

## ABSTRAK

**AINUN MA'RIFAH. 105961106820.** Analisis Struktur Pemasaran Biji Kakao di Desa Mamampang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa. Dibimbing oleh AMRUDDIN dan FIRMANSYAH.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran, margin dan efisiensi pemasaran serta struktur pasar biji kakao di Desa Mamampang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa.

Metode pengambilan sampel ini dilakukan dengan dua cara yaitu untuk petani menggunakan metode *Random Sampling* (acak sederhana) dengan jumlah populasi petani 290 orang maka populasi yang diambil 10% atau 31 orang. Sedangkan untuk pedagang pengepul diambil 2 orang dan pedagang besar diambil 1 orang dengan menggunakan metode sensus. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran biji kakao terdapat 4 saluran pemasaran, yaitu: saluran I terdiri dari Produsen – Konsumen, saluran II terdiri dari Produsen – Pedagang Pengepul – Konsumen, saluran III terdiri dari Produsen – Pedagang Besar – Konsumen dan saluran IV terdiri dari Produsen – Pedagang Pengepul – Pedagang Besar – Konsumen dengan margin pemasaran yang paling besar berdasarkan konsumen yang dipilih, pada konsumen I (Konsumen yang ada di Makassar) margin pemasaran yang paling besar terdapat pada saluran I yaitu sebesar Rp. 8.000/kg. Saluran I memiliki margin pemasaran yang tinggi karena harga belinya sebesar Rp. 23.000/kg sehingga biaya yang dikeluarkan bernilai besar serta keuntungan yang diterima oleh petani di Desa Mamampang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa juga bernilai besar karena tidak melalui pedagang perantara. Sedangkan pada konsumen II (Konsumen yang ada di Kabupaten Sinjai) yang paling besar terdapat pada saluran IV yaitu sebesar Rp. 8.000/kg karena banyaknya pedagang perantara yang terlibat di dalamnya. Sedangkan margin yang terkecil terdapat pada saluran II yaitu Rp. 6.000/kg. Adapun saluran pemasaran biji kakao yang paling efisien adalah terdapat pada saluran II dengan efisiensi sebesar 0,97% dan yang kurang efisien adalah terdapat pada saluran I dengan efisiensi sebesar 7,15%. Sedangkan untuk struktur pasar biji kakao yang terdapat di Desa Mamampang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa adalah *oligopsoni*.

**Kata Kunci :** *Saluran, Margin, Farmer's Share, Efisiensi, Pangsa Pasar, Struktur Pasar*

## **ABSTRACT**

**Ainun Ma'rifah. 105961106820.** *Analysis of the Marketing Structure of Cocoa Beans in Mamampang Village, Tombolopao District, Gowa Regency. Supervised by AMRUDDIN and FIRMANSYAH.*

*This research aims to determine the form of channels, margins and marketing efficiency as well as the structure of the cocoa bean market in Mamampang Village, Tombolopao District, Gowa Regency.*

*This sampling method was carried out in two ways, namely for farmers using the Random Sampling method (simple random) with a population of  $\pm 290$  farmers, so the population taken was 10% or 31 people. Meanwhile, 2 people were taken for collecting traders and 1 person was taken for large traders using the Purposive Sampling method. The data analysis used is descriptive and quantitative analysis.*

*The research results show that there are 4 marketing channels for cocoa beans, namely: channel I consists of Producers - Consumers, channel II consists of Producers - Traders Collectors - Consumers, channel III consists of Producers - Wholesalers - Consumers and channel IV consists of Producers - Collecting Traders - Wholesalers - Consumers with the largest marketing margin based on the selected consumers, for consumer I (Consumers in Makassar) the largest marketing margin is in channel I, namely IDR. 8,000/kg. Channel I has a high marketing margin because the purchase price is IDR. 23,000/kg so that the costs incurred are of great value and the profits received by farmers in Mamampang Village, Tombolopao District, Gowa Regency are also of great value because they do not go through intermediary traders. Meanwhile, for consumers II (consumers in Sinjai Regency), the largest is in channel IV, namely Rp. 8,000/kg because of the many intermediary traders involved in it. Meanwhile, the smallest margin is in channel II, namely Rp. 6,000/kg. The most efficient cocoa bean marketing channel is channel II with an efficiency of 0.97% and the least efficient is channel I with an efficiency of 7.15%. Meanwhile, the structure of the cocoa bean market in Mamampang Village, Tombolopao District, Gowa Regency is oligopsony.*

**Keywords:** *Channels, margin, farmer's share, efficiency, market share, market structure*