual hasil panen dengan cepat, meskipun harganya rendah namun langsung mendapat pembayaran secara tunai (*cash*). Keterbatasan modal menjadi permasalahan utama petani kakao di Indonesia. Tanpa akses finansial yang memadai, petani tidak mampu melakukan peremajaan tanaman atau pembelian pupuk dan pestisida, yang menghambat produktivitas dan efisiensi teknis usahatani, petani tanpa dukungan modal menjadi rentan, sehingga sering

memilih menjual cepat secara cash meskipun harga rendah, demi memenuhi kebutuhan modal usaha berikutnya (Fatinsyah dkk, 2021)

5.3.3. Aliran Informasi

Aliran informasi adalah cara-cara untuk memperoleh informasi dan berbagi informasi pada rekan kerja baik itu menggunakan alat elektronik seperti handphone dan apabila cara-cara dengan teknologi tidak dimungkinkan bisa jadi cara ini menggunakan arsip atau distribusi berkas secara manual. Adapun aliran informasi yang terdapat di Desa Ujung Baru menunjukkan pertukaran informasi dua arah antara pelaku rantai pasok.



Gambar 5. Aliran Informasi Rantai Pasok Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

Berdasarkan Gambar Aliran Informasi Rantai Pasok Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur. Aliran Informasi dari Hulu ke Hilir informasi dari eksportir mencakup permintaan pasar, kualitas yang diinginkan, dan harga jual. Permintaan pasar seperti Eksportir menerima informasi

langsung dari pasar internasional, termasuk negara-negara pengimpor seperti Eropa, Amerika, dan Asia Timur, mengenai jumlah atau volume kakao yang dibutuhkan dalam periode tertentu, Eksportir kemudian meneruskan informasi ini ke pedagang lokal seperti Pedagang Besar, lalu ke pedagang pengumpul, lalu menyampaikan sampai ke petani. Untuk kualitas yang diinginkan informasi dari pasar internasional yang disampaikan dari eksportir seperti standar mutu tertentu terhadap biji kakao yang akan dibeli seperti kadar air maksimal, warna dan ukuran biji, kebersihan (bebas jamur, kotoran). dan untuk harga jual, sebagian besar perdagangan kakao internasional menggunakan mata uang asing, khususnya dolar Amerika (USD). Ketika nilai tukar rupiah terhadap dolar melemah (rupiah turun), maka eksportir akan menerima lebih banyak rupiah dari setiap dolar yang mereka peroleh di pasar internasional. Namun, jika rupiah menguat, eksportir harus menyesuaikan harga beli dari petani agar tetap mendapat margin keuntungan.

Aliran Informasi dari Hilir ke Hulu Sebaliknya, petani menyampaikan informasi seperti volume hasil panen, waktu panen, dan kualitas produk. Untuk volume hasil panen seperti Volume hasil panen mengacu pada jumlah total biji kakao yang dihasilkan oleh petani dalam satu kali musim panen atau periode tertentu. Untuk waktu panen seperti Waktu panen merujuk pada periode kapan buah kakao dipetik dan bijinya diproses, dan waktu musim panen raya, dan musim panen kecil informasi ini untuk mengetahui kapan pasokan tersedia. Dan untuk kualitas produk seperti kadar air biji kakao Biji kakao kering idealnya memiliki kadar air 6–7%, Kakao yang masih basah (kadar air tinggi) mudah berjamur dan tidak tahan simpan, penjemuran untuk Penjemuran ideal 5–7 hari di bawah sinar matahari,

Penjemuran setengah hari biji masih lembab, kualitas rendah, warna dan penampilan Warna biji kering yang baik coklat keunguan atau coklat cerah.

Informasi ini diteruskan ke pengumpul, lalu ke Pedagang besar, dan akhirnya sampai kembali ke eksportir. Aliran ini penting untuk membantu eksportir merencanakan ketersediaan pasokan dan strategi pemasaran sesuai kondisi di lapangan. Penyampaian informasi dilakukan melalui media sosial, telepon genggang atau komunikasi secara lisan. Aliran informasi yang efektif dari eksportir ke petani sangat penting dalam menjaga kesinambungan kualitas dan kuantitas kakao. Eksportir menyampaikan informasi tentang permintaan pasar internasional, standar mutu, dan dinamika harga yang kemudian ditransmisikan secara bertahap ke tingkat petani melalui jaringan pedagang. Ini memastikan bahwa produk petani sesuai dengan standar pasar global sehingga rantai pasok tetap kompetitif (Lestari dkk, 2020)

5.4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan ukuran sejauh mana sistem pemasaran mampu menyalurkan produk dari produsen ke konsumen akhir dengan biaya dan pembagian keuntungan yang adil. Analisis efisiensi pemasaran dengan pendekatan operasional diukur dengan margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran pada dua saluran distribusi yang ada di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

Tabel 15. Efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran biji kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

	Saluran	Harga Beli di Petani (Rp/Kg)	Harga Jual Pedagang (Rp/Kg)	Volume (Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Margin (%)	Farmer's Share (%)	π/c
Saluran 1	Petani	-	98.000	-	-	-	89,1	-
	Pedagang besar 1	98.000	106.000	15.100	1.989	7,55	-	4,02
	Pedagang besar 2	98.000	106.000	19.650	2.234	7,55	-	3,58
	Eksportir	106.000	110.000	-	-	3,64	-	-
	Petani	-	98.000	-	-	-	89,1	-
Saluran 2	Pengumpul 1	98.000	101.000	19.830	806	2,97	-	3,72
	Pengumpul 2	98.000	101.000	13.890	863	2,97	-	3,48
	Pedagang besar 1	101.000	106.000	34.930	1.087	4,72	-	4,60
	(Pedagang besar 2	101.000	106.000	33.540	1.132	4,72	-	4,42
	Eksportir	106.000	110.000	-	-	3,64	-	-

Sumber: Lampiran 9, 2025

Berdasarkan Tabel 15, menunjukkan efisiensi pemasaran biji kakao pada dua saluran distribusi di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur. Efisiensi dianalisis berdasarkan margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya. Pada saluran 1, alur distribusi berlangsung dari petani ke Pedagang besar 1, lalu ke Pedagang besar 2, dan akhirnya ke eksportir. Pedagang besar 1 membeli biji kakao dari petani seharga Rp98.000/kg dan menjualnya ke Pedagang besar 2 seharga Rp106.000/kg, memperoleh margin sebesar 7,55% Ini menunjukkan efisiensi dalam memaksimalkan keuntungan dari selisih harga. dengan biaya pemasaran Rp1.989/kg dan rasio keuntungan sebesar 4,02 berarti setiap Rp 1 yang dikeluarkan untuk biaya pemasaran menghasilkan keuntungan sebesar Rp4,02. Ini menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran Pedagang besar 1 sangat menguntungkan dan efisien.

Pada saluran 2, distribusi berlangsung lebih panjang: dari petani ke dua tingkat pengumpul, lalu ke dua Pedagang besar, dan terakhir ke eksportir. Setiap pengumpul memperoleh margin rendah yaitu 2,97% dengan rasio keuntungan

pengumpul 1 memperoleh 3,72 berarti bahwa setiap Rp 1 yang dikeluarkan untuk biaya pemasaran menghasilkan laba sebesar Rp 3,72. dan pengumpul 2 memperoleh 3,48 berarti bahwa untuk setiap Rp 1 biaya pemasaran, laba yang dihasilkan adalah Rp 3,48. Pedagang besar dalam saluran ini memperoleh margin 4,72%, dengan rasio keuntungan yang lebih baik dibanding pengumpul, yaitu Pedagang besar 1 memperoleh 4,60 berarti bahwa setiap Rp 1 yang dikeluarkan untuk biaya pemasaran menghasilkan laba sebesar Rp 4,60 dan Pedagang besar 2 memperoleh 4,42 berarti bahwa setiap Rp 1 yang dikeluarkan untuk biaya pemasaran menghasilkan laba sebesar Rp 4,42. Nilai *farmer's share* pada saluran kedua tetap 89,1% menunjukkan tidak ada perbedaan proporsi harga akhir yang diterima petani dibanding saluran pertama, meskipun jalur distribusinya lebih panjang.

Secara keseluruhan, Saluran 1 lebih efisien karena memiliki rantai distribusi lebih pendek dengan rasio keuntungan yang lebih tinggi pada tingkat Pedagang besar pertama dibandingkan pengumpul di saluran 2. Margin pemasaran juga tidak mengalami penurunan drastis, dan biaya pemasaran masih berada pada tingkat yang wajar dan efisien. Selain itu, *farmer's share* tetap tinggi di kedua saluran, namun efisiensi operasional lebih unggul pada saluran pertama. Efisiensi pemasaran terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran menjadi lebih tinggi. Biaya pemasaran yang rendah menciptakan efisiensi, margin lebih besar, dan distribusi yang adil jika struktur salurannya ringkas, Saluran yang lebih pendek berhasil meminimalkan biaya dan memaksimalkan rasio keuntungan terhadap biaya (Sianturi dkk, 2020). Dengan demikian **Hipotesis** yang menyatakan

bahwa Pemasaran biji kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur efisien dapat **dikatakan sesuai/diterima**.

5.5. Analisis Dominasi Pelaku Lembaga Pemasaran

Indeks Monopoli (MPI) adalah indikator kuantitatif yang digunakan untuk mengukur tingkat dominasi atau kekuatan monopoli dari suatu lembaga pemasaran (pedagang/pengumpul) dalam rantai pasok atau saluran distribusi. MPI memberikan gambaran seberapa besar pelaku pasar tersebut dapat mengendalikan harga dan meraih keuntungan melebihi biaya pemasaran yang dikeluarkan (Lucia dkk, 2020). Untuk menilai tingkat dominasi atau kekuatan pengaruh suatu pelaku pemasaran dalam rantai pasok, dalam distribusi dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 16. Dominasi Pelaku Lembaga Pemasaran Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

Pelaku Rantai Pasok	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (MP)	Biaya Pemasaran (CV)	MPI= MP/CV	Keterangan Dominasi
Pedagang Pengumpul 1	98.000	101.000	3.000	806	3,72	Mendominasi
Pedagang Pengumpul 2	98.000	101.000	3.000	863	3,48	Mendominasi
Pedagang Besar 1	101.000	106.000	5.000	1.087	4,60	Mendominasi
Pedagang Besar 2	101.000	106.000	5.000	1.132	4,42	Mendominasi

Sumber: Lampiran 10, 2025

Berdasarkan Tabel 16, menunjukkan bahwa monopoli indeks pada pelaku rantai pasok biji kakao di Desa Ujung Baru, seluruh pelaku rantai pasok yaitu pengumpul 1, pengumpul 2, Pedagang besar 1 dan Pedagang besar 2 memiliki nilai monopoli indeks >1, berarti bahwa keuntungan (margin pemasaran) mereka lebih besar dibandingkan biaya yang mereka keluarkan dalam proses pemasaran. Ini menunjukkan bahwa keempat pelaku tersebut menjalankan usaha dengan efisien dan memiliki posisi tawar yang kuat, sehingga dapat mendominasi dalam rantai

pasok. Pelaku yang paling mendominasi dengan nilai dominasi tertinggi adalah Pedagang Besar 1, dengan nilai MPI sebesar 4,60 yang berarti setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan menghasilkan margin sebesar Rp4,60 mendapat margin keuntungan tertinggi (Rp.5.000/kg), Pedagang besar 1 mengeluarkan biaya pemasaran yang masih tergolong efisien dan berada di posisi strategis dalam rantai pasok/ dapat mengatur harga jual Karena berada di posisi yang paling dekat dengan eksportir, Pedagang besar memiliki kekuatan lebih besar dalam menentukan harga jual kakao. Pedagang besar bisa menyesuaikan harga sesuai kondisi pasar ekspor dan mendapatkan margin lebih besar dibanding pelaku di tingkat bawah seperti pengumpul atau petani. seluruh pelaku memperoleh margin lebih besar dari biaya pemasaran yang dikeluarkan, terutama pelaku yang berada lebih dekat ke pasar akhir seperti Pedagang besar dan eksportir memiliki dominan margin karena posisi tawar yang lebih kuat dalam penetapan harga (Sherina & Wildayani, 2021). Dengan demikian **Hipotesis** yang menyatakan bahwa Semua lembaga pemasaran biji kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur memiliki dominasi kuat dapat **dikatakan sesuai/diterima**.