

**ANALISIS PEMASARAN BIJI KAKAO (*Theobroma cacao* L.)
DI KECAMATAN RAO SELATAN KABUPATEN PASAMAN**

SKRIPSI

Oleh

**NOFRIA SANTIKA PUTRI
NIM. 1810222031**

Dosen Pembimbing :

Pembimbing I : Dr. Dian Hafizah, SP. M.Si

Pembimbing II : Dr. Rini Hakimi, SP. M.Si



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ANALISIS PEMASARAN BIJI KAKAO (*Theobroma cacao* L.) DI KECAMATAN RAO SELATAN KABUPATEN PASAMAN

Abstrak

Tanaman kakao adalah salah satu tanaman tropis yang dapat hidup disemua tempat, baik itu dataran rendah maupun dataran tinggi. Tanaman kakao tumbuh baik pada tanah yang mempunyai pH 6-7,5 dan tanaman ini memerlukan perlindungan untuk menghindari pencahaya penuh. Tanaman kakao mudah terserang penyakit sehingga memerlukan perawatan yang intensif dalam pembudidayaannya. Pada proses pasca panen, petani kakao tidak melakukan fermentasi pada biji kakao. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Rao Selatan Kabupaten Pasaman. Pemilihan lokasi secara sengaja dengan pertimbangan daerah Kecamatan Rao Selatan merupakan kecamatan penghasil kakao terbanyak kelima dari 12 kecamatan yang berada di Kabupaten Pasaman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran dan mengetahui berapa margin pemasaran, farmer's share serta efisiensi pemasaran yang diterima masing-masing lembaga pemasaran biji kakao di Kecamatan Rao Selatan Kabupaten Pasaman. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Penentuan jumlah populasi dilakukan dengan cara purposive sampling. Pengambilan sampel petani dilakukan dengan metode snowball sampling, diperoleh jumlah petani responden sebanyak 41 petani. Sedangkan untuk pedagang diperoleh dengan menggunakan snowball sampling. Analisis dalam penelitian ini meliputi analisis saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, analisis biaya pemasaran, margin pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran biji kakao di Kecamatan Rao Selatan Kabupaten Pasaman terdiri dari 2 saluran dimana saluran I : petani → pedagang pengumpul tingkat nagari → pedagang besar tingkat kecamatan → pedagang besar tingkat provinsi dan saluran II : petani → pedagang besar tingkat kecamatan → pedagang besar tingkat provinsi. Fungsi-fungsi yang dilakukan lembaga pemasaran meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Nilai margin dan biaya terbesar pada pemasaran biji kakao di Kecamatan Rao Selatan terdapat pada saluran I. Sedangkan keuntungan terbesar terdapat pada saluran II. Berdasarkan analisis efisiensi pemasaran kedua saluran tersebut dapat dikatakan efisien. Akan tetapi saluran II lebih efisien dengan persentase efisiensi yang lebih kecil yaitu sebesar 2,56%.

Kata kunci :Biji Kakao, Efisiensi, Margin, Pemasaran, dan Saluran.

Marketing Analysis of Cocoa Beans (*Theobroma cacao* L.) in South Rao Sub-District, Pasaman Regency

Abstract

Cocoa plants are among the tropical plants that can live in all places, both lowland and highland areas. Cocoa plants grow well in soil with a pH of 6-7.5 and these plants require protection from direct sunlight. Cocoa plants are susceptible to diseases, so they require intensive care in their cultivation. In the post-harvest process, cocoa farmers typically do not ferment the cocoa beans. This research was conducted in Rao Selatan District, Pasaman Regency. The location was chosen intentionally as Rao Selatan District is the fifth largest cocoa producing district out of 12 districts in Pasaman Regency. The purpose of this study was to determine the marketing channels and to analyze the marketing margins, farmer's share, and marketing efficiency received by each cocoa bean marketing institution in Rao Selatan District, Pasaman Regency. The research method used was the survey method. Determination of the population was carried out by proportional sampling. Farmer sampling was carried out using the snowball sampling method, resulting in 41 farmer respondents. Traders were also selected using snowball sampling. The analysis in this study includes marketing channel analysis, marketing functions, marketing cost analysis, marketing margins, farmer's share and marketing efficiency. The results of the study indicate that the cocoa bean marketing channels in Rao Selatan District, Pasaman Regency consist of 2 channels where channel I: farmers → village-level collectors → sub-district-level wholesalers → provincial-level wholesalers and channel II: farmers → sub-district-level wholesalers → provincial-level wholesalers. The functions carried out by marketing institutions include exchange functions, physical functions and facility functions. The highest marketing margin and costs were found in Channel I, while Channel II yielded the highest profit. Based on the analysis of marketing efficiency, both channels can be said to be efficient. However, channel II is more efficient with a smaller efficiency percentage of 2.56.

Keywords : channels, cocoa beans, efficiency, margins and marketing