

**ANALISIS PELUANG PILIHAN KELEMBAGAAN PEMASARAN KAKAO
DI PROVINSI SULAWESI TENGAH**

Novia Dewi *

Abstract

The policy objectives for cacao agribusiness development in the Province of Central Sulawesi was directed toward the improvement of production and farm income. In fact there were so many cases that had becoming obstacles in these efforts, such as low prices of outputs, while the capital of the farmers was relatively low. The objectives of this study were to: (1) Analyze the opportunity of market agent cacao, (2) Know the opportunity of market agent cacao was relatively efficient and margin contribution of the family profit on cacao farming. The results of this study indicated that: (1) Educational, land use, production, income, and the number of their family member factor had affected upon the farmers choice a market agent, (2) The change of price at the farm level was fluctuated lower than those price change at the collector agent or exporter level. It had indicated that in cacao marketing there were still monopsony or oligopsony power, and the benefit of a higher price were mostly enjoyed by the exporter.

Keyword: opportunity of market agent, price, monopsony

* *Novia Dewi* adalah Staf Pengajar pada Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau, Pekanbaru.

I. PENDAHULUAN

Kakao (*Theobroma cacao* L) merupakan salah satu komoditi unggulan perkebunan yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, yaitu sebagai sumber pendapatan dan penyerapan tenaga kerja (Dradjat, *dkk*: 2003). Produksi kakao nasional sebagian besar berasal dari Sulawesi (63,8%) yang dihasilkan oleh mayoritas petani rakyat (*smallholder*). Sementara itu Sulawesi Tengah secara nasional mampu memproduksi hingga 40% dari total kakao nasional, yaitu berkisar 500-600 ribu ton setiap tahunnya (BPS Sulteng: 2009). Mengacu kepada potensi yang ada, tantangan, peluang dan permasalahan yang ada serta dikaitkan dengan perkembangan *supply* dan *demand* dunia di masa yang akan datang, maka diperlukan upaya penanganan kakao dalam upaya meningkatkan kesejahteraan petani pekebun. Kebijakan pengembangan kakao diarahkan kepada upaya mewujudkan agribisnis kakao yang efisien dan efektif sehingga tercipta peningkatan pendapatan petani dan hasil kakao yang berdaya saing antara lain melalui perbaikan dalam hal pemasaran kakao dan penguatan kelembagaan di tingkat petani. Hutahaean, *dkk* (2010) bahwa pembentukan kelembagaan usaha agribisnis kakao sangat membantu dalam menghadapi masalah-masalah yang dihadapi pada usahatani kakao seperti penerapan teknologi dan pemasaran yang terkoordinir sehingga harga jual di tingkat petani dapat ditingkatkan sekitar 0,52%.

Ketimpangan dalam kebijakan pengembangan agribisnis perkebunan kakao rakyat tersebut menyebabkan struktur agribisnis kakao di Sulawesi Tengah masih tersekat-sekat. Hal ini tampak dari kenyataan: (a) subsistem agribisnis hulu (input) dan subsistem hilir (pasca panen dan ekspor) dikuasai oleh pengusaha menengah/besar bukan oleh petani, sedangkan petani hanya menguasai subsistem usahatani (*on farm*), petani menghadapi eksploitasi ekonomi yaitu: pasar produksi petani menghadapi kekuatan monopolistis dan pasar keluaran usahatani petani menghadapi kekuatan monopsonistis sehingga berada pada pihak yang dirugikan, (b) antara subsistem agribisnis kakao (baik antara subsistem usahatani dengan subsistem agribisnis hulu, dan subsistem agribisnis hilir) tidak ada hubungan organisasi fungsional misalnya kemitraan dengan perusahaan pengolah kakao/eksportir dan hanya diikat oleh hubungan pasar produk antara, nilai tambah terbesar berada pada subsistem agribisnis hulu dan hilir yang bukan dinikmati oleh petani, (c) struktur agribisnis yang tersekat-sekat tersebut diikuti oleh struktur layanan jasa yang terpisah-pisah, (d) masalah margin ganda terjadi mulai dari hulu sampai hilir melalui praktik peningkatan harga akibat kekuatan

monopolistis dan monopsonistis, (e) masih rendahnya produktivitas kakao karena petani kurang termotivasi menerapkan teknologi sesuai anjuran akibat harga jual kakao yang relatif rendah sehingga pendapatan juga rendah.

Ketidakstabilan harga kakao juga berdampak langsung terhadap pendapatan petani untuk itu diperlukan perbaikan sistem tataniaga kakao. Menurut Sendjadja dan Machmoed (2000) dikutip Dasipah, E (2003) bahwa pada aspek pemasaran, petani harus memperoleh akses informasi untuk memelihara adanya keseimbangan antara penawaran dan permintaan yang dapat menghindarkan terjadinya fluktuasi harga, perlu dibentuknya badan yang mengolah informasi pasar menjadi kebijakan produksi yang diteruskan dengan penyusunan program produksi yang akan dilaksanakan disentra-sentra produksi. Keadaan disentra-sentra produksi tadi akan diteruskan ke pasar sebagai informasi produksi. Dengan demikian, peluang petani dalam *bargaining position* menentukan harga jual yang layak dan memilih lembaga pemasaran akan dapat mempengaruhi terhadap pendapatan yang diperolehnya. Salah satu solusi yang dapat ditempuh dengan cara memperpendek saluran pemasaran melalui kemitraan pemasaran antara petani dengan eksportir sehingga biaya pemasaran dapat ditekan dan harga jual kakao lebih memadai.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam studi ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan cara pengumpulan data, dilakukan melalui survei lapangan menggunakan kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur yang berkaitan dengan penelitian ini, dan instansi terkait serta dokumentasi lainnya yang mendukung penelitian ini.

2.2. Analisis Data

Analisis ini dilakukan untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi petani dalam memilih kelembagaan tataniaga kakao dengan asumsi bahwa petani bersikap rasional, artinya memilih kelembagaan yang menghasilkan keuntungan maksimum. Pilihan kelembagaan tataniaga untuk menjual hasil produksi kakao dapat dipengaruhi oleh karakteristik petani, antara lain (1) luas lahan kakao, (2) hasil produksi

kakao, (3) pendidikan, (4) jumlah tanggungan keluarga, dan (5) pendapatan keluarga petani.

Semua faktor yang berpengaruh terhadap pilihan kelembagaan tataniaga oleh masing-masing petani menggunakan pendekatan model fungsi logistik, yaitu pengembangan model probabilitas linear. Hal ini disebabkan petani kakao harus memilih kelembagaan tataniaga untuk transaksi hasil produksinya. Penerapan model fungsi logistik, seperti pada persamaan berikut:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-\left[\alpha + \sum \beta_i X_i + \sum \gamma_k D_{ki}\right]}} e^{e_i} \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{Misalkan } Y = \left[\alpha + \sum_{i=1} \beta_i X_i + \sum_{k=1} \gamma_k D_{ki} \right] \dots\dots\dots(2)$$

Persamaan model logistik dapat dituliskan menjadi:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-Y}} + e_i \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

P_i = peluang petani ke-i untuk memilih; jika $P_i=1$, petani memilih menjual kakao pada pedagang pengumpul desa dan $P_i=0$, petani menjual kakao pada kelembagaan tataniaga lainnya.

- X_1 = luas lahan (hektar)
- X_2 = hasil produksi kakao (Kg)
- X_3 = pendidikan (tahun)
- X_4 = jumlah tanggungan keluarga (orang)
- X_5 = pendapatan petani (rupiah)

Selanjutnya fungsi tersebut ditransformasikan dalam bentuk linier sebagai berikut:

$$\ln \left(\frac{P_i}{1 - P_i} \right) = \alpha + \sum_{i=1}^n \beta_i X_i + \sum_{k=1}^m \gamma_k D_{ki} \dots\dots\dots(4)$$

Atas dasar model teoritis ini, dapat dibuat model empiris sebagai berikut:

$$\ln = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \beta X_5 + \gamma_1 D_1 + \gamma_2 D_2 + e_i \dots\dots\dots(5)$$

Nilai dugaan yang diperoleh dari fungsi logistik tidak secara langsung menunjukkan besarnya pengaruh peubah bebas terhadap peubah tak bebas. Besaran-

besaran yang diperoleh dikonversi melalui elastisitas masing-masing peubah bebas yang merupakan turunan elastisitas P_i terhadap X_i seperti pada persamaan berikut:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-\beta_1 Y_i}} \dots \dots \dots (6)$$

$$\frac{\partial P_i}{\partial Y_i} = \frac{1 + e^{-\beta_1 Y_i}}{1 + e^{-\beta_1 Y_i} e^{-\beta_1 Y_i}} \dots \dots \dots (7)$$

$$= \beta_1 P_i (1 - P_i) \dots \dots \dots (8)$$

$$E_i = \beta_1 P_i (1 - P_i) Y_i P_i \dots \dots \dots (9)$$

$$= \beta_1 X_i (1 - P_i) \dots \dots \dots (10)$$

Keterangan:

E_i = persen perubahan nilai peluang sebagai akibat perubahan nilai peubah X_i sebesar satu persen

β_i = parameter dugaan fungsi logistik

P_i = peluang untuk melakukan pilihan kelembagaan tataniaga kakao

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pemasaran Kakao

Kakao yang diperjualbelikan di Sulawesi Tengah hanya dalam satu bentuk, yaitu biji kakao kering. Para petani pada umumnya menjual kakao pada pedagang pengumpul desa (PPD) dan sebagian kecil yang menjual pada pedagang pengumpul kecamatan (PPK) maupun pedagang pengumpul kabupaten/kota. Tempat pemasaran kakao petani disajikan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Proporsi Tempat Responden Memasarkan Kakao

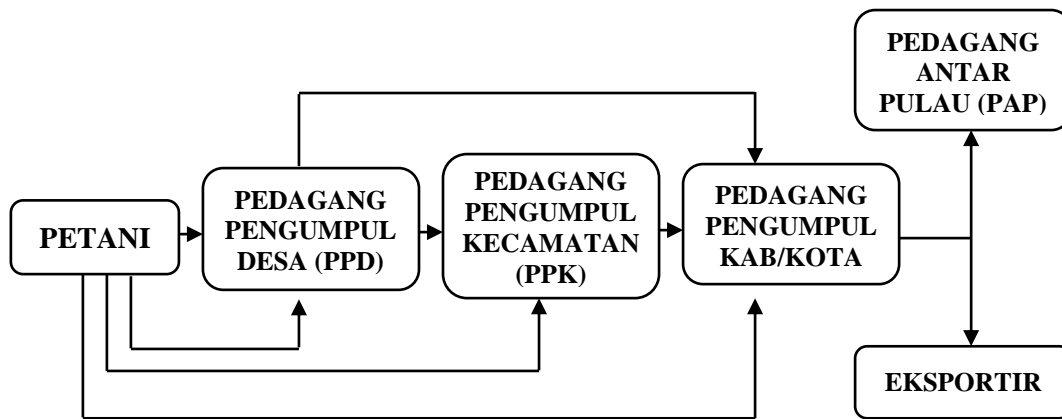
| No. | Tempat pemasaran | Petani non proyek (TT 1996) | | Petani non proyek (1997/1998) | | Petani proyek (1997/1998) | |
|-----|-----------------------------------|-----------------------------|------|-------------------------------|------|---------------------------|------|
| | | Jumlah | % | Jumlah | % | Jumlah | % |
| 1. | Pedagang Pengumpul Desa | 89 | 55,6 | 58 | 72,5 | 54 | 67,5 |
| 2. | Pedagang Pengumpul kecamatan | 31 | 19,4 | 4 | 5,0 | 4 | 5,0 |
| 3. | Pedagang pengumpul kabupaten/kota | 40 | 25,0 | 18 | 22,5 | 22 | 27,5 |

Dari Tabel 1 dapat dilihat baik petani non proyek maupun proyek sebagian besar menjual kakao pada pedagang pengumpul desa (PPD), masing-masing sebesar 55,6%, 72,5% dan 67,5%. Hal ini karena PPD yang berkeliling ke rumah-rumah petani untuk mengambil kakao sehingga petani tidak repot mencari pembeli ataupun mengeluarkan biaya transportasi. Selain itu sudah terjalin ikatan emosional yang kuat antara petani dengan PPD, dan adanya pelepasan uang. Ada juga sebagian kecil petani yang berdomisili di sekitar kota kecamatan/kabupaten tidak menjual hasilnya melalui pedagang pengumpul desa melainkan langsung menjual kepada pedagang pengumpul kecamatan (5% - 19,4%) maupun pedagang pengumpul kabupaten/kota (22,5% - 27,5%). Bervariasinya tempat pemasaran kakao tersebut antara lain didasarkan pada pertimbangan jarak dan mudah atau tidaknya lokasi petani dijangkau oleh para pedagang. Hal ini berpengaruh terhadap harga jual kakao di tingkat petani. Kusmayanto (2005) menyatakan bahwa petani umumnya tidak mempunyai kemampuan sarana, biaya, dan pemahaman tentang tataniaga produk pertanian yang diproduksinya sehingga peran pemasaran diambil alih oleh para pedagang. Harga komoditas pertanian di pasar yang relatif rendah, ditambah biaya transportasi yang tinggi menyebabkan harga pada tingkat petani di sentra produksi pertanian menjadi sangat rendah dan petani tidak punya pilihan lain kecuali menjual dengan harga rendah. Hal senada disampaikan oleh Rina, (2000) bahwa rendahnya bagian harga yang diterima petani disebabkan: posisi petani yang lemah dalam menentukan harga, petani sudah terikat (memiliki hubungan yang dekat) dengan pedagang, ketidakmampuan petani memiliki sarana transportasi dan penyimpanan akan menambah lemahnya posisi petani dalam penentuan harga.

3.2. Struktur dan Lembaga Pemasaran Kakao

Pada daerah penelitian produk kakao dipasarkan untuk kebutuhan antar pulau dan ekspor. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kakao adalah pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, pedagang pengumpul kabupaten/kota, pedagang antar pulau, dan eksportir.

Keadaan saluran pemasaran kakao di Sulawesi Tengah sampai di pihak pedagang antar pulau/eksportir pada setiap kabupaten cenderung ada kesamaan, disajikan pada Gambar 1.1.



Gambar 3.1 Saluran Pemasaran Kakao di Sulawesi Tengah

Struktur pasar yang berlaku, yaitu pedagang dalam skala/tingkatan yang lebih kecil merupakan perpanjangan tangan dari pedagang skala/tingkatan yang lebih besar. Dengan demikian terjadi jalinan perdagangan yang baik, pihak pedagang yang lebih besar memberikan modal kerja kepada pedagang yang lebih kecil. Sistem modal kerja antar pedagang ini belum berlaku sampai ke petani.

Pada saluran pemasaran pertama, petani menjual biji kakao ke pedagang pengumpul di desa, transaksi dilakukan di rumah petani atau petani yang mendatangi tempat pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengumpul yang beroperasi di kecamatan, selanjutnya disalurkan ke pedagang besar di Kabupaten Donggala, Parimou, dan Kota Palu.

Pada saluran pemasaran ke dua, petani menjual biji kakao kepada pedagang pengumpul di desa, transaksi dilakukan di rumah petani atau petani yang mendatangi tempat pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul langsung menjual ke pedagang besar di Donggala, Parimou, dan Kota Palu.

Pada saluran pemasaran ke tiga, petani menjual biji kakao langsung kepada pedagang pengumpul di kecamatan, transaksi dilakukan di tempat pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul di kecamatan langsung menjual ke pedagang besar di Kabupaten Donggala, Parimou, dan Kota Palu. Sementara pada saluran pemasaran ke empat, petani menjual biji kakao langsung kepada pedagang pengumpul di kabupaten Donggala, Parimou dan Kota Palu.

Panjang atau pendeknya saluran pemasaran berkaitan erat dengan harga jual kakao yang diterima petani, biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran maupun perolehan margin oleh para pelaku pasar. Menurut Herman (2007) menyatakan bahwa harga jual kakao juga ditentukan oleh berfluktuasinya harga kakao di pasar internasional. Pada saat harga berfluktuasi tajam, pekebun pada umumnya ingin cepat menjual hasil kebunnya tanpa melakukan pengolahan yang memadai, sehingga mutunya rendah dan harga jual jadi lebih rendah. Selanjutnya Sikumbang, Z (2007) menyatakan bahwa para pedagang, khususnya pedagang internasional, terus menekan harga komoditas kakao Indonesia. Para pedagang internasional meminta potongan harga kakao yang akan diekspor sampai 225 dollar AS per ton. Akibatnya, harga komoditas kakao di tingkat petani pun semakin tertekan. Hal senada disampaikan Sulham (2007) bahwa sebanyak 60,44% kakao daerah ini berada di bawah mutu standar internasional dan 39,56% lainnya tergolong dalam mutu tiga atau sedang sehingga sulit untuk bersaing di pasar mancanegara.

3.2. Pilihan Kelembagaan Tataniaga oleh Petani

Karakteristik petani kakao seperti luas lahan (X_1), produksi kakao (X_2), pendidikan (X_3), jumlah tanggungan keluarga (X_4), dan pendapatan (X_5) akan mempengaruhi peluang pilihan petani terhadap kelembagaan tataniaga dalam menjual hasil produksi kakao. Nilai-nilai elastisitas peubah karakteristik petani kakao, dapat digunakan untuk mendeteksi pengaruh peubah bebas terhadap perubahan peluang pilihan kelembagaan tataniaga petani non proyek. Pendekatan yang digunakan untuk menilai bentuk derajat yaitu fungsi logit dan hasil analisisnya disajikan pada Tabel 3.2 dan Tabel 3.3.

Tabel 3.2. Analisis Fungsi Logistik Pengaruh Peubah Karakteristik Individual Petani Non Proyek terhadap Peluang Pilihan Kelembagaan Tataniaga Kakao

| Uraian | Petani non proyek (1996) | | Petani non proyek (1997/1998) | |
|---------------------|--------------------------|-------------|-------------------------------|-------------|
| | Koef.logistik | elastisitas | Koef.logistik | elastisitas |
| Luas lahan | 0,6755 | 0,8191 | 4,3486 | 0,6761 |
| Produksi kakao | 0,7322 | 0,3235 | 0,8735 | 0,3675 |
| Pendidikan | 0,3184 | 0,6409 | 0,5188 | 0,5887 |
| Tanggungan keluarga | 0,5835 | 1,0069 | 0,6733 | 1,0480 |
| Pendapatan | -6,031 | -0,078 | 5,6066 | 0,0499 ns |
| Konstanta | -1,092 | | -1,818 | |
| N | 160 | | 80 | |
| R ² | 0,781 | | 0,817 | |

Dari Tabel 3.2 dapat dilihat bahwa luas lahan memiliki elastisitas masing-masing sebesar 0,8191 dan 0,6761, artinya bahwa perubahan luas lahan sebesar 1% maka akan mengubah peluang pilihan kelembagaan tataniaga petani dalam menjual kakao sebesar 81,91% dan 67,61%. Demikian pula hasil produksi kakao memiliki elastisitas masing-masing sebesar 0,3235 dan 0,3675, artinya bahwa perubahan hasil produksi sebesar 1% maka akan mengubah peluang pilihan kelembagaan tataniaga petani dalam menjual kakao sebesar 32,35% dan 36,75%. Luas lahan dan hasil produksi dapat dikatakan sebagai peubah yang membentuk skala usaha petani, artinya semakin luas lahan yang digunakan untuk usahatani kakao maka hasil produksi juga akan banyak. Dengan demikian semakin besar skala usaha petani non proyek maka akan mempengaruhi peluang pilihan kelembagaan tataniaga kakaonya.

Pada peubah pendidikan nilai elastisitasnya positif, masing-masing sebesar 0,6409 dan 0,5587, artinya bahwa perubahan tingkat pendidikan sebesar 1% maka akan mengubah peluang pilihan kelembagaan tataniaga petani dalam memasarkan kakaonya sebesar 64,09% dan 55,87%. Pengaruh tingkat pendidikan terhadap pemilihan kelembagaan tataniaga relatif cukup besar. Demikian pula nilai elastisitas peubah jumlah tanggungan keluarga bernilai positif, masing-masing sebesar 1,0069 dan 1,0480, artinya bahwa perubahan jumlah tanggungan keluarga sebesar 1% maka akan mengubah peluang pilihan kelembagaan tataniaga petani dalam memasarkan kakaonya sebesar 100,69% dan 104,80%. Hal ini dapat dimaklumi dengan bertambah besarnya anggota keluarga tentunya perlu memerlukan tingkat pendapatan yang lebih baik, perlu kiranya mempertimbangkan kelembagaan tataniaga yang dapat membeli dengan harga yang lebih tinggi.

Di sisi lain peubah pendapatan keluarga petani memiliki hubungan yang bertanda negatif, artinya bahwa petani-petani yang memiliki pendapatan yang kecil diduga lebih senang menjual pada pedagang pengumpul desa sehingga tidak terbebani biaya-biaya pemasaran, seperti transportasi, muat bongkar, dan lain-lain. Selain itu sebagian besar petani berpendapatan lebih rendah memiliki hubungan yang erat/ketergantungan yang cukup tinggi dengan pedagang pengumpul desa dalam hal meminjam uang/modal. Adiwilaga (1982) menyatakan bahwa apabila pendapatan petani kurang dari yang diperlukan dalam rumah tangga, masih memungkinkan baginya untuk meminjam modal dengan harapan usahatani dapat berlangsung terus sebagai kegiatan usaha. Hal tersebut menyebabkan petani tidak memiliki pilihan lain dalam menjual hasil produksinya dan harga jual yang relatif rendah dan

ditentukan sepihak oleh pedagang. Namun cenderung menghadapi ketidakpastian harga jual yang lebih besar. Hal yang sama dijumpai pada hasil penelitian Andrias, M dan Dwidjono (2003) bahwa peubah pendapatan terhadap peluang petani tembakau memilih kelembagaan tataniaga bernilai negatif disebabkan mereka terpicu ingin cepat memperoleh uang sehingga menjual hasilnya dengan harga lebih rendah. Hal senada disampaikan oleh Syahyuti (2004) bahwa dalam sektor pertanian terlihat fenomena otonomnya para pedagang hasil-hasil pertanian, dimana mereka seakan-akan membangun dunianya sendiri. Salah satunya terlihat dari komposisi dan struktur organ-organ di dalamnya, ditemukan pedagang biasa yang menggunakan modal sendiri, pedagang kaki tangan yang merupakan perpanjangan tangan, dan pedagang komisioner.

Tabel 3.3 Analisis Fungsi Logit Pengaruh Peubah Karakteristik Individual Petani Proyek terhadap Peluang Pilihan Kelembagaan Tataniaga Kakao

| Uraian | Petani non proyek (1997/1998) | |
|---------------------|-------------------------------|-------------|
| | Koef.logistik | Elastisitas |
| Luas lahan | 0,787 | 0,9074 |
| Produksi kakao | 0,107 | 0,5773 |
| Pendidikan | 0,073 | 0,8605 |
| Tanggungun keluarga | -0,162 | -0,6750 |
| Pendapatan | -0,247 | -0,8019 |
| Konstanta | 2,47 | |
| N | 80 | |
| R ² | 0,831 | |

Nilai-nilai elastisitas peubah karakteristik petani proyek, semuanya dapat digunakan untuk mendeteksi pengaruhnya terhadap perubahan peluang pilihan kelembagaan tataniaga kakao, seperti pada Tabel 3.3. Dari Tabel 3.3, dapat dilihat pada petani proyek bahwa luas lahan, hasil produksi kakao, dan pendidikan memiliki nilai elastisitas yang positif, masing-masing sebesar 0,9074, 0,5773, dan 0,8605. Artinya bahwa perubahan luas lahan, hasil produksi kakao, dan pendidikan sebesar 1% maka akan mengubah peluang pilihan kelembagaan tataniaga petani dalam menjual kakao masing-masing sebesar 90,74%, 57,73%, dan 86,05%. Menurut Iqbal, dan Azmi (2006) bahwa luas lahan yang diusahakan petani akan berpengaruh terhadap kemampuannya dalam pembentukan modal dan curahan tenaga kerja. Keterbatasan modal akan dapat berdampak terhadap tingkat ketergantungan petani terhadap lembaga tataniaga semakin tinggi.

Di sisi lain peubah tanggungan keluarga dan pendapatan keluarga petani proyek memiliki hubungan yang bertanda negatif, artinya bahwa petani proyek dengan jumlah

tanggung keluarga yang kecil relatif kurang memperhatikan pilihan kelembagaan tataniaga dalam menjual hasilnya, begitu pula halnya pada petani proyek dengan tingkat pendapatan lebih rendah diduga lebih senang menjual pada pedagang pengumpul desa sehingga tidak terbebani biaya-biaya pemasaran. Namun demikian tingkat pendapatan petani proyek relatif lebih tinggi karena biaya produksi yang dikeluarkan lebih rendah. Hamid (1972), konsep *farmer's share* apakah menguntungkan atau tidak bagi petani tergantung pada harga jual produk pertanian apakah di bawah biaya agribisnis atau di atasnya. Apabila kondisi yang terjadi *farmer's share* kecil tetapi harga jual di atas biaya agribisnis maka petani masih bisa dikatakan untung.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor pendidikan, luas lahan, produksi, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh terhadap peluang pilihan kelembagaan pemasaran. Sebagian besar petani memiliki ketergantungan yang cukup tinggi dengan pedagang pengumpul desa/kecamatan dalam hal meminjam uang/modal. Hal ini menyebabkan petani tidak memiliki pilihan lain dalam menjual hasil produksinya dan harga jual yang relatif rendah ditentukan sepihak oleh pedagang.
2. Pemasaran kakao belum efisien, laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga di tingkat pedagang pengumpul atau eksportir. Hal ini menunjukkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada lembaga tataniaga kakao sehingga kenaikan harga hanya dinikmati oleh pedagang pengumpul atau pabrik/eksportir.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwilaga, A. 1982. *Ilmu Usahatani*. Bandung: Alumni.
- Andrias, M & Dwidjono. 2003. Analisis Tataniaga dan Pilihan Kelembagaan Pemasaran Tembakau di Kabupaten Temanggung. *Agrosains* **16**: 359-376.
- BPS. 2009. *Sulawesi Tengah dalam Angka*. BPS Sulawesi Tengah. Palu.

- Dasipah, E. 2003. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usahatani Tomat di Dataran Rendah di Jawa Barat*. Bandung: Disertasi Program Pascasarjana Unpad.
- Dradjat, dkk: 2003). Dradjat, B., Suprihatini, R dan Wahyudi, T. 2003. *Analisis Prospek dan Strategi Pengembangan Industri Hilir Perkebunan: Kasus Kakao*. Bogor: Lembaga Riset Perkebunan Indonesia.
- Hamid, A.K. 1972. *Tataniaga Pertanian*. Diktat kuliah Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin Ujung Pandang.
- Herman. 2007. *Kakao Indonesia di Kancah Perkakaoan Dunia*. Melalui <<http://www.ipard.com/art-pekebun/2005/10/04>> (10/06/10).
- Hutahean, L. 2003. *Dampak Kebijakan Pemerintah terhadap Produksi dan Pemasaran Kakao di Sulawesi Tengah*. Laporan Penelitian BPTP Biromaru Sulawesi Tengah.
- Iqbal, M & Azmi, D. 2006. *Kebijakan Pengembangan Agribisnis Kakao Melalui Primatani: Kasus Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan*. Analisis Kebijakan Pertanian **4**: 39-53.
- Kusmayanto, K. 2005. Peran Perguruan tinggi dalam Transformasi Agrikultural: Menuju Ketahanan Pangan dan Pertanian Berkelanjutan. *Seminar Nasional ASET –IPB*. Darmaga, 15 September 2005.
- Rina, D.K. 2000. Perilaku Harga dan Efisiensi Sistem Tataniaga Jeruk Siam di Kalimantan Barat. *Jurnal Agrosains* 13(3): 325-343.
- Sikumbang, Z. 2007. *Pedagang Terus Tekan Harga Kakao Lokal*. Melalui <<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0408/07/ekonomi/1193511.htm>> (2/10/11).
- Sulham, H. 2007. 60% Kakao Sulsel di Bawah Mutu Standar Internasional. Melalui <<http://www.kapanlagi.com/h/0000193051.html>> (2/10/11).
- Syahyuti. 2004. Pemerintah, Pasar, dan Komunitas: Faktor Utama dalam Pengembangan Agribisnis di Pedesaan. *Agro Ekonomi* **22**: 54-73.