

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam kegiatan perekonomian pertanian. Hal ini didukung karena Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki keunggulan dengan kekayaan alam yang melimpah dan kondisi lahan yang subur sehingga menghasilkan banyak komoditas unggul. Tahun 2020 sektor pertanian memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 13,7 persen. Sub sektor perkebunan berhasil berkontribusi terhadap sektor pertanian sebesar 26,50 persen dan PDB sebesar 3,63 persen. Sektor pertanian sebagai salah satu sektor yang dianggap cukup kuat dalam menghadapi guncangan yang ada dalam perekonomian, dan dapat diandalkan dalam perekonomian nasional (Badan Pusat Statistik, 2020).

Kakao (*Theobroma cacao L*) merupakan salah satu komoditas andalan nasional dan berperan penting bagi perekonomian, terutama dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, sumber pendapatan petani dan sumber devisa bagi negara di samping mendorong berkembangnya agribisnis dan agroindustri kakao. Perkembangan produksi kakao di Indonesia diikuti dengan perkembangan luas areal perkebunan kakao. Hal ini dikarenakan pemerintah terus melakukan pengembangan pada komoditas kakao sebagai upaya peningkatan produksi kakao untuk memenuhi pasar dalam negeri maupun luar negeri (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2015).

Sulawesi Tenggara merupakan salah satu provinsi dengan tingkat produksi kakao yang cukup tinggi, salah satu daerah yang ada di Sulawesi Tenggara yang

merupakan penghasil kakao yaitu Kabupaten Kolaka Utara. Kolaka Utara merasakan masa keemasan tanaman kakao pada tahun 1997. Bahkan, ketika krisis ekonomi tengah melanda, petani kakao sejahtera karena harganya juga terkerek naik. Sejak maraknya hama penyakit tanaman ditahun 2000-an, kakao tidak lagi menjadi primadona buat petani. Tanaman juga sudah berumur tua dan tidak produktif lagi. Data Dinas Pertanian setempat menyebutkan, potensi kakao di Kolaka Utara mencapai 87.000 ha dan 43.000 ha harus segera direvitalisasi. Jika berhasil, maka bisa mengangkat kehidupan masyarakat yang 80% nya tergantung pada perkebunan kakao (BPS, 2023).

Berdasarkan luas lahan, produksi dan produktivitas Tanaman kakao di Sulawesi Tenggara, Kabupaten Kolaka Utara dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1. Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Tanaman Kakao di Kabupaten Kolaka Utara, 2023

No	Kecamatan	Luas Lahan (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
1	Wawo	1.803,2	1.296,1	0,7
2	Ranteingin	1.795,7	2.273,2	1,3
3	Lambai	2.825,5	1.218,2	0,4
4	Lasusua	7.142,6	4.078,0	0,6
5	Katoi	3.200,1	3.573,2	1,1
<b>6</b>	<b>Kodeaha</b>	<b>5.735,4</b>	<b>3.925,0</b>	<b>0,7</b>
7	Tiwu	2.413,7	1.400,9	0,6
8	Ngapa	17.810,3	15.039,2	0,8
9	Watunohu	2.648,4	1.812,6	0,7
10	Pakue	5.651,4	5.825,7	1,0
11	Pakue Utara	7.290,5	5.794,1	0,8
12	Pakue Tengah	1.008,1	1.314,2	1,3
13	Batu Putih	8.320,8	5.794,1	0,7
14	Porehu	10.777,4	6.485,5	0,6
15	Tolala	545,9	2.429,6	4,5
<b>Jumlah</b>		<b>78.969,0</b>	<b>62.259,6</b>	<b>15,8</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>5.264,6</b>	<b>4.150,6</b>	<b>1,1</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Berdasarkan pada Tabel 1, menunjukkan bahwa luas areal perkebunan kakao di beberapa Kecamatan di Kabupaten Kolaka Utara memiliki rata-rata luas lahan sebesar 5.264,6 ha dengan rata-rata produksi sebesar 4.150,6 pada tahun 2023. Adapun Kecamatan Kodeoha memiliki luas lahan tanaman 5.735,4 ha dan produksi sebesar 3.925,0 ton. Diketahui bahwa Kecamatan Kodeoha merupakan salah satu kecamatan dengan produktivitas yang tinggi. (BPS, 2023)

Kakao sebagai salah komoditas pertanian di Kabupaten Kolaka Utara selalu berupaya melakukan peningkatan produksi dan pemasaran agar ekonomi petani kakao di Kolaka Utara menjadi lebih baik. Permasalahan utama dalam pengembangan sektor pertanian adalah lemahnya keterkaitan antar subsistem di dalam agribisnis, yaitu distribusi dan penyediaan faktor produksi, proses produksi pertanian, pengolahan dan pemasaran. Proses pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan sebuah usaha. Kualitas produk yang baik harus di dukung dengan strategi pemasaran yang baik pula, agar konsumen mengetahui bahwa produk yang ditawarkan layak untuk di konsumsi (Taariwuan, 2020).

Sistem pemasaran biji kakao sering terjadi perbedaan harga di tingkat petani dengan ditingkat pedagang ekspor (eksportir), hal ini terjadi karena mata rantai pemasaran yang dilalui cukup panjang Keadaan seperti ini menyebabkan biaya pemasaran menjadi beban biaya proses pemasaran yang akhirnya akan mengurangi profit mata rantai pemasaran. Biasanya masing-masing saluran pemasaran memiliki sebaran harga yang berbeda-beda. Untuk mengetahui saluran mana yang dianggap paling baik dapat diketahui dengan cara menghitung jumlah penjualan/pembelian barang pada setiap masing-masing saluran. Tinggi rendahnya harga yang diterima oleh petani erat kaitannya dengan keadaan struktur pasar dan besarnya margin

pemasaran, sehingga untuk meningkatkan pemasaran petani kakao dapat dicapai apabila pola saluran pemasaran dan penyebab tingginya margin pemasaran di ketahui (Taariwuan, 2020).

Saluran pemasaran sangat mempengaruhi tingkat efisiensi lembaga pemasaran, pada umumnya semakin pendek mata rantai saluran pemasaran dari suatu komoditas pertanian maka akan semakin efisien saluran pemasaran tersebut. Begitu pula sebaliknya semakin panjang mata rantai dari setiap saluran pemasaran komoditi pertanian maka akan semakin tidak efisien pemasaran tersebut.

Efisiensi pemasaran dapat terjadi yaitu pertama, jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran menjadi lebih tinggi, kedua, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi. ketiga, tersedia fasilitas fisik pemasaran, keempat, adanya kompetisi pasar yang sehat. Saluran pemasaran dikatakan efisien bila mampu mendistribusikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu membagi keuntungan yang adil kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran (KaroKaro dkk, 2017).

Proses pemasaran hasil produksi, petani kakao Kecamatan Kodeoha menggunakan jasa lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul lokal dan pedagang besar. Hal ini disebabkan karena keterbatasan akses petani untuk langsung berhubungan dengan pihak pabrik atau eksportir, adanya penggunaan lembaga pemasaran maka menyebabkan perbedaan harga yang diperoleh oleh petani dengan harga yang dibayarkan perusahaan kepada pedagang besar.

Ketergantungan petani kakao di Kecamatan Kodeoha kepada lembaga pemasaran menyebabkan perbedaan margin pemasaran antara petani dan lembaga-

lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran hasil, dan masih belum jelas peran dari masing-masing lembaga pemasaran serta bagaimana saluran pemasaran terjadi di daerah penelitian dan efisiensi pemasaran yang ada. Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, maka dilakukan penelitian dengan judul. **"Efisiensi Pemasaran Biji Kakao (*Theobroma cacao* L) di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara, Provinsi Sulawesi Tenggara"**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana saluran pemasaran kakao di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara?
2. Berapa margin pemasaran kakao di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara?
3. Berapa pendapatan pedagang pada pemasaran kakao di Desa Koroha Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara
4. Apakah pemasaran kakao efisien di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara?
5. Berapa *farmer's Share* pada pemasaran kakao di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

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

1. Mendeksripsikan saluran pemasaran kakao di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara

2. Menganalisis marjin pemasaran kakao di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara
3. Menganalisis pendapatan pedagang pada pemasaran kakao di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara.
4. Menganalisis efisiensi pemasaran kakao di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara.
5. Menganalisis *farmer's Share* pada pemasaran kakao di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

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

1. Manfaat bagi penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan memperdalam ilmu pengetahuan penulis dan mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan selama menempuh pendidikan perkuliahan.

2. Manfaat bagi petani dan Lembaga Pemasaran

Sebagai bahan informasi bagi petani dan lembaga pemasaran dalam pembentukan saluran pemasaran biji kakao yang menguntungkan kedua belah pihak yang ada di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara.

3. Manfaat bagi penelitian lain

Sebagai bahan rujukan, sumber informasi dan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan dalam materi-materi yang lainnya untuk meningkatkan kualitas pembelajaran yang lebih inovatif.

#### 4. Manfaat bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan bagi pemerintah dan instansi terkait lainnya dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan harga jual kakao khususnya di Desa Koroha, Kecamatan Kodeoha, Kabupaten Kolaka Utara.