

## **RINGKASAN**

**(SYACHRA RAMADHANA 08320190015). Analisis Saluran Pemasaran Bibit Kakao Di Desa Pongo, Kec. Masamba, Kab. Luwu Utara. Dibimbing oleh ibu Rasmeidah Rasyid dan Bapak Mais Ilsan.**

Salah satu Kabupaten di Sulawesi Selatan yang menjadi sentra pengembangan dan penghasil kakao adalah Kabupaten Luwu Utara. Hampir setiap wilayah di Kabupaten Luwu Utara terdapat tanaman ini. Masyarakat terutama petani di kabupaten Luwu Utara mayoritas menggantungkan hidupnya pada komoditi ini, disamping komoditi kelapa sawit dan tanaman pangan lain. Tanaman kakao sering dijumpai secara monokultur maupun ditanam di sela-sela tanaman kelapa dan durian.

Tujuan penelitian ini, (1) Mendeskripsikan proses produksi pembibitan kakao di Desa Pongo. (2) Menganalisis pendapatan usaha pembibitan kakao di Desa Pongo. (3) Mendeskripsikan saluran pemasaran bibit kakao di Desa Pongo. (4) Menganalisis efisiensi pemasaran bibit kakao di Desa Pongo. (5) Mengetahui faktor pendukung dan penghambat pada pemasaran bibit kakao di Desa Pongo.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Pongo, Kecamatan Masamba, Kabupaten Luwu Utara. Dalam waktu kurang lebih 3 bulan, dimulai pada bulan April-Juni 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha pembibitan kakao pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampling jenuh atau metode sensus dengan mengambil sebanyak 30 orang pemilik usaha pembibitan kakao. Metode analisis data adalah analisis deskriptif dan analisis efisiensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Produksi bibit kakao musim panen pertama dengan rata-rata/petani sebanyak 306 pohon atau 270 pohon /ha. Produksi musim panen kedua sebanyak 306 pohon /petani atau 271 pohon /ha. (2) Pendapatan usaha pembibitan kakao di Desa Pongo, Kecamatan Masamba, Kabupaten Luwu Utara, menguntungkan karena penerimaan yang diperoleh mampu menutupi total biaya yang dikeluarkan. (3) Pemasaran bibit kakao di Desa Pongo mempunyai 2 (dua) saluran pemasaran yaitu: Saluran I : Petani – pedagang pengepul – konsumen, Saluran II : Petani – pedagang pengepul –

pengecer – konsumen (4) Saluran pemasaran I memiliki nilai efisiensi I sebesar 0,14% dan saluran II sebesar 0,8%. (5) Faktor pendukung pada petani bibit kakao, memiliki dampak yang positif dalam meningkatkan produksi, kualitas, akses pasar, kesejahteraan, pemberdayaan, dan keberlanjutan usaha petani. Faktor penghambat keterbatasan akses terbatas, perubahan iklim dan risiko lingkungan, dan fluktuasi harga komoditas.

**Kata Kunci : Produksi bibit kakao, Saluran Pemasaran, Efisiensi pemasaran**