

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KAKAO DI KECAMATAN TUBBI
TARAMANU, KABUPATEN POLEWALI MANDAR, SULAWESI BARAT**

**RESKY RYADHA S.
G021171326**



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KAKAO DI KECAMATAN TUBBI
TARAMANU, KABUPATEN POLEWALI MANDAR, SULAWESI BARAT**

RESKY RYADHA S.

G021 171 326

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Pertanian

Pada

Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas Pertanian

Universitas Hasanuddin

Makassar



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Agribisnis Kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu,
Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat
Nama : Resky Ryadha S.
NIM : G021 171 326

Disetujui oleh:


Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, MS.
Pembimbing Utama


Dr. Ir. Saadah, M.Si.
Pembimbing Pendamping



Diketahui oleh:


Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
Ketua Departemen

Tanggal Lulus: 01 Maret 2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Resky Ryadha S.
NIM : G021 17 1326
Fakultas : Pertanian
HP : 0822 5631 7377
E-mail : reskyryadhasaharuddin@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa judul skripsi "Strategi Pengembangan Agribisnis Kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat" benar adalah karya saya dengan arahan tim pembimbing, belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Saya menyatakan bahwa, semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, Maret 2022



Resky Ryadha S.

ABSTRAK
**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KAKAO DI KECAMATAN TUBBI
TARAMANU, KABUPATEN POLEWALI MANDAR, SULAWESI BARAT**

Resky Ryadha S¹

¹*Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian,
Universitas Hasanuddin, Makassar 90245, Indonesia
email : reskyryadhasaharuddin@gmail.com*

Harga kakao yang fluktuatif serta rantai pasok yang tidak efisien menjadikan harga yang diterima oleh petani lebih rendah. Sentra produksi kakao yang berada jauh dari pedagang tingkat kabupaten atau eksportir akan menerima harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penyebab rendahnya harga kakao, strategi pengembangan agribisnis kakao, dan peran korporasi kakao dalam menentukan harga kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor penyebab rendahnya harga dan strategi pengembangan agribisnis kakao adalah *Interpretive Structural Modeling* (ISM) dan SWOT, sementara untuk peran korporasi diidentifikasi melalui wawancara dengan informan. Hasil penelitian menunjukkan faktor penyebab utama rendahnya harga kakao adalah kualitas biji kakao yang rendah. Strategi mengurangi ketergantungan petani terhadap pedagang pengumpul menjadi perhatian utama. Dengan menggunakan analisis SWOT diperoleh tiga strategi yang dapat diimplementasikan dalam upaya pengembangan agribisnis kakao yaitu meningkatkan produktivitas dan mutu kakao dengan memanfaatkan berbagai fasilitas dari pemerintah seperti subsidi input serta pinjaman modal KUR dan fasilitas dari perusahaan eksportir berupa pembinaan untuk peningkatan kapasitas petani, memaksimalkan penyerapan teknologi dari penyuluh dan pendamping untuk memperoleh biji kakao yang memenuhi SNI, kemitraan dengan eksportir dan koperasi untuk memperoleh fasilitas peningkatan kapasitas petani secara berkelompok serta jaminan pasar.

Kata Kunci: *Pengembangan, Agribisnis Kakao, Harga*

ABSTRACT

COCOA AGRIBUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN TUBBI TARAMANU DISTRICT, POLEWALI MANDAR REGENCY, WEST SULAWESI

Resky Ryadha S¹

¹Agribusiness Study Program, Department of Socio-Economic Agriculture, Faculty of Agriculture,
Hasanuddin University, Makassar 90245, Indonesia
email : reskyryadhasaharuddin@gmail.com

Fluctuating cocoa prices and inefficient supply chains have resulted in lower prices received by farmers. Cocoa production centers located far from district level traders or exporters will receive the price set by the collecting traders. This study aims to examine the causes of low cocoa prices, cocoa agribusiness development strategies, and the role of cocoa corporations in determining cocoa prices in Tubbi Taramanu District, Polewali Mandar Regency, West Sulawesi. The methods used to identify the factors causing the low prices and strategies for developing cocoa agribusiness are Interpretive Structural Modeling (ISM) and SWOT, while the role of corporations is identified through interviews with informants. The results showed that the main factor causing the low price of cocoa was the low quality of cocoa beans. The strategy to reduce farmers' dependence on traders is a major concern. By using a SWOT analysis, three strategies are obtained that can be implemented in an effort to develop cocoa agribusiness, namely increasing cocoa productivity and quality by utilizing various facilities from the government such as input subsidies and KUR capital loans and facilities from exporting companies in the form of coaching to increase farmer capacity, maximizing technology absorption from extension workers and assistants to obtain cocoa beans that meet SNI, partnerships with exporters and cooperatives to obtain facilities for increasing the capacity of farmers in groups as well as market guarantees.

Keywords: Agribusiness Development, Cocoa, Price

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Skripsi ini ditulis oleh **Resky Ryadha S.** yang lahir di Polewali, pada tanggal 12 Juni 1998. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan **Saharuddin, SE.** dan **Hj. Surya Rauf** dari tiga orang bersaudara yaitu **Rahmy Ramadhany** dan **Agung Putra Merdeka**. Penulis menyelesaikan pendidikan formal di SDN 012 Tubbi Tahun 2004-2010, SMP Negeri 3 Polewali Tahun 2010-2013, SMA Negeri 1 Polewali Tahun 2013-2016. Selanjutnya dinyatakan lulus melalui Jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) menjadi mahasiswa di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2017 untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1).

Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin, penulis aktif dalam mengikuti berbagai seminar tingkat regional, nasional hingga tingkat internasional serta mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Universitas Hasanuddin. Penulis bergabung dalam organisasi di lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian sebagai Anggota Divisi Sumber Daya Manusia Badan Pengurus Harian (BPH) Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA) periode 2019/2020. Selain itu, penulis juga bergabung dalam organisasi lingkup kampus sebagai Staf Divisi Hubungan Masyarakat dan Jaringan Unit Kegiatan Mahasiswa Keilmuan dan Penalaran Ilmiah Universitas Hasanuddin (UKM KPI Unhas) periode 2019.

Semangat yang tinggi meskipun terkadang diperhadapkan pada berbagai macam hambatan, menjadi motivasi penulis untuk terus belajar dan berusaha hingga akhirnya dapat menyelesaikan pengerjaan tugas akhir berupa skripsi. Semoga skripsi ini bisa memberikan kontribusi yang positif kepada dunia pendidikan dan masyarakat.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu"Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah *Alamin*. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan Ridho-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir di Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar. Sungguh Dia-lah yang telah menjadi penerang dalam segala kesulitan dan Sang Pemilik Arsy' yang telah menitipkan ilham serta memberi limpahan kasih sayang yang tak dapat terlukiskan dengan kata-kata, shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW panutan umat muslim.

Skripsi ini berjudul **"Strategi Pengembangan Agribisnis Kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat"** dibawah bimbingan **Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, MS.** dan **Dr. Ir. Saadah, M.Si.**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini dan untuk pembelajaran di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan. Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih serta semoga Allah SWT membalas kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, Maret 2022

Resky Ryadha S.

PERSANTUNAN



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah Rabbil alamiin, segala puji syukur penulis hanturkan atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Tuhan bagi semesta, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Strategi Pengembangan Agribisnis Kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat**”. Tanpa rahmat dan hidayah-Nya, tak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula shalawat dan salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah memberi tauladan bagi kita semua.

Melalui kesempatan yang mulia ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu semasa penulis berjuang menuntut ilmu di kampus khususnya pihak yang membantu untuk kelancaran penulisan skripsi ini. Tidak sedikit kendala yang penulis hadapi dalam proses penelitian hingga penyusunan skripsi. Namun, dengan tekad yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak, maka kendala tersebut dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada:

1. Orang tua, Papa terkasih **Saharuddin, SE.** dan Mama tercinta **Hj. Surya Rauf** yang telah membesarkan penulis dengan kasih sayang yang tak terhingga dan doa yang terus terpanjatkan untuk keberhasilan penulis dalam meraih cita-cita. Ibu sambung ku terkasih **Hj. Hariati** serta Adik-adik tersayang **Rahmy Ramadhany, Agung Putra Merdeka. Sapna Ramadhani S. dan Muh. Syawal Mubarak** yang selalu menyemangati dan memberi dukungan untuk penulis. Kepada keluarga besar penulis yang telah memberikan doa dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.
2. **Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S.** selaku pembimbing utama dan juga penasehat akademik, terima kasih atas waktu yang senantiasa diluangkan di tengah padatnya agenda, ilmu, motivasi, dan saran yang sangat berarti bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya jika selama masa perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ada sikap maupun tutur kata yang kurang berkenan di hati Bapak. Semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan Rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Bapak.
3. **Dr. Ir. Saadah, M.Si.** selaku dosen pembimbing, terima kasih atas waktu yang telah Ibu luangkan, ilmu, dan motivasi yang selalu menjadi pendorong bagi penulis untuk terus percaya pada kemampuan diri, serta telah memberikan kesempatan untuk mengeksplor diri selama masa perkuliahan. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya jika selama masa perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ada sikap maupun tutur kata yang kurang berkenan di hati Ibu. Semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan Rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Ibu.
4. **Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S.** dan **Prof. Ir. Muhammad Arsyad, S.P., M.Si, Ph.D.** selaku penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan kritik serta saran yang sangat berarti bagi penulis dalam memperbaiki penyusunan tugas akhir ini.

Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya jika selama masa perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ada sikap maupun tutur kata yang kurang berkenan di hati Bapak. Semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan Rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Bapak..

5. Bapak **Achmad Amiruddin, S.P., M.Si.** selaku panitia seminar proposal terima kasih telah meluangkan waktunya untuk memfasilitasi serta memberi arahan sebelum dan selama seminar sehingga penulis dapat memaparkan proposal dengan lebih terstruktur. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya jika selama masa perkuliahan maupun selama proses penyelesaian tugas akhir ini ada sikap maupun tutur kata yang kurang berkenan di hati Bapak. Semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan Rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Bapak.
6. **Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, dan **Ir. Rusli M. Rukka, M.Si.**, selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan. Semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan Rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Ibu dan Bapak.
7. Bapak dan Ibu dosen, khususnya Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.
8. Seluruh staf dan pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian terkhusus **Pak Rusli, Kak Ima, dan Kak Hera** yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
9. Keluarga besar Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (**MISEKTA**), **MISEKTA** ku, wadah komunikasi ku, curahan bakat minat ku. Terima kasih atas segala proses dan pelajaran berarti dalam menghadapi dinamika kehidupan sebagai mahasiswa, pengetahuan dan pengalaman organisasi yang telah diberikan kepada penulis.
10. Keluarga Besar **Mahasiswa Agribisnis Angkatan 2017 (AFINI7AS)**. Terima kasih telah menjadi keluarga baru dan teman berproses sejak tahun 2017 hingga saat ini dan seterusnya, terima kasih atas semua kisah manis dan kadang sedikit pahit yang kita ukir, serta *support* untuk penulis. Dipertemukan dengan kalian adalah anugerah dalam hidup yang selalu penulis syukuri. Kelak ketika kita tidak lagi saling menyapa sesering dulu, semoga kita semua dapat menggapai cita-cita.
11. Keluarga Besar **Unit Kegiatan Mahasiswa Keilmuan dan Penalaran Ilmiah Universitas Hasanuddin (UKM KPI UNHAS)**. Terima kasih karena telah menjadi ruang belajar dan bertemu dengan orang-orang luar biasa yang sangat menginspirasi dengan atmosfer kekeluargaan yang sangat terasa. Banyak hal yang penulis syukuri selama menjadi bagian dari keluarga besar UKM KPI Unhas yang tak habis kata untuk menuliskannya, untuk itu terima kasih khususnya kepada **Angkatan X** dan **Kabinet Berkarya** UKM KPI Unhas untuk segalanya.
12. Sahabat-sahabat tercinta, **Nur Miftahul Jannah, Nurkhaerianti Sabir, Putri Niswatun Hasanah, Nurfira, Muthmainnah Ananda Putri**. Memiliki kalian sebagai teman diskusi, berbagi suka maupun duka dan tempat berkeluh kesah dikala lelah adalah hal yang paling berharga yang tak pernah berhenti penulis syukuri.

Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan singkat namun sangat berkesan hingga sampailah kita persimpangan jalan yang akan kita lalui dalam menggapai mimpi masing-masing. Semoga kita senantiasa mendapatkan Ridha Allah SWT. dalam menggapai cita-cita mulia yang terus kita agungkan.

13. Sahabat-sahabatku tercinta, **Team Hore, Wilda, Zahra, Uci, Izha, Nihar, Ningsih, Ica, Nopal, Faathir, Angga, Halim, Hasan, Anriyan, Aan, dan Sam.** Kehadiran kalian yang dengan ajaibnya hingga dapat menjadikan kita sahabat, teman diskusi, teman berbagi pemikiran, berbagi kisah suka maupun duka. Terima kasih telah menjadi orang-orang terbaik dalam perjalanan penulis.
14. Sahabat-sahabatku terkasih, **Lilis Puspita, Fathatul Amma Nawir, Rio Akbar Rahmatullah, Nurul Islamiyah Astari A. dan Andi Meilany Rusdi,** terima kasih telah dengan sabar memberi arahan serta jawaban atas setiap pertanyaan penulis selama proses penulisan skripsi ini.
15. **Kepada semua pihak** yang telah memberikan bantuan yang tak mampu penulis sebutkan satu-persatu. Demikianlah, semoga segala pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi semoga Tuhan YME memberikan kita kebahagiaan dunia dan akhirat kelak, Aamiin.

Makassar, Maret 2022

Resky Ryadha S.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK.....	v
RIWAYAT HIDUP PENULIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
PERSANTUNAN	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Fluktuasi Harga Kakao	6
2.2. Faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya fluktuasi harga kakao	6
2.2.1. Harga Kakao Internasional.....	6
2.2.2. Nilai Tukar Rupiah.....	6
2.2.3. Permintaan dan Penawaran Kakao Domestik maupun Internasional	7
2.2.4. Rendahnya Produktivitas dan Kualitas Biji Kakao Indonesia	7
2.2.5. Bea Keluar.....	8
2.3. Strategi pengendalian Fluktuasi Harga Kakao	8
2.4. Lingkungan Eksternal.....	9
2.4.1. Lingkungan Umum	9
2.4.1.1. Faktor Demografi	9
2.4.1.2. Faktor Ekonomi.....	9
2.4.1.3. Faktor Politik/Hukum.....	9
2.4.1.4. Faktor Sosio-Kultural	10
2.4.1.5. Faktor Teknologi	10
2.4.1.6. Faktor Global.....	10
2.4.2. Lingkungan Industri	10
2.4.2.1. Ancaman Pendetang Baru	11
2.4.2.2. Kekuatan tawar menawar pemasok (bargaining power of suppliers)	11
2.4.2.3. Kekuatan tawar menawar pembeli (bargaining power of buyer)	12

2.4.2.4. Ancaman dari produk atau jasa pengganti (threat of substitute products of services).....	12
2.4.2.5. Persaingan antara pesaing yang ada (Rivalry among existing competitors).....	12
2.4.3. Lingkungan Kompetitor.....	13
2.5. Lingkungan Internal.....	13
2.6 Peran Korporasi Kakao dalam Penentuan Harga Kakao.....	14
2.3. Kerangka Pikir.....	15
3. METODE PENELITIAN.....	17
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
3.2. Penentuan Informan.....	17
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	17
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.5. Metode Analisis Data.....	19
3.5.2. Analisis ISM.....	19
3.5.1. Analisis SWOT.....	21
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	25
4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian.....	26
4.1.1. Geografi.....	26
4.1.2. Kependudukan.....	27
4.1.3. Teknologi Informasi dan Komunikasi.....	27
4.1.4. Lembaga Keuangan dan Koperasi.....	28
4.1.5. Pertanian.....	29
4.2. Faktor yang Menyebabkan Rendahnya Harga Kakao.....	30
4.2.1. Interpretasi output ISM.....	42
4.2.2. Model Struktural Faktor Penyebab Rendahnya Harga Kakao.....	43
4.3. Strategi Pengembangan Agribisnis Kakao.....	45
4.3.1. Interpretasi Output ISM.....	54
4.3.2. Model Struktural Strategi Pengembangan Agribisnis Kakao.....	55
4.4. Analisis SWOT Strategi Mengurangi ketergantungan Petani Terhadap Pedagang Pengumpul.....	57
4.4.1. Analisis SWOT.....	57
4.4.1.1. Strength (Kekuatan) dan Weakness (Kelemahan).....	57
4.4.1.2. Opportunity (Peluang) dan Threat (Ancaman).....	61
4.4.1.3. Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal.....	69
4.5. Peran Korporasi Kakao dalam Menentukan Harga Kakao.....	75
5. PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2. Saran.....	76
Daftar Pustaka.....	77

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : <i>Final Reachability Matrix</i>	20
Tabel 2 : Format Matriks SWOT	22
Tabel 3 : Format Matriks EFAS.....	22
Tabel 4 : Format Matriks IFAS.....	23
Tabel 5 : Pedoman Angka Rating untuk EFAS dan IFAS	24
Tabel 6 : Diagram Analisis SWOT	24
Tabel 7 : Jarak ke Ibukota Kabupaten Menurut Kecamatan di Kabupaten Polewali	26
Tabel 8 : Jumlah Menara dan Operator Komunikasi Telepon Seluler serta Kondisi Sinyal Telepon Seluler Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Tubbi Taramanu, 2019.....	27
Tabel 9 : Jenis dan banyaknya sarana lembaga keuangan dan koperasi yang beroperasi menurut desa/kelurahan di Kec. Tubbi Taramanu, 2019.....	28
Tabel 10 : Penggunaan Lahan Menurut Kelurahan/Desa di Kecamatan Tubbi Taramanu Tahun 2019.	29
Tabel 11 : Kelompok Tani Menurut Desa/Kelurahan di Kec. Tubbi Taramanu, 2021	29
Tabel 12 : Potensi SDM Penyuluh Pertanian Kec. Tubbi Taramanu, 2021	30
Tabel 13 : Faktor Internal Strategi Pengembangan Agribisnis	61
Tabel 14 : Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Agribisnis Kakao	69
Tabel 15 : Matriks IFAS - Faktor kekuatan	69
Tabel 16 : Matriks IFAS - Faktor Kelemahan	70
Tabel 17 : Matriks EFAS - Faktor Peluang	71
Tabel 18 : Matriks EFAS - Faktor Ancaman	71
Tabel 19 : Matriks SWOT.....	73
Tabel 20 : Rekapitulasi Skor Faktor-Faktor Strategis.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Grafik Harga Rata-Rata Kakao Bulanan Maret 2020-2021.....	1
Gambar 2 : Grafik Perkembangan Harga Kakao di Tingkat Produsen, 2010-2019	2
Gambar 3 : Perkembangan Harga Kakao di Kabupaten Polewali Mandar.....	4
Gambar 4 : <i>Five Forces</i> Michael E. Porter	13
Gambar 5 : Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 6 : <i>Directional Graph Driver Power dan Dependence</i> (DP-D).....	21
Gambar 7 : Persentase Luas Wilayah Kelurahan/Desa di Kecamatan Tubbi Taramanu,.....	26
Gambar 8 : <i>Directional Graph</i> (DP-D) Faktor Penyebab Fluktuasi Harga Kakao	42
Gambar 9 : Strukturasi Level Faktor Penyebab Redahnya Harga Kakao.....	43
Gambar 10 : <i>Directional Graph</i> Strategi Pengembangan Agribisnis Kakao.....	54
Gambar 11 : Perkembangan Harga Pangan di Pasar Wonomulyo Tahun 2017-2021	66

1. PENDAHULUAN

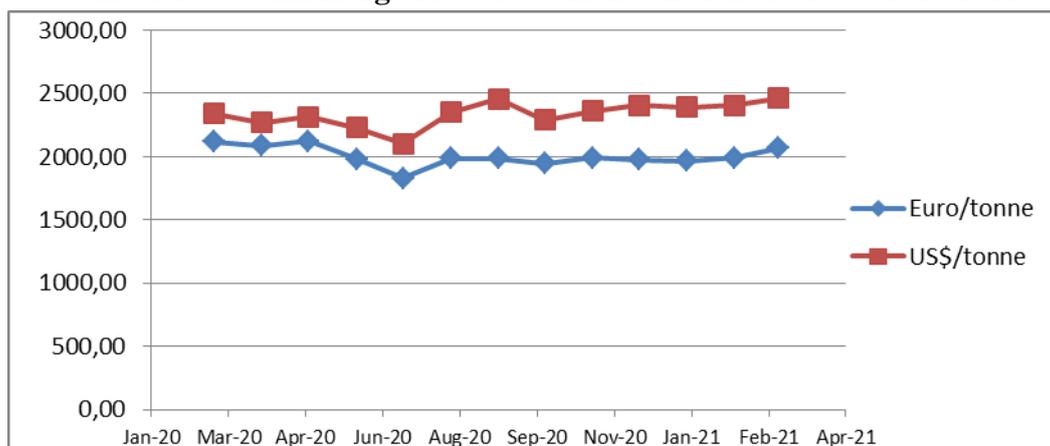
1.1. Latar Belakang

Kakao (*Theobroma cacao* L.) adalah komoditi perkebunan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber mata pencaharian utama bagi sebagian besar penduduk di beberapa provinsi, juga sebagai penghasil devisa terbesar ketiga setelah komoditi karet dan kelapa sawit. (Sumilia, Akhir, & Syarif, 2019). Kakao Indonesia cukup diminati dunia karena keunggulannya yaitu *melting point cocoa butter* yang tinggi, serta tidak mengandung pestisida dibanding biji kakao dari Ghana maupun Pantai Gading sehingga Indonesia menjadi pengekspor kakao terbesar ketiga di dunia (Kemenperin, 2010).

Permintaan biji kakao terus meningkat, terutama dari Amerika Serikat dan negara-negara Eropa Barat. Berbagai negara tersebut dikenal sebagai produsen makanan yang menggunakan kakao sebagai komponen utamanya. Indonesia sebagai salah satu produsen perlu memanfaatkan peluang tersebut untuk meningkatkan devisa Negara dengan meningkatkan ekspor biji kakao berorientasi pada pasar ekspor, peluang besar kakao Indonesia relatif masih terbuka. Beberapa hasil studi menunjukkan bahwa daya saing produk kakao Indonesia, khususnya biji kakao masih baik sehingga Indonesia masih mempunyai peluang untuk meningkatkan ekspor dan mengembangkan pasar domestik (Kemenperin, 2010).

Sistem pemasaran biji kakao didasarkan pada mekanisme pasar, dimana pembentukan harga terjadi melalui keseimbangan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Umumnya, biji kakao dari petani masih rendah kualitasnya sehingga menyebabkan harganya cenderung fluktuatif (fluktuasi perubahan harga cukup besar dan sangat cepat). Perubahan harga yang cepat tersebut diharapkan akan ditanggapi secara cepat pula oleh para pelaku pasar sehingga dapat segera mengambil keputusan yang tepat, dan pasar menjadi lebih efisien (Syahputra, 2019)

Gambar 1 : Grafik Harga Rata-Rata Kakao Bulanan Maret 2020-2021



Sumber: International Cocoa Organization (ICCO), 2021

Harga biji kakao dunia ditentukan di dua bursa utama kakao berjangka di New York dan London. Karena kakao memiliki kegunaan yang sangat terbatas dan tidak ada substitusi utama, maka faktor utama yang mempengaruhi harga kakao dunia adalah penawaran dan permintaan kakao (Dand, 2011 dalam Tothmihaly, 2018). Berdasarkan gambar 2 berikut,

diketahui bahwa harga kakao dunia secara rata-rata bulanan terus mengalami fluktuasi. Sebagai komoditas yang diperdagangkan secara internasional, harga kakao domestik akan mengikuti harga kakao dunia dan dipengaruhi oleh nilai tukar.

Pada periode tahun 2010-2019, perkembangan harga rata-rata kakao Indonesia dalam wujud biji kering di tingkat produsen atau petani mengalami fluktuasi namun cenderung meningkat. Harga kakao sebesar Rp. 18.557/kg pada tahun 2010 dan mengalami peningkatan sebesar 3,71% per tahun pada tahun 2019. Harga kakao tertinggi pada periode tersebut terjadi pada empat tahun yang lalu menembus harga Rp. 24.871/kg. Berikut adalah grafik yang menampilkan perkembangan harga rata-rata kakao di tingkat produsen periode 2010-2019 (*Outlook Kakao, 2020*).

Gambar 2 : Grafik Perkembangan Harga Kakao di Tingkat Produsen, 2010-2019



Sumber: Outlook Kakao, 2020

Menurut Istiqomah, Hanani, & Dwiastuti (2014) dalam penelitiannya yang berjudul *Perilaku Ekonomi Kakao Indonesia*, harga kakao domestik dipengaruhi oleh harga dunia, penawaran domestik, harga domestik tahun sebelumnya, serta Kebijakan domestik dan guncangan eksternal. Dampak kebijakan domestik dan guncangan eksternal adalah sebagai berikut: peningkatan jumlah industri kakao berdampak positif terhadap permintaan dan produksi, sedangkan terhadap harga dan ekspor berdampak negatif. Penerapan kuota ekspor kakao berdampak positif terhadap permintaan, sedangkan terhadap produksi, harga dan ekspor berdampak negatif. Pencabutan subsidi pupuk berdampak positif terhadap harga, sedangkan terhadap produksi, permintaan dan ekspor berdampak negatif. Subsidi suku bunga berdampak positif terhadap produksi, permintaan, ekspor, sedangkan terhadap harga berdampak negatif. Peningkatan produksi kakao dari negara eksportir Pantai Gading dan Ghana memiliki dampak positif terhadap permintaan kakao domestik, sedangkan terhadap produksi, harga dan ekspor berdampak negatif. Peningkatan permintaan kakao dari negara importir Belanda, Amerika Serikat, dan Jerman memiliki dampak positif terhadap harga, produksi, ekspor kakao domestik, sedangkan terhadap permintaan berdampak negatif.

Faktor risiko yang berkaitan dengan melalui pergerakan data yang naik turun secara dinamis adalah risiko harga dan pasar. Sebab, risiko harga dan pasar memiliki implikasi luas terhadap biaya input produksi dan pendapatan pelaku ekonomi akibat adanya ketidakpastian harga. Beberapa macam variabilitas harga yang dapat diduga meliputi tren harga, siklus harga dan variasi harga berdasar musim. Faktor harga dan pasar akan mempengaruhi spekulasi, ekspektasi pedagang, permintaan konsumen dan kebijakan pemerintah. Selain risiko harga dan pasar, faktor risiko dan ketidakpastian di

bidang pertanian adalah risiko produksi, usaha dan finansial, teknologi, sosial dan hukum, kerusakan serta manusia (Soedjana, 2007 dalam Aklimawati & Wahyudi, 2013).

Masalah risiko harga dan pasar merupakan salah satu penyebab terjadinya kegagalan pasar (*market failure*). Risiko ini yang akan mengakibatkan adanya distorsi pasar dan tidak tercapainya output ekonomi secara optimal (Hendratno, 2009 dalam Aklimawati & Wahyudi, 2013). Pengaruh volatilitas terhadap harga adalah ketidakpastian harga yang diterima para pelaku ekonomi karena nilainya sangat sulit untuk diprediksi. Harga merupakan faktor di luar kemampuan pelaku ekonomi untuk mengontrolnya sehingga akan menyulitkan mereka dalam perencanaan dan pengelolaan usaha. Dampak paling riskan akibat risiko harga dan pasar adalah pertumbuhan ekonomi dapat terhambat (Aklimawati & Wahyudi, 2013).

1.2. Rumusan Masalah

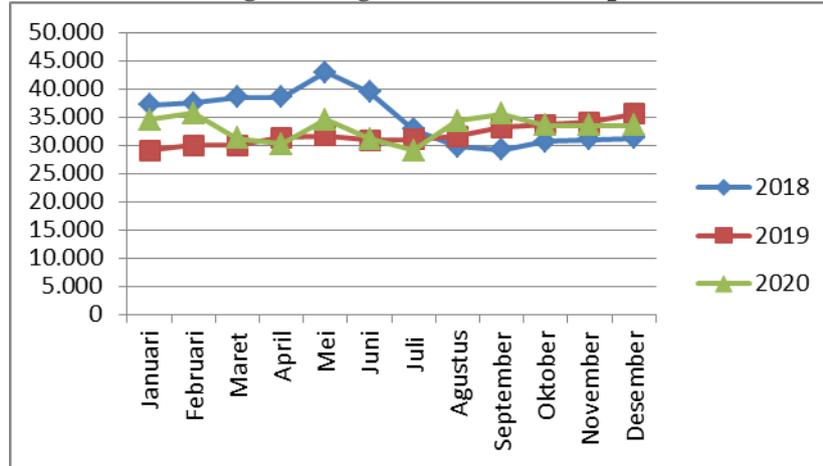
Harga produk pertanian tergolong sangat fluktuatif dengan rentang tingkat harga yang sangat lebar, apalagi setelah dikaitkan dengan *future trading*. Pada waktu tertentu, seperti musim panen dan musim hujan harganya bisa sangat rendah namun pada saat yang lain bisa sangat tinggi. Harga yang sangat fluktuatif secara teoritis akan menyulitkan prediksi bisnis, baik dalam perhitungan rugi laba maupun manajemen resiko. Harga yang demikian seringkali hanya menguntungkan para spekulan yang umumnya para pedagang tertentu yang mampu mengelola stok secara baik dan cermat. Pengendalian fluktuasi ini merupakan tantangan tersendiri khususnya dalam perumusan kebijakan yang tepat terutama menyangkut kebijakan proteksi pasar domestik dan perlindungan harga di tingkat petani (Ismet, 2009 dalam Sukmawati *et al.*, 2016).

Akibat dari ketidakpastian harga tentu saja berdampak pada *stakeholder* agribisnis kakao dan yang paling merasakan dampaknya adalah petani sebagai produsen. Fluktuasi harga kakao menyebabkan pendapatan petani tidak menentu sementara petani harus memenuhi kebutuhan pokok dan juga sumber dana operasional pengolahan perkebunan kakao selanjutnya berasal dari pendapatan tersebut.

Sistem pemasaran biji kakao didasarkan pada mekanisme pasar, di mana pembentukan harga terjadi melalui keseimbangan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Umumnya, biji kakao dari petani masih rendah kualitasnya sehingga menyebabkan harga cenderung fluktuatif (Syahputra, 2019). Fluktuasi harga dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya ialah tingginya jumlah permintaan komoditas kakao yang tidak diimbangi oleh jumlah penawaran komoditas kakao, nilai tukar rupiah, produksi kakao domestik, dan harga kakao internasional serta Bea keluar yang relatif tinggi.

Grafik perkembangan harga kakao di Kabupaten Polewali Mandar yang diambil dari Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Polewali Mandar menunjukkan harga kakao yang fluktuatif. Rantai pasok yang tidak efisien menjadikan harga yang diterima oleh petani lebih rendah. Sentra produksi kakao yang berada jauh dari pedagang tingkat kabupaten atau eksportir akan menerima harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul.

Gambar 3 : Perkembangan Harga Kakao di Kabupaten Polewali Mandar



Sumber: Data sekunder Dinas Pertanian dan Pangan Polewali Mandar (2021) yang telah diolah.

Fluktuasi harga pada komoditas kakao di Indonesia menyebabkan produsen mengalami kesulitan dalam menetapkan harga. Jika harga yang ditetapkan oleh produsen lebih tinggi dari harga keseimbangan dan juga tidak sesuai dengan jumlah permintaan, maka produsen akan mengalami kerugian. Belum adanya strategi pengendalian harga yang diterapkan di kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat mengakibatkan masih rentannya terjadi kerugian akibat fluktuasi harga yang tidak dapat dihindari.

Penelitian mengenai upaya peningkatan produktivitas dan kualitas serta pemasaran komoditi kakao telah banyak dilakukan diantaranya mengenai kemitraan (Muhardi, Rustam, & Effendy, 2021 dan Fidyansari, Hastuty, & Arianto, 2016), rantai pasok kakao (Asir, Darma, Mahyuddin, & Arsyad, 2017 dan Asir, Darma, Mahyuddin, & Arsyad, 2019), termasuk strategi dalam meningkatkan daya saing kakao (Pono, et al., 2018 dan Nuryanti, 2010). Namun, masih jarang atau mungkin belum ada penelitian yang spesifik mengkaji mengenai strategi pengembangan agribisnis kakao di tingkat petani di Kecamatan Tubbi Taramanu, kabupaten Polewali mandar, Sulawesi Barat.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dibuat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja yang menyebabkan rendahnya harga kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat?
2. Strategi apa yang dapat dilakukan dalam pengembangan agribisnis kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat?
3. Bagaimana peran korporasi kakao dalam menentukan harga kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang diangkat, maka ditetapkan tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penyebab rendahnya harga kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.
2. Untuk menentukan strategi pengembangan agribisnis kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.

3. Untuk mengetahui peran korporasi kakao dalam menentukan harga kakao di Kecamatan Tubbi Taramanu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Peneliti, menjadi bentuk implementasi dari ilmu yang telah dipelajari sebelumnya dalam kelas perkuliahan. Serta menjadi ajang bagi peneliti untuk mengeksplorasi lebih dalam ilmu yang telah diajarkan di dalam kelas.
2. Untuk Masyarakat, menjadi sumber informasi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai hal yang terkait atau sebagai acuan dalam pengambilan keputusan.
3. Untuk Pembuat kebijakan, menjadi sumber informasi dalam pembuatan kebijakan dalam upaya pengendalian fluktuasi harga kakao di tingkat petani.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Fluktuasi Harga Kakao

Teori fluktuasi harga dapat diadopsi dari hukum permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Pada hukum permintaan menyatakan bahwasannya apabila harga mengalami kenaikan maka jumlah barang yang diminta akan turun dan hukum penawaran yang berbunyi apabila harga mengalami penurunan maka jumlah barang yang ditawarkan akan turun. (Machfoedz, 2007 dalam Febriana, 2018).

Pergeseran pasar ke arah pasar bebas akan memberikan dampak tersendiri terhadap mekanisme pasar komoditas pertanian, khususnya di pasar domestik. Dampak yang ditimbulkan adalah adanya dinamika harga yang fluktuatif dan arah kebijakan perdagangan (Rachman, 2003 dalam Aklimawati & Wahyudi, 2013).

Harga kakao cenderung memiliki volatilitas yang tinggi dengan gejolak harga yang relatif tajam dari waktu ke waktu. Pada umumnya, pengukuran volatilitas harga sering dilakukan oleh para pelaku ekonomi di pasar uang dan pasar modal. Akan tetapi, kecenderungan volatilitas yang tinggi juga terefleksi dalam pola pergerakan harga yang terjadi pada pasar komoditas pertanian. Oleh karena itu pengukuran volatilitas harga juga relevan dilakukan pada pasar komoditas (Sumaryanto, 2009).

Volatilitas merupakan pola ragam varian dari data deret waktu terutama data keuangan. Analisis volatilitas harga sangat diperlukan oleh para pelaku ekonomi karena hasil analisisnya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan terkait masalah risiko usaha. Sebagaimana dikemukakan sebelumnya, harga komoditas pertanian mempunyai volatilitas yang sangat tinggi. Dampak yang timbul dari data yang volatilitasnya tinggi adalah peubah galat memiliki varian yang tidak konstan (Engle, 2004 dalam Aklimawati & Wahyudi, 2013).

2.2. Faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya fluktuasi harga kakao

Fluktuasi harga atau perubahan harga yang cepat diharapkan akan ditanggapi secara cepat oleh para pelaku pasar sehingga dapat segera mengambil keputusan yang tepat, dan pasar menjadi lebih efisien sehingga dampaknya dapat diminimalisir. Pendekatan dilakukan dengan memperhatikan faktor penyebab serta strategi mana yang dapat diterapkan.

2.2.1. Harga Kakao Internasional

Harga kakao domestik yang fluktuatif tidak terlepas dari pengaruh harga kakao internasional yang mempunyai kaitan erat dengan nilai tukar. Perdagangan internasional yang menggunakan mata uang asing juga bisa menjadi spekulasi bagi produsen untuk memperoleh keuntungan dari selisih kurs saat mata uang terdepresiasi maupun terapresiasi. Saat suatu mata uang melemah atau terdepresiasi maka akan cenderung meningkatkan volume ekspor suatu Negara dan sebaliknya saat mata uang menguat atau terapresiasi maka ekspor suatu Negara cenderung menurun (Nickyta, 2017).

2.2.2. Nilai Tukar Rupiah

Dalam perdagangan internasional, komoditas diperdagangkan menggunakan perantara mata uang Dolar AS. Oleh karena itu, harga komoditas di pasar dunia umumnya berhubungan terbalik dengan kurs Dolar AS, termasuk kakao. Apabila nilai tukar Dolar AS melemah, maka harga kakao dunia cenderung menguat; sedangkan jika Dolar AS menguat, maka harga kakao dunia cenderung melemah (Syahputra, 2019).

Penelitian Firdaus dan Ariyoso (2010) dalam Prameswita, Ismono, & Viantimala (2014), menyimpulkan bahwa kurs nominal Rp terhadap US \$ berpengaruh signifikan dan positif terhadap harga kakao Indonesia pada taraf nyata 5 persen. Penjelasan terhadap hal ini adalah, kenaikan nilai nominal Rp terhadap US \$ berarti rupiah mengalami depresiasi sehingga harga kakao menjadi lebih murah di mata konsumen AS. Akibatnya permintaan terhadap kakao Indonesia oleh importir di AS akan naik dan volume ekspor akan meningkat.

2.2.3. Permintaan dan Penawaran Kakao Domestik maupun Internasional

Istiqomah, Hanani, dan Dwiastuti (2014) hasil simulasi terhadap kebijakan domestik dan guncangan eksternal terhadap perilaku ekonomi kakao Indonesia masing-masing menunjukkan menunjukkan peningkatan jumlah industri kakao berdampak positif terhadap permintaan dan produksi, sedangkan terhadap harga dan ekspor berdampak negatif. Penerapan kuota ekspor kakao berdampak positif terhadap permintaan, sedangkan terhadap produksi, harga dan ekspor berdampak negatif. Pencabutan subsidi pupuk berdampak positif terhadap harga, sedangkan terhadap produksi, permintaan dan ekspor berdampak negatif. Subsidi suku bunga berdampak positif terhadap produksi, permintaan, ekspor, sedangkan terhadap harga berdampak negatif. Peningkatan produksi kakao dari negara eksportir Pantai Gading dan Ghana memiliki dampak positif terhadap permintaan kakao domestik, sedangkan terhadap produksi, harga dan ekspor berdampak negatif. Peningkatan permintaan kakao dari negara importir Belanda, Amerika Serikat, dan Jerman memiliki dampak positif terhadap harga, produksi, ekspor kakao domestik, sedangkan terhadap permintaan berdampak negatif.

Perilaku penawaran dan permintaan pasar kakao internasional menjadi salah satu faktor penting yang menentukan fluktuasi harga kakao di dalam negeri. Pasar merupakan penentu yang penting dari ketersediaan dan akses kakao di dunia internasional. Keadaan dimana pasar memungkinkan ketersediaan kakao dan memelihara harga tetap stabil tergantung pada apakah pasar terintegrasi satu sama lain atau tidak. Pasar yang terintegrasi dapat diartikan sebagai pasar dimana harga untuk barang-barang yang sama tidak dapat terjadi secara bebas. Jika pasar terintegrasi dengan baik, maka dapat diasumsikan bahwa kekuatan pasar bekerja dengan semestinya, artinya perubahan harga di satu tempat secara konsisten akan terkait dengan perubahan harga di tempat lain dan perantara pasar dapat berinteraksi di antara pasar-pasar yang berbeda. Harga kakao yang tinggi di daerah defisit akan memberikan keuntungan bagi pedagang untuk membawa kakao dari tempat surplus, sehingga kakao tersedia. Hasilnya maka harga seharusnya turun pada daerah defisit, membuat kakao tersedia banyak di pasar (Syahputra, 2019).

Perkembangan harga kakao merupakan aspek yang kompleks, karena banyak faktor yang saling mempengaruhi terbentuknya harga. Selama ini, faktor pasokan (*supply*) kakao relatif paling berpengaruh terhadap terbentuknya tingkat harga disamping faktor permintaan (*demand*). Penyebabnya adalah beberapa kontrak pembelian, pengiriman dan tingkat harga sudah disetujui satu tahun yang akan datang sehingga jika pada tahun yang bersangkutan mengalami penurunan akibat faktor iklim, hama, penyakit, atau pergolakan politik, eksportir akan panik jika tidak mampu memenuhi volume kontraknya (Syahputra, 2019).

2.2.4. Rendahnya Produktivitas dan Kualitas Biji Kakao Indonesia

Kualitas biji kakao Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan biji kakao yang berasal dari Ghana dan Pantai Gading. Salah satu penyebab rendahnya kualitas biji

kakao Indonesia dikarenakan tidak dilakukannya pengolahan Pascapanen yaitu fermentasi. Namun, dengan karakteristiknya yang tidak mudah meleleh menjadi keunggulan tersendiri sehingga kakao Indonesia banyak diminati di dunia. Sejalan dengan keunggulan tersebut peluang pasar kakao Indonesia cukup terbuka baik ekspor maupun kebutuhan dalam negeri. Dengan kata lain, potensi untuk menggunakan industri kakao sebagai salah satu pendorong pertumbuhan dan distribusi pendapatan cukup terbuka (BPS, Direktorat Jenderal Perkebunan dalam Nickyta, 2017)

Selain kualitasnya yang rendah, produktivitas kebun kakao Indonesia yang didominasi oleh perkebunan rakyat juga rendah akibat tingginya serangan hama penggerek buah kakao (PBK) serta pengembangan produksi hilir kakao yang juga masih rendah. Masalah yang terbilang kompleks ini menjadi suatu tantangan sekaligus peluang bagi para investor untuk mengembangkan usaha dan meraih nilai tambah yang lebih besar dari agribisnis kakao (BPS, Direktorat Jenderal Perkebunan dalam Nickyta, 2017).

Sejalan dengan hal tersebut, Kanara (2009) dalam Manalu (2018) mengatakan bahwa rendahnya produktivitas dan mutu kakao Indonesia terutama disebabkan oleh beberapa hal, antara lain karena biji kakao yang diperdagangkan oleh petani pada umumnya tidak difermentasi terlebih dahulu, padahal mutu biji dan harga jual kakao yang telah difermentasi lebih baik daripada yang belum difermentasi dan patokan harga di pasar internasional berdasarkan biji kakao yang telah difermentasi. Rendahnya mutu kakao tersebut terutama adalah karena kemampuan petani perkebunan kakao rakyat baik kemampuan untuk memanfaatkan teknologi maupun kemampuan terkait dengan pengetahuan manajerialnya serta kurangnya perhatian petani sehingga perilaku petani perkebunan kakao pada umumnya cenderung memperdagangkan biji kakao yang tidak difermentasi.

2.2.5. Bea Keluar

Berdasarkan Peraturan Menteri keuangan Nomor 13/PMK.010/2017 tentang Penetapan Barang Ekspor yang Dikenakan Bea Keluar dan Tarif Bea Keluar, penetapan tarif Bea Keluar atas barang ekspor berupa biji kakao berlaku ketentuan apabila harga kakao kurang dari US\$ 2.000/ton, maka ekspor biji kakao tersebut tidak dikenakan Bea Keluar. Pada saat harga kakao sebesar US\$ 2.000-US\$ 2.750/ton maka akan dikenakan Bea keluar sebesar 5%. Bea Keluar 10% dikenakan jika harga kakao sebesar US\$ 2.750-US\$ 3.500/ton dan dikenakan 15% bea keluar jika harga kakao lebih dari US\$ 3.500/ton.

Dampak Pajak Ekspor kakao jelas menurunkan harga kakao di domestik. Penurunan harga ini pada umumnya disebabkan karena para eksportir kakao membebankan pajak ekspor kepada petani dengan menekan harga menjadi lebih rendah. Hal ini akan berimbas kepada berkurangnya pendapatan petani sehingga menyebabkan ketidaksejahteraan hidup serta petani menjadi kurang bergairah lagi untuk mengusahakan komoditas ini dan memilih beralih ke komoditas lain (Ananda, Iskandar dan Afriyatna, 2018).

2.3. Strategi pengendalian Fluktuasi Harga Kakao

Menurut Porter (2008) yang disitasi dalam Devi (2012) strategi adalah upaya menempatkan perusahaan pada posisi yang unik dan bernilai dengan membuat keputusan mengenai apa yang harus dijalankan dan apa yang sebaiknya tidak dijalankan untuk kemudian dibuat kesesuaian dari seluruh aktivitas perusahaan.

Perusahaan diharapkan mampu menghadapi kompetisi berdasarkan kemampuan sumberdaya yang dimiliki (*core competencies*) melalui pemikiran strategik, sehingga *sustainable advantages* dapat dicapai. Perencanaan sebagai suatu proses yang sistematis harus mampu mengidentifikasi faktor lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) serta mengantisipasi faktor lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) (Suyono, 2011).

2.4. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada di luar kendali perusahaan yang sifatnya tidak dapat dijangkau dan tidak dapat dipengaruhi oleh perusahaan namun keberadaannya harus diperhatikan secermat mungkin untuk mencapai tujuan (Yogi, dkk (2007); Lestari (2011) seperti disitasi dalam Yudiaris (2015)). Lingkungan eksternal dalam realitasnya sangat dinamis dan cepat berubah karena dipengaruhi oleh berbagai faktor dengan interaksi yang kompleks. Lingkungan eksternal terbagi atas tiga kelompok yaitu lingkungan umum, lingkungan industri, dan lingkungan kompetitor yang berkombinasi secara interaktif dan menjadi dasar dari peluang dan ancaman (Devi, 2012).

2.4.1. Lingkungan Umum

Menurut Sampurno (2010) sebagaimana disitasi dalam Devi (2012), cakupan lingkungan umum sangat luas yakni terdiri dari enam segmen lingkungan yaitu demografi, ekonomi, politik/hukum, sosio-kultural, teknologi dan global yang secara keseluruhan memengaruhi perusahaan.

2.4.1.1. Faktor Demografi

Faktor demografi berkaitan dengan besarnya populasi yang meliputi struktur usia, distribusi geografi dan distribusi pendapatan (Devi, 2012). Struktur usia penduduk memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Menurut (Kurniawati & Sugiyanto, 2021), peningkatan penduduk usia kerja terutama kelompok umur kerja utama mampu berpengaruh terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Distribusi geografi dan distribusi pendapatan sama-sama berdampak pada daya beli masyarakat, distribusi yang tinggi pada suatu daerah berbanding lurus dengan daya beli masyarakat sama halnya dengan pendapatan, semakin tinggi pendapatan masyarakat maka semakin tinggi pula daya belinya (Devi, 2012).

2.4.1.2. Faktor Ekonomi

Menurut (Devi, 2012), kondisi perekonomian suatu negara/daerah dapat memengaruhi iklim bisnis dari perusahaan secara langsung sehingga lingkungan ekonomi perlu dipelajari dengan seksama untuk mempelajari perubahan dan tren yang akan terjadi serta dampaknya terhadap strategi perusahaan. Umumnya, kinerja bisnis tergantung pada tiga faktor ekonomi makro, yaitu:

- Pertumbuhan ekonomi yaitu perubahan dalam tingkat umum dari aktivitas ekonomi yang ditandai dengan indikator tingkat total produksi barang/jasa, jumlah total pengeluaran (agregat) dan tingkat pengangguran (natural, musiman, siklis, struktural).
- Inflasi, peningkatan tingkat harga umum barang dan jasa dalam periode waktu tertentu.
- Tingkat suku bunga yaitu biaya atas pengadaan dana pinjaman yang pergerakannya memengaruhi biaya bunga serta berdampak pada nilai perusahaan.

2.4.1.3. Faktor Politik/Hukum

Faktor politik/hukum ditandai dengan adanya interaksi perusahaan dengan pemerintah dimana perusahaan berusaha memengaruhi pemerintah begitupun pemerintah

yang berusaha memengaruhi perusahaan melalui kebijakan politik maupun regulasi. Perubahan politik regulasi pemerintah bisa jadi berdampak secara strategik dan mendasar bagi perusahaan. Seperti kebijakan pajak dan bea cukai yang dilakukan oleh pemerintah bisa berdampak timbulnya perubahan besar pada strategi perusahaan (Devi, 2012).

2.4.1.4. Faktor Sosio-Kultural

Sikap dan nilai-nilai yang terkandung serta perubahan yang terjadi dalam masyarakat, baik itu perubahan di tingkat nasional maupun internasional merupakan faktor sosio kultural yang berpengaruh terhadap kegiatan bisnis baik secara langsung maupun tidak langsung tergantung pada besar dan luasnya skala bisnis. Perusahaan dituntut untuk antisipatif terhadap kondisi sosio-kultural yang dinamis dan selalu berubah dari masa ke masa. Lingkungan sosial dalam perusahaan mengenai kelompok sosial dan gaya hidup dalam masyarakat juga patut untuk diperhatikan mengingat kelompok-kelompok ini tentu akan berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis sebagai suatu proses yang tidak pernah lepas dari lingkungannya (Devi, 2012).

2.4.1.5. Faktor Teknologi

Perusahaan harus terus mengikuti tren perkembangan teknologi terkini agar produk dan jasa yang dihasilkan selalu terbaharui sesuai dengan keinginan konsumen. Agar tetap eksis di tengah ketatnya persaingan bisnis di era globalisasi, perusahaan dituntut untuk bersifat responsif, aktif, dan kreatif terhadap setiap perkembangan teknologi dalam menyusun kembali strategi dan taktik bisnisnya. Esensi dari persaingan terletak pada bagaimana suatu perusahaan dalam mengimplementasikan proses penciptaan produk dan atau jasa secara lebih murah, lebih, baik, dan lebih cepat dibandingkan dengan pesaing bisnisnya. Bagian ini termasuk di dalamnya institusi dan berbagai aktivitasnya mempunyai peran yang penting dalam menciptakan pengetahuan baru dan mengimplementasikannya pada output baru, proses baru, produk baru maupun material baru (Devi, 2012).

2.4.1.6. Faktor Global

Belakang ini lahir pasar global baru yang diiringi munculnya peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan maupun industri. Peluang perusahaan pada era ini berupa kesempatan untuk memasuki pasar yang baru. Namun, ancaman potensial timbul beriringan dengan peluang sehingga perusahaan perlu menganalisis dan menengarai ancaman yang ada di pasar (Devi, 2012).

Produsen perlu memahami bahwa produknya akan dipasarkan ke berbagai Negara di belahan dunia dengan karakteristik konsumen yang berbeda-beda. Untuk itu, agar dapat menghasilkan keputusan yang tepat, perusahaan perlu memiliki semacam sistem informasi yang mampu mengolah berbagai informasi yang dibutuhkan dari waktu ke waktu. Informasi tersebut berupa informasi tentang pasar, pesaing, harga, regulasi, hingga informasi mengenai budaya masyarakat setempat penting untuk dikelola dengan tepat oleh perusahaan (Wijoyo et al., 2020).

2.4.2. Lingkungan Industri

Menurut Devi (2012), industri merupakan sekelompok perusahaan yang menghasilkan produk-produk yang saling menggantikan. Hal tersebut menunjukkan pentingnya menelaah lingkungan persaingan dalam suatu industri sebagai salah satu dasar penting dalam penyusunan strategi perusahaan. Porter (2008) mengatakan ada lima kekuatan persaingan yang membentuk strategi. Analisis industri dan analisis keunggulan komparatif

dilakukan dengan menggunakan model lima kekuatan Michael Porter tersebut. Membentuk persaingan berdasarkan pemahaman terhadap kekuatan merupakan langkah awal dalam pengembangan strategi. Kekuatan tersebut akan menampakkan aspek-aspek signifikan dari lingkungan persaingan serta akan menunjukkan apakah suatu industri benar-benar menarik dan juga membantu investor untuk mengantisipasi sisi positif dan negatif dalam struktur industri. Lima kekuatan tersebut yaitu ancaman pendatang baru, posisi tawar konsumen, posisi tawar pemasok, ancaman produk dan jasa substitusi dan persaingan dalam industri.

2.4.2.1. Ancaman Pendatang Baru

Ancaman pendatang baru terjadi ketika pendatang baru mudah masuk ke dalam suatu industri dan akan berpengaruh terhadap keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Jumlah penawaran yang lebih tinggi dari jumlah permintaan akan berimplikasi pada intensitas persaingan yang semakin tinggi sehingga menyebabkan perusahaan kesulitan mendapatkan keuntungan. Ancaman dari pendatang baru dalam suatu industri dapat dilihat dari besarnya hambatan untuk masuk dan reaksi *incumbent* terhadap pendatang baru. Ancaman dari pendatang baru akan tinggi jika hambatan untuk masuk kecil sementara reaksi dari *incumbent* juga kecil. Hambatan bagi pendatang baru untuk memasuki suatu industri ada tujuh sumber yaitu:

- *Supply-side economics of scale*
Hal ini timbul ketika produksi perusahaan yang dalam skala tetap (*fixed cost*), bisa disebar ke lebih banyak unit atau teknologi yang digunakan lebih efisien.
- *Demand-side benefits of scale*
Dikenal juga dengan istilah efek jaringan (*network effect*), kesediaan pembeli untuk membayar suatu produk meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pembeli yang menggunakan produk tersebut.
- *Customer switching cost*
Biaya peralihan (*switching cost*) adalah biaya tetap (*fixed cost*) yang harus dikeluarkan oleh pembeli ketika mereka memilih berganti penjual.
- *Capital requirements*
Kebutuhan akan investasi modal keuangan yang besar untuk dapat bersaing juga dapat menjauhkan pendatang baru.
- *Incumbency advantages independent of size*
Keunggulan biaya atau kualitas *incumbent* yang tidak dimiliki pesaing.
- *Unequal access to distribution channels*
Distribusi bagi produk atau jasa pendatang baru harus dipastikan.
- *Restrictive government policy*
Kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah bisa jadi membantu atau mempersulit pendatang baru.

2.4.2.2. Kekuatan tawar menawar pemasok (*bargaining power of suppliers*)

Posisi tawar pemasok memengaruhi harga, kualitas dan kuantitas pembelian bahan baku. Keseimbangan antara penawaran pemasok dan permintaan perusahaan berhubungan dengan posisi tawar pemasok. Strategi *forward integration* diterapkan oleh pemasok sebagai upaya dalam meningkatkan posisi tawarnya. Pemasok yang kuat mendapat nilai lebih dengan cara meningkatkan harga, membatasi kualitas dan pelayanan, atau beralih ke perusahaan

lainnya di industri yang sama. Dengan demikian, perusahaan yang tidak dapat mengatasi kenaikan harga, *profitnya* dapat dijatuhkan oleh *supplier* yang kuat.

2.4.2.3. Kekuatan tawar menawar pembeli (*bargaining power of buyer*)

Harga, kualitas dan kuantitas penjualan produk juga dipengaruhi oleh posisi tawar pembeli. Posisi tawar konsumen memiliki hubungan dengan keseimbangan antara penawaran perusahaan dengan permintaan pembeli. Untuk meningkatkan menguatkan posisinya, pembeli melakukan *backward integration* sehingga dapat memperoleh nilai lebih dengan mendorong penurunan harga, meminta kualitas atau pelayan yang lebih baik, dan memanfaatkan hubungan antara industri yang satu dengan yang lainnya demi meraup keuntungan industri.

2.4.2.4. Ancaman dari produk atau jasa pengganti (*threat of substitute products of services*)

Ancaman ini terjadi pada saat fungsi produk perusahaan dapat digantikan dengan produk lain. Produk pengganti (*substitute products*) hadir dengan fungsi yang sama dengan produk di industri tersebut sehingga perlu adanya diferensiasi produk dengan meningkatkan kualitas dan perbandingan harga untuk meminimalisir dampak ancaman produk atau jasa substitusi. Produk atau jasa substitusi membatasi potensi profit suatu industri dengan menetapkan harga maksimum yang dapat ditetapkan oleh suatu industri.

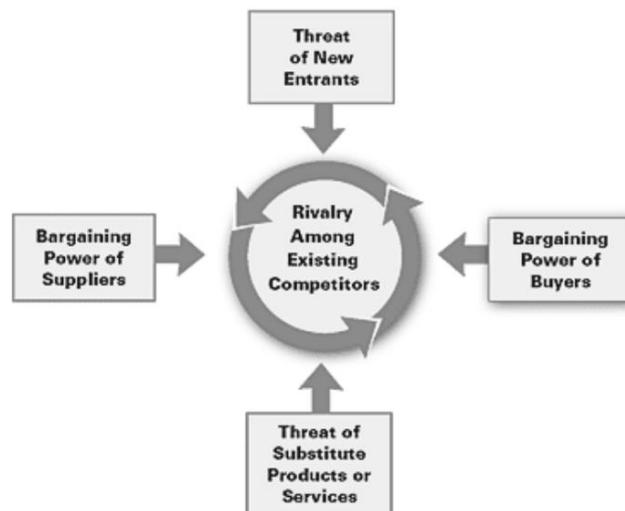
2.4.2.5. Persaingan antara pesaing yang ada (*Rivalry among existing competitors*)

Persaingan antara pesaing yang ada memiliki berbagai bentuk, meliputi harga diskon, pengenalan produk baru, kampanye iklan, dan peningkatan pelayanan. Persaingan yang tinggi berpotensi menurunkan profit perusahaan dalam suatu industri tergantung pada intensitas persaingan perusahaan, dan di mana persaingan terjadi. Intensitas persaingan menjadi lebih besar jika:

- Pesaingnya banyak atau ukuran dan kekuatannya hampir setara. Dalam situasi demikian, akan sulit bagi pesaing untuk menghindari bisnis perburuan.
- Pertumbuhan industri yang lambat sehingga memicu perebutan pangsa pasar.
- Tingginya hambatan untuk keluar dari pasar meskipun mungkin mereka berpenghasilan rendah atau pengembalian negatif yang terjadi akibat adanya hal khusus atau pengabdian manajemen untuk bisnis tertentu.
- Pesaing memiliki komitmen yang tinggi terhadap bisnis dan memiliki aspirasi untuk kepemimpinan, terutama jika mereka tujuan yang lebih dari kinerja ekonomi industri tertentu.
- Perusahaan tidak dapat membaca sinyal satu sama lain dengan baik karena kurangnya keakraban, pendekatan untuk bersaing yang beragam, atau tujuan yang berbeda.

Kekuatan persaingan tidak hanya mencerminkan intensitas persaingan tapi juga dasar dari persaingan. Dimensi dimana persaingan berlangsung, dan apakah para pesaing bersaing pada dimensi yang sama, memiliki pengaruh besar terhadap profitabilitas. Persaingan yang hanya tertarik pada harga akan sangat merusak profitabilitas karena persaingan harga secara langsung mentransfer profit dari suatu industri kepada konsumen. Potongan harga biasanya sangat mudah dilihat dan ditandingi oleh pesaing. Persaingan harga yang berkelanjutan juga akan memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk, perhatian pelanggan terhadap fitur-fitur produk atau layanan akan menurun akibat adanya potongan harga.

Gambar 4 : Five Forces Michael E. Porter



Sumber : Porter (2008)

2.4.3. Lingkungan Kompetitor

Lingkungan kompetitor merupakan bagian dari lingkungan eksternal dimana pesaing perusahaan berada. Lingkungan ini tercermin dari visi dan misi, tipe, jumlah, dan norma perilaku perusahaan kompetitor. Dengan adanya pemahaman terhadap lingkungan persaingan, maka perusahaan mampu mengetahui posisi kompetitor sehingga perusahaan mampu mengantisipasi perubahan kompetitornya (Devi, 2012).

2.5. Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal merupakan proses di mana faktor-faktor internal perusahaan dikaji dalam perencanaan strategis untuk melihat letak kelemahan dan kekuatan perusahaan sehingga dapat menangkap dan mengelola peluang secara efektif untuk menghadapi ancaman yang terdapat dalam lingkungan bisnis. Perusahaan hendaknya mengkaji kekuatan dan kelemahan yang ada secara teliti sebelum menentukan atau mengubah tujuan dan menentukan langkah dalam mencapai tujuan yang merupakan konsekuensi logis yang perlu ditempuh perusahaan agar lancar dalam operasinya (Yudiaris, 2015).

Lingkungan internal merupakan lingkungan yang berada di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh langsung dan khusus terhadap perusahaan. Faktor internal merupakan kemampuan dasar yang dimiliki perusahaan, keterbatasan dan juga ciri khas perusahaan (Devi, 2012). Menurut Campbell, Stonehouse, & Houston (2002) sebagaimana disitasi dalam Devi (2012), analisis internal memberikan pemahaman tentang potensi keunggulan daya saing yang ada, serta area mana yang harus diprioritaskan untuk memastikan keberlangsungan bisnis.

Lingkungan internal perusahaan meliputi sumber daya perusahaan. Sumber daya merupakan sekumpulan faktor dalam perusahaan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Sumber daya dalam perusahaan dibagi atas tiga kategori dalam rangka keperluan analisis yaitu sumber daya terwujud (*tangible resources*) dapat diidentifikasi dengan mudah seperti peralatan fisik dan keuangan, sumber daya nirwujud (*intangibile resources*) yang terdiri atas reputasi, teknologi dan kebiasaan/*routine*, serta sumber daya manusia (*human capital*) yang terdiri atas pengetahuan dan keahlian khusus, kemampuan interaksi, kemampuan komunikasi dan motivasi (Grand (1995) seperti disitasi dalam Devi (2012)). Sumber daya secara terpisah

tidak memiliki nilai produktivitas bila mana tidak diorganisir dengan baik. Semua jenis sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan harus diintegrasikan dalam satu kesatuan untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.6 Peran Korporasi Kakao dalam Penentuan Harga Kakao

Ditinjau dari perkembangan sejarah, perkebunan selalu terkait dengan ekonomi internasional namun mekanisme pada masing-masing zaman berbeda. Namun yang disayangkan, perkebunan justru dinilai memberi peluang bagi ketergantungan negara produsen terhadap negara maju. Sementara itu, negara maju bebas melakukan permainan harga ditengah persaingan antara negara produsen yang semakin ketat (Purwandari, 2011).

Multinational Corporate (MNC) merupakan pemain utama dalam ekonomi global dengan pasar sebagai penghubung antara negara produsen dengan MNC. Hal tersebut berakibat pada posisi kedaulatan Negara-negara berkembang berada di bawah tekanan MNC. Tuntutan teknologi, modal, tenaga ahli, dan penentuan harga menyebabkan perkebunan harus dapat menjalin kerja sama yang kuat dengan MNC. *Bargaining position* Indonesia yang berada pada posisi lemah semakin tampak dengan adanya kondisi demikian. Terjadinya fluktuasi harga komoditi perkebunan di pasar internasional menjadi bukti lemahnya peran negara-negara produsen (Purwandari, 2011).

Gilbert dan Wengel (2000) yang disitasi dalam Fadjar (2006) menggambarkan betapa besarnya peran korporasi multinasional dalam menguasai sektor perkebunan dengan menampilkan data posisi MNC dalam *processing* dan manufaktur komoditas perkebunan salah satunya kakao dengan *trading* dan produk *intermediet* seperti Cargill, ADM, Barry Callebaut memiliki pangsa sebesar 60%, semangat untuk manufaktur, perusahaan seperti Mars, Harsey, Nestle, dan Cadbury memiliki pangsa 80%.

Penelitian menunjukkan bahwa dalam *stakeholder* rantai pasok kakao, yang paling membutuhkan perhatian lebih adalah petani. Petani semestinya mendapatkan dukungan yang memadai dari para pemangku kepentingan khususnya pemerintah. Pemerintah dan *stakeholders* yang lain seperti pedagang pengepul, pedagang besar, eksportir, industri pengolahan, bank, universitas, LSM, media informasi, penyedia fasilitas agribisnis, perusahaan jasa transportasi harus saling mendukung untuk memenuhi kebutuhan petani terutama dalam hal ketersediaan modal usahatani salah satunya dengan mendirikan unit usaha atau koperasi (Asir et al., 2019a).

Asir et al. (2019b) berpendapat bahwa secara konseptual petani, pedagang pengumpul, dan pengusaha memiliki ikatan kerjasama untuk mencapai keuntungan bersama berdasarkan prinsip saling menguntungkan. Biji kakao yang diproduksi di kebun petani akan dikumpulkan oleh pedagang pengepul, kemudian dipasarkan atau diolah dan dipasarkan oleh pengusaha. Namun, pada kenyataannya antara konsep dengan implementasi sering tidak sejalan.

Beberapa bentuk implementasi dan permasalahannya dalam hubungan antara petani dan industri atau eksportir adalah belum optimalnya aktivitas produksi, tingginya ketergantungan sebagian besar petani kepada pedagang pengepul disebabkan oleh kemudahan dan kecepatan dalam memberikan pinjaman (meskipun bunganya lebih tinggi jika dibandingkan dengan pinjaman di bank) sehingga petani masih memilih menjual biji kakao mereka ke pedagang pengepul, serta tidak semua petani tergabung dalam kelompok tani mengakibatkan masalah seperti kerugian yang dialami oleh petani dan pengusaha karena rendahnya harga ekspor yang disebabkan oleh rendahnya kualitas biji kakao, rendahnya harga

biji kakao, serta lemahnya peran petani dalam menentukan harga karena kurangnya informasi menyebabkan harga sering ditentukan oleh pengusaha dengan berbagai alasan seperti kualitas, hasil panen yang melimpah, pasar yang lesu, serta tidak adanya alat untuk mengukur kadar air dan kotoran (Asir et al., 2019b).

2.3. Kerangka Pikir

Kakao sebagai salah satu komoditas pertanian yang diperdagangkan secara internasional menjadi peluang yang tidak terlepas dari ancaman fluktuasi harga yang tidak dapat dihindari. Fluktuasi harga kakao di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor yaitu harga kakao internasional, nilai tukar rupiah, permintaan dan penawaran kakao domestik maupun internasional, dan produksi kakao domestik. Namun, kondisi tertentu di wilayah di Indonesia khususnya di sentra produksi kakao ditengarai menjadi penyebab rendahnya harga yang diterima oleh petani. Untuk itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat penyebab rendahnya harga kakao serta strategi yang dapat diterapkan untuk meminimalisir dampak dari harga kakao yang rendah.

Identifikasi penyebab rendahnya harga kakao menjadi dasar perumusan strategi pengembangan agribisnis kakao. Selanjutnya dalam analisis strategi pengembangan agribisnis kakao akan disajikan dalam bentuk hierarki untuk menentukan strategi yang paling mendasar dalam pendekatan pengendalian harga kakao. Strategi tersebut akan dianalisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancamannya sehingga diperoleh strategi yang lebih siap untuk diterapkan sebagai strategi pengembangan agribisnis kakao.

lebih siap untuk diterapkan dalam strategi pengembangan agribisnis kakao.