



## ANALISIS RANTAI PASOK (*SUPPLY CHAIN*) PEMASARAN BIJI KAKAO DI DESA UJUNG BARU, KECAMATAN TOMONI, KABUPATEN LUWU TIMUR

Istiqoma Dewinta Badawi<sup>1\*</sup>, Mais Ilan<sup>2</sup>, Andi Azrarul Amri<sup>3</sup>

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muslim Indonesia

Penulis Korespondensi, email: [Istiqomadewinta09@gmail.com](mailto:Istiqomadewinta09@gmail.com)

Diserahkan: 04/08/2025

Direvisi: 08/10/2025

Diterima: 26/11/2025

**Abstrak.** Kakao merupakan komoditas perkebunan yang berperan besar dalam ekspor pertanian dan pernah menempatkan Indonesia sebagai produsen terbesar ketiga di dunia. Bagi petani, kakao merupakan aset ekonomi penting yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan rumah tangga. Dalam konteks agribisnis, rantai pasok memiliki fungsi strategis untuk mengatur aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi dari produsen hingga konsumen, sekaligus menentukan efisiensi pemasaran, margin, dan nilai tambah produk. Penelitian ini bertujuan menganalisis struktur rantai pasok, aliran barang, aliran uang, aliran informasi, serta efisiensi pemasaran kakao di Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur. Penelitian dilakukan pada April–Mei 2024 dengan metode sensus terhadap 30 petani sebagai responden utama, serta pedagang pengumpul, pedagang besar, dan eksportir sebagai pelaku pada saluran pemasaran. Analisis dilakukan secara deskriptif kuantitatif melalui pemetaan rantai pasok dan pengukuran efisiensi menggunakan indikator margin pemasaran, farmer's share, dan rasio keuntungan terhadap biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pasok kakao di Kecamatan Tomoni melibatkan empat pelaku utama dengan aliran barang yang bergerak dari petani menuju eksportir melalui pedagang pengumpul dan pedagang besar. Transaksi keuangan seluruhnya dilakukan secara tunai, sedangkan aliran informasi didominasi oleh eksportir yang menjadi sumber utama informasi harga dan permintaan pasar. Efisiensi pemasaran tertinggi terdapat pada saluran pemasaran I (petani–pedagang pengumpul–eksportir), ditunjukkan oleh margin yang lebih rendah, farmer's share yang lebih tinggi, dan rasio keuntungan terhadap biaya yang lebih besar dibandingkan saluran lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyederhanaan saluran pemasaran dapat meningkatkan pendapatan petani dan memperkuat kinerja rantai pasok kakao.

**Kata Kunci:** Biji kakao; Efisiensi pemasaran; Farmer's share; Indeks monopoli; Rantai pasok

### PENDAHULUAN

Komoditi kakao di Indonesia merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memberikan kesempatan usaha dan lapangan kerja, sebagai sumber kehidupan bagi jutaan penduduk yang bergerak aktif dalam kegiatan produksi, pengolahan hasil, pemasaran, penyimpanan, sampai ekspor. Kakao Indonesia memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar global, didukung oleh kondisi geografis yang sangat menguntungkan. Ekspor produk olahan seperti *cocoa butter*, *cocoa liquor*, dan *cocoa powder* terus mengalami pertumbuhan, mencerminkan kemampuan Indonesia dalam menghasilkan produk dengan nilai tambah tinggi. Rantai pasok terdiri atas semua pelaku yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pemenuhan permintaan pelanggan, yang mencakup produsen, pemasok input, jasa transportasi, pergudangan, Pedagang besar, bahkan pelanggan sendiri. Sulawesi Selatan merupakan provinsi dengan produksi kakao terbesar kedua di Indonesia. Sebanyak 86,10% produksi kakao di provinsi ini tersebar di delapan kabupaten, dengan dua kabupaten utama sebagai penyumbang terbesar, yakni Luwu Utara (24,79%) dan Luwu (20,91%), yang masing-masing memberikan kontribusi lebih dari 10%. Salah satunya di kabupaten Luwu Timur yang merupakan wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pertanian kakao terkhusus pada Kecamatan Tomoni, Desa Ujung Baru, dimana sektor pertanian dan perkebunan menjadi pilar utama bagi masyarakat setempat. Kakao menjadi komoditas unggulan desa ini, karena didukung oleh kondisi iklim tropis yang cocok serta lahan yang subur. Sebagian besar penduduknya mengandalkan kakao sebagai sumber utama pendapatan, dengan aktivitas budidaya yang mencakup pembibitan, pemeliharaan, hingga panen. Berikut data Luas Areal dan Produksi kakao di Kecamatan Tomoni 2019 hingga 2022 di sajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kakao di Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur

No.	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1.	2019	3.059,48	1.427,75	0,46
2.	2020	2.224,34	1.661,10	0,74
3.	2021	2.224,34	1.487,30	0,66
4.	2022	1.891,31	863,73	0,45
<b>Jumlah</b>		<b>9.399,47</b>	<b>5.439,88</b>	
<b>Rata-rata</b>		<b>2.349,86</b>	<b>144.134,97</b>	

Sumber: BPS Kabupaten Luwu Timur 2025

Tabel 1, menunjukkan bahwa luas areal, produksi, dan produktivitas kakao di Kecamatan Tomoni dari tahun 2019 hingga 2022, terlihat adanya fluktuasi yang cukup signifikan. Luas lahan kakao mengalami penurunan drastis dari 3.059,48 hektar pada tahun 2019 menjadi hanya 1.891,31 hektar pada tahun 2022. Meskipun demikian, produksi tidak selalu berbanding lurus dengan luas lahan, seperti terlihat pada tahun 2020 yang mencatat produksi tertinggi sebesar 1.661,10 ton dengan luas lahan yang lebih kecil dibanding tahun 2019. Produktivitas tertinggi terjadi pada tahun 2020 dengan angka 0,74 ton/ha, sedangkan terendah pada tahun 2022 dengan hanya 0,45 ton/ha. Secara rata-rata selama empat tahun, produktivitas kakao di Kecamatan Tomoni tercatat sebesar 0,58 ton/ha, menunjukkan bahwa efisiensi produksi masih tergolong rendah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan. Penentuan lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan Desa Ujung Baru merupakan salah satu sentra penghasil biji kakao. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April-Juni 2025. Populasi dalam penelitian ini yaitu petani kakao berjumlah 120 orang dan seluruh lembaga pemasaran biji kakao. penentuan sampel menggunakan metode metode sensus di mana seluruh anggota populasi yang menjadi objek, sedangkan penentuan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode snowball sampling dengan metode dengan mengidentifikasi dan menelusuri keberadaan lembaga pemasaran melalui petani. Jumlah sampel di dapat berdasarkan informasi dari petani, 2 orang Pedagang pengumpul dan 2 orang Pedagang besar, sehingga jumlah pedagang sebanyak 4 responden. Sumber data berasal dari data primer dan data sekunder, sedangkan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif yaitu aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi. Analisis efisiensi pemasaran biji kakao yaitu analisi margin pemasaran dengan menggunakan rumus:

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan:

Hp = Harga Penjualan (Rp)

Hb = Harga Pembelian (Rp)

M = Margin Pemasaran (Rp)

*Farmer's Share* dengan rumus:

$$Fs = \frac{Pf}{Pk} \times 100\%$$

Keterangan:

Pk = harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = harga di tingkat petani (Rp/kg)

Fs = persentase harga yang diterima petani (%)

Rasio Keuntungan terhadap Biaya, dengan rumus:

$$\pi = \frac{\text{Keuntungan Lembaga} \times \text{Biaya Lembaga}}{\text{Biaya Lembaga} \times \text{Keuntungan Lembaga}}$$

Keterangan:

Keuntungan lembaga x = keuntungan lembaga pemasaran (Rp/kg)

Biaya lembaga x = biaya lembaga pemasaran (Rp/kg)

Dan yang terakhir analisis dominasi pelaku lembaga pemasaran, dengan rumus:

$$MPI = \frac{MP}{CV}$$

Keterangan :

MPI = Monopoli Indeks

MP = Margin pemasaran (Rp/kg)

CV = Biaya variabel pemasaran (Rp)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identitas Responden

#### Umur Responden Petani

Komposisi umur responden dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 2.** 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
<b>Jumlah</b>		<b>120</b>	<b>100</b>
Minimum	= 39 Tahun		
Maksimum	= 60 Tahun		
Rata-Rata	= 51 Tahun		

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2, 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

#### Tingkat Pendidikan

**Tabel 3.** 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
<b>Jumlah</b>		<b>120</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer setelah diolah, 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.

#### Umur Responden Lembaga Pemasaran

**Tabel 4.** 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
<b>Jumlah</b>		<b>4</b>	<b>100</b>
Minimum	= 32 Tahun		
Maksimum	= 56 Tahun		
Rata-Rata	= 47 Tahun		

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4, 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.

#### Jenis Kelamin

**Tabel 5** 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
<b>Jumlah</b>		<b>4</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5, 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.

#### Tingkat Pendidikan

**Tabel 6.** 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	25
2	SMA	1	25
3	S1	2	50
<b>Jumlah</b>		<b>4</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 6, 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.

#### Status Pekerjaan

**Tabel 7.** 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
<b>Jumlah</b>		<b>4</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 7, 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).

#### Lama Usahatani

**Tabel 8.** 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
<b>Total</b>			<b>100</b>

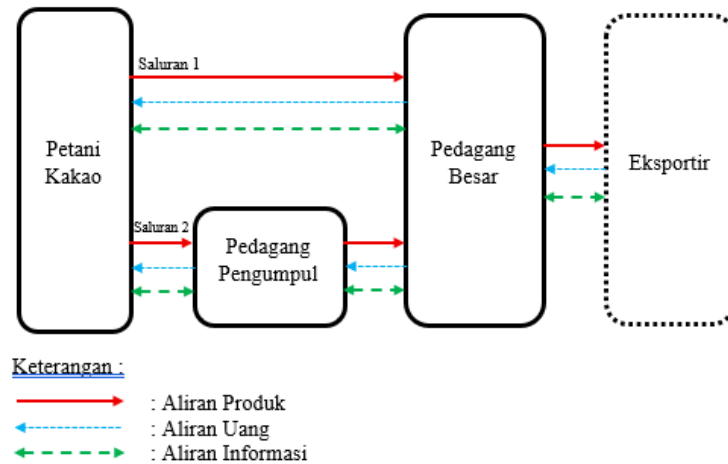
Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 8, 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%.

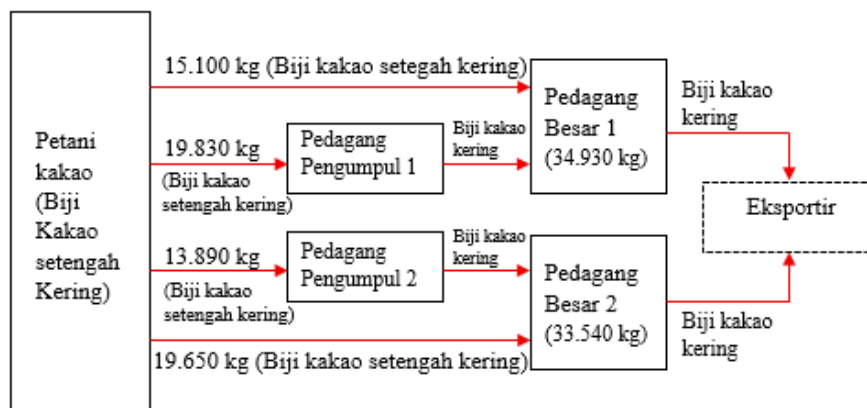
### Rantai Pasok Pemasaran Biji Kakao (Aliran Produk, Aliran Keuangan dan Aliran Informasi)

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 berikut:



**Gambar 1.** Aliran Produk Biji Kakao, Aliran Uang, dan Aliran Informasi di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

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.



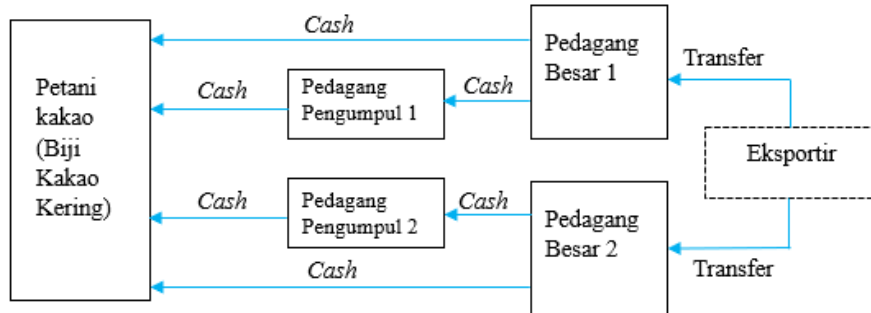
**Gambar 2.** Aliran Produk Rantai Pasok Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur

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 menjual 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).

### 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.

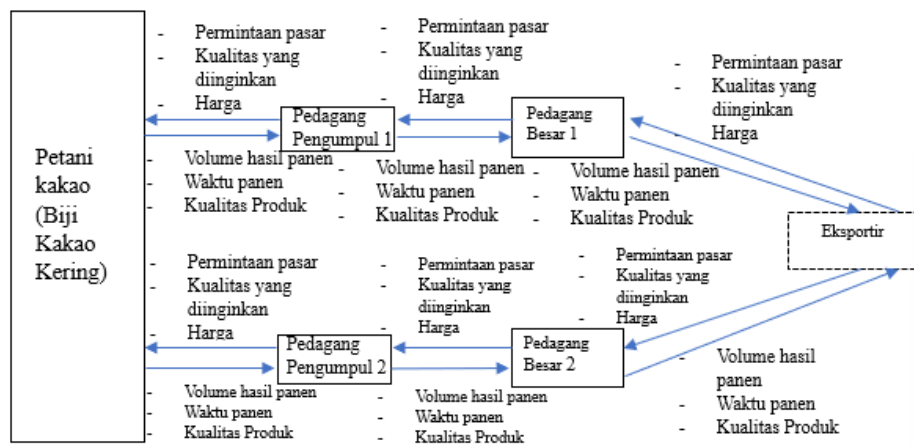


**Gambar 3.** Aliran Keuangan Rantai Pasok Biji Kakao di Desa Ujung Baru, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur

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 dilakukan 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).

### 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.



**Gambar 4.** 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. 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. 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).

### Efisiensi Pemasaran

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.

**Tabel 9.** 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 (%)	$\pi/c$
Saluran 1	Petani	98.000	-	-	-	89,1	-
	Pedagang besar 1	98.000	15.100	1.989	7,55	-	4,02
	Pedagang besar 2	98.000	19.650	2.234	7,55	-	3,58
	Eksportir	106.000	-	-	3,64	-	-
Saluran 2	Petani	98.000	-	-	-	89,1	-
	Pengumpul 1	98.000	19.830	806	2,97	-	3,72
	Pengumpul 2	98.000	13.890	863	2,97	-	3,48
	Pedagang besar 1	101.000	34.930	1.087	4,72	-	4,60
	(Pedagang besar 2	101.000	33.540	1.132	4,72	-	4,42
	Eksportir	106.000	-	-	3,64	-	-

Sumber: Data primer setelah diolah, 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).

#### Analisis Dominasi Pelaku Lembaga Pemasaran

Indeks Monopoli (MPI) adalah indikator kuantitatif yang digunakan untuk mengukur tingkat dominasi atau kekuatan monopoli dari suatu lembaga pemasaran dalam rantai pasok atau saluran distribusi.

**Tabel 10.** *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: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 10, 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).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Aliran Produk: Petani menjual biji kakao setengah kering langsung ke Pedagang besar (Saluran 1) atau melalui pengumpul (Saluran 2). Pengerinan lanjutan dilakukan oleh pengumpul atau Pedagang besar. Volume terbesar terjadi pada Pedagang besar Saluran 2, menunjukkan peran penting mereka dalam distribusi. Aliran Keuangan: Aliran keuangan rantai pasok kakao di Desa Ujung Baru didominasi pembayaran tunai dari hilir ke hulu, kecuali eksportir yang menggunakan transfer. Petani menjual kakao dengan harga rendah karena kualitas belum optimal dan tanpa dukungan modal, sehingga mereka menerima pembayaran cepat. Aliran Informasi: Informasi pasar, kualitas, dan harga disampaikan eksportir ke petani melalui Pedagang besar. Sebaliknya, petani menyampaikan volume, waktu panen, dan mutu ke Pedagang besar hingga ke eksportir. Pertukaran informasi dilakukan secara langsung dan melalui media sosial. Pemasaran biji kakao di Desa Ujung Baru tergolong efisien, terutama pada Saluran 1 yang memiliki jalur distribusi lebih pendek. Hal ini dibuktikan dengan margin pemasaran



yang cukup tinggi Pedagang besar 1 (7,55%), rasio keuntungan yang besar (4,02), serta biaya pemasaran yang tetap rendah Pedagang besar 1 Rp 1.989/kg, nilai farmer's share tetap tinggi dan stabil pada kedua saluran (89,1%). Namun, efisiensi operasional lebih terlihat pada Saluran 1 karena mampu menghasilkan laba lebih tinggi per biaya yang dikeluarkan. Dominasi Pelaku Pemasaran di Desa Ujung Baru tergolong kuat, ditunjukkan oleh nilai Indeks Monopoli (MPI) seluruh pelaku yang melebihi 1, artinya keuntungan yang diperoleh lebih besar dari biaya pemasaran. Pelaku dengan dominasi tertinggi adalah Pedagang besar 1 ( $MPI = 4,60$ ), yang menunjukkan posisi strategis dalam rantai pasok dan kemampuan menetapkan harga jual lebih tinggi karena berada paling dekat dengan eksportir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, I., Hakim, D. B., & Asmarantaka, R. W. (2021). Struktur, perilaku, dan kinerja pemasaran biji kakao di Kabupaten Parigi Moutong, Provinsi Sulawesi Tengah. *Forum Agribisnis*, 6(1) : 1–20.
- Aisyah, N., Nurdin, H., & Nurfadilla, A. (2023). *A design of supply chain risk management for cocoa-based agroindustry at South Sulawesi to balance risk*. *International Journal of Industrial Engineering and Management (IJIEM)*, 4(1) : 1–8.
- Lestari, N. D., Wahyuni, S., & Hadiana, A. (2020). *Analisis sistem pembayaran dan kinerja rantai pasok kakao di Kabupaten Kolaka Utara*. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2) : 145–156
- Sianturi, M. J. A., Lubis, Z., & Siregar, T. H. S. (2020). Analisis usahatani dan saluran pemasaran biji kakao di Kecamatan Juhar, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 2(2) :181–193
- Sherina, R., & Wildayana, E. (2021). Study of Smallholders Cocoa Bean Supply Chain in Sungai Talang Village Guguak Subdistrict Limapuluh Kota Regency. In *Jurnal KaliAgri*, Vol. 1, Issue 1.