



**STRUKTUR PASAR BIJI KAKAO DI DESA SURUH  
KECAMATAN SURUH KABUPATEN TRENGGALEK**

**SKRIPSI**

Oleh  
**Nelli Dwi Saputri**  
**NIM. 151510601031**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**



**STRUKTUR PASAR BIJI KAKAO DI DESA SURUH  
KECAMATAN SURUH KABUPATEN TRENGGALEK**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Agribisnis (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Oleh  
**Nelli Dwi Saputri**  
**NIM. 151510601031**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**

### PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan rasa syukur skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Subardi dan Ibu Sulasmi, terima kasih banyak atas semua kasih sayang, nasehat, doa, serta dukungan hingga saya dapat meraih gelar sarjana ini.
2. Kakakku tersayang Arik Mahendra terima kasih telah memberikan semangat, dan inspirasi dalam hidup.
3. Prof. Dr. Ir. Yuli Hariyati, MS. Selaku dosen pembimbing skripsi saya yang sangat sabar dalam membimbing saya mulai dari awal hingga akhir.
4. Guru-guru SDN Pontang 1, SMPN 2 Ambulu, SMAN Ambulu dan semua Dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan pendidikan.
5. Teman-teman satu angkatan Agribisnis 2015.
6. Serta semua pihak yang membantu dalam terselesaikannya skripsi ini.

**MOTTO**

*“Kebenaran itu adalah dari Tuhanmu, sebab itu jangan sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang ragu”*

(Q.S Al-Baqarah, 147)

*“ Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”*

(Q.S Al-Insyirah, 6-8)

*“Sesungguhnya urusan-Nya apabila Dia menghendaki sesuatu hanyalah berkata kepadanya, Jadilah, maka jadilah ia)*

(Q.S Yasin, 82)

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nelli Dwi Saputri

NIM : 151510601031

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: **“Struktur Pasar Biji Kakao Di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan subansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 Juli 2019

Yang Menyatakan

Nelli Dwi Saputri  
NIM. 151510601031

**SKRIPSI**

**STRUKTUR PASAR BIJI KAKAO DI DESA SURUH KECAMATAN  
SURUH KABUPATEN TRENGGALEK**



Oleh

**Nelli Dwi Saputri**

**NIM. 151510601031**

**Pembimbing**

Dosen Pembimbing Skripsi : Prof. Dr. Ir. Yuli Hariyati, MS.

NIP. 196107151985032002

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul: “**Struktur Pasar Biji Kakao Di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**”, telah diuji dan disahkan pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 12 Juli 2019

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

**Dosen Pembimbing Skripsi,**

Prof. Dr. Ir. Yuli Hariyati, MS.  
NIP. 196107151985032002

**Dosen Penguji Utama,**

**Dosen Penguji Anggota,**

Diah Puspaningrum, S.P.,M.Si.  
NIP. 197602102005012002

M. Rondhi, SP.,MP.,Ph.D.  
NIP. 19770706200811012

**Mengesahkan,  
Dekan**

Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph. D  
NIP. 196005061987021001

## RINGKASAN

**Struktur Pasar Biji Kakao Di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek;** Nelli Dwi Saputri, 151510601031; 2019; Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Kakao (*Theobroma cacao* L.) merupakan salah satu komoditas andalan perkebunan yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Pemasaran kakao yang efisien akan memberikan keuntungan bagi petani dikarenakan petani memperoleh harga jual yang tinggi sehingga secara tidak langsung akan mudah dalam masuk pasar kakao. Struktur pasar pada pasar biji kakao dapat dilakukan dengan pendekatan SCP (*Structure, Conduct and Performance*), dalam penelitian ini hanya melihat bagian dari pendekatan *Structure*. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja atau *purposive method* karena Desa Suruh merupakan salah satu sentra produksi kakao Organik di Kabupaten Trenggalek. Metode penelitian menggunakan deskriptif dan analitik. Sampel yang digunakan dipilih menggunakan metode *simple random sampling* dan *snowball sampling*. Data dikumpulkan dengan wawancara, observasi, dan dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) saluran pemasaran kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek terdiri dari 3 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran pertama (petani – kelompok tani – UPH – Rumah Coklat), saluran pemasaran kedua (petani – tengkulak – pedagang besar – eksportir), dan saluran pemasaran ketiga (petani – pedagang pasar – pedagang besar – eksportir). (2) Nilai MES pada Tengkulak sebesar 1,68 (Mudah), Kelompok Tani sebesar 0,64 (Mudah), Pedagang Besar sebesar 96,76 (Sulit), dan UPH sebesar 0,63 (Mudah). (3) Struktur pasar pada pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek yang dilihat dari jumlah penjual dan pembeli, produk yang diperjual belikan, informasi pasar, hambatan masuk pasar, dan konsentrasi rasio mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yaitu mengarah pada struktur pasar oligopsoni.



## SUMMARY

**The Scturture of Cocoa Beans in Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.** Nelli Dwi Saputri, 151510601031, 2019, Departement of Agribusiness, Agricultural Faculty, University of Jember.

Cocoa (*Theobroma cacao* L.) is one of the mainstay of plantation commodities which plays an important role in the national economy. Efficient marketing of cocoa will provide benefits for farmers because farmers obtain high selling prices so that it will indirectly be easy to enter the cocoa market. The market structure on the cocoa bean market can be done using the SCP (Structure, Conduct and Performance) approach, in this study only looks at the part of the Structure approach. The research location was determined intentionally or purposive method because Suruh Village is one of the centers of Organic cocoa production in Trenggalej Regency. The research method uses descriptive and analytical. The sample used was chosen using the simple random sampling and snowball sampling method. Data is collected by interviews, observations, and documents. The results showed that: (1) cocoa marketing channels in Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek consisted of 3 marketing channels, the first marketing channel (farmers - farmer groups - Rumah Coklat), the second marketing channel (farmers - middlemen - wholesalers - exporters ), and the third marketing channel (farmers - market traders - wholesalers - exporters). (2) The MES value of Middlemen is 1.68 (Easy), Farmer Group is 0.64 (Easy), Wholesaler is 96.76 (Difficult), and UPH is 0.63 (Easy). (3) Market structure in the marketing of cocoa beans in Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek which is seen from the number of sellers and buyers, traded products, market information, market entry barriers, and concentration ratios lead to imperfect competition markets which lead to market structure oligopsony.

## PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Struktur Pasar Biji Kakao Di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Strata Satu (S-1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

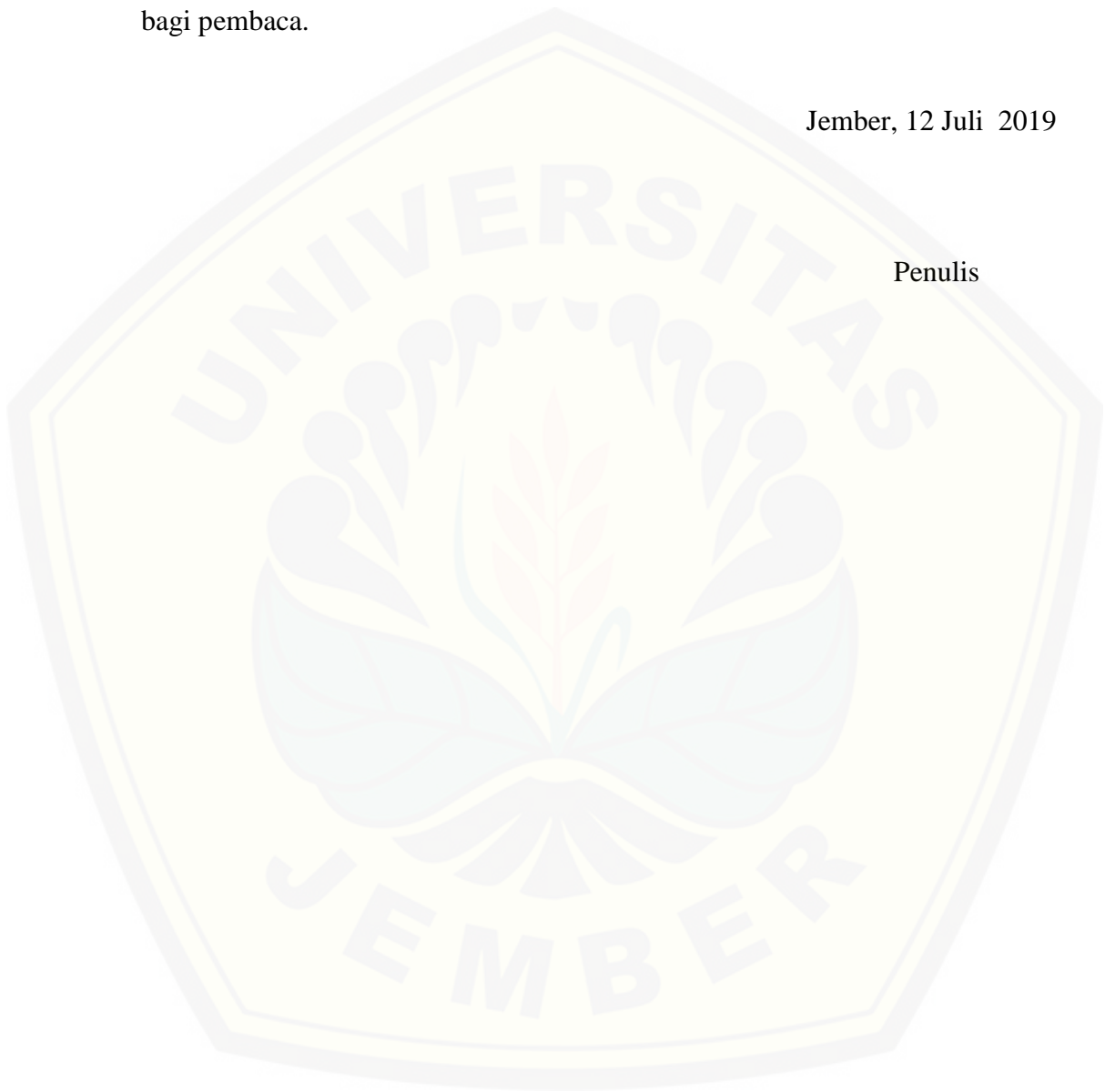
Penyusunan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada

1. Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember.
2. M. Rondhi SP., MP., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Agribisnis sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
3. Prof. Dr. Ir. Yuli Hariyati, MS. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
4. Diah Puspaningrum SP., M.Si. selaku dosen penguji 1 dan M. Rondhi, SP., MP., Ph.D. selaku dosen penguji 2 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan demi kesempurnaan karya ilmiah tertulis ini.
5. Kedua orangtua, Bapak Subardi dan Ibu Sulasmi atas kesabarannya dalam menghadapi saya dan memberikan semangat, pelajaran serta doa selama ini.
6. Kakakku, Arik Mahendra yang selalu memberikan bimbingan, inspirasi, dukungan dan doa.
7. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2015 yang telah memberikan dukungan dan semangat serta masukan untuk karya ilmiah ini.
8. Seluruh Petani dan lembaga petani serta pemerintah Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek yang mendukung dan membantu selama proses penelitian di Desa Suruh.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya ilmiah ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Jember, 12 Juli 2019

Penulis



**DAFTAR ISI**

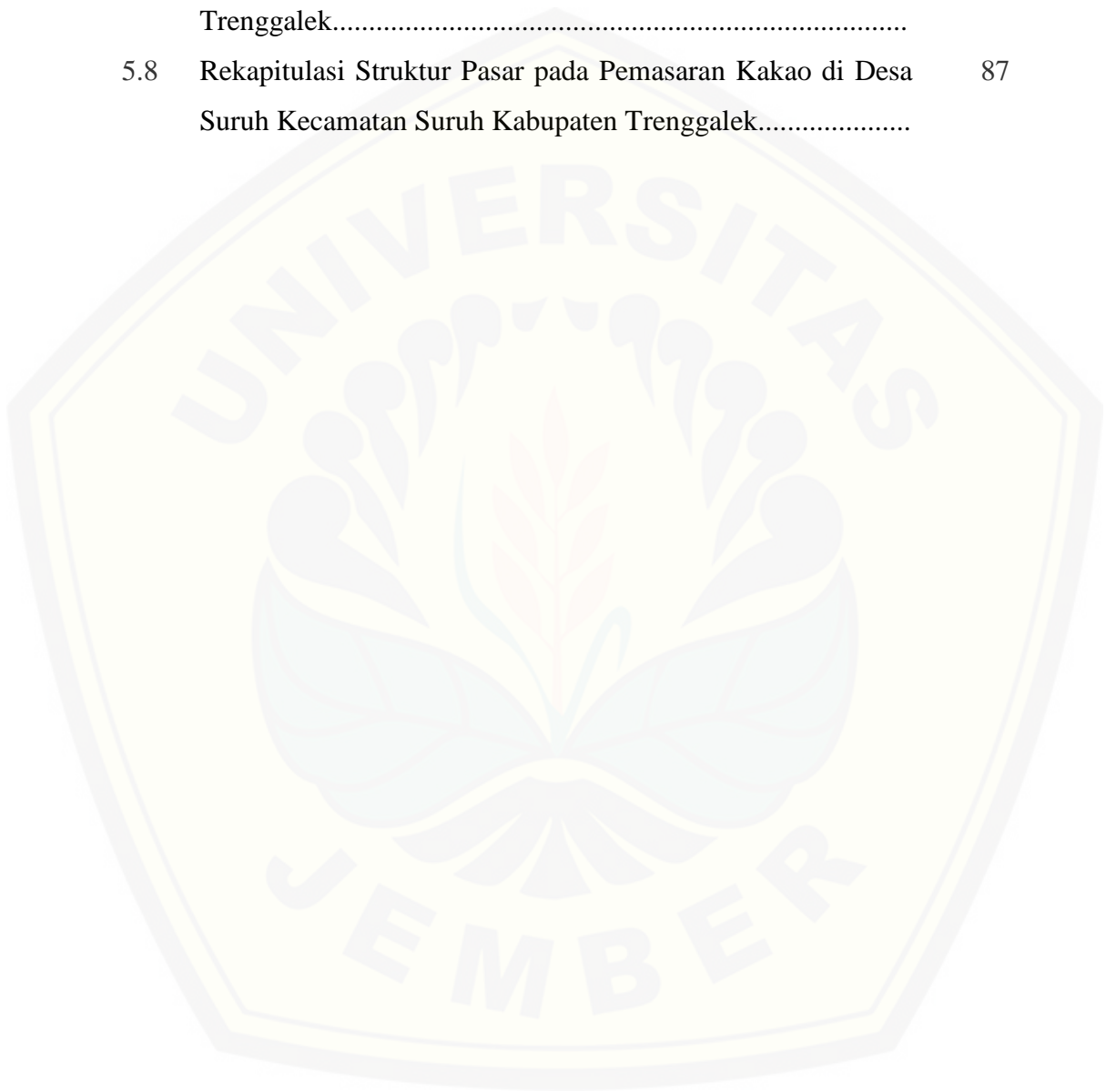
|  |                              |
|--|------------------------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                          | Error! Bookmark not defined. |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                           | Error! Bookmark not defined. |
| <b>STRUKTUR PASAR BIJI KAKAO DI DESA SURUH</b> ..... | <b>ii</b>                    |
| <b>KECAMATAN SURUH KABUPATEN TRENGGALEK</b> .....    | <b>ii</b>                    |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                             | <b>iii</b>                   |
| <b>MOTTO</b> .....                                   | <b>iv</b>                    |
| <b>PERNYATAAN</b> .....                              | <b>v</b>                     |
| <b>PENGESAHAN</b> .....                              | <b>vii</b>                   |
| <b>RINGKASAN</b> .....                               | <b>viii</b>                  |
| <b>SUMMARY</b> .....                                 | <b>ix</b>                    |
| <b>PRAKATA</b> .....                                 | <b>x</b>                     |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                              | <b>xii</b>                   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                            | <b>xvi</b>                   |
| <b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....                      | <b>1</b>                     |
| 1.1 Latar Belakang .....                             | 1                            |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                             | 7                            |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....              | 7                            |
| <b>1.3.1 Tujuan Penelitian</b> .....                 | 7                            |
| <b>1.3.2 Manfaat Penelitian</b> .....                | 7                            |
| <b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                 | <b>8</b>                     |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                       | 8                            |
| 2.2 Landasan Teori.....                              | 12                           |
| 2.2.1 Komoditas Biji kakao.....                      | 12                           |
| 2.2.2 Konsep Pasar .....                             | 16                           |
| 2.2.3 Teori Pemasaran.....                           | 17                           |
| 2.2.4 Lembaga Pemasaran.....                         | 18                           |
| 2.2.5 Saluran Pemasaran .....                        | 19                           |
| 2.2.6 Fungsi Pemasaran .....                         | 21                           |
| 2.2.7 Struktur Pasar .....                           | 23                           |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.3 Kerangka Pemikiran.....   | 29        |
| <b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>   | <b>34</b> |
| 3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian .....  | 34        |
| 3.2 Metode Penelitian .....   | 34        |
| 3.3 Metode Pengambilan Contoh.....  | 35        |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data.....  | 36        |
| 3.5 Metode Analisis Data.....   | 38        |
| 3.6 Definisi Operasional .....  | 39        |
| <b>BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>  | <b>42</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Desa Suruh Kecamatan Suruh.....   | 42        |
| 4.2 Keadaan Penduduk.....   | 43        |
| 4.3 Potensi Pertanian.....  | 45        |
| 4.4 Usahatani Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh.....  | 46        |
| <b>BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>50</b> |
| 5.1 Saluran Pemasaran Biji Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh<br>Kabupaten Trenggalek .....    | 50        |
| 5.2 Hambatan masuk Pasar Biji Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh<br>Kabupaten Trenggalek ..... | 79        |
| 5.3 Konsentrasi Rasio (Kr) .....  | 85        |
| <b>BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>   | <b>90</b> |
| 6.1 Kesimpulan .....  | 90        |
| 6.2 Saran .....   | 90        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>  | <b>92</b> |

**DAFTAR TABEL**

| Tabel | Judul  | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1.1   | Luas Areal Kakao menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2012-2016 (Ha).....                                   | 2       |
| 1.2   | Luas Tanam dan Produksi Tanaman Perkebunan di Kabupaten Trenggalek tahun 2017.....                         | 3       |
| 1.3   | Produksi Tanaman Perkebunan di Kabupaten Trenggalek Tahun 2016 (Ton).....                                  | 4       |
| 1.4   | Luas Areal (Ha) menurut Komoditi Pertanian di Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek Tahun 2014-2016.....    | 5       |
| 2.1   | Struktur berdasarkan jumlah perusahaan dan sifat produk.....   | 23      |
| 4.1   | Luas Tanah Berdasarkan Penggunaan Lahan Di Desa Suruh.   | 40      |
| 4.2   | Keadaan Penduduk Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2017..... | 41      |
| 4.3   | Jumlah Penduduk berdasarkan Kelompok Umur Laki-laki dan Perempuan Desa Suruh Kecamatan Suruh Tahun 2017..  | 41      |
| 4.4   | Keadaan Penduduk berdasarkan Mata Pencaharian Desa Suruh Kecamatan Suruh Tahun 2017.....                   | 41      |
| 4.5   | Luas Wilayah Desa Suruh Kecamatan Suruh Tahun 2017.....  | 43      |
| 4.6   | Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.....    | 45      |
| 5.1   | Rata-rata Penjualan Kakao di Tingkat Petani Responden.....   | 57      |
| 5.2   | Aktivitas Pemasaran Biji Kakao oleh Tengkulak.....   | 59      |
| 5.3   | Aktivitas Pemasaran Biji Kakao oleh Pedagang Besar.....  | 62      |
| 5.4   | Aktivitas Kakao oleh Pedagang Pengecer (Rumah Coklat)....  | 67      |
| 5.5   | Proses Pelaku Pasar di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.....                                | 74      |

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 5.6 | Hasil Perhitungan MES ( <i>Minimum Efficiency Scale</i> ) pada Lembaga Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh  | 81 |
| 5.7 | Hasil Analisis Konsentrasi Rasio (Kr) Lembaga Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek..... | 85 |
| 5.8 | Rekapitulasi Struktur Pasar pada Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.....              | 87 |



**DAFTAR GAMBAR**

| Gambar | Judul  | Halaman |
|--------|--|---------|
| 2.1    | Bentuk Saluran Pemasaran Sederhana .....           | 20      |
| 2.2    | Bentuk Saluran Pemasaran Kompleks .....            | 21      |
| 2.3    | Skema Kerangka Pemikiran .....                     | 32      |
| 5.1    | Saluran Pemasaran Kompleks .....                   | 53      |
| 5.2    | Bagan Peran UPH .....                              | 67      |
| 5.3    | Bagan Tahapan Pengolahan Kakao .....               | 68      |
| 5.4    | Saluran Pemasaran I .....                          | 72      |
| 5.5    | Saluran Pemasaran II .....                         | 74      |
| 5.6    | Saluran Pemasaran III .....                        | 76      |
| 5.7    | Skema Konsentrasi Rasio Pemasaran Biji Kakao ..... | 86      |



## BAB 1. PENDAHULUAN

### *1.1 Latar Belakang*

Subsektor perkebunan adalah salah satu subsektor pertanian yang menyumbang devisa yang cukup besar untuk mendukung perekonomian Indonesia. Komoditas-komoditas perkebunan yang masih banyak diminati masyarakat dan memiliki nilai ekspor yang tinggi yaitu komoditas kakao, kopi, tebu, karet dan sebagainya. Salah satu jenis tanaman perkebunan yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat di Indonesia yaitu biji kakao. Kakao merupakan salah satu komoditas andalan perkebunan yang peranannya cukup penting bagi perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan dan devisa negara. Disamping itu kakao juga berperan dalam mendorong pengembangan wilayah dan pengembangan agroindustri (Purwono (2007).

Tanaman kakao merupakan tanaman perkebunan yang berupa biji yang dapat di olah menjadi coklat. Biji kakao memiliki peran besar bagi perekonomian Indonesia karena merupakan sumber bahan baku yang utama bagi industri seperti industri coklat. Masyarakat di Indonesia banyak yang memilih budidaya tanaman biji kakao karena dianggap memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Hal itu disebabkan karena tingginya permintaan biji kakao di Indonesia yang menyebabkan minat masyarakat untuk menanam biji kakao juga menjadi tinggi. Permintaan biji kakao yang tinggi di Indonesia tidak diimbangi dengan meningkatnya produksi biji kakao dalam negeri sehingga masih terjadi kegiatan impor biji kakao . Berdasarkan data Direktorat Jendral Perkebunan (2017), berikut adalah data luas areal biji kakao yang ada di Indonesia dari tahun 2012 hingga 2016.

Tabel 1 1 Luas Areal Kakao menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2012-2016 (Ha)

| Provinsi          | Tahun          |                |                |                |                | Pertumbuhan<br>% |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
|                   | 2012           | 2013           | 2014           | 2015           | 2016           |                  |
| Aceh              | 103.104        | 106.211        | 101.650        | 102.649        | 101.562        | 0,98             |
| Sumatra Utara     | 80.493         | 76.486         | 65.639         | 66.027         | 59.772         | 0,59             |
| Sumatra Barat     | 137.299        | 150.319        | 156.998        | 158.863        | 158.370        | 1,19             |
| Riau              | 8.075          | 7.629          | 7.156          | 7.113          | 7.083          | -0,61            |
| Jambi             | 2.040          | 2.082          | 2.220          | 2.270          | 2.256          | 2,25             |
| Sumatra Utara     | 11.664         | 10.218         | 10.455         | 10.806         | 11.274         | 3,36             |
| Bengkulu          | 13.650         | 13.517         | 13.421         | 13.125         | 12.862         | -2,21            |
| Lampung           | 65.697         | 63.317         | 72.032         | 71.192         | 72.027         | -1,17            |
| Jawa Barat        | 11.384         | 8.963          | 9.546          | 9.470          | 9.216          | -0,80            |
| Jawa Tengah       | 8.006          | 8.006          | 7.572          | 7.613          | 7.332          | 0,54             |
| DI Yogyakarta     | 4.990          | 5.012          | 5.088          | 5.156          | 5.048          | 1,34             |
| <b>Jawa Timur</b> | <b>63.040</b>  | <b>65.432</b>  | <b>51.072</b>  | <b>54.211</b>  | <b>56.642</b>  | <b>6,15</b>      |
| Banten            | 9.183          | 8.207          | 7.582          | 7.866          | 7.120          | 3,74             |
| Bali              | 14.921         | 10.803         | 14.484         | 14.487         | 14.203         | 0,02             |
| <b>Jumlah</b>     | <b>533.546</b> | <b>536.202</b> | <b>524.915</b> | <b>530.848</b> | <b>524.767</b> | <b>15</b>        |

Sumber : Direktorat Jendral Perkebunan, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa hasil luas areal biji kakao pada tahun 2012 sampai 2016 mengalami fluktuatif. Provinsi Jawa Timur berpotensi untuk dibudidayakan komoditi kakao yang diusahakan oleh Perkebunan Rakyat (PR), Perkebunan Besar Negara (PTPN), dan Perkebunan Besar Swasta (PBS). Areal kakao di Jawa Timur pada tahun 2012 seluas 63.040 Ha, tahun 2013 seluas 65.432 Ha, tahun 2014 seluas 52.072 Ha, dan pada tahun 2015 seluas 54.211 Ha, serta pada tahun 2016 seluas 56.642 Ha sehingga diperoleh pertumbuhannya sebesar 6.15%.

Minat masyarakat di Jawa Timur untuk budidaya tanaman biji kakao tinggi karena tanaman biji kakao dianggap memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga pendapatan petani biji kakao juga ikut menjadi tinggi. Masyarakat di Jawa Timur banyak yang memproduksi biji kakao karena di Jawa Timur permintaan akan biji kakao cukup tinggi sehingga masyarakat banyak memilih memproduksi biji kakao salah satunya adalah di Kabupaten Trenggalek. Menurut Hariyati 2018, perbaikan perkebunan kakao dapat dilakukan melalui upaya rehabilitasi, peremajaan dan perluasan areal dengan bahan tanam unggul dan penerapan teknologi maju. Berikut adalah tabel luas tanam dan produksi tanaman perkebunana di Kabupaten Trenggalek.

Tabel 1.2 Luas Tanam dan Produksi Tanaman Perkebunan di Kabupaten Trenggalek tahun 2017

| <b>Komoditas</b>  | <b>Luas Tanaman (Ha)</b> | <b>Produksi (Ton)</b> |
|-------------------|--------------------------|-----------------------|
| Kelapa            | 15.211                   | 13.815                |
| Tebu              | 336                      | 1.388                 |
| Kopi              | 566                      | 328                   |
| Cengkeh           | 5.722                    | 1.759                 |
| <b>Biji kakao</b> | <b>4.383</b>             | <b>2.690</b>          |
| <b>Jumlah</b>     | <b>26.218</b>            | <b>19.980</b>         |

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018.

Berdasarkan tabel 1.2, dapat diketahui bahwa luas tanaman dan produksi di Kabupaten trenggalek pada tahun 2017 terdapat komoditas kelapa, tebu, kopi cengkeh dan biji kakao. Luas tanam yang paling tinggi terjadi pada komoditas kelapa dengan luas 15.211 ha ton sedangkan yang paling rendah terjadi pada komoditas tebu dengan leas areal 336 ha. Produksi tertinggi terjadi pada komoditas kelapa dengan jumlah sebanyak 13.815 ton, sedangkan produksi terendah adalah komoditas kopi yaitu sebanyak 328 ton. Luas tanam untuk biji kakao adalah sebesar 4.383 ha dan produksinya sebesar 2.690 ton, hal ini merupakan hasil yang dapat dikembangkan di Kabupaten Trenggalek.

Menurut Sartika (2015), Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu wilayah yang dicanangkan untuk pengembangan pertanaman biji kakao di provinsi Jawa Timur. Biji kakao merupakan tanaman yang dapat dijadikan primadona di Kabupaten Trenggalek sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk bermata pencaharian sebagai petani. Hal ini terbukti dari tingginya luas areal dan produksi yang dimiliki masyarakat di Kabupaten Trenggalek yang menempati posisi tinggi di Provinsi Jawa Timur. Kakao di Kabupaten Trenggalek ditanam di perkebunan rakyat. Berikut adalah tabel produksi tanaman perkebunan di Kabupaten Trenggalek pada tahun 2016.

**Tabel 1.3** Produksi Tanaman Perkebunan di Kabupaten Trenggalek Tahun 2016 (Ton)

| Kecamatan     | Kelapa           | Cengkeh         | Kopi           | Biji kakao      | Tebu            |
|---------------|------------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Panggul       | 2.663,64         | 110,4           | 142,4          | 78,34           | -               |
| Munjungan     | 4.102,91         | 884,31          | 34,4           | 21,15           | -               |
| Watulimo      | 10.769,21        | 251,42          | 28,31          | 87,12           | 557,5           |
| Kampak        | 675,89           | 59,41           | 44,4           | 98,89           | 1.050           |
| Dongko        | 2.455,9          | 163,27          | 19,83          | 138,32          | 1.015           |
| Pule          | 381,71           | 113,91          | 20,22          | 108,69          | 3.587,50        |
| Karangan      | 1.842,68         | -               | 6,73           | 175,83          | 5.635,00        |
| <b>Suruh</b>  | <b>594,55</b>    | <b>102,28</b>   | <b>3,09</b>    | <b>169,75</b>   | <b>356,3</b>    |
| Gandusari     | 298,69           | 0,79            | -              | 68,1            | -               |
| Durenan       | 375,71           | -               | -              | 20,6            | 4.681,6         |
| Pogalan       | 38,97            | -               | 6,05           | 34,98           | 2.569,70        |
| Trenggalek    | 249,01           | 2,85            | 1.125          | 13,33           | 2.450           |
| Tugu          | 1.756,85         | 11,03           | -              | 109,73          | 1.624,7         |
| Bendungan     | 363,01           | 8,44            | 9,77           | 47,16           | -               |
| <b>Jumlah</b> | <b>26.568,73</b> | <b>1.708,11</b> | <b>1.440,2</b> | <b>1.171,99</b> | <b>23.527,3</b> |

Sumber: Kementerian Pertanian, 2017

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat dilihat bahwa hasil produksi tanaman perkebunan dari tahun 2016 di Kabupaten Trenggalek mulai dari kelapa, cengkeh, kopi, biji kakao dan tebu di Kabupaten Trenggalek. Produksi biji kakao di Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek pada tahun 2016 sebesar 169,75 ton. Produksi biji kakao tertinggi kedua berada di Kecamatan Suruh, sedangkan produksi biji kakao terendah berada di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dengan jumlah produksi sebanyak 20,6 ton.

Kecamatan Suruh merupakan kecamatan yang masyarakatnya banyak yang memilih budidaya tanaman perkebunan termasuk tanaman biji kakao. Menurut Rachmad (2017), Kecamatan Suruh merupakan kecamatan yang memiliki luas areal dan produksi biji kakao tertinggi di Kabupaten Trenggalek. Masyarakat di Kecamatan Suruh banyak yang berbudidaya biji kakao karena cuaca, iklim, kelembaban, dan tanah di Kecamatan Suruh sangat cocok untuk budidaya tanaman biji kakao. Tingginya luas areal di Kecamatan Suruh berarti terdapat potensi besar terhadap pengembangan agroindustri biji kakao sehingga masyarakat lebih memilih budidaya tanaman biji kakao daripada budidaya tanaman lainnya. Berikut data luas areal subsektor pangan di Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek menurut BPS 2016.

**Tabel 1 4 Luas Areal (Ha) menurut Komoditi Pertanian di Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek Tahun 2014-2016**

| No | Jenis Tanaman     | 2014         | 2015         | 2016         |
|----|-------------------|--------------|--------------|--------------|
| 1  | Cengkeh           | 563.5        | 563.5        | 563.5        |
| 2  | Kelapa            | 829.25       | 829.25       | 829.25       |
| 3  | Kopi              | 4.25         | 4.25         | 4.25         |
| 4  | Tebu              | 26.5         | 26.5         | 26.5         |
| 5  | <b>Biji kakao</b> | <b>437.5</b> | <b>437.5</b> | <b>437.5</b> |
| 6  | Kapuk Randu       | 5            | 5            | 5            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>1.861</b> | <b>1.861</b> | <b>1.861</b> |

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2017

Berdasarkan Tabel 1.4, dapat dilihat bahwa luas areal yang paling tinggi di Kecamatan Suruh dimiliki oleh tanaman kelapa dengan luas 829.25 Ha sedangkan luas areal terendah di Kecamatan Suruh dimiliki oleh tanaman kapuk randu yang hanya memiliki luas areal sebesar 5 Ha saja. Luas areal biji kakao di Kecamatan Suruh sebesar 829.25 Ha yang berarti terluas ketiga setelah luas areal kelapa dan cengkeh. Tingginya luas areal biji kakao di Kecamatan Suruh menandakan bahwa banyak masyarakat yang memilih untuk berusahatani biji kakao.

Salah satu daerah yang menanam biji kakao dan telah menghasilkan di Kabupaten Trenggalek adalah Desa Suruh Kecamatan Suruh. Pemasaran merupakan alur perpindahan produk tangan petani produsen sampai ketangan konsumen akhir. Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting setelah selesainya proses produksi kerana tujuan akhir dari berusahatani adalah memasarkan hasil produksi dengan harga setinggi-tingginya agar dapat meningkatkan pendapatan. Kondisi pemasaran menimbulkan suatu siklus atau lingkaran pasar suatu komoditi. Apabila pemasarannya tidak lancar maka kondisi ini dapat mempengaruhi motivasi petani untuk merawat tanaman. Akibatnya penawaran menurun sehingga harga menjadi naik.

Pemasaran biji kakao di Desa Suruh adalah alur perpindahan kakao dari petani biji kakao ketangan konsumen akhir melalui perantara. Biji kakao yang dihasilkan oleh petani di desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek dipasarkan berupa biji kering fermentasi dan biji kering non fermentasi. Salah satu kendala pemasaran biji kakao di Desa Suruh adalah rantai atau saluran pemasaran yang melibatkan banyak lembaga pemasaran. Kakao di Desa Suruh merupakan

kakao organik yang telah menerima sertifikat dari ICERT. Sertifikat tersebut menetapkan bahwa kakao di Desa Suruh merupakan kakao organik. Petani yang tergabung dalam Kelompok Tani Tunggal Jaya di Desa Suruh menjual kakao ke tengkulak dan ke Kelompok Tani, hal ini menyebabkan adanya perbedaan harga dan kualitas kakao yang dijual. Selain itu, kakao yang di jual kepada tengkulak yaitu kakao dalam bentuk biji asalan, sedangkan kakao yang dijual kepada Kelompok Tani dalam bentuk buah kakao gelondongan. Saluran pemasaran ini memiliki perbedaan terkait harga dan kualitas. Semakin panjang saluran pemasaran, harga di tingkat konsumen akan semakin tinggi sehingga keuntungan dari tingginya harga tidak dinikmati petani melainkan pedagang perantara. Oleh karena itu, perbedaan margin pemasaran yang tinggi akan merugikan petani sebagai produsen. Kurangnya informasi pasar menyebabkan pengetahuan petani mengenai kondisi pasar, sehingga mengakibatkan *bargaining position* petani dalam menentukan harga jual biji kakao menjadi lemah. Harga biji kakao ditentukan oleh para pedagang biji kakao yang langsung membeli biji kakao dari petani.

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran mengakibatkan bertambahnya biaya pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi biaya yang dikeluarkan sehingga semakin tinggi pula harga biji kakao yang dibayarkan konsumen. Oleh sebab itu diindikasikan bahwa pemasaran biji kakao di Desa Suruh tidak efisien. Struktur pemasaran adalah merupakan pendekatan yang digunakan untuk melihat lingkungan pemasaran dengan melihat struktur pasar pada masing-masing lembaga pemasaran. Struktur pasar dapat mempengaruhi perilaku pasar biji kakao. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis untuk melihat struktur pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin meneliti saluran pemasaran biji kakao dan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga lembaga pemasaran biji kakao dan struktur pasar dalam proses pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana saluran pemasaran dan peran masing-masing lembaga pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana hambatan masuk pasar pada pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek?
3. Bagaimana konsentrasi rasio pada pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran dan peran masing-masing lembaga pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.
2. Untuk mengetahui hambatan masuk pasar biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.
3. Untuk mengetahui konsentrasi rasio pada pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Pemerintah, dapat dijadikan sebagai pedoman untuk menetapkan kebijakan terkait pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.
2. Bagi petani, dapat dijadikan sumber informasi dalam pengembangan biji kakao guna memperoleh pemasaran yang sesuai di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.
3. Bagi lembaga pemasaran, dapat memberi rekomendasi dan menambah informasi dalam meningkatkan pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### *2.1 Penelitian Terdahulu*

Menurut Ali dan Rukka (2011), dalam penelitiannya yang berjudul “Peran Pedagang Kakao Dalam Peningkatan Efisiensi Pasar Di Sulawesi Selatan” menyebutkan bahwa Kegiatan pemasaran yang paling efisien terjadi pada Saluran IV dengan capaian efisiensi sebesar 3,50% dan yang paling tidak efisien terjadi pada Saluran I dengan capaian efisiensi sebesar 14,57%. Saluran pemasaran biji kakao di Provinsi Sulawesi ke IV adalah Petani kakao → Pedagang Pengumpul Kabupaten → Pedagang Besar/Eksportir → Pabrik Pengolahan di Luar Negeri (Konsumen Antara). Hasil tersebut relevan dengan penelitian ini pada permasalahan pertama mengenai saluran pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

Menurut Abubakar (2013), dalam penelitiannya yang berjudul “Kinerja Kelembagaan Pemasaran Kakao Biji Tingkat Petani Perdesaan Sulawesi Tengah: Kasus Desa Ampibabo Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong” menyatakan bahwa Struktur Pasar yang terbentuk di Desa Ampibabo adalah bentuk pasar oligopsoni, perilaku pasar kakao di tingkat petani merupakan perilaku kelembagaan yang bersifat mengikat petani kakao dalam sebuah kontrak perjanjian antara petani dan pedagang dalam system pemasaran. Margin total pada saluran I sebesar Rp. 2.000/kg sedangkan pada saluran II sebesar Rp. 2.500/kg. Jadi, petani sebaiknya menjual kakaonya pada saluran I untuk mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi dibanding saluran II. Saluran pemasaran kakao yang terbentuk pada Desa Ampibabo ada 2 yakni saluran I dan saluran II dimana bagian harga yang diterima petani pada saluran I sebesar 90,24% sedangkan bagian harga yang diterima petani pada saluran II sebesar 87,80%, menunjukkan petani memperoleh pendapatan yang lebih apabila menjual pada saluran I dibandingkan pada saluran II. Hasil tersebut relevan dengan penelitian ini pada permasalahan pertama mengenai saluran pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.



Menurut Gachena dan Solomon (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Evaluating Coffee Market Structure and Conduct in Bench – Maji Zone, South West Ethiopia” menyatakan bahwa struktur pasar dievaluasi berdasarkan tingkat konsentrasi, hambatan masuk pasar dan tingkat transparansi pasar atau informasi pasar. Hasil analisis struktur pasar menunjukkan bahwa volume kopi yang diperdagangkan di Sheko dan South Bench Woredas terkonsentrasi di beberapa pedagang. Rasio konsentrasi empat perusahaan untuk pedagang grosir di daerah tersebut adalah 70% dan 84,77%, sedangkan untuk pedagang pengumpul kopi rasio konsentrasinya adalah 68,8% dan 60,33% dari total volume yang dibeli. Hal ini menyiratkan bahwa pasar kopi di kedua wilayah tersebut adalah pasar yang sangat oligopolistik. Hasil analisis tingkat transparansi menunjukkan bahwa mayoritas produsen kopi mempunyai akses yang buruk terhadap informasi harga, sehingga petani mempunyai kekuatan pasar yang rendah dalam menentukan harga. Hasil analisis hambatan masuk pasar kopi menunjukkan bahwa kekurangan modal, perizinan hanya untuk kegiatan bisnis tertentu, dan kualitas kopi dan adanya pedagang ilegal merupakan hambatan utama masuk dalam perdagangan kopi bagi sebagian besar pedagang di Sheko dan South Bench Woredas. Hasil penelitian tersebut relevan dengan penelitian ini pada permasalahan kedua mengenai hambatan masuk pasar biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

Menurut Cristavo *et al.* (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Marketing Efficiency Analysis of Organic Coffee in Ermera Regency” menyatakan bahwa struktur pasar pada pemasaran kopi di Kabupaten Ermera dapat ditentukan berdasarkan lima faktor yaitu (1) jumlah dan ukuran pasar (2) kondisi dan keadaan produk (3) kondisi keluar atau masuk pasar (4) informasi pasar dan (5) konsentrasi rasio. Berdasarkan hasil analisis konsentrasi rasio, struktur pasar di Kabupaten Ermera mengarah pada struktur pasar oligopolistik kuat dikarenakan mempunyai nilai konsentrasi rasio sebesar 0,98 atau dapat dikatakan industri yang kuat akan mengendalikan 98% dari total produksi. Hasil penelitian tersebut relevan dengan penelitian ini pada permasalahan ketiga

mengenai konsentrasi rasio pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

Hasil penelitian lain yang terkait dengan permasalahan kedua mengenai struktur, perilaku dan keragaan pasar biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek relevan dengan hasil penelitian Sitorus (2011), yang berjudul “Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Biji kakao di Indonesia”. Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa struktur industri menggambarkan bagaimana keadaan industri biji kakao ini yang dinilai dari beberapa elemen seperti konsentrasi ratio, hambatan masuk pasar, pangsa pasar, derajat perbedaan produk, dan informasi yang diperoleh untuk masuk dalam suatu industri. Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata nilai konsentrasi ratio adalah sebesar 67.4%, besarnya nilai rata-rata hambatan masuk pasar adalah sebesar 45.12%, produknya terdiferensiasi, dan akan sulit untuk memperoleh informasi untuk memasuki industri, sehingga dapat disimpulkan bahwa industri biji kakao ini bersifat oligopoli. Hasil tersebut relevan dengan penelitian ini pada kedua dan ketiga tentang hambatan dan konsentrasi rasio pada pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

Menurut Rahayu (2013), yang berjudul “Analisis Struktur Pasar (Market Structure) Jagung Di Kabupaten Grobogan” menyebutkan bahwa jaringan pemasaran lama (pedagang besar yang sudah bertahun-tahun dan sekarang sudah masuk pada generasi ke 3 biasanya menguasai hampir sebagian besar pembelian jagung di Kabupaten Grobogan, dan perusahaan ini sangat rigid terhadap informan baru (pengalaman peneliti tidak boleh masuk dan sulit mendapatkan informasi) maka sering dalam sistem pemasaran ini petani dalam posisi sebagai penerima harga (price taker) karena petani tidak memiliki posisi tawar. Struktur pasar jagung terdapat kecenderungan mendekati bentuk struktur pasar oligopsoni atau oligopoli. Bagi pemain baru dalam tataniaga jagung, hambatan masuk pasar (entry) adalah (1) kepemilikan modal (besar dan kuat), (2) hubungan yang kuat dan berkesinambungan dalam bentuk pelanggan dan loyalitas (kesetiaan), (3) terdapat ikatan sebagai pemberi modal usaha atau barang yang hanya mengandalkan kepercayaan (trust) sehingga tanpa bunga maka tidak mudah

memberikan kepercayaan kepada pedagang baru yang belum dikenalnya, (4) kurangnya sarana prasarana pemasaran(jalan, alat transportasi, jembatan dll). Hasil tersebut relevan dengan penelitian ini pada hambatan masuk pasar biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

Menurut Abah *et al.* (2015), dalam penelitiannya yang berjudul “*Analysis of the Structure and Conduct of Cocoa Marketing in Benue State, Nigeria* (Analisis Struktur dan Perilaku Pemasaran Kakao di Benue State, Nigeria)” menyebutkan bahwa struktur pasar ditemukan bersifat oligopsonistik. Mayoritas responden menjual kakao mereka dengan segera setelah panen. Keputusan harga kakao yang di terima saling bergantung antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Pada pasar oligopsonistik ini merujuk pada suatu kondisi pasar dimana terdapat beberapa pembeli. Pasar ini di dilihat dari sudut pandang pembeli atau konsumen. Hasil tersebut relevan dengan penelitian ini pada struktur pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

Menurut Hakim (2011), dalam penelitiannya yang berjudul “Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Biji Kakao Di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah” menyatakan bahwa snalisis struktur pasar (market structure) biji kakao di Kabupaten Parigi Moutong cenderung oligopoli. Pangsa pasar terbesar yaitu PT. Olam Indonesai dengan nilai pangsa pasar sebesar 24.16 persen. Pasar biji kakao di Kabupaten Parigi Moutong terkonsentrasi dengan tingkat persaingan yang kecil, hal ini ditunjukkan dengan nilai CR4 sebesar 0.70. Selain itu terdapat hambatan masuk dalam pemasaran biji kakao di Kabupaten Parigi Moutong, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata Minimum Efficiency Scale (MES) tahun 2009 – 2013 sebesar 22.65%. Hasil tersebut relevan dengan penelitian ini pada permasalahan kedua mengenai hambatan masuk pasar biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

Menurut Hakim (2011), dalam penelitiannya yang berjudul “Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Biji Kakao Di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah” Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran biji kakao memiliki empat saluran pemasaran, pasar bersifat oligopsoni, posisi petani sebagai penerima harga dan adanya hambatan masuk pasar karena peranan

pedagang pengumpul. Total margin yang tertinggi terdapat pada saluran 2 (petani-pedagang desa-pedagang kecamatan-eksportir) yaitu sebesar Rp 25.465. Hasil tersebut relevan dengan penelitian ini pada permasalahan ketiga hambatan masuk pasar biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Komoditas Biji kakao

#### 2.2.1.1 Sejarah Biji kakao di Indonesia

Dalam sejarah perkebunan di Indonesia, termasuk biji kakao tercatat sebagai salah satu tanaman yang berhasil dikembangkan di Indonesia. Tanaman biji kakao yang di tanam di Indonesia berasal dari biji-biji kakao yang dibawa oleh bangsa portugis pada waktu menaklukan kepulauan Sangir. Berawal dari sangir mereka melanjutkan perjalanan ke Manado dan disitulah mereka menanam biji-biji kakao yang dibawanya. Dugaan tersebut berdasarkan kenyataan bahwa bangsa portugis yang pada waktu itu sebagai pemegang monopoli atas perdagangan biji kakao dan akhirnya menyebar ke berbagai kepulauan di Indonesia. Tanaman biji kakao merupakan salah satu tanaman komersial yang di tanam di Indonesia. Perkembangan budidaya biji kakao sempat mengalami kemunduran akibat serangan penyakit karat daun yang masuk ke Indonesia. Akibatnya tanaman biji kakao hanya mampu bertahan di daerah-daerah tertentu. Tanaman biji kakao merupakan tanaman perkebunan dengan klasifikasi ilmiah sebagai berikut (Karmawati dkk, 2010):

Kingdom : Plantae  
Subdivisio : Angiospermae  
Kelas : Dicotyledoneae  
Ordo : Malvales  
Familia : Sterculiaceae  
Genus : *Theobroma*  
Spesies : *Theobroma cacao L.*

Tanaman biji kakao (*Theobroma cacao L*) yang di tanam di Indonesia pada umumnya merupakan salah satu tanaman perkebunan yang

dikembanguaskan dalam rangka peningkatan sumber devisa negara dari sektor nonmigas. Tanaman biji kakao tersebut merupakan salah satu anggota genus *Theobroma* dari familia *Sterculiaceae* yang banyak dibudidayakan. Jenis-jenis tanaman biji kakao yang dibudidayakan dan ditanam diperkebunan pada umumnya adalah biji kakao jenis *forastero* (*bulk cocoa* atau biji kakao lindak), *Criollo* (*fine cocoa* atau biji kakao mulia), dan hibrida (hasil persilangan antara jenis *Forastero* dan *Criollo*). Pada perkebunan-perkebunan besar biasanya biji kakao yang dibudidayakan adalah jenis mulia (Karmawati dkk, 2010).

### 2.2.1.2 Budidaya Biji kakao

#### 1. Kesesuaian Lingkungan

Faktor-faktor lingkungan yang sangat berpengaruh terhadap budidaya tanaman biji kakao adalah ketinggian tempat, curah hujan, intensitas sinar matahari, angin dan tanah ( Karmawati *et al*, 2010).

##### a. Ketinggian Tempat

Ketinggian tempat sebenarnya tidak berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan tanaman biji kakao. Pada umumnya, tinggi rendahnya suhu ditentukan oleh ketinggian tempat dari permukaan air laut. Ketinggian tempat di Indonesia yang ideal untuk penanaman biji kakao adalah tidak lebih tinggi dari 800 m dari permukaan laut.

##### b. Curah Hujan

Berdasarkan proses pembungaan maka daerah optimum untuk pertumbuhan tanaman biji kakao adalah sebagai berikut:

- Hujan rata-rata per tahun 1.100-3.000 mm
- Curah hujan yang melebihi 4.500 mm per tahun tampaknya berkaitan erat dengan serangan penyakit busuk buah. Daerah yang curah hujannya lebih rendah dari 1.200 mm per tahun masih dapat ditanami biji kakao, tetapi dibutuhkan air irigasi.

##### c. Penyinaran

Cahaya matahari yang terlalu banyak akan mengakibatkan lilit batang kecil, daun sempit, dan batang relatif pendek. Pemanfaatan cahaya matahari

semaksimal mungkin dimaksudkan untuk mendapatkan intersepsi cahaya dan pencapaian indeks luas daun optimum. Untuk mengatur datangnya sinar matahari biasanya diantara tanaman biji kakao ditanam tanaman pelindung. Tanaman pelindung ini di atur sehingga tanaman biji kakao bisa tumbuh ditempat yang teduh dan mendapatkan sinar matahari yang cukup.

#### d. Angin

Angin berpengaruh terhadap biji kakao yang mempunyai peranan untuk membantu berpindahnya serbuk sari bunga dan tanaman satu ke putik bunga biji kakao yang lain. Dengan demikian terjadi penyerbukan yang dapat menghasilkan buah.

#### e. Tanah

Secara umum tanaman biji kakao membutuhkan tanah yang gembur, subur, dan kaya bahan organik. Kakao membutuhkan pH tanah antara 6-7,5. Apabila pH tanah kurang dari angka tersebut tanaman biji kakao juga masih dapat tumbuh tetapi kurang dapat menyerap unsur hara sehingga perlu di tambahkan kapur.

### 2. Pembibitan

Pemilihan bibit mencakup berbagai segi seperti pemilihan varietas atau klon unggul yang sesuai, macam bibit, serta sumber bibit dan benih. Ciri-ciri klon unggul yaitu dapat berproduksi tinggi dan kontinyu, tahan terhadap serangan hama atau penyakit serta menghasilkan biji kakao yang bermutu tinggi.

### 3. Pembuatan lubang tanam

Lubang tanam di buat 3-6 bulan sebelum tanam. hal ini bertujuan untuk memperbaiki struktur tanah dan membunuh bibit penyakit. Jarak tanam yang di anjurkan adalah 2,5 m x 2,5 m untuk tanaman biji kakao.

### 4. Pemupukan

Pupuk buatan di berikan 2 tahun dalam setahun, yaitu pada awal dan akhir musim hujan. Pada tahun pertama, setiap tanaman di pupuk dengan ZA 100g, KCL 50g, dan TSP 200g per pohon. Pupuk tersebut diberikan 2 kali, yaitu pada saat umur 6 bulan dan pada saat umur 1 tahun. Pupuk organik yang diberikan biasanya berupa mulsa yang berasal dari daun-daun sekitar tanaman biji kakao,

rumpun hasil penyiangan, bahan hasil pematangan pohon pelindung dan pohon penutup tanah, serta daging buah biji kakao yang telah mengering. Pada tanah yang cukup liat pupuk kandang atau kompos sering diberikan pada tanaman biji kakao.

#### 5. Pemangkasan

Pemangkasan sebaiknya dilakukan pada awal atau akhir musim hujan setelah pemupukan. Alat yang digunakan adalah gergaji untuk memangkasan batang yang cukup besar dan gunting pangkas untuk memotong batang atau cabang yang agak kecil.

#### 6. Pencegahan dan Pengendalian Hama, Penyakit, dan Gulma.

Usaha untuk menghindari tanaman biji kakao dari serangan hama, penyakit dan gulma harus dilakukan sedini mungkin dengan cara mencegah timbulnya serangan hama, penyakit dan gulma dengan cara menggunakan varietas atau klon biji kakao yang dianjurkan, penanaman tanaman perlindungan dan penutup tanah yang tahan lama dan penyakit, serta lingkungan tanaman harus bersih dan tanaman biji kakao harus sering diperhatikan.

#### 7. Panen

Tanaman biji kakao yang dirawat dengan baik sudah berproduksi pada umur 2,5-3 tahun. Biasanya jumlah biji kakao yang dipetik pada tahun pertama hanya sedikit. Jumlah tersebut semakin meningkat dari tahun ke tahun dan mencapai puncaknya setelah berumur 7-9 tahun. Biji kakao dapat menghasilkan sekitar 1,8 ton biji kakao kering per hektar per tahun.

#### 8. Penanganan pasca panen

Tujuan pengeringan adalah untuk mengurangi kadar air dari biji sampai mencapai 4 - 6 % dan mendapatkan warna kulit biji yang baik (merah coklat dan mengkilat) serta merata. Pengeringan dapat dilakukan dengan cara dijemur pada sinar matahari langsung (*sundrying*), menggunakan alat pengering buatan (*artificial drying*), dan kombinasi antara *sundrying* dan *artificial drying*. Pada perkebunan besar biasanya menggunakan cara kombinasi. Pada prinsipnya penjemuran adalah cara pengeringan yang lebih baik, namun karena mungkin

cuaca yang berubah-ubah dan jumlah yang dikeringkan banyak, maka lebih sering digunakan cara kombinasi tersebut

Teknik budidaya biji kakao diatas digunakan dalam penelitian ini untuk menilai teknik budidaya biji kakao yang dilakukan oleh petani di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek sudah sesuai dengan standart teknik budidaya biji kakao dan memperngaruhi optimalisasi hasil produksi. Apabila teknik budidaya biji kakao di lakukan dengan standart maka hasil produksi biji kakao akan optimal, begitu juga sebaliknya, apabila teknik budidaya biji kakao tidak dilakukan sesuai dengan standart maka produksi biji kakao kurang optimal.

### 2.2.2 Konsep Pasar

Konsep pasar digunakan untuk menggambarkan pasar biji kakao di daerah penelitian. Dengan menggunakan konsep pasar tersebut dapat dilihat bagaimana karakteristik penjual dan pembeli serta produk biji kakao apa yang dibutuhkan oleh para pelaku pasar. Menurut Sunarto (2004) pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk. Para pembeli ini memiliki kebutuhan yang sama dan dipuaskan lewat pertukaran dan hubungan. Ukuran pasar tergantung daripada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki sumberdaya yang terlibat dalam pertukaran, dan mau menawarkan sumberdaya ini dalam pertukaran yang diinginkan. Istilah pasar berarti tempat pertemuan pembeli dan penjual untuk menukar barang-barang. Ekonom menggunakan istilah pasar untuk mengartikan kumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi.

Pengertian lain tentang pasar menurut Mursid (1997), pasar adalah tempat pertemuan anatar penjual dengan pembeli. Pasar juga dapat dikatakan sebagai daerah atau tempat yang didalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu membentuk harga. Pasar juga dapat diartikan suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar menawar sehingga dengan demikian terbentuk harga. Terdapat 3 faktor yang menunjang terjadinya pasar yaitu orang dengan segala keinginannya, daya beli mereka, dan tingkah laku dalam pembelian mereka.



Pasar diartikan juga sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli atau terdapatnya kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk suatu harga. Pendapat lain mengatakan bahwa pasar merupakan suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar menawar sehingga dengan demikian terbentuk harga. Ada tiga faktor yang menunjang terjadinya pasar yaitu, orang dengan segala keinginannya, daya belinya serta tingkah laku dalam pembeliannya (Umar, 2003).

Berdasarkan pengertian konsep pasar menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan tempat pertemuan antara pembeli dan penjual. Pasar juga dapat diartikan tempat pertemuan antara penawaran dan permintaan. Sehingga akan terbentuk suatu harga yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

### 2.2.3 Teori Pemasaran

Pemasaran (tata niaga = distribusi = *marketing*) merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran juga diartikan sebagai proses sosial dan manajerial yang dalam hal ini individu atau kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginannya dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain. Proses pemasaran yang sesungguhnya adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan, serta penerapan sistem distribusi untuk menyampaikan barang dan jasa kepada pelanggan atau konsumen (Hanafie, 2010).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), definisi secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Karena itu pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai tinggi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusahatani dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk mendapatkan laba, dan untuk berkembang. Berhasil atau tidaknya usaha tersebut sangat bergantung pada keahlian dibidang pemasaran, produksi, keuangan dan sumberdaya manusia. Pemasaran terdiri dari tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang serta jasa yang ditimbulkan. Proses pemasaran meliputi aspek fisik dan non fisik. Aspek fisik menyangkut perpindahan barang ke tempat dimana mereka dibutuhkan, sedangkan aspek nonfisik dalam arti bahwa penjual harus mengetahui apa yang diinginkan oleh para pembeli dan pembeli harus mengetahui apa yang dijual (Firdausi, 2007).

Berdasarkan teori pemasaran menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan penyampaian produk dari tangan produsen ke konsumen akhir. Pemasaran juga sebagai kegiatan pertukaran dengan tujuan untuk memenuhi keinginan konsumen dan untuk mendapatkan keuntungan bagi produsennya. Teori pemasaran diatas digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan bagaimana pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek. Sistem pemasaran biji kakao di Desa Suruh dapat menggambarkan pola pemasaran yang terjadi dalam pendistribuasian biji kakao dari tangan petani produsen hingga konsumen akhir.

#### 2.2.4 Lembaga Pemasaran

Menurut Firdaus (2007), setiap agribisnis harus menetapkan cara untuk memindahkan dan menyalurkan produknya kepada pelanggan. Saluran distribusi berkenaan dengan jejak penyaluran barang dari produsen ke konsumen akhir. Lembaga-lembaga yang ikut terlibat dalam penyaluran barang antara lain:

1. Produsen
2. Perantara
3. Konsumen akhir

Menurut Sudiyono (2002), lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari

produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha dan individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tengkulak, yaitu lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijon maupun kontrak pembelian.
2. Pedagang besar, yaitu melakukan proses pengumpulan komoditi dari pedagang-pedagang pengumpul, penyebaran ke agen-agen ataupun pengecer.
3. Agen penjualan, produk pertanian yang belum ataupun sudah mengalami proses pengolahan di tingkat pedagang besar harus didistribusikan ke agen penjualan maupun pengecer.
4. Pengecer, merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen. Pengecer sebenarnya merupakan ujung tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersil artinya keberlanjutan proses produksi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran sangat bergantung dari aktivitas pengecer dalam menjual produk kepada konsumen.

Berdasarkan teori lembaga pemasaran menurut para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa lembaga pemasaran adalah badan usaha atau orang-orang yang terlibat didalam suatu sistem pemasaran. Lembaga pemasaran tersebut meliputi produsen, pedagang perantara, dan konsumen. Teori lembaga pemasaran tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi lembaga pemasaran apa saja yang terlibat dalam pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek dari petani produsen hingga konsumen.

#### 2.2.5 Saluran Pemasaran

Menurut Kotler (1997), saluran pemasaran adalah serangkaian kegiatan organisasi yang sangat bergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk dan jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Sebuah saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen.

Hal ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan pemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya.

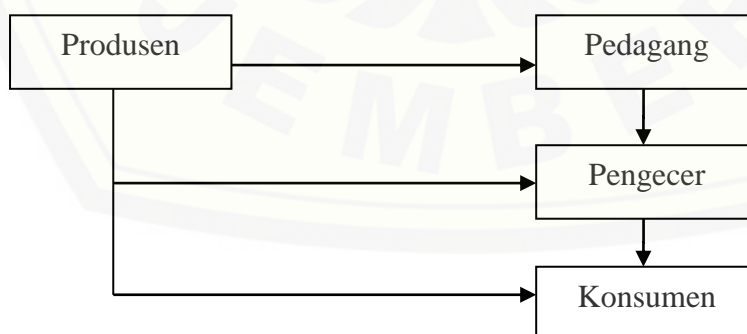
Terdapat empat macam saluran pemasaran yaitu:

1. Saluran nol-tingkat (saluran pemasaran langsung) merupakan saluran yang terdiri dari saluran perusahaan yang menjual langsung ke pelanggan akhir.
2. Saluran satu-tingkat merupakan saluran yang berisi satu perantara penjualan.
3. Saluran dua-tingkat merupakan saluran yang berisi dua perantara dalam pasar konsumsi yaitu pedagang besar dan pengecer.
4. Saluran tiga-tingkat merupakan saluran yang terdiri dari tiga perantara.

Secara teoritis dapat dikatakan bahwa semakin pendek rantai pemasaran barang hasil pertanian maka:

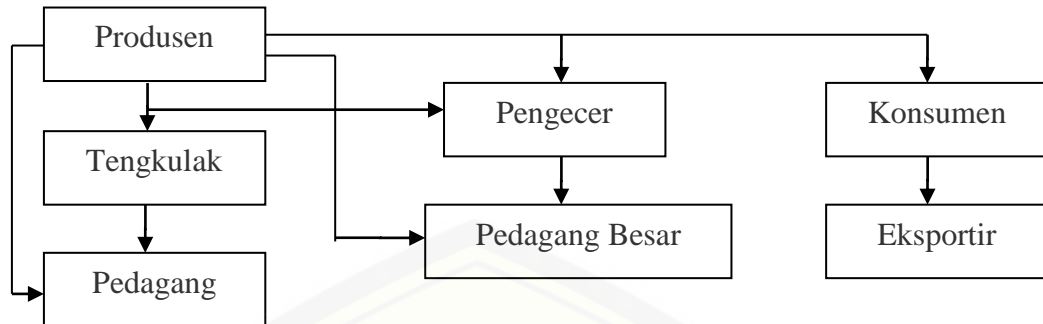
1. Biaya pemasaran semakin rendah
2. Margin pemasaran juga semakin rendah
3. Harga yang harus dibayarkan konsumen semakin rendah
4. Harga yang diterima produsen semakin tinggi

Menurut Soetriono (2006), saluran pemasaran dapat berbentuk sederhana dan dapat pula rumit sekali. Bentuk saluran pemasaran sederhana dapat dilihat pada gambar 2.1 sebagai berikut:



Gambar 2. 1. Bentuk Saluran Pemasaran Sederhana

Sedangkan bentuk saluran pemasaran kompleks dapat dilihat pada gambar 2.2 sebagai berikut:



Gambar 2. 2. Bentuk Saluran Pemasaran Kompleks

Lembaga tataniaga atau pemasaran juga memegang peranan penting sekaligus menentukan saluran pemasaran. Berbagai lembaga yang menyelenggarakan berbagai penyaluran barang dari produsen ke konsumen merupakan saluran pemasaran. Saluran pemasaran barang dapat berubah dan berbeda, tergantung kepada keadaan daerah, waktu, dan kemajuan teknologi. Berdasarkan teori saluran pemasaran diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian kegiatan pemasaran yang akan membentuk suatu pola saluran. Saluran pemasaran terbentuk akibat proses pendistribusian produk dari produsen hingga ke konsumen. Saluran pemasaran dapat berbentuk sederhana dan kompleks yang banyak melibatkan lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran juga yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan lembaga yang lainnya. Teori saluran pemasaran ini digunakan untuk menggambarkan pola saluran pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek dari tangan petani hingga ke konsumen akhir atau konsumen potensial.

#### 2.2.6 Fungsi Pemasaran

Menurut Firdaus (2007), sasaran akhir dalam setiap usaha pemasaran adalah untuk menempatkan produk ke konsumen. Ada sejumlah kegiatan pokok pemasaran yang perlu dilaksanakan untuk mencapai sasaran tersebut, yang dinyatakan sebagai fungsi-fungsi pemasaran (*marketing function*). Dalam hal ini

ada tiga fungsi pokok pemasaran yaitu fungsi pertukaran (*exchange function*) meliputi fungsi pembelian dan fungsi pembelian, fungsi fisik (*function of physical supply*) meliputi pengangkutan, penyimpanan, dan pemrosesan, fungsi penyediaan sarana (*the facilitating function*) meliputi informasi pasar, penanggungan resiko, pengumpulan, komunikasi, standarisasi dan penyortiran, serta pembiayaan.

Fungsi pemasaran tidak perlu diselenggarakan dalam suatu urutan yang tetap dan baku, tetapi harus dilaksanakan semuanya. Tata cara pelaksanaan fungsi pemasaran berbeda dari produk satu ke produk lainnya. Fungsi pemasaran merupakan proses teratur dan berubah sepanjang waktu manakala situasi berubah. Dalam hal ini ada 3 fungsi pemasaran, antara lain (Hanafie, 2010):

1. Fungsi pertukaran (*exchange function*)

Produk harus dijual dan di beli sekurang-kurangnya sekali selama proses pemasaran berlangsung. Fungsi pertukaran melibatkan kegiatan yang menyangkut pengalihan hak pemilikan dalam sistem pemasaran. Penetapan harga merupakan bagian dari kegiatan fungsi pertukaran dengan pertimbangan bentuk pasar dan persaingan yang mungkin akan terjadi. Fungsi pertukaran meliputi usaha pembelian dan usaha penjualan.

2. Fungsi fisik

Fungsi pemasaran mengusahakan agar pembeli memperoleh barang dan jasa yang diinginkan pada tempat, waktu, bentuk dan harga yang tepat dengan jalan menaikkan kegunaan tempat, yaitu mengusahakan barang dan jasa dari daerah produksi ke daerah konsumen, menaikkan kegunaan waktu yaitu mengusahakan barang dan jasa dari waktu belum diperlukan ke waktu yang diperlukan, menaikkan kegunaan bentuk yaitu mengusahakan barang dan jasa dari bentuk semula ke bentuk yang lebih diinginkan. Fungsi fisik meliputi pengangkutan, penyimpanan dan pemrosesan.

3. Fungsi penyediaan sarana

Merupakan kegiatan yang menolong sistem pasar untuk dapat beroperasi lebih lancar. Hal ini memungkinkan penjual, pembeli, pengangkutan, dan pemrosesan dapat menjalankan tugasnya tanpa terlibat resiko atau

pembiayaan serta mengembangkan rencana pemasaran yang tertata dengan baik. Fungsi penyediaan sarana yang harus dilakukan dalam proses pemasaran meliputi informasi pasar, penanggungan resiko, standarisasi dan penggolongan mutu, pembiayaan.

Berdasarkan fungsi pemasaran diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran suatu produk. Fungsi pemasaran tersebut meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi penyediaan sarana. Fungsi pemasaran digunakan untuk meningkatkan nilai guna, waktu dan bentuk suatu produk. Fungsi pemasaran diatas digunakan dalam penelitian ini untuk melihat dan menilai fungsi apa saja yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat. Fungsi pemasaran ini dinilai dari fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani dan pedagang perantara dalam pemasaran biji kakao.

#### 2.2.7 Struktur Pasar

Struktur pasar adalah karakteristik organisasi pasar. Struktur pasar ini secara praktis dapat dilihat sebagai hubungan antara penjual-penjual, penjual-pembeli, dan pembeli-pembeli serta mudah tidaknya suatu lembaga pemasaran yang masuk ke dalam pasar. Kriteria struktur pasar yang pertama digunakan adalah ukuran jumlah pembeli dan penjual harus banyak sehingga menjamin adanya suatu intensitas persaingan yang memadai dan hal harga dan kualitas produk, yang kedua adanya kebebasan keluar dan masuk pasar bagi lembaga-lembaga pemasaran, dan yang ketiga adalah jumlah pembeli harus memadai sehingga mendorong peningkatan efisiensi investasi dalam usaha pemasaran komoditi pertanian. *Market Structure* atau struktur pasar baik produsen dan konsumen harus mengetahui dan memahami struktur pasar. Ada tiga hal yang perlu diketahui agar produsen maupun konsumen dapat melakukan tindakan yang efisien dalam pemasaran. Ketiga hal tersebut adalah ukuran (besar kecilnya), jumlah produsen dan jumlah konsumen, sistem keluar masuknya barang, serta sifat komoditi yang dipasarkan. Kriteria penentuan struktur pasar adalah analisis

mekanisme harga pasar, halangan masuk pasar, dan analisis konsentrasi pasar (Soekartawi 1989).

Menurut Hammond dan Dahl dalam Utama (2011), terdapat lima jenis struktur pasar berdasarkan jumlah perusahaan dan sifat produk dalam sistem pemasaran. Tabel 2.1 menunjukkan struktur pasar berdasarkan jumlah perusahaan dan sifat produk:

Tabel 2.1 Struktur berdasarkan jumlah perusahaan dan sifat produk

| Karakteristik     |                 | Struktur Pasar          |
|-------------------|-----------------|-------------------------|
| Jumlah Perusahaan | Sifat produk    | Dari Sudut Pembeli      |
| Banyak            | Standar/homogen | Persaingan murni        |
| Banyak            | Diferensiasi    | Persaingan monopolistik |
| Sedikit           | Standar         | Oligopsoni murni        |
| Sedikit           | Diferensiasi    | Oligopsoni diferensiasi |
| Satu              | Unik            | Monopsoni               |

Sumber: Hammond dan Dahl dalam Utama, 2011

Menurut Sunyoto (2013), struktur pasar menjabarkan lingkungan persaingan dalam pasar untuk setiap barang atau jasa. Sebuah pasar terdiri dari semua perusahaan dan individu yang rela dan mampu membeli atau menjual suatu produk tertentu. Struktur pasar umumnya dicirikan atas dasar empat karakteristik industri yang paling penting yaitu jumlah dan distribusi ukuran dari penjual dan pembeli yang aktif serta para pendatang potensial, tingkat deferensiasi produk, jumlah dan biaya informasi tentang harga dan mutu produk, serta kondisi keluar dan masuk. Ada tiga bentuk persaingan yang ada dalam struktur pasar dilihat dari sudut pembeli, yaitu:

#### 1. Pasar persaingan sempurna

Menurut Hariyati (2007), pasar persaingan sempurna adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dengan penawaran yang ditandai oleh jumlah konsumen dan produsen sangat banyak dan tidak terbatas.

Beberapa ciri pasar persaingan sempurna antara lain:

- a. Barang yang diperjualbelikan harus homogen, sehingga barang tertentu yang dijual oleh penjualnya harus sama dalam segala hal. Dalam pasar persaingan sempurna, produk yang ditawarkan oleh para penjual yang saling bersaing adalah identik. Artinya produk tersebut secara fisik sama



dan menurut anggapan konsumen semua produk sama antara satu dengan yang lainnya. Pasar bebas dimasuki dan ditinggalkan. Oleh karena seorang produsen atau penjual hanya menghasilkan sebagian kecil saja dari barang atau jasa yang ditawarkan.

- b. Jumlah penjual dan pembeli banyak, sehingga penjual atau pembeli secara perorangan tidak dapat mempengaruhi harga pasar atau penjual berperan sebagai *price taker*.
  - c. Tidak ada campur tangan pemerintah. Harga ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran pasar, sehingga pemerintah tidak dapat ikut campur dalam penentuan harga.
  - d. Semua pengusaha mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keuntungan yang diperoleh pengusaha yang turut dalam pasar tersebut. Informasi tentang pasar telah diketahui oleh saingan usaha untuk menyaingi perusahaan lainnya tidak akan menghasilkan apa-apa
  - e. Semua pengusaha bebas keluar masuk pasar.
2. Pasar Monopoli

Menurut Hariyati (2007), pasar suatu produk dinamakan monopoli apabila yang menghasilkan produk tersebut hanya satu pengusaha saja dan produk yang dihasilkan tidak dapat digantikan penguasanya oleh produk lain. Jadi pasar produk yang monopoli penjualnya adalah tunggal (*singel seller*). Artinya walaupun yang menjual produk ditentukan oleh pengusaha yang satu itu. Pasar monopoli timbul akibat adanya praktek monopoli, yaitu pemusatan kekuatan ekonomi oleh suatu pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produk atau pemasaran atas barang dan jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Berarti yang dimaksud pasar monopoli adalah suatu bentuk hubungan antara bentuk permintaan dan penawaran yang dikuasai oleh satu pelaku ekonomi terhadap permintaan seluruh konsumen.

Pasar monopoli dicirikan oleh beberapa hal berikut ini:

- a. Hanya ada satu penjual atau produsen yang menguasai seluruh penawaran atas barang dan jasa tertentu.

- b. Barang dan jasa yang dijual tidak memiliki substitusi yang dekat, artinya tidak ada barang yang dapat menggantikan fungsi barang tersebut.
- c. Pasar atau bidang usaha tidak dapat dimasuki oleh pihak lain.
- d. Penentuan harga dilakukan dan dikuasai oleh pengusaha, maka pengusaha monopoli tersebut sebagai perusahaan penentu harga (*price setter*).

### 3. Pasar Persaingan Monopolistik

Menurut Hariyati (2007), pasar persaingan monopolistik merupakan bentuk perpaduan antara pasar persaingan sempurna dengan pasar monopoli. Pasar persaingan monopolistik mengandung ciri kedua yaitu adanya unsur persaingan dan monopoli. Dikatakan persaingan karena antara mereka saling bersaing terhadap barang yang sama yang mereka jual.

Ciri-ciri pasar monopolistik:

- a. Terdapat cukup banyak pengusaha
  - b. Barangnya bersifat berbeda corak
  - c. Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga
  - d. Produsen lain mudah memasuki pasar
  - e. Persaingan promosi penjualan yang aktif
- ### 4. Pasar Duopoli

Menurut Hariyati (2007), situasi pasar suatu produk dikatakan dalam keadaan duopoli jika yang mengusahakan atau yang menjual produk tersebut hanya terdiri dari dua orang pengusaha atau penjual. Sehingga setiap tindakan yang dilakukan oleh suatu pengusaha akan mempengaruhi kebijaksanaan pengusaha atau penjual yang lain baik dalam menentukan harga maupun dalam menetapkan kapasitas produksi, kualitas produk, dan lain-lain. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pasar yang duopoli merupakan bagian dari produk atau pasar oligopoli merupakan bentuk paling sederhana daripada pasar oligopoli.

### 5. Pasar Oligopoli

Menurut Hariyati (2007), pasar oligopoli adalah suatu bentuk pasar yang terdapat beberapa penjualan dimana salah satu atau beberapa penjual bertindak sebagai pemilik pasar terbesar (*price leader*). Umumnya jumlah perusahaan

lebih dari dua tetapi kurang dari sepuluh. Dalam pasar oligopoli, setiap perusahaan memposisikan dirinya sebagai bagian yang terikat dalam permainan pasar, dimana keuntungan mereka tergantung dari tindak pesaing mereka.

Sifat-sifat pasar oligopoli:

- a. Harga produk yang dijual relatif sama
- b. Pembedaan produk yang unggul merupakan kunci sukses
- c. Sulit masuk ke pasar karena butuh sumberdaya yang besar
- d. Perubahan harga akan diikuti perusahaan lain

#### 6. Pasar Monopsoni

Menurut Widjajanta (2007), jika pasar monopoli terdapat satu penjual dengan banyak pembeli, pasar monopsoni merupakan bentuk pasar yang hanya ada satu pembeli dengan banyak penjual. Pasar monopsoni digambarkan dengan keadaan dimana hanya ada satu pembeli tunggal atas barang dan jasa dalam satu pasar komoditas. Pasar monopsoni muncul karena adanya pengkhususan sumber yang digunakan oleh pemakai tertentu.

Pasar monopsoni pelaku pasar yang memiliki kekuatan adalah pembeli, sedangkan penjual atau produsen berada dipihak yang lemah. Berikut kelebihan dan kekurangan pasar monopsoni(Ahman, 2007):

Kelebihan pasar monopsoni yaitu:

- a. Kualitas barang terjamin
- b. Harga produk yang tidak terlalu tinggi

Kekurangan pasar monopsoni:

- a. Produsen berada dipihak yang lemah
- b. Produk yang dianggap rendah mutunya tidak akan dibeli
- c. Produksi berjalan tidak efisien karena pembeli umumnya bukan merupakan konsumen akhir.

#### 7. Pasar Oligopsoni

Menurut Widjanta (2007), pasar oligopsoni merupakan bentuk pasar yang dikuasai lebih dari dua orang pembeli dengan penawaran dari sejumlah penjual. Setiap pembeli memiliki peran cukup besar untuk mempengaruhi

harga yang dibelinya. Dalam struktur pasar ini, terdapat dua atau lebih pelaku usaha yang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal dalam suatu pasar komoditas.

Ciri pasar oligopsoni adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat beberapa pembeli
- b. Pembeli bukan konsumen tapi pedagang/produsen
- c. Barang yang dijual merupakan barang mentah
- d. Harga cenderung stabil

Kelemahan pasar oligopsoni:

- a. Bisa berkembang menjadi pasar monopsoni bila antar pembeli bekerja sama
- b. Kualitas barang kurang terpelihara

Kelebihan pasar oligopsoni:

- a. Penjual lebih bergantung karena bisa pindah ke pembeli lain
- b. Pembeli tidak bisa seenaknya menekan penjual

Terdapat elemen-elemen yang digunakan untuk menilai struktur suatu pasar. Elemen-elemen tersebut adalah:

- a. Analisis Mekanisme Pasar

Mekanisme pasar, jumlah barang, harga, struktur biaya, dan laba menjadi petunjuk bagi pelaku pasar untuk bertindak rasional dan efisien. Pelaku pasar yang mempunyai strategi harga dengan struktur biaya yang menjadikannya lebih efisien daripada pelaku pasar yang lain akan dapat lebih bersaing dan mampu bertahan di pasar (*market sustainability*).

- b. Hambatan untuk masuk pasar (*barrier to entry*)

Kondisi-kondisi ekonomi untuk memasuki suatu pasar merupakan pokok analisa utama dalam identifikasi hambatan keluar masuk pasar. Terdapat beberapa hal umum dalam identifikasi hambatan suatu pasar. Pertama, hambatan yang timbul dalam kondisi pasar yang mendasar, tidak hanya dalam bentuk perangkat yang legal ataupun dalam bentuk kondisi yang cepat berubah. Kedua, hambatan yang dibagi kedalam tingkatan mulai dari tanpa hambatan sama sekali, hambatan rendah, sedang, sampai tingkat tinggi dimana tidak ada jalan lagi masuk. Ketiga, hambatan-hambatan yang besar

yang dapat memperkuat kekuatan pasar suatu perusahaan dominan, walaupun tidak menutup kemungkinan adanya perusahaan baru bisa saja langsung menguasai pasar.

c. Analisis Konsentrasi Rasio

Konsentrasi adalah situasi yang memperlihatkan derajat penguasaan pasar oleh pedagang-pedagang industri yang berada di dalam pasar. Masing-masing jenis struktur pasar adalah memiliki derajat konsentrasi penguasaan pasar yang berbeda-beda sesuai dengan jenis struktur pasar yang pedagang miliki. Alat yang digunakan untuk mengukur konsentrasi pedagang adalah *Concentration Ratio* (CR), yaitu alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi dari pedagang yang memiliki pangsa pasar.

$$CR = \frac{\text{Volume Beli}}{\text{Volume yang diperdagangkan}} \times 100\%$$

Rasio konsentrasi memerlukan data mengenai ukuran secara keseluruhan dan ukuran pedagang-pedagang yang memimpin pasar. Rasio konsentrasi merupakan pengukuran mengenai derajat kompetisi yang baik, karena pengukuran ini lebih jelas daripada pengukuran yang lain. Struktur pasar tersebut digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk menentukan struktur pasar apa yang dihadapi dalam pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Salah satu komoditas tanaman perkebunan yang terus dikembangkan adalah tanaman biji kakao. Biji kakao adalah komoditas salah satu unggulan di Indonesia. Biji kakao memiliki nilai ekonomis yang sangat tinggi. Produksi biji kakao di Indonesia selain untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri juga di ekspor ke luar negeri.

Salah satu provinsi yang akan terus berupaya memperluas areal tanam biji kakao untuk meningkatkan hasil produksi biji kakao adalah provinsi Jawa Timur. Kabupaten di Jawa Timur yang menghasilkan biji kakao adalah Kabupaten

Trenggalek. Desa yang telah mengembangkan tanaman biji kakao di Kabupaten Trenggalek adalah Desa Suruh yang sudah menghasilkan biji kakao. Produksi biji kakao di Desa Suruh kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek masih relatif namun produksi ini akan terus meningkat setiap tahunnya karena karena tanaman biji kakao masih sangat produktif serta melihat adanya perluasan lahan untuk budidaya biji kakao di Desa Suruh.

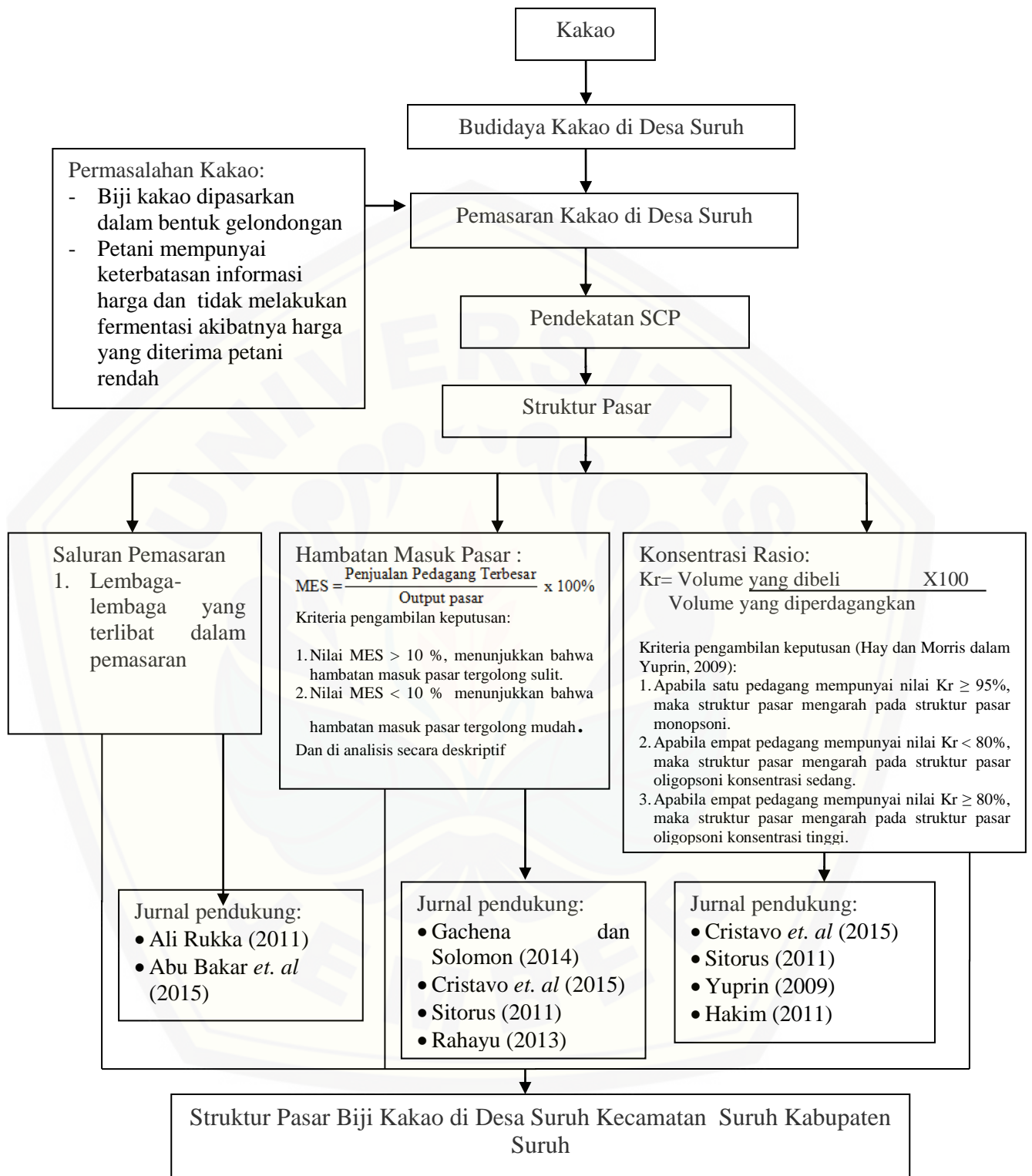
Pemasaran biji kakao adalah salah suatu proses pemindahan komoditas biji kakao dari tangan petani ke tangan konsumen akhir biji kakao. Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting setelah proses produksi karena tujuan akhir dari berusaha tani biji kakao adalah memasarkan hasil produksi biji kakao dengan harga setinggi-tingginya agar pendapatan petani dapat meningkat. Salah satu kendala pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek adalah rantai atau saluran pemasaran yang panjang melibatkan banyak lembaga pemasaran. Semakin panjang melibatkan lembaga pemasaran, harga di tingkat konsumen akan semakin tinggi, sehingga keuntungan dari tingginya harga tidak dinikmati petani melainkan pedagang perantara. Oleh sebab itu di khawatirkan saluran pemasaran yang banyak akan merugikan petani sebagai produsen. Padahal salah satu cara memasarkan biji kakao secara efisien adalah dengan mengurangi margin pemasarannya. Kurangnya informasi pasar menyebabkan kurangnya pengetahuan petani mengenai kondisi pasar. Kondisi tersebut dapat mengakibatkan *bargaining position* petani dalam menentukan harga jual biji kakao menjadi lemah, sehingga petani lebih sering sebagai penerima harga. Harga biji kakao sangat ditentukan oleh para pedagang biji kakao yang langsung membeli biji kakao dari petani.

Setiap lembaga pemasaran biji kakao yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran tersebut mengakibatkan bertambahnya biaya pemasaran. Sehingga semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi biaya yang dikeluarkan sehingga semakin tinggi pula harga biji kakao yang dibayarkan konsumen. Oleh karena itu diindikasikan pemasaran biji kakao dapat dilihat dengan menggunakan pendekatan Struktur pasar (*Market Structure*). *Market Structure* adalah merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengukur struktur

pemasaran dengan melihat struktur pasar pada masing-masing lembaga pemasaran. Struktur pasar dapat memengaruhi perilaku pasar biji kakao.

Struktur pasar yang dihadapi oleh masing-masing lembaga pemasaran dapat dilihat dengan menggunakan kriteria struktur pasar. Kriteria yang digunakan yaitu ukuran jumlah pembeli dan penjual harus banyak, adanya kebebasan keluar dan masuk pasar bagi lembaga-lembaga pemasaran, jumlah penjual dan pembeli harus memadai. Selanjutnya dapat ditentukan struktur pasar apa yang dihadapi oleh lembaga pemasaran biji kakao. Terdapat struktur pasar yaitu pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monolistik, pasar monopoli, pasar oligopsonistik, pasar oligopsoni, pasar duopsoni, dan pasar oligopoli.

Struktur pasar merupakan pendekatan untuk melihat struktur pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek. Hasil analisis ini yaitu mampu memperlihatkan kinerja saluran pemasaran biji kakao. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka dapat digambarkan skema kerangka pemikiran pada gambar berikut ini:



Gambar 2. 3 Skema Kerangka Pemikiran



#### 2.4 Hipotesis

1. Hambatan masuk pasar pada pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek tergolong mudah.
2. Struktur pasar pada pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek mengarah pada pasar oligopsoni.



## BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Metode penentuan daerah dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja (*Purposive Method*). Menurut Tiyas (2015), *Purposive Method* ditentukan berdasarkan tujuan penelitian dan pertimbangan peneliti. Lokasi penelitian yang pilih adalah Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek dengan dasar bahwa Desa Suruh merupakan daerah salah satu perkebunan biji kakao yang telah menghasilkan biji kakao. Pemilihan lokasi Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek sebagai lokasi penelitian karena Desa Suruh merupakan salah satu penghasil tanaman perkebunan biji kakao yang ada di Kabupaten Trenggalek.

### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitis. Metode deskriptif adalah metode analisis dengan terlebih dahulu mengumpulkan data yang ada kemudian diklarifikasi, dianalisis, selanjutnya diinterpretasikan sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan yang diteliti (Kuntjojo, 2009). Menurut Simanjuntak (2009), penelitian deskriptif penarikan kesimpulannya bergantung pada kecenderungan informasi yang didapat, setelah dilakukan lebih dahulu kategori-kategori apa yang akan ditarik kesimpulan. Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menerangkan mengenai gambaran tentang daerah penelitian dan bertujuan untuk membuat deskripsi mengenai fakta-fakta, sifat populasi atau daerah tertentu secara sistematis, faktual dan teliti. Sedangkan metode analitik adalah analisis yang ditujukan untuk menguji hipotesis-hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih dalam tentang hubungan-hubungan (Nazir, 2005).

### 3.3 Metode Pengambilan Contoh

Metode pengambilan contoh dalam penelitian ini adalah metode *Simple Random Sampling* dan *Snowball sampling*. Menurut Nugroho (2010), berdasarkan hal tersebut maka pengambilan contoh atau *sampling* perlu dilakukan untuk mendapatkan nilai dari sejumlah objek yang dipelajari. Pemilihan metode *simple random sampling* didasarkan pada pertimbangan bahwa populasi yang ada di daerah penelitian merupakan populasi yang homogen, sehingga metode pengambilan sample yang cocok untuk digunakan pada penelitian kali ini adalah *simple random sampling*. *Snowball sampling* merupakan teknik penarikan sampel pola dengan menentukan sampel pertama, sampel ketiga ditentukan berdasarkan sampel kedua, dan seterusnya hingga jumlah sampel semakin besar, seolah-olah efek dari bola salju (Kuntjojo, 2009). Perhitungan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan rumus slovin yang secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian (kesalahan) 15 %

Berdasarkan rumus Slovin di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian efisiensi pemasaran di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{111}{1 + 111 (0,15)^2}$$

$$n = 32$$

Populasi petani biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek sebanyak 111 petani maka peneliti meentukan jumlah sampel dengan rumus Slovin dengan tingkat ketidakefektifan sebesar 15%. Berdasarkan perhitungan tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian kepada petani petani biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek sebanyak 32 petani dengan cara di lotre atau undian.

Teknik *snowball sampling* akan digunakan untuk pengambilan contoh mata rantai yang terlibat dalam proses pemasaran biji kakao pada penelitian ini responden atau lembaga pemasaran yang sudah melakukan kerja sama dengan petani biji kakao, yaitu tengkulak, pedagang besar, unit pengolahan hasil dan rumah coklat. Arah penelusuran lembaga pemasaran yang dijadikan responden berasal dari informasi petani dan demikian seterusnya sampai tiba di pedagang besar.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan penggunaan dokumen. Data primer diperoleh hasil observasi, dan wawancara langsung terhadap responden dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner kepada para petani biji kakao. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi pemerintah dan informasi dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Wawancara dilakukan pada dinas terkait dalam kegiatan ini serta petani petani biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek. Metode pengumpulan data dengan kuesioner dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Sugiarto (2015), sumber data dalam penelitian terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yakni informasi dari tangan pertama atau narasumber, sedangkan data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber, tetapi dari pihak ketiga. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian mengenai efisiensi pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh

Kabupaten Trenggalek yaitu metode wawancara, observasi dan metode dokumenter sebagai pelengkap.

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi atau komunikasi secara langsung antara peneliti dengan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak badan dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal (Budiarto dan Anggraeni, 2007). Metode wawancara dilakukan dengan menyusun daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian untuk memperoleh jenis data primer. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan petani biji kakao yang dilakukan dengan bantuan kuesioner untuk memperoleh data terkait dengan pemasaran seperti produksi dan lembaga pemasaran yang dituju.

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data tentang perilaku manusia, metode ini dilakukan tanpa melakukan interview kepada responden dan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Peneliti mencatat informasi sebagaimana yang peneliti saksikan selama penelitian (Swarjana, 2012). Peneliti melakukan observasi dalam penelitian ini untuk mengetahui keadaan petani biji kakao di Desa Suruh secara langsung, sekaligus pengujian validitas dan reliabilitas terhadap hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya.

3. Studi Dokumentasi

Dokumen adalah catatan tertulis mengenai tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu. Data statistik yang diterbitkan secara berkala oleh Badan Pusat Statistik adalah dokumen yang mencatat berbagai perkembangan yang terjadi di Indonesia dalam kurun waktu tertentu. Jurnal dalam bidang keilmuan dan literatur-literatur yang relevan merupakan dalam kategori dokumen yang mendukung penelitian. Tujuan dari penggunaan metode dokumenter yaitu untuk mendapatkan sumber data sekunder sehingga dijadikan pelengkap data primer (Gulo, 2007). Sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari instansi terkait seperti BPS, Dinas Pertanian maupun dari dinas lain

yang terkait. Data yang didapat dari sumber data sekunder pemasaran komoditas biji kakao di Desa Suruh. Sehingga dengan adanya dokumentasi dapat mempermudah mengambil data dan data yang diperoleh dapat mendukung data primer.

### 3.5 Metode Analisis Data

Untuk menjawab permasalahan pertama mengenai saluran pemasaran biji kakao dan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek adalah menggunakan analisis deskriptif. Dengan analisis deskriptif ini dapat dipaparkan saluran-saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek serta fungsi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran biji kakao.

Untuk menjawab permasalahan kedua mengenai struktur dengan pendekatan berikut (Sudiyono, 2002):

Struktur pasar (*Market Structure*)

Pendekatan yang digunakan untuk melihat struktur pasar adalah:

a. Analisis mekanisme pasar

Pasar bersaing tidak sempurna (*imperfect market*) terjadi jika segelintir perusahaan sedikit banyak mampu mengendalikan harga. Pada pasar biji kakao akan ditelusuri pihak manakah yang berperan dalam penentuan harga pasar.

b. Hambatan masuk pasar, kemungkinan adanya hambatan bagi pesaing baru untuk masuk pasar. Hambatan keluar masuk pasar merupakan unsur struktur pasar yang juga mempengaruhi tingkat persaingan dalam pasar dan diidentifikasi dengan melihat kemudahan pelaku pemasaran untuk keluar masuk pasar. Apabila pelaku pemasar mudah untuk keluar masuk pasar, maka dapat dikatakan masuk dalam kategori pasar persaingan sempurna. Sebaliknya jika pelaku pasar sulit untuk mengakses dan memperoleh informasi perubahan harga di pasar maka struktur pasar cenderung mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna. Dengan mengidentifikasi hambatan masuk pasar, maka akan diketahui struktur pasar yang terjadi di Desa Suruh dengan

mengukur skala ekonomis melalui output lembaga pemasaran yang menguasai pasar lebih dari 50%. Nilai output penjualan pedagang tersebut kemudian dibagi dengan total penjualan kakao dalam pasar yang hasilnya disebut dengan MES (*Minimum Efficiency Scale*) :

$$MES = \frac{\text{Penjualan Pedagang Terbesar}}{\text{Output pasar}} \times 100\%$$

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Nilai MES > 10 %, menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar tergolong sulit.
- 2) Nilai MES < 10 %, menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar tergolong mudah.

c. Analisis Konsentrasi Rasio (Kr) / *Concentration Ratio (Cr)*

Konsentrasi rasio adalah rasio antara jumlah komoditi yang dibeli oleh pedagang tertentu dengan jumlah yang diperdagangkan di pasar. Hay dan Morris (1991) dalam Prasodjo (1997) memformulasikan sebagai berikut:

$$Kr = \frac{\text{Volume beli}}{\text{Volume yang diperdagangkan}} \times 100\%$$

Ketentuannya adalah sebagai berikut:

- Apabila terdapat 1 (satu) pedagang yang memiliki Kr minimal 95% maka pasar tersebut mengarah pada pasar monopsoni.
- Apabila terdapat 4 (empat) pedagang yang memiliki Kr minimal 80% maka pasar tersebut cenderung mengarah pada oligopsoni dengan konsentrasi tinggi.
- Apabila 8 pedagang memiliki nilai Kr minimal 80% maka pasar mengarah pada oligopsoni dengan konsentrasi sedang.

### 3.6 Definisi Operasional

1. Perkebunan rakyat adalah perkebunan biji kakao yang diusahakan para petani biji kakao di tanah milik perhutani dengan modal relatif terbatas.

2. Kakao merupakan tanaman perkebunan yang mempunyai prospek bagus untuk dikembangkan dan banyak diusahakan oleh petani di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.
3. Struktur pasar adalah suatu hubungan dari yang dilihat antara penjual-penjual, penjual-pembeli, dan pembeli-pembeli yang bersaing didalam pasar untuk memasarkan biji kakao yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran.
4. Saluran pemasaran adalah rangkaian dari lembaga-lembaga pemasaran yang dilalui dalam menyalurkan kakao dari tangan produsen hingga ke tangan konsumen di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.
5. Lembaga pemasaran adalah komponen-komponen dari suatu sistem pemasaran yang bertugas untuk menyalurkan kakao dari produsen ke konsumen yang berada di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.
6. Tengkulak adalah pembeli hasil biji kakao dari petani pada waktu panen dilakukan oleh perseorangan dan aktif mendatangi petani untuk membeli hasil panen biji kakao dengan harga tertentu.
7. Pedagang pengumpul desa adalah pedagang yang aktif membeli dan mengumpulkan komoditas biji kakao dari tengkulak kemudian menjualnya ke pedagang besar.
8. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli komoditas biji kakao dari pedagang pengumpul dalam jumlah besar dan menjualnya ke eksportir maupun ke pedagang provinsi.
9. Pasar monopsoni adalah suatu pasar dimana hanya terdapat satu pembeli yang menguasai pasar biji kakao, ditunjukkan dengan rasio konsentrasi 95% didukung oleh analisis market share, mekanisme harga pasar dan analisis hambatan masuk pasar.
10. Pasar oligopsoni adalah suatu pasar dimana terdapat beberapa pembeli yang menguasai pasar biji kakao, ditunjukkan dengan rasio konsentrasi 80% didukung oleh analisis market share, mekanisme harga pasar dan analisis hambatan masuk pasar.



11. *Simple random sampling* merupakan pengambilan contoh sampel yang ada di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek.
12. Secara acak sederhana dimana semua sampel mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel.
13. *Snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang awalnya sedikit dan semakin lama semakin membesar.
14. *Barrier to entry* adalah hambatan-hambatan yang mungkin timbul jika terdapat pelaku pasar baru yang hendak memasuki pasar kakao
15. Konsentrasi rasio adalah salah satu cara untuk mengetahui struktur pasar dengan membandingkan jumlah kakao yang dibeli oleh satu atau empat pedagang terbesar dengan jumlah kakao yang dijual oleh semua pedagang.
16. Batasan dari penelitian ini adalah melakukan batasan wawancara sampai kepada pedagang besar.

## BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1 Gambaran Umum Desa Suruh Kecamatan Suruh

Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu desa dari 7 desa yang berada di Kecamatan Suruh yang mempunyai potensi pertanian yang cukup tinggi. Cukup banyak masyarakat yang ada di Desa Suruh yang memanfaatkan lahan lereng pegunungannya untuk menanam tanaman kakao. Desa Suruh merupakan salah satu desa yang mempunyai kontribusi cukup besar dalam hal produksi kakao untuk Kabupaten Trenggalek.

Secara geografis Desa suruh merupakan sebuah daerah yang terletak di Kecamatan Suruh, Kabupaten Trenggalek. Tepatnya berada di sebelah barat daya Kabupaten Trenggalek. Luas wilayah Desa Suruh 506,63 Ha. Terdiri dari 103,89 Ha tanah sawah dan 404,74 Ha lahan kering yang berupa tegal, pemukiman, dan pekarangan. Desa Suruh memiliki empat Dusun, yaitu Dusun Panjen, Dusun Jatirejo, Dusun Krajan, dan Dusun Gading yang terdiri dari 31 RT dan 11 RW. Batas-batas wilayah administrasi Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek adalah sebagai berikut:

Sebelah utara : Desa Kayen  
Sebelah selatan : Desa Mlinjon, Desa Puru  
Sebelah timur : Desa Jati  
Sebelah barat : Desa Wonokerto, Desa Nglebo, Desa Gamping

Desa Suruh termasuk daerah dataran tinggi dengan ketinggian 175 – 300 mdl di atas permukaan laut. Desa Suruh memiliki rata-rata curah hujan sebesar 350 -550 mm. Daerah ini memiliki suhu yang cukup dingin karena berada di wilayah pegunungan dengan suhu rata-rata 23°. Tipikal daerah Desa Suruh yang demikian membuat desa suruh cocok untuk ditanami tanaman perkebunan seperti kakao. Hingga saat ini, hampir seluruh bagian Desa Suruh sudah ditanami oleh tanaman kakao. Hal inilah yang menjadikan Desa Suruh terkenal dengan salah satu Desa penghasil kakao di Kabupaten Trenggalek. Data luas tanah Desa Suruh Sesuai dengan penggunaan lahan dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4. 1. Luas Tanah Berdasarkan Penggunaan Lahan Di Desa Suruh**

| No.               | Penggunaan Lahan        | Luas (Ha)     | Persentase terhadap Luas Kecamatan (%) |
|-------------------|-------------------------|---------------|--|
| 1.                | Sawah irigari teknis    | 41            | 7,8                                    |
| 2.                | Sawah irigari ½ teknis  | 15            | 2,29                                   |
| 3.                | Sawah tadah hujan       | 47,89         | 9,12                                   |
| 4.                | Tegal/ladang            | 270,73        | 51,55                                  |
| 5.                | Pemukiman               | 86,05         | 16,36                                  |
| 6.                | Pekarangan              | 48            | 9,14                                   |
| 7.                | Perkebunan swasta       | 9,71          | 1,84                                   |
| 8.                | Perkebunan perseorangan | 9,71          | 1,84                                   |
| <b>Desa Suruh</b> |                         | <b>525,09</b> | <b>100,00</b>                          |

Sumber: Profil Desa Suruh, 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa penggunaan lahan di Desa Suruh mempunyai 8 penggunaan lahan dengan luas wilayah yang beragam yaitu mulai dari 9,71 Ha hingga 270,73 Ha. Penggunaan lahan terluas di Desa Suruh yaitu lahan tegal atau ladang dengan luas 270,73 Ha dengan presentase luas sebesar 51,55%. Perkebunan swasta dan perkebunan perseorangan merupakan penggunaan lahan terkecil di Desa Suruh dengan luas masing-masing 9,71 Ha dengan presentasi luas sebesar 1,84%.

#### 4.2 Keadaan Penduduk

Kondisi sosial masyarakat di Desa Suruh dapat dilihat dari indikator kependudukan, pendidikan, dan kesehatan yang ada. Indikator kependudukan berkaitan dengan jumlah penduduk dan pekerjaan yang dilakukan oleh penduduk di Desa Suruh. Penduduk Desa Suruh yang mayoritas penduduknya bersuku Jawa dan beragama Islam. Berdasarkan data dalam profil Desa Suruh tahun 2017 Desa suruh menunjukkan jumlah penduduk Desa Suruh sebesar 4.956 orang., dengan total kepala keluarga sebanyak 1.841 KK. Dalam data profil Desa suruh juga ditemukan bahwa jumlah penduduk perempuan lebih besar bila dibandingkan dengan jumlah penduduk laki-laki, data tersebut dapat disajikan dalam tabel 4.2.

Tabel 4.2 Keadaan Penduduk Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2017

| No.          | Jenis Kelamin | Jumlah (Jiwa) |
|--------------|---------------|---------------|
| 1            | Laki-laki     | 2427          |
| 2            | Perempuan     | 2529          |
| <b>Total</b> |               | <b>4956</b>   |

Sumber: Profil Desa Suruh, 2017

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk perempuan sebanyak 2529 jiwa, jumlah ini memiliki selisih 102 jiwa lebih besar dari penduduk laki-laki yang berjumlah 2427. Dari data ini dapat diketahui bahwa jumlah penduduk perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk laki-laki. Dalam profil Desa suruh Tahun 2017 menunjukkan data distribusi jumlah penduduk dalam kelompok-kelompok umur, dan berdasarkan matapecaharian. Besarnya jumlah penduduk laki-laki dan perempuan berdasarkan kelompok umur bermatapecaharian sebagaimana dalam tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.3 Jumlah Penduduk berdasarkan Kelompok Umur Laki-laki dan Perempuan Desa Suruh Kecamatan Suruh Tahun 2017

| Uraian   | Laki-laki (Jiwa) | Perempuan (Jiwa) |
|--|------------------|------------------|
| 1. Penduduk usia 0 - 6 tahun                     | 192              | 183              |
| 2. Penduduk usia 7 – 18 tahun yang masih sekolah | 297              | 385              |
| 3. Penduduk usia 18 – 56 tahun (a + b)           | 1.359            | 1.379            |
| a. Penduduk usia 18-56 thn yang bekerja          | 1.196            | 1.057            |
| b. Penduduk usia 18-56 thn yang belum bekerja    | 163              | 320              |
| 4. Penduduk usia 56 ke atas                      | 541              | 629              |
| <b>Jumlah (1 + 2 + 3 + 4)</b>                    | <b>2.489</b>     | <b>2.576</b>     |
| <b>Jumlah total (Laki-laki + Perempuan)</b>      | <b>5.065</b>     |                  |

Sumber: Profil Desa Suruh Tahun 2017

Data diatas menunjukkan bahwa jumlah penduduk perempuan terbesar berada pada kelompok umur 18 – 56 tahun yang dapat dikatakan sebagai usia produktif yaitu sebesar 1.379 jiwa, angka ini lebih besar daripada jumlah penduduk laki-laki yang berjumlah 1.359 jiwa yang berkelompok pada umur yang sama. Jumlah penduduk perempuan terkecil berada pada kelompok usia 0 – 6 tahun yaitu sebesar 183 jiwa, tetapi pada kelompok usia ini jumlah penduduk laki-laki lebih besar jumlahnya, yaitu 192 jiwa. Besarnya jumlah penduduk perempuan diusia produktif ini mempengaruhi banyaknya perempuan yang bekerja di usia

produktif lebih banyak dibandingkan laki-laki di Desa Suruh. Data keadaan penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.4 Keadaan Penduduk berdasarkan Mata Pencaharian Desa Suruh Kecamatan Suruh Tahun 2017

| No.                          | Jenis Pekerjaan                 | Laki-laki<br>(Jiwa) | Perempuan<br>(Jiwa) |
|------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------|
| 1.                           | Petani                          | 845                 | 575                 |
| 2.                           | Buruh tani                      | 24                  | -                   |
| 3.                           | Buruh migran                    | 148                 | 46                  |
| 4.                           | Pegawai Negeri sipil            | 68                  | 51                  |
| 5.                           | Pengrajin industri rumah tangga | 3                   | 4                   |
| 6.                           | Pedagang keliling               | 8                   | 4                   |
| 7.                           | Peternak                        | 1                   | -                   |
| 8.                           | Bidan swasta                    | -                   | 2                   |
| 9.                           | Pensiunan TNI/POLRI             | 56                  | 15                  |
| 10.                          | Perangkat desa                  | -                   | 3                   |
| <b>Jumlah</b>                |                                 | <b>1.156</b>        | <b>697</b>          |
| <b>Jumlah Total Penduduk</b> |                                 | <b>1.853</b>        |                     |

Sumber: Profil Desa Suruh Tahun 2017

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa jumlah laki-laki yang bekerja lebih banyak dibandingkan dengan jumlah perempuan yang bekerja yaitu 1.156 jiwa, sedangkan jumlah pekerja perempuan hanya 697 jiwa. Dapat dipastikan bahwa banyaknya pekerja laki-laki dibandingkan dengan jumlah pekerja perempuan dikarenakan ada beberapa penduduk laki-laki yang bekerja diluar usia produktif. Berdasarkan tabel tersebut juga dapat dilihat bahwa sebagian besar masyarakat di Desa Suruh bekerja sebagai petani dengan jumlah keseluruhan pekerja mencapai 1.420 jiwa. Keterangan data dalam tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di Desa Suruh bekerja di sektor pertanian yaitu sebagai petani, buruh tani dan buruh migran. Jumlah keseluruhan penduduk Desa Suruh yang bekerja sebagai buruh tani dan buruh migran berturut-turut adalah sebanyak 24 jiwa dan 194 jiwa.

### 4.3 Potensi Pertanian

Desa Suruh merupakan desa yang berada didataran tinggi ini menjadi pendukung untuk pertanian di subsektor perkebunan. Berdasarkan data kependudukan dapat diketahui banyak warga Desa Suruh yang memiliki mata

pencaharian di bidang pertanian baik sebagai buruh tani maupun petani. Besarnya penduduk yang bekerja di bidang pertanian menandakan bahwa dalam penggunaan lahan di Desa Suruh sebagian besar untuk sektor pertanian. Penggunaan luasan wilayah daerah untuk suatu sektor tergantung dari seberapa banyak penduduk yang bekerja pada sektor tersebut. Data penggunaan luasan potensi pertanian Desa Suruh dapat dilihat dalam tabel 4.4 yang berisi keterangan luas wilayah menurut penggunaannya sebagai berikut:

Tabel 4.5 Luas Wilayah Desa Suruh Kecamatan Suruh Tahun 2017

| No.          | Penggunaan           | Luas (Ha)       |
|--------------|----------------------|-----------------|
| 1.           | Tanah sawah          | 103,89          |
| 2.           | Tanah kering         | 404,74          |
| 3.           | Tanah basah          | -               |
| 4.           | Tanah perkebunan     | 9,718           |
| 5.           | Tanah fasilitas umum | 53,287          |
| 6.           | Tanah hutan          | 852,295         |
| <b>Total</b> |                      | <b>1.423,93</b> |

Sumber: Profil Desa Suruh Tahun 2017

Berdasarkan Tabel 4.4 penggunaan wilayah di Desa Suruh dapat diketahui hampir keseluruhan wilayah digunakan untuk sektor perkebunan, namun berkebun dilakukan di wilayah hutan dengan luas 852,295 Ha. Luasan penggunaan lahan dibidang perkebunan di bidang perkebunan menandakan bahwa aktifitas masyarakat sebagian besar berada di sektor pertanian khususnya di subsektor perkebunan. Adanya potensi ini diharapkan menjadi suatu keunggulan tersendiri bagi Desa Suruh untuk meningkatkan perekonomian melalui bidang pertanian khususnya di subsektor perkebunan.

Sebagian besar lahan perkebunan yang dimiliki oleh penduduk Desa Suruh memiliki luas dibawah 5 Ha. Desa Suruh menghasilkan tanaman pangan, tanaman buah-buahan dan tanaman perkebunan. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa diantara tanaman tersebut komoditas kakao merupakan komoditas perkebunan yang mendominasi produksi hasil perkebunan di Desa Suruh.

#### 4.4 Usahatani Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh

Usahatani kakao yang dilakukan oleh petani responden berawal dari program Dinas Perkebunan Jatim yang berusaha untuk memperluas areal

perkebunan kakao dengan memberikan bibit gratis kepada petani responden. Kegiatan usahatani yang dilakukan oleh petani responden sama halnya dengan usahatani pada komoditas perkebunan lainnya yaitu diawali dengan pengolahan, penanaman, pemeliharaan tanaman serta kegiatan pemanenan. Usahatani kakao yang diusahakan oleh petani responden umumnya dilakukan di lahan lereng pegunungan. Aktivitas usahatani kakao yang dilakukan di lereng pegunungan ini secara tidak langsung akan mempengaruhi produksi dari kakao itu sendiri, dimana perawatan yang dilakukan petani dalam usahatani kakao dilakukan semaksimal mungkin dan kakao juga mempunyai pohon naungan yang sesuai dengan apa yang dianjurkan oleh Dinas Perkebunan. Dengan demikian kakao yang dihasilkan oleh petani responden mempunyai kualitas yang baik yaitu kakao yang sudah bertaraf organik dan mempunyai biji yang berukuran relevan besar, mentes, dan bahkan biji kakao tidak mudah rusak karena menggunakan teknologi budidaya agar tidak terserang penyakit buah.

Petani responden menjual kakao dalam bentuk biji kering tanpa fermentasi, yang sudah dijemur 2-3 hari. Petani juga menjual hasil panen dalam bentuk gelondong ke kelompok Tani Tunggal Jaya. Kegiatan panen kakao yang dilakukan tidak terikat waktu sesuai dengan kematangan kakao. Petani responden melakukan kegiatan panen apabila kakao sudah siap dipanen. Kakao yang telah dipanen dalam bentuk gelondong selanjutnya dipecah dengan menggunakan pisau untuk diambil bijinya dan kemudian dibersihkan dari kotoran yaitu plasenta yang ada di dalam buah. Setelah itu petani responden melakukan pengeringan secara alami dengan menggunakan bantuan sinar matahari selama 2-3 hari. Pengeringan ini menyebabkan dalam biji kakao mempunyai kadar air relatif tinggi yaitu sebesar 10-15%. Kakao yang di panen dan tidak di pecah dan tidak dijemur maka langsung di jual gelondongan ke kelompok tani Tunggal Jaya. Biji kakao yang sudah kering dan tanpa mengalami proses fermentasi kemudian dijual oleh petani responden secara langsung melalui lembaga pemasaran atau pedagang.

#### 4.3.1 Karakteristik Responden Pedagang/Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran kakao merupakan pedagang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran kakao berbentuk biji kering tanpa fermentasi dari petani sampai ke

konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran kakao antara lain tengkulak yang berjumlah 4 orang, dan pedagang besar berjumlah 1 orang serta 1 kelompok tani, Unit Pengolahan Hasil (UPH) dan Rumah Coklat. Total lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kakao yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 8 orang responden. Deskripsi responden lembaga pemasaran di lokasi penelitian disajikan pada tabel 4.5.

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek

| Karakteristik Responden | Tengkulak |           | UPH     |           | Pedagang Besar |           |
|-------------------------|-----------|-----------|---------|-----------|----------------|-----------|
|                         | Kisaran   | Rata-rata | Kisaran | Rata-rata | Kisaran        | Rata-rata |
| Umur (Tahun)            | 32 – 65   | 47,3      | 35 – 53 | 47        | 47             | 47        |
| Lama pendidikan (Tahun) | 6 – 12    | 7,2       | 6       | 6         | 12             | 9         |
| Jumlah Keluarga (Orang) | 4 – 6     | 5         | 6       | 6         | 3 – 5          | 4         |
| Volume penjualan (Kg)   | 280-3.199 | 1.459,5   | 1.212   | 1.212     | 183.700        | 183.700   |

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa umur lembaga pemasaran beragam, dimana di tingkat tengkulak berkisar antara 32-65 tahun, di tingkat UPH atau Rumah Coklat berkisar 35-53 tahun, dan di tingkat pedagang besar berkisar antara 47 tahun. Rata-rata lama pendidikan responden lembaga pemasaran di tingkat tengkulak, UPH besar berturut-turut sebesar 7,2 tahun, 6 tahun, dan 9 tahun. Rata-rata responden sudah berkeluarga dengan jumlah keluarga pada tingkat tengkulak sebanyak 5 orang, tingkat pengumpul sebanyak 6 orang, dan tingkat pedagang besar sebanyak 4 orang. Ada beberapa lembaga pemasaran yang selain berprofesi sebagai pedagang, ada juga yang mempunyai usahatani kakao. Volume penjualan lembaga pemasaran di tingkat tengkulak berkisar antara 280-3.199 Kg, di tingkat UPH berkisar antara 1.212 Kg, dan di tingkat pedagang besar berkisar antara 183.700 Kg.

#### 4.4.2 Kegiatan Pemasaran Kakao

Kegiatan pemasaran kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek meliputi alur perpindahan kakao dalam bentuk biji kakao kering tanpa fermentasi dan buah gelondongan yang dilakukan oleh petani melalui lembaga



pemasaran yang ada. Petani menjual kakao dalam bentuk biji kering tanpa fermentasi secara langsung kepada lembaga pemasaran yaitu tengkulak dan menjual buah gelondongan kepada kelompok tani Tunggal Jaya. Petani menjual kakao dengan mendatangi langsung ke rumah pedagang, namun ada juga pedagang yang mendatangi rumah petani untuk membeli kakaonya. Petani menjual kakaonya melalui tengkulak dan kelompok tani Tunggal Jaya yang ada di daerah penelitian. Petani yang berjarak cukup jauh dari rumah tengkulak cenderung tengkulak yang langsung mendatangi rumah petani.

Petani tidak mempunyai kekuasaan penuh untuk menentukan harga kakaonya karena volume pemasaran yang rendah dan keterbatasan petani terkait harga yang berlaku di pasar. Harga jual kakao yang berlaku pada saat penelitian di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek adalah berkisar Rp. 19.000-Rp. 23.000 per kilogram biji kakao kering nonfermentasi. Sementara untuk petani yang menjual buah gelondongan kepada Kelompok Tani Tunggal Jaya dengan harga Rp. 1.600 per kilogram. Pemasaran kakao melibatkan beberapa pelaku pemasaran yaitu petani, tengkulak, UPH, dan pedagang besar serta eksportir (namun penelitian ini hanya terbatas sampai ke pedagang besar). Saluran pemasaran yang terbentuk ada tiga macam, yaitu saluran pemasaran I yang terdiri dari petani-kelompok tani-UPH-Rumah coklat, saluran pemasaran II terdiri dari petani-tengkulak-pedagang besar, sedangkan saluran pemasaran III terdiri dari petani-pedagang pasar-pedagang besar.

## BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek terdiri dari tiga saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 (petani - kelompok tani – UPH – Rumah Coklat – konsumen) dan saluran pemasaran kedua (petani – tengkulak – pedagang besar) serta saluran pemasaran ketiga (petani – pedagang pasar – pedagang besar).
2. Terdapat empat hambatan masuk pasar yang pada pasar biji kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek yaitu Modal, hubungan antar pelaku pasar, persaingan pasar, dan pengalaman dalam dunia perkaakaoan. Nilai MES pada Tengkulak sebesar 1,68 (Mudah), Kelompok Tani sebesar 0,64 (Mudah), Pedagang Besar sebesar 0,66 (Mudah), dan UPH sebesar 0,63 (Mudah).
3. Struktur pasar pada pemasaran kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek yang dilihat dari hambatan masuk pasar, dan konsentrasi rasio mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna. Dengan nilai Kr pada tengkulak sebesar 100% yang merupakan struktur pasar oligopsoni dengan konsentrasi tinggi, pada pedagang besar dengan nilai Kr 100% dan termasuk struktur pasar monopsoni, untuk kelompok tani dengan Kr 50% termasuk struktur pasar oligopsoni, dan untuk untuk UPH mempunyai mempunyai Kr 100% termasuk struktur pasar Monopsoni. Secara keseluruhan pemasaran biji kakao di Desa Suruh mengarah pada struktur pasar oligopsoni.

### 6.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian ditinjau dari aspek saluran pemasaran bagi petani maka peneliti memberikan saran sebaiknya menggunakan saluran

pemasaran I dalam pemasaran kakao sehingga petani dapat memperkuat jalinan kemitraan dengan kelompok tani dengan dibentuknya sistem kontrak yang tertulis dan secara resmi, serta kakao yang dihasilkan dapat seragam dan sesuai dengan Sni yang sudah ditetapkan oleh UPH agar pada setiap lembaga pemasaran mendapat keuntungan yang adil dan merata.

2. Berdasarkan hasil penelitian ditinjau dari aspek hambatan masuk pasar maka peneliti memberikan saran petani diharapkan lebih aktif dalam mencari informasi pasar mengenai harga kakao ke tingkat lembaga pemasaran tertinggi atau ke dinas terkait, sehingga tidak hanya menjadi pengambil harga saja akan tetapi bisa menjadi penentu harga.
3. Berdasarkan hasil penelitian ditinjau dari aspek konsentrasi rasio petani sebaiknya memperbaiki kualitas kakao yang dipasarkan dengan melakukan usahatani kakao sesuai dengan GAP (*Good Agriculture Practice*) dan melakukan proses fermentasi sehingga dapat menaikkan harga kakao.
4. Berdasarkan hasil penelitian dengan penawaran harga dari pedagang maka pemerintah dalam hal ini Dinas Perkebunan diharapkan memberi saran kepada UPH untuk meberikan bantuan modal untuk peningkatan kapasitas produksi, serta perlunya kebijakan pemerintah untuk meminimalisir kegiatan kegiatan pedagang yang memainkan harga, sehingga diperlukannya aturan HET terkait dengan pemasaran kakao.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abah D., Anjainu A., G., Iorhon A., P. 2015 Analysis of the Structure and Conduct of Paddy Rice Marketing in Benue State, Nigeria. *AIS*. 1(2): 70-78.
- Abubakar I., Yantu M., R., Asih D. 2013. Kinerja Kelembagaan Pemasaran Kakao Biji Tingkat Petani Perdesaan Sulawesi Tengah: Kasus Desa Ampibabo Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong. *Agrotekbis*. 1(1): 74-80.
- Ahman, Eeng. 2007. *Membina Kompetensi Ekonomi*. Bandung: Grafindo Media Pratama.
- Ali D., Rukka R. 2011. Peran Pedagang Kakao Dalam Peningkatan Efisiensi Pasar Di Sulawesi Selatan. *Sosial Ekonomi Pertanian*. 8(1): 16-23
- Anggreini. Budiarto, E. D. 2007. *Pengantar Epidemiologi*. Jakarta: EGC
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2016. *Luas Areal Menurut Komoditi di Kecamatan Suruh Tahun 2017*. Trenggalek BPS.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2018. *Luas Tanam dan Produksi Tanaman Perkebunan di Kabupaten Trenggalek Tahun 2017*. Trenggalek BPS.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Pertumbuhan Nilai PDB (produk Domestik Bruto) pada Sektor Pertanian di Indonesia*. Indonesia BPS.
- Buhari, A. K., M. A. Maikasuwa and A. Gona. 2018. Structure, Conduct and Performance of Rice Marketing inKebbi State, Nigeria. *Journal of Ambit Journal of Agricultural Research*. 3(2): 120-128.
- Cristavo, Caetano dos S., Andriyono K. A., dan Azmul R. 2015. Marketing Efficiency Analysis of Organic Coffee in Ermera Regency. *Academic Journal Inc*, 9 (1) : 12-26.
- Daniel, Mochar. 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dewi P., Santoso B. 2014. Pengembangan Komoditas Unggulan Sektor Pertanian Tanaman Pangan di Kabupaten Karangasem Melalui Pendekatan Agribisnis. *Teknik Pomits*, 3 (2) : 2337-3539.
- Dewi. 2012. Analisis Peluang Pilihan Kelembagaan Pemasaran Biji kakao di Provinsi Sulawesi Tengah. *Journal of Agricultural Economics*, 3(1): 2-11.
- Direktorat Jendral Perkebunan Indonesia. 2017. *Luas Areal Kakao Menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2012-2016*.

- Firdaus, Muhammad. 2007. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gachena, Dessalegn dan Solomon Kebebew. 2014. Evaluating Coffee Market Structure and Conduct in Bench – Maji Zone, South West Ethiopia. *Journal of Agricultural Economics, Extension and Rural Development*, 2 (5) : 166-163.
- Gulo, W. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo
- Gurujati. 1991. *Ekonometriks Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: Penerbit CV ANDI OFFSET.
- Hakim B., Abubakar I. 2011. Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Biji Kakao Di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah. *Departemen Ilmu Ekonomi*. 1(2): 22-29.
- Hariyati, Yuli. 2007. *Ekonomi Mikro (Pendekatan Matematis dan Grafis)*. Jember
- Hariyati, Yuli. 2018. *Ekonomi Kakao Tinjauan Teori dan Aplikasi*. Jember
- Karmawati E., Mahmud Z., Syakir M., Munarso J., Ardana K., Rubiyo. 2010. *Budidaya dan Pasca Panen*. Bogor: Nitro Profesional.
- Kementrian Pertanian. 2017. *Statistik Pertanian 2017*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kuntjojo. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Mursid, M. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nugroho S. 2010. *Dasar-Dasar Metode Statiska*. Jakarta : Grasindo Cikal Sakti.
- Purwono M., H. Purnamawati. 2007. *Budidaya 8 Jenis Tanaman Pangan unggul*. Penebar Swadaya: Jakarta.

- Putri A., Fariyanti A., Kusnadi N. 2013. Struktur Dan Integrasi Pasar Kopi Arabika Gayo di Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah. *Buletin RISTR*. 4 (1): 47-54.
- Rachmad Agus S. 2017. Usahatani dan Tingkat Ekonomi Petani Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial UM. Jurusan Geografi.
- Sartika, Novi Dewi. 2015. Kinerja Dan Keekonomian Mesin Perontok Untuk Kedelai. *Tesis*: Institut Pertanian Bogor.
- Simanjuntak B., A. 2009. *Metode Penelitian Sosial (Edisi Revisi)*. Jakarta; Pustaka Obor Indonesia.
- Sitorus S., U. 2015. Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Biji kakao di Indonesia. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soetrisno, Suwandari, dan Rijanto. 2006. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Malang: Bayu Media.
- Sudiono, Armand. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Sugiarto, E. 2015. *Penelitian Kualitatif Skripsi dan Thesis*. Yogyakarta : Uaka Media.
- Sunarto. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Ekonomi Manajerial (Konsep Terapan Bisnis)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Swarjana, I. K. 2012. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: ANDI
- Tiyas A., I. G. S. A. Putra. 2015. Analisis Finansial Usahatani Buah Naga Super Merah (Studi Kasus di Kelompok Tani Berkah Naga Desa Sambirejo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banguwangi). *Agribisnis dan Agrowisata*. 4(5): 402-411.
- Umar, Husein. 2003. *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Lampiran 1.1 Daftar Identitas Petani Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek

| No | Nama      | Alamat     | Umur<br>(Tahun) | Pendidikan | Jumlah Keluarga<br>(orang) | Pengalaman<br>(Tahun) | Luas Areal<br>(Ha) | Kepemilikan<br>Lahan |
|----|-----------|------------|-----------------|------------|----------------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| 1  | Jiyem     | Desa Suruh | 59              | SD         | 5                          | 25                    | 0,22               | Sendiri              |
| 2  | Pujianto  | Desa Suruh | 47              | S2         | 5                          | 25                    | 0,11               | Sendiri              |
| 3  | Yatini    | Desa Suruh | 74              | SMA        | 6                          | 25                    | 0,43               | Sendiri              |
| 4  | Slamet A  | Desa Suruh | 53              | SMP        | 4                          | 25                    | 0,21               | Sendiri              |
| 5  | Suyut     | Desa Suruh | 45              | SD         | 4                          | 25                    | 0,12               | Sendiri              |
| 6  | Sukani    | Desa Suruh | 70              | -          | 4                          | 25                    | 0,26               | Sendiri              |
| 7  | Sulastri  | Desa Suruh | 68              | -          | 5                          | 25                    | 0,3                | Sendiri              |
| 8  | Supriyo   | Desa Suruh | 61              | SMA        | 4                          | 25                    | 0,25               | Sendiri              |
| 9  | Lestari   | Desa Suruh | 51              | SD         | 3                          | 25                    | 0,15               | Sendiri              |
| 10 | Sukimin   | Desa Suruh | 67              | SD         | 5                          | 25                    | 0,25               | Sendiri              |
| 11 | Nur Salim | Desa Suruh | 63              | SD         | 5                          | 25                    | 0,21               | Sendiri              |
| 12 | Suwandi   | Desa Suruh | 57              | SMP        | 6                          | 25                    | 0,15               | Sendiri              |
| 13 | Sunarti   | Desa Suruh | 49              | SMP        | 2                          | 25                    | 0,23               | Sendiri              |
| 14 | Tumini    | Desa Suruh | 55              | SMP        | 3                          | 25                    | 0,15               | Sendiri              |
| 15 | Ponijem   | Desa Suruh | 55              | SMP        | 6                          | 25                    | 0,16               | Sendiri              |

Lanjutan Lampiran 1.1 Daftar Identitas Petani Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek

| No. | Nama          | Alamat     | Umur<br>(tahun) | Pendidikan | Jumlah keluarga<br>(orang) | Pengalaman<br>(Tahun) | Luas Areal<br>(Ha) | Kepemilikan<br>Lahan |
|-----|---------------|------------|-----------------|------------|----------------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| 16  | Wasit         | Desa Suruh | 60              | SMA        | 4                          | 25                    | 0,13               | Sendiri              |
| 17  | Sukiran       | Desa Suruh | 54              | SMP        | 5                          | 25                    | 0,15               | Sendiri              |
| 18  | Paito         | Desa Suruh | 45              | SMA        | 5                          | 25                    | 0,12               | Sendiri              |
| 19  | Katiman       | Desa Suruh | 48              | SD         | 8                          | 25                    | 0,24               | Sendiri              |
| 20  | Sumilah       | Desa Suruh | 74              | SD         | 6                          | 25                    | 0,25               | Sendiri              |
| 21  | Katiyem       | Desa Suruh | 70              | SMA        | 6                          | 25                    | 0,15               | Sendiri              |
| 22  | Jiyem         | Desa Suruh | 85              | SD         | 4                          | 25                    | 0,15               | Sendiri              |
| 23  | Musodjo       | Desa Suruh | 75              | SPG        | 5                          | 25                    | 1                  | Sendiri              |
| 24  | Tri Karianto  | Desa Suruh | 47              | SLTA       | 5                          | 25                    | 0,11               | Sendiri              |
| 25  | Misni         | Desa Suruh | 43              | SMP        | 2                          | 25                    | 0,15               | Sendiri              |
| 26  | Siti Musfiroh | Desa Suruh | 44              | SD         | 5                          | 25                    | 0,16               | Sendiri              |
| 27  | Darwini       | Desa Suruh | 52              | SD         | 5                          | 25                    | 0,6                | Sendiri              |
| 28  | Sujilah       | Desa Suruh | 60              | SD         | 5                          | 25                    | 0,25               | Sendiri              |
| 29  | Warsih        | Desa Suruh | 54              | SD         | 2                          | 25                    | 0,12               | Sendiri              |
| 30  | Yatmin        | Desa Suruh | 45              | SD         | 2                          | 25                    | 0,1                | Sendiri              |



Lanjutan Lampiran 1.1 Daftar Identitas Petani Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek

| No               | Nama    | Alamat     | Umur<br>(Tahun) | Pendidikan | Jumlah Keluarga<br>(orang) | Pengalaman<br>(Tahun) | Luas Areal<br>(Ha) | Kepemilikan<br>Lahan |
|------------------|---------|------------|-----------------|------------|----------------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| 31               | Wasit   | Desa Suruh | 48              | SD         | 3                          | 25                    | 0,13               | Sendiri              |
| 32               | Kaseri  | Desa Suruh | 70              | SLTA       | 4                          | 25                    | 0,15               | Sendiri              |
| 33               | Joko    | Desa Suruh | 45              | SMP        | 3                          | 25                    | 0,05               | Sendiri              |
| 34               | Niarsih | Desa Suruh | 48              | SD         | 3                          | 25                    | 0,05               | Sendiri              |
| 35               | Tukijah | Desa Suruh | 65              | SLTA       | 4                          | 25                    | 0,1                | Sendiri              |
| 36               | Senun   | Desa Suruh | 30              | SD         | 3                          | 25                    | 1,1                | Sendiri              |
| 37               | Ervina  | Desa Suruh | 29              | SPG        | 5                          | 25                    | 2,1                | Sendiri              |
| <b>Total</b>     |         |            | <b>2.083</b>    |            | <b>173</b>                 | <b>925</b>            | <b>13,53</b>       |                      |
| <b>Rata-rata</b> |         |            | <b>56,27</b>    |            | <b>4,325</b>               | <b>25</b>             | <b>0,36</b>        |                      |

**Lampiran 1.2 Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No. | Nama      | Luas Areal (Ha) | Produksi Kakao (Kg/Bulan) | Harga Jual | Tujuan Pemasaran             |
|-----|-----------|-----------------|---------------------------|------------|------------------------------|
| 1   | Jiyem     | 0,22            | 278 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 2   | Pujianto  | 0,11            | 137 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 3   | Yatini    | 0,43            | 525 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 4   | Slamet A  | 0,21            | 261 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 5   | Suyut     | 0,12            | 116 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 6   | Sukani    | 0,26            | 286 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 7   | Sulastri  | 0,3             | 330 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 8   | Supriyo   | 0,25            | 161 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 9   | Lestari   | 0,15            | 274 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 10  | Sukimin   | 0,25            | 271 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 11  | Nur Salim | 0,21            | 167 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 12  | Suwandi   | 0,15            | 292 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 13  | Sunarti   | 0,23            | 188 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 14  | Tumini    | 0,15            | 199 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 15  | Ponijem   | 0,16            | 158 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 16  | Jiyem     | 0,22            | 278 (Gelondongan)         | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |

**Lanjutan Lampiran 1.2 Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No. | Nama          | Luas Areal (Ha) | Produksi Kakao (Kg/Bulan) | Harga Jual | Tujuan Pemasaran             |
|-----|---------------|-----------------|---------------------------|------------|------------------------------|
| 17  | Wasit         | 0,10            | 156 (Gelondong)           | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 18  | Sukiran       | 0,16            | 149 (Gelondong)           | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 19  | Paito         | 1,00            | 319 (Gelondong)           | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 20  | Katiman       | 0,25            | 188 (Gelondong)           | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 21  | Sumilah       | 0,18            | 166 (Gelondong)           | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 22  | Katiyem       | 0,25            | 133 (Gelondong)           | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 23  | Jiyem         | 3,00            | 916 (Gelondong)           | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 24  | Musodjo       | 1,00            | 313 (Gelondong)           | 1.600      | Kelompok Tani (Tunggal Jaya) |
| 25  | Tri Karianto  | 0,12            | 11 (Biji Kering)          | 19.000     | Tengkulak                    |
| 26  | Misni         | 0,06            | 6 (Biji Kering)           | 20.000     | Tengkulak                    |
| 27  | Siti Musfiroh | 0,07            | 7 (Biji Kering)           | 20.000     | Tengkulak                    |
| 28  | Darwini       | 0,20            | 19 (Biji Kering)          | 20.000     | Tengkulak                    |
| 29  | Sujilah       | 0,11            | 11 (Biji Kering)          | 19.000     | Tengkulak                    |
| 30  | Warsih        | 0,50            | 46 (Biji Kering)          | 21.000     | Tengkulak                    |
| 31  | Yatmin        | 0,50            | 48 (Biji Kering)          | 21.000     | Tengkulak                    |
| 32  | Wasit         | 0,25            | 22 (Biji Kering)          | 21.000     | Pedagang Pasar               |

**Lanjutan Lampiran 1.2 Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No.              | Nama    | Luas Areal (Ha) | Produksi Kakao (Kg/Bulan) | Harga Jual | Tujuan Pemasaran |
|------------------|---------|-----------------|---------------------------|------------|------------------|
| 33               | Kaseri  | 0,15            | 14 (Biji Kering)          | 21.000     | Pedagang Pasar   |
| 34               | Joko    | 0,05            | 18 (Biji Kering)          | 21.000     | Pedagang Pasar   |
| 35               | Niarsih | 0,05            | 15 (Biji Kering)          | 21.000     | Pedagang Pasar   |
| 36               | Tukijah | 0,1             | 10 (Biji Kering)          | 23.000     | Pedagang Pasar   |
| 37               | Senun   | 1,1             | 97 (Biji Kering)          | 19.000     | Pedagang Pasar   |
| <b>Total</b>     |         | <b>13,11</b>    |                           |            |                  |
| <b>Rata-rata</b> |         | <b>0,33</b>     |                           |            |                  |

**Lampiran 2.1 Daftar Identitas Tengkulak pada Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No.              | Nama    | Alamat       | Umur<br>(tahun) | Pendidikan | Jumlah Penjualan<br>(Kg/bln) | Harga Jual<br>(Rp/Kg) | Tujuan Pemasaran |
|------------------|---------|--------------|-----------------|------------|------------------------------|-----------------------|------------------|
| 1.               | Lestari | Desa Suruh   | 51              | SMA        | 45                           | 20.500                | Pedagang Besar   |
| 2.               | Mujilah | Desa Suruh   | 50              | SMA        | 400                          | 23.000                | Pedagang Besar   |
| 3.               | Sugini  | Desa Gamping | 63              | SMP        | 40                           | 35.000                | Pedagang Besar   |
| 4.               | Sarono  | Desa Gamping | 63              | SMA        | 30                           | 35.000                | Pedagang Besar   |
| <b>Total</b>     |         |              | <b>173</b>      |            | <b>515</b>                   | <b>113.500</b>        |                  |
| <b>Rata-rata</b> |         |              | <b>43,25</b>    |            | <b>492,5</b>                 | <b>28.375</b>         |                  |

**Lampiran 2.1 Daftar Identitas Kelompok Tani Tunggal Jaya pada Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No.              | Nama    | Alamat     | Umur<br>(tahun) | Pendidikan | Jumlah Penjualan<br>(Kg/bln) | Harga Jual<br>(Rp/Kg) | Tujuan Pemasaran |
|------------------|---------|------------|-----------------|------------|------------------------------|-----------------------|------------------|
| 1.               | Lestari | Desa Suruh | 51              | SMA        | 2000                         | 1.600                 | UPH              |
| <b>Total</b>     |         |            | <b>51</b>       |            | <b>2000</b>                  | <b>1.600</b>          | <b>UPH</b>       |
| <b>Rata-rata</b> |         |            | <b>51</b>       |            | <b>2000</b>                  | <b>1.600</b>          | <b>UPH</b>       |

**Lampiran 3.1 Daftar Identitas Unit Pengolahan Hasil (UPH) pada Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No.              | Nama     | Alamat      | Umur<br>(tahun) | Pendidikan | Jumlah Penjualan<br>(Kg/bln) | Harga Jual<br>(Rp/Kg) | Tujuan Pemasaran |
|------------------|----------|-------------|-----------------|------------|------------------------------|-----------------------|------------------|
| 1.               | Suparman | Desa Karang | 55              | S1         | 120                          | 35.000                | Rumah Coklat     |
| <b>Total</b>     |          |             | <b>51</b>       |            | <b>120</b>                   | <b>35.000</b>         | Rumah Coklat     |
| <b>Rata-rata</b> |          |             | <b>51</b>       |            | <b>120</b>                   | <b>35.000</b>         | Rumah Coklat     |

**Lampiran 4.1 Daftar Identitas Rumah Coklat pada Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No.              | Nama         | Alamat      | Umur<br>(tahun) | Pendidikan | Jumlah Penjualan<br>(Kg/bln) | Harga Jual<br>(Rp/Kg) | Tujuan Pemasaran |
|------------------|--------------|-------------|-----------------|------------|------------------------------|-----------------------|------------------|
| 1.               | Zelly Kusuma | Desa Karang | 35              | S1         | 20                           | 35.000                | Konsumen         |
| <b>Total</b>     |              |             | <b>51</b>       |            | <b>20</b>                    | <b>35.000</b>         | Konsumen         |
| <b>Rata-rata</b> |              |             | <b>51</b>       |            | <b>20</b>                    | <b>35.000</b>         | Konsumen         |

**Lampiran 5.1 Daftar Identitas Pedagang Besar pada Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No.              | Nama       | Alamat      | Umur<br>(tahun) | Pendidikan | Jumlah Penjualan<br>(Kg/bln) | Harga Jual<br>(Rp/Kg) | Tujuan Pemasaran |
|------------------|------------|-------------|-----------------|------------|------------------------------|-----------------------|------------------|
| 1.               | Nur Kholis | Desa Karang | 48              | SMA        | 1.000                        | 25.000                | Eksportir        |
| <b>Total</b>     |            |             | 48              |            | 1.000                        | 25.000                |                  |
| <b>Rata-rata</b> |            |             | 48              |            | 1.000                        | 25.000                |                  |

Lampiran 5. Fungsi Pemasaran yang dilakukan Lembaga Pemasaran pada Saluran Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek

| Lembaga Pemasaran | Fungsi Pemasaran |           |              |             |              |                  |                |              |
|-------------------|------------------|-----------|--------------|-------------|--------------|------------------|----------------|--------------|
|                   | Fungsi Tukar     |           | Fungsi Fisik |             |              | Fungsi Fasilitas |                |              |
|                   | Pembelian        | Penjualan | Pengolahan   | Penyimpanan | Transportasi | Informasi Pasar  | Penyedia Modal | Standarisasi |
| Petani            | -                | √         | √            | √           | √            | √                | √              | -            |
| Tengkulak         | √                | √         | -            | √           | √            | √                | √              | √            |
| Pengumpul         | √                | √         | -            | √           | √            | √                | √              | √            |
| Pedagang besar    | √                | √         | -            | √           | √            | √                | √              | √            |



**Lampiran 6. Analisis *Minimum Efficiency Scale* (MES)**

*Output* Tengkulak : 4.938 Kg

*Output* UPH : 1.212 Kg

*Output* Pedagang Besar : 13.121 Kg

*Output* Kelompok Tani : 1.231 Kg

*Output* Pasar : 191.081 Kg

- *Minimum Efficiency Scale* (MES) tingkat tengkulak

$$\text{MES} = \frac{\text{Penjualan Tengkulak Terbesar}}{\text{Output pasar}} \times 100\%$$

$$\text{MES} = \frac{4.938}{191.081} \times 100\%$$

$$\text{MES} = 2,58\%$$

- *Minimum Efficiency Scale* (MES) UPH

$$\text{MES} = \frac{\text{Penjualan UPH Terbesar}}{\text{Output pasar}} \times 100\%$$

$$\text{MES} = \frac{1.212}{191.081} \times 100\%$$

$$\text{MES} = 0,63\%$$

- *Minimum Efficiency Scale* (MES) tingkat pedagang besar

$$\text{MES} = \frac{\text{Penjualan Pedagang Terbesar}}{\text{Output pasar}} \times 100\%$$

$$\text{MES} = \frac{183.700}{191.081} \times 100\%$$

$$\text{MES} = 96,76\%$$

- *Minimum Efficiency Scale* (MES) tingkat Kelompok Tani

$$\text{MES} = \frac{\text{Penjualan Pedagang Terbesar}}{\text{Output pasar}} \times 100\%$$

$$\text{MES} = \frac{1.231}{191.081} \times 100\%$$

$$\text{MES} = 0,64\%$$

**Lampiran 7.1 Analisis Konsentrasi Rasio Empat Pedagang (Tengkulak dan Pengumpul) Kakao di Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No.                    | Nama    | Pembelian<br>(Kg/bln) | Konsentrasi Rasio<br>(%) |
|------------------------|---------|-----------------------|--------------------------|
| 1.                     | Lestari | 45                    | 52                       |
| 2.                     | Mujilah | 400                   | 51                       |
| 3.                     | Sugini  | 40                    | 38                       |
| 4.                     | Sarono  | 30                    | 44                       |
| <b>Total Penjualan</b> |         | <b>515</b>            |                          |

**Lampiran 7.2 Analisis Konsentrasi Rasio Satu Pedagang Besar Kakao di Kecamatan Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

| No.                  | Nama       | Pembelian (Kg) | Konsentrasi Rasio (%) |
|----------------------|------------|----------------|-----------------------|
| 1.                   | Nur Kholis | 1.000          | 100                   |
| <b>Total Penjual</b> |            | <b>1.000</b>   | <b>100</b>            |

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS PERTANIAN**

**KUESIONER**

---

**JUDUL : Struktur Pasar Biji Kakao di Desa Suruh Kecamatan  
Suruh Kabupaten Trenggalek**  
**LOKASI : Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

---

**IDENTITAS RESPONDEN**

No. Responden :  
Nama :  
Alamat :  
Umur :  
Pendidikan :  
Pekerjaan :  
Jumlah Anggota Keluarga :                      Orang  
Lahan Milik : a. Sendiri      b. Sewa

**IDENTITAS PENELITI**

Nama : Nelli Dwi Saputri  
NIM : 151510601031  
Hari/Tanggal :

Responden

(.....)

**A. Identitas Tanaman Kakao**

1. Varietas yang ditanam :
2. Umur kakao :
3. Bulan panen :
4. Jumlah panen setahun :
5. Jarak tanam kakao :
6. Jumlah pohon kakao : .....Pohon
7. Tanaman penayang : 1.....  
2.....
8. Mengapa dipilih tanaman penayang tersebut?

**B. Gambaran Umum Petani Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

1. Berapa produksi biji kakao Anda per hektar setiap satu kali panen?  
Jawab: .....
2. Apakah kakao hasil panen yang akan dijual disortasi terlebih dahulu?  
Jawab:.....
3. Apakah keuntungan yang diperoleh dengan melakukan penyortiran?  
Jawab:.....
4. Apakah kualitas atau kondisi fisik biji kakao selalu baik?
  - a. Ya
  - b. TidakAlasan:.....
5. Apakah biji kakao hasil produksi dibedakan menurut kualitas atau kondisi fisiknya?
  - a. Ya
  - b. Tidak
6. Dibedakan menjadi berapa jenis kualitas biji kakao hasil produksi?  
Alasan:.....
7. Bagaimana ciri-ciri hasil panen biji kakao yang dikatakan baik?  
Jawab:.....

8. Apakah terdapat perbedaan harga dari masing-masing kualitas biji kakao hasil produksi?
- Ya
  - Tidak
- Alasan:.....
9. Berapa harga jual biji kakao untuk masing-masing kualitas?
- Jawab:.....
10. Apakah biji kakao hasil panen dijual seluruhnya?
- Ya
  - Tidak
- Alasan:.....
11. Bagaimana cara Anda dalam memanen kakao?
- Bertahap
  - Secara langsung
  - Lainnya.....
12. Setelah melakukan pemanenan kakao, langkah selanjutnya apa yang Anda lakukan?
- Dijual langsung
  - Diolah sendiri
- Keterangan:.....
13. Setelah dipanen, jika diolah sendiri pengolahan apa yang Anda lakukan?
- Pengolahan basah
  - Pengolahan kering
14. Mengapa Anda memilih pengolahan tersebut?
- Jawab:.....
15. Apakah ada kemitraan yang dilakukan terkait kakao?
- Jawab:.....
16. Apakah ada penyuluhan mengenai budidaya tanaman kakao?
- Ya, berapa kali penyuluhan tersebut dilakukan?
  - Tidak
17. Siapakah yang melakukan penyuluhan tentang usahatani kakao tersebut?

Jawab:.....

18. Setiap berapa bulan sekali pertemuan kelompok tani diadakan?

- a. Sebulan sekali
- b. Sebulan dua kali
- c. ....

19. Dalam pertemuan kelompok tani tersebut, apa yang biasanya dibahas atau dilakukan?

Jawab:.....

20. Pernahkan diadakan pelatihan terkait dengan usahatani kakao oleh instansi atau lembaga tertentu?

Jawab:.....

21. Apakah bapak mengikuti pelatihan tersebut?

- a. Ya
- b. Tidak

22. Apa manfaat yang Anda peroleh dari pelatihan tersebut?

Jawab:.....

### **C. Pemasaran Biji Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

1. Kemanakah Anda menjual biji kakao hasil produksi dan berapa jumlah pedagang tersebut?

- a. Tengkulak (.....Orang)
- b. Pedagang besar (.....Orang)
- c. Pedagang pengecer (.....Orang)

Lainnya:.....

2. Bagaimana sistem menjual biji kakao hasil panen?

- a. Sistem borongan
- b. Jual sendiri

Lainnya:.....

3. Bagaimana mekanisme penetapan harga jual biji kakao?

- a. Tawar menawar

- b. Ditentukan oleh penjual
- c. Ditentukan oleh pembeli
- d. Terdapat aturan resmi terhadap harga biji kakao

Lainnya:.....

4. Apakah lembaga pemasaran mempunyai standart tertentu dalam membeli hasil panen biji kakao Anda?

Jawab:.....

5. Apakah terdapat perbedaan harga pada masing-masing perantara pemasaran biji kakao?

a. Ya, yaitu.....

b. Tidak

6. Berapa perbedaan tersebut?

Jawab:.....

7. Apakah lembaga pemasaran (tengkulak, pedagang, pengumpul) mempunyai standar tertentu dalam membeli kakao dari Anda?

a. Ya                      b. Tidak

Keterangan.....

8. Apakah petani bebas memilih pasar untuk menjual kakao?

Jawab: .....

9. Bagaimana sistem pemasaran biji kakao yang Anda lakukan?

a. Dijual secara langsung ke perantara/pedagang

b. Pembeli membeli secara langsung

Lainnya: .....

10. Apabila melalui perantara/pedagang, mengapa memilih perantara/pedagang tersebut?

a. Lebih mudah dan cepat

b. Harga jual lebih tinggi dibandingkan dengan yang lain

c. Biaya pemasarannya lebih murah

Lainnya: .....

11. Bagaimana sistem satuan penjualan biji kakao yang dilakukan?

a. Satuan ton (Rp...../ton)

- b. Satuan kwintal (Rp...../kw)
- c. Satuan kilogram (Rp...../kg)
- d. lainnya: .....
12. bagaimana sistem pembayaran yang diterapkan?
- a. Dibayar dimuka
- b. Dibayar dibelakang
- c. Dibayar tunai
- Lainnya:.....
13. Bagaimana sistem pengangkutan pengangkutan hasil panen biji kakao hingga sampai ke pedagang?
- Jawab: .....
14. Bagaimana penanggungungan biaya pengangkutan?
- a. Ditanggung sendiri
- b. Ditanggung pembeli
- Lainnya : .....
15. Apakah penjualan biji kakao yang selama ini dilakukan selalu menuntungkan?
- a. Ya, dengan keuntungan rata-rata.....% dari total penerimaan
- b. Tidak
- Lain-lain:.....
16. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan penjualan?
- Jawab: .....
17. Apakah terdapat usaha perbaikan sarana transportasi? Kapan dilakukan?
- Jawab: .....
18. Bagaimana kelancaran transportasi pada setiap kali musim panen? Apa saja hambatannya?
- Jawab: .....
19. Apakah hasil panen Anda disimpan terlebih dahulu sebelum dijual?
- a. Ya.
- b. Tidak
- Mengapa:.....
20. Siapakah yang menanggung biaya selama kegiatan penyimpanan?



- Jawab: .....
21. Sebelum dijual apakah dilakukan penyortiran?
- Ya
  - Tidak
- Jika ya, berapa biaya yang dikeluarkan?.....
- Jika ya, standart apa yang digunakan? .....
22. Apakah keuntungan yang diperoleh dengan melakukan penyortiran?
- Jawab: .....
23. Siapa yang bertanggung jawab atas resiko selama kegiatan pemasaran?
- Jawab: .....
24. Resiko apa yang sering dialami?
- Jawab: .....
25. Lembaga apa yang membantu dalam usaha penanggulangan resiko pemasaran?
- Jawab: .....
26. Dari mana Anda memperoleh informasi pasar mengenai kakako?
- Jawab: .....
27. Informasi apa saja yang diperoleh?
- Jawab: .....
28. Dari mana Anda memperoleh informasi harga kakao setiap kali ada perubahan?
- Jawab: .....
29. Apakah anda mempunyai langganan tetap dalam memasarkan biji kakao?
- Ya
  - Tidak
- Alasan: .....
30. Apakah Anda mempunyai hubungan ketergantungan terhadap perantara pemasaran?
- Ya
  - Tidak
- Alasan: .....

31. Apakah terdapat kendala atau hambatan masuk pasar dalam pemasaran biji kakao hasil produksi?

Jawab: .....

32. Apakah kendala yang seringkali Anda hadapi dalam memasarkan biji kakao?

- a. Kondisi / daya tahan bawang merah
- b. Sarana pengangkutan atau transportasi
- c. Keberadaan lembaga perantara
- d. Lainnya

Alasan: .....

33. Berapa jumlah pedagang perantara pemasaran biji kakao yang Anda ketahui?

Jawab: .....

34. Berikut ini mengenai biaya pemasaran yang dilakukan:

| No. | Jenis Biaya        | Jumlah | Biaya/satuan<br>(Rp) | Total Biaya<br>(Rp) |
|-----|--------------------|--------|----------------------|---------------------|
| 1.  | Biaya tenaga kerja |        |                      |                     |
| 2.  | Biaya pengangkutan |        |                      |                     |
| 3.  | Biaya pemasaran    |        |                      |                     |
| 4.  | Biaya penyimpanan  |        |                      |                     |
| 5.  | Biaya penyusutan   |        |                      |                     |
| 6.  | Biaya bongkar muat |        |                      |                     |
| 7.  | Biaya sortir       |        |                      |                     |
| 8.  | Biaya retribusi    |        |                      |                     |
| 9.  | Biaya lain-lain    |        |                      |                     |

Harga Jual: Rp...../.....

Keuntungan:Rp...../.....

35. Berikut tabel lembaga pemasaran yang dituju, jumlah penjualan, dan harga jual dalam pemasaran biji kakao hasil produksi.

| No. | Lembaga Pemasaran yang di<br>Tuju | Jumlah Penjualan<br>(Kg) | Harga jual<br>(Kg) |
|-----|-----------------------------------|--------------------------|--------------------|
| 1.  | Tengkulak                         |                          |                    |
| 2.  | Pedagang besar                    |                          |                    |
| 3.  | Pedagang pengecer                 |                          |                    |

**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN/AGRIBISNIS**

**KUESIONER**

---

**JUDUL** : Struktur Pemasaran Biji Kakao di Desa Suruh Kecamatan  
Suruh Kabupaten Trenggalek  
**LOKASI** : Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek

---

**IDENTITAS RESPONDEN**

No. Responden :  
Nama :  
Alamat :  
Umur :  
Pendidikan :  
Pekerjaan :  
Jumlah Anggota Keluarga : Orang  
Lahan Milik : a. Sendiri b. Sewa

**IDENTITAS PENELITI**

Nama : Nelli Dwi Saputri  
NIM : 151510601031  
Hari/Tanggal :

Responden

(.....)

**A. Saluran Pemasaran Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek**

1. Dari mana Anda memperoleh komoditas kakako?
  - a. Membeli dari petani
  - b. Membeli dari pedagang
2. Apakah terdapat syarat yang Anda tentukan mengenai kondisi biji kakao yang akan dibeli?
  - a. Ada
  - b. Tidak

Alasan : .....

3. Tabel asal pembelian, jumlah pembelian, harga beli, dan harga jual produk

| No. | Asal Pembelian          | Jumlah Pembelian (Kg) |   |   | Harga Beli (Rp/Kg) |   |   | Harga Jual (Rp/Kg) |   |   |
|-----|-------------------------|-----------------------|---|---|--------------------|---|---|--------------------|---|---|
|     |                         | A                     | B | C | A                  | B | C | A                  | B | C |
| 1.  | Petani                  |                       |   |   |                    |   |   |                    |   |   |
| 2.  | Pedagang Pengumpul Desa |                       |   |   |                    |   |   |                    |   |   |
| 3.  | Tengkulak               |                       |   |   |                    |   |   |                    |   |   |
| 4.  | Pedagang Besar          |                       |   |   |                    |   |   |                    |   |   |

Keterangan: A=Panen raya.....B=Paceklik.....C=Panen biasa.....

4. Kemana saja penjualan kakao yang anda lakukan?  
Jawab : .....

5. Tabel tujuan penjualan, jumlah penjualan, harga jual, dan penerimaan

| No. | Tujuan Penjualan   | Jumlah Penjualan (Kg) | Harga Jual (Rp/Kg) | Penerimaan (Rp/Kg) |
|-----|--------------------|-----------------------|--------------------|--------------------|
| 1.  | Pedagang pengumpul |                       |                    |                    |
| 2.  | Pedagang Besar     |                       |                    |                    |
| 3.  | Pedagang Pengecer  |                       |                    |                    |

- a. Nama pengumpul desa
- b. Nama pedagang besar

- c. Nama eksportir
  - d. Tujuan penjualan
6. Berapa jumlah lembaga pemasaran kakao yang anda ketahui?  
 Jawab : .....

7. Apakah Anda memerlukan biaya untuk memasarkan komoditas kakao?
- a. Ya
  - b. Tidak

Keterangan:.....

| No. | Jenis Biaya        | Jumlah | Biaya/satuan (Rp) | Total Biaya (Rp) |
|-----|--------------------|--------|-------------------|------------------|
| 1.  | Biaya tenaga kerja |        |                   |                  |
| 2.  | Biaya pengangkutan |        |                   |                  |
| 3.  | Biaya pengemasan   |        |                   |                  |
| 4.  | Biaya penyimpanan  |        |                   |                  |
| 5.  | Biaya penyusutan   |        |                   |                  |
| 6.  | Biaya bongkar muat |        |                   |                  |
| 7.  | Biaya sortir       |        |                   |                  |
| 8.  | Biaya distribusi   |        |                   |                  |
| 9.  | Biaya lain-lain    |        |                   |                  |

**A. ANALISIS KONSNTRASI RASIO**

8. Berapa jumlah pembelian yang dilakukan per bulan?  
 Jawab:.....
9. Berapa harga pembelian biji kakao per bulan?  
 Jawab:.....
10. Bagaimana kondisi kakao yang Anda beli?
- a. Gelondongan
  - b. Biji Basah
  - c. Biji Kering Non Fermentasi
  - d. Biji kering Fermentasi
11. Apakah terdapat perbedaan harga yang diterapkan berkaitan dengan kondisi biji kakao?

a. Ada

b. Tidak

Alasan:.....

12. Berapa jumlah penjualan yang dilakukan per bulan?

Jawab:.....

13. Berapa harga penjualan biji kakao per bulan?

Jawab:.....

14. Bagaimana kondisi kakao yang Anda jual?

e. Gelondongan

f. Biji Basah

g. Biji Kering Non Fermentasi

h. Biji kering Fermentasi

#### **B. MEKANISME HARGA PASAR**

15. Bagaimana mekanisme penetapan harga beli biji kakao ?

a. Tawar menawar

b. Ditentukan oleh penjual

c. Ditentukan oleh pembeli

d. Terdapat aturan resmi terhadap harga biji kakao

Lainnya :.....

16. Bagaimana sistem pembelian biji kakao yang Anda lakukan?

a. Membeli langsung ke petani

b. Membeli melalui perantara (.....)

Alasan :.....

17. Mengapa memilih sistem pembelian tersebut?

a. Lebih mudah dan cepat

b. Biaya lebih murah

c. Lainnya

Alasan:.....

18. Bagaimana sistem satuan pembelian biji kakao yang Anda lakukan?

a. Satuan ton (Rp...../ton)

b. Satuan kwintal (Rp...../kw)

c. Satuan kilogram (Rp...../kg)

Jawab: .....

19. Bagaimana sistem pembayaran pembelian yang Anda lakukan?

a. Dibayar dimuka

b. Dibayar dibelakang

c. Dibayar tunai

Alasan: .....

20. Apakah Anda memiliki pembeli tetap?

a. Ya      b. Tidak

Keterangan:.....

21. Kepada siapa saja Anda memasarkan hasil produksi kakao tersebut?

Jawab:.....

22. Bagaimana sistem penjualan yang Anda lakukan?

a. Sistem partai atau borongan

b. Sistem eceran

c. Sistem tebasan

d. Lain-lain.....

23. Siapakah yang menentukan harga beli kakao tersebut?

Jawab:.....

24. Bagaimana cara dalam menentukan harga beli kakao tersebut?

Jawab:.....

25. Siapakah yang menentukan harga jual kakao?

Jawab:.....

26. Bagaimana cara menentukan harga jual kakao?

Jawab:.....

27. Apa saja sitem pembeyaran yang digunakan?

Jawab:.....

28. Dari mana Anda memperoleh informasi harga kakao?

Jawab:.....

29. Apakah Anda berperan sebagai pemberi informasi harga kepada para petani?

Jawab:.....

30. Apakah Anda memiliki standarisasi dalam membeli kakao ke petani?

Jawab:.....

31. Jika ya, dibagi kedalam berapa kelas?

Jawab:.....

32. Berapa harga jual biji kakao?

Jawab:.....

33. Apakah Anda memiliki langganan untuk menjual kakao?

Jawab:.....

34. Berapakah jumlah lembaga pemasaran yang Anda ketahui?

Jawab:.....

35. Apakah Anda bekerjasama dengan lembaga perantara lain dalam memasarkan biji kakao ?

a. Ya

b. Tidak

Alasan :.....

36. Dari mana saja Anda memperoleh informasi pasar mengenai pemasaran biji kakao?

Jawab:.....

37. Informasi apa yang diperoleh?

Jawab:.....

38. Apakah Anda berperan sebagai pemberi informasi harga kepada petani?

a. Ya

b. Tidak

Alasan:.....

39. Apakah Anda bebas menjual produk diberbagai tempat/pasar?

Jawab:.....

#### **D. HAMBATAN MASUK PASAR**

40. Apakah terdapat kendala/hambatan dalam menjual biji kakao?



Jawab:.....

41. Adakah kerja sama dengan lembaga atau instansi lain dalam memasarkan kakao?

Jawab:.....

42. Apakah terdapat perbedaan harga untuk setiap kualitas atau kondisi fisik biji kakao?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan:.....

43. Apakah terdapat kendala atau hambatan masuk pasar untuk memasarkan biji kakao?

Jawab:.....

44. Apakah kendala yang paling sering dialami dalam pemasaran biji kakao?

- a. Kondisi/daya tahan biji kakao
- b. Sarana pengangkutan/transportasi
- c. Biaya pemasaran

Lainnya:.....

45. Apakah mengeluarkan biaya untuk memasarkan biji kakao?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan :.....

46. Apakah Anda melakukan kegiatan penyimpanan?

- a. Ya
- b. Tidak

Jika ya,

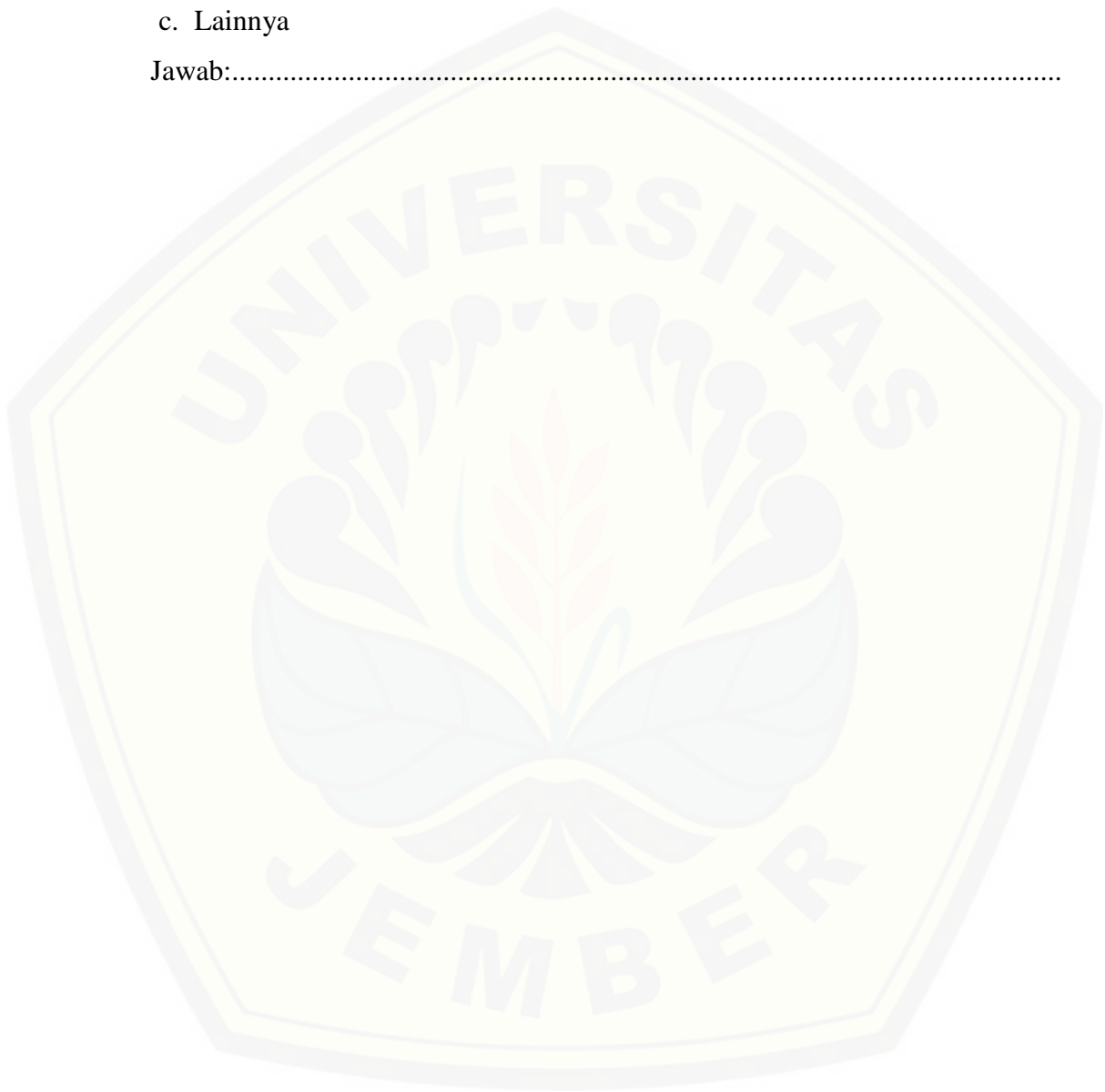
1. Jumlah biji kakao yang disimpan (.....Kg)
2. Lokasi penyimpanan
3. Cara menyimpan
4. Biaya penyimpanan\

47. Bagaimana sistem pengangkutan biji kakao yang akan dijual ke pedagang berikutnya ?

Jawab:.....

48. Bagaimana penanggungang biaya pengangkutan biji kakao untuk penjualan?
- a. Ditanggung sendiri
  - b. Ditanggung pedagang selanjutnya
  - c. Lainnya

Jawab:.....



**DOKUMENTASI**



Gambar 1. Biji Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek



Gambar 2. Buah Kakao di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek



Gambar 3. Produk Oalahan Coklat



Gambar 4. Wawancara dengan Responden