

Manajemen Rantai Nilai Kakao Berbasis Kelembagaan Petani dalam Penguatan Posisi Tawar Petani di Kabupaten Kolaka

Astil Harli Roslan^{1*}, Syahra²

¹STIE Enam Enam Kendari, Kendari, Indonesia

²Akademi Bisnis 11 Oktober Kendari, Kendari, Indonesia

Email Korespondensi: *astilharlirosan@gmail.com

Informasi Artikel

Submitted : 04-06-2026

Accepted : 17-06-2026

Published : 30-06-2026

Keywords:

Value Chain, Cocoa, Farmers, Marketing, Bargaining Position

Abstract

Cocoa is a strategic plantation commodity in Southeast Sulawesi, including Kolaka Regency. However, its production potential has not been fully realized through value chain strengthening that could improve farmers' bargaining power. This article aims to analyze the structure of the cocoa value chain in Kolaka Regency, identify product flows, information flows, and price flows, and formulate the initial needs for strengthening farmer-based value chain governance. This research uses a limited systematic literature review approach and secondary data analysis. The article's novelty lies in the integration of the limited systematic literature review with local secondary data mapping to interpret the cocoa value chain not only from the marketing channel perspective, but also from the institutional aspects, bargaining power, and digital traceability needs. The literature was analyzed from scientific articles, policy reports, statistical documents, and official government sources relevant to cocoa, the value chain, marketing, farmer institutions, and traceability. The primary data are sourced from SIMDATA Southeast Sulawesi 2024, the Ministry of Agriculture's Cocoa Outlook 2025, the Kolaka Regency Statistics Agency (BPS), and a cocoa marketing study in Kolaka. The study shows that Kolaka has 25,106 hectares of cocoa area, 8,450 tons of production, 509.67 kg/ha of productivity, and 19,529 farmers in 2024. However, farmers' bargaining power remains limited by dependence on buyers, limited price information, inconsistent quality, and weak production records. This study recommends strengthening farmer institutions and developing a digital traceability dashboard to map actors, production, quality, prices, and market relations. At a macro level, the results of this study can inform regional policies in building a cocoa ecosystem based on data, institutions, and sustainable markets.

Abstrak

Kakao merupakan salah satu komoditas perkebunan strategis di Sulawesi Tenggara, termasuk Kabupaten Kolaka, namun potensi produksinya belum sepenuhnya diikuti oleh penguatan rantai nilai yang mampu meningkatkan posisi tawar petani. Artikel ini bertujuan menganalisis struktur rantai nilai kakao di Kabupaten Kolaka, mengidentifikasi alur produk, alur informasi, dan alur harga, serta merumuskan kebutuhan awal penguatan tata kelola rantai nilai berbasis kelembagaan petani. Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian literatur sistematis terbatas dan analisis data sekunder. Kebaruan artikel terletak pada integrasi kajian literatur sistematis terbatas dengan pemetaan data sekunder lokal untuk membaca rantai nilai kakao tidak hanya dari sisi saluran pemasaran, tetapi juga dari aspek kelembagaan, posisi tawar, dan kebutuhan ketertelusuran digital. Literatur dianalisis dari artikel ilmiah, laporan kebijakan, dokumen statistik, serta sumber resmi pemerintah yang relevan dengan kakao, rantai nilai, pemasaran, kelembagaan petani, dan ketertelusuran. Data utama bersumber dari SIMDATA Sulawesi Tenggara 2024, Outlook Kakao 2025 Kementerian Pertanian, BPS Kabupaten Kolaka, serta studi pemasaran kakao di Kolaka. Hasil kajian menunjukkan bahwa Kolaka memiliki 25.106 ha areal kakao, produksi 8.450 ton, produktivitas 509,67 kg/ha, dan 19.529 petani pada 2024. Namun, posisi tawar petani masih dibatasi oleh ketergantungan pada pembeli, keterbatasan informasi harga, mutu yang belum konsisten, dan lemahnya pencatatan produksi. Kajian ini merekomendasikan penguatan kelembagaan petani dan pengembangan *dashboard* ketertelusuran digital untuk memetakan aktor, produksi, mutu, harga, dan relasi pasar. Secara makro, hasil kajian ini dapat menjadi dasar kebijakan daerah dalam membangun ekosistem kakao berbasis data, kelembagaan, dan pasar berkelanjutan.

Kata Kunci: Rantai Nilai, Kakao, Petani, Pemasaran, Posisi Tawar

1. PENDAHULUAN

Kakao merupakan komoditas perkebunan yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena berkaitan langsung dengan pendapatan rumah tangga petani, pasokan industri pengolahan, ekspor, dan pengembangan agroindustri. Dalam beberapa dekade terakhir, kakao juga menjadi bagian penting dari diskusi global mengenai keberlanjutan, ketertelusuran, mutu, dan tata kelola rantai pasok. Posisi tersebut menempatkan kakao tidak hanya sebagai komoditas produksi, tetapi juga sebagai komoditas yang memerlukan pengelolaan rantai nilai secara terintegrasi dari kebun, pascapanen, pemasaran, pengolahan, hingga pasar akhir.

Sulawesi Tenggara memiliki posisi penting dalam peta kakao nasional. Outlook Kakao 2025 yang diterbitkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian menunjukkan bahwa sentra produksi kakao Indonesia pada 2023 masih kuat berada di Pulau Sulawesi, dengan Sulawesi Tenggara berkontribusi 16,09% terhadap produksi nasional dan menjadi sentra produksi tertinggi kedua setelah Sulawesi Tengah (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2025). Pada tingkat provinsi, kabupaten penghasil utama meliputi Kolaka Utara, Kolaka Timur, Kolaka, Konawe, dan Konawe Selatan. Posisi tersebut menunjukkan bahwa Kabupaten Kolaka tetap relevan sebagai lokasi kajian rantai nilai kakao, terutama karena daerah ini memiliki basis petani, luas areal, dan pengalaman produksi kakao yang panjang.

Data SIMDATA Sulawesi Tenggara tahun 2024 menunjukkan bahwa Kabupaten Kolaka memiliki 25.106 ha areal kakao, produksi 8.450 ton, produktivitas 509,67 kg/ha, dan 19.529 petani. Angka tersebut menempatkan Kolaka sebagai salah satu sentra kakao penting di Sulawesi Tenggara. Namun, angka yang sama juga menunjukkan adanya persoalan produktivitas dan tata kelola. Produktivitas Kolaka lebih rendah dibanding rata-rata provinsi yang mencapai 667,2 kg/ha. Selain itu, Kolaka memiliki 4.046 ha tanaman belum menghasilkan dan 4.480 ha tanaman tidak menghasilkan (Dinas Perkebunan dan Hortikultura Provinsi Sulawesi Tenggara, 2025). Kondisi ini mengindikasikan bahwa penguatan kakao Kolaka tidak cukup dilakukan melalui pendekatan produksi semata, tetapi perlu dilengkapi dengan penguatan kelembagaan, pemasaran, pencatatan data, mutu, serta relasi antaraktor dalam rantai nilai.

Masalah rantai nilai kakao sering kali muncul karena petani berada pada posisi paling awal dalam rantai pasok, tetapi memiliki akses terbatas terhadap informasi harga, mutu, standar pasar, dan relasi pembeli. Pada banyak kasus, petani menjual kakao dalam bentuk biji kering non-fermentasi atau biji dengan mutu yang belum seragam kepada pedagang pengumpul. Keputusan pemasaran sering dipengaruhi oleh kebutuhan uang tunai, hubungan sosial dengan pedagang, keterikatan modal, keterbatasan transportasi, dan minimnya akses pembeli alternatif. Kondisi tersebut dapat membuat petani menjadi price taker, bukan price maker, meskipun secara agregat kakao merupakan komoditas bernilai ekonomi tinggi. Dalam konteks petani kecil, partisipasi pasar tidak hanya ditentukan oleh kapasitas produksi, tetapi juga oleh aset, akses informasi, infrastruktur, risiko, dan kelembagaan yang memengaruhi kemampuan petani memenuhi persyaratan pasar (Barrett, 2008).

Studi terbaru tentang kinerja pemasaran kakao di Kabupaten Kolaka menunjukkan adanya tiga saluran pemasaran, yaitu petani ke pedagang lokal lalu perusahaan; petani ke pedagang lokal, pedagang luar, lalu perusahaan; dan petani langsung ke perusahaan. Studi tersebut menemukan bahwa saluran yang lebih pendek cenderung lebih efisien karena mengurangi panjang rantai pemasaran (Masitah et al., 2025). Temuan tersebut penting, tetapi masih menyisakan ruang analisis lebih lanjut mengenai bagaimana struktur aktor, alur informasi, kelembagaan petani, dan pencatatan data memengaruhi posisi tawar petani dalam rantai nilai kakao.

Berbeda dengan penelitian Masitah et al. (2025) yang berfokus pada kinerja pemasaran, saluran pemasaran, dan efisiensi pemasaran kakao di Kabupaten Kolaka, artikel ini menekankan pada struktur data, kelembagaan petani, dan ketertelusuran sebagai dasar penguatan posisi tawar petani. Artikel ini juga berbeda dari kajian Heliawaty et al. (2024) yang menekankan saluran pemasaran dan informasi harga pada konteks kakao East Luwu, karena artikel ini menempatkan kelembagaan petani sebagai

simpul tata kelola rantai nilai berbasis data. Dengan demikian, kajian ini tidak hanya membaca rantai nilai kakao sebagai hubungan jual beli antara petani dan pedagang, tetapi sebagai sistem tata kelola yang melibatkan alur produk, alur informasi, alur harga, mutu, aktor kelembagaan, serta kesiapan data untuk mendukung akses pasar yang lebih transparan dan berkelanjutan.

Urgensi penelitian ini semakin kuat karena pasar kakao global semakin menuntut transparansi dan ketertelusuran. Regulasi seperti European Union Deforestation Regulation atau EUDR menempatkan kakao sebagai salah satu komoditas yang perlu dibuktikan bebas deforestasi dan sesuai hukum negara produksi ketika masuk atau diekspor ke pasar Uni Eropa (European Commission, 2026.). Bagi daerah penghasil seperti Kolaka, tuntutan tersebut menjadi sinyal bahwa sistem pemasaran tradisional perlu mulai diperkuat dengan pencatatan asal kebun, data kelompok tani, mutu, *volume*, saluran pemasaran, dan transaksi. Tanpa penguatan tersebut, petani dan pelaku lokal berisiko tertinggal dalam pasar kakao yang semakin berbasis data dan standar keberlanjutan.

Dalam perspektif manajemen rantai nilai, kelembagaan petani menjadi solusi kunci karena dapat menjalankan fungsi koordinasi, konsolidasi *volume*, standarisasi mutu, pencatatan transaksi, serta penghubung antara petani dan pembeli. Kaplinsky dan Morris (2001) menjelaskan bahwa analisis rantai nilai penting untuk mengidentifikasi aktor, fungsi, distribusi nilai, hambatan peningkatan daya saing, serta peluang *upgrading*. Dalam konteks ini, kelompok tani, koperasi, atau unit pengolahan hasil dapat menjadi instrumen *upgrading* petani melalui penguatan mutu, pemasaran kolektif, dan akses pembeli yang lebih baik. Selain itu, Gereffi et al. (2005) menekankan bahwa tata kelola rantai nilai ditentukan oleh relasi antaraktor, kompleksitas transaksi, kemampuan pemasok, dan kodifikasi informasi. Oleh karena itu, kelembagaan petani menjadi penting karena mampu mengurangi asimetri informasi, memperkuat posisi negosiasi, mengonsolidasikan produksi, dan menyiapkan data yang dibutuhkan dalam sistem ketertelusuran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah artikel ini adalah: bagaimana struktur rantai nilai kakao di Kabupaten Kolaka dan sejauh mana posisi tawar petani dalam menentukan harga, mutu, dan akses pasar? Batasan kajian ini adalah analisis dilakukan melalui kajian literatur dan data sekunder, bukan penelitian lapangan primer. Data primer seperti wawancara dan FGD direkomendasikan sebagai langkah lanjutan untuk memperdalam pemetaan aktor dan validasi model *dashboard*. Dengan batasan tersebut, artikel ini berfungsi sebagai studi pendahuluan akademik yang mendukung pengembangan riset lapangan berikutnya.

Tujuan penelitian ini adalah memetakan aktor rantai nilai kakao dari petani hingga pembeli, mengidentifikasi alur produk, alur informasi, dan alur harga, menganalisis hambatan pemasaran yang menurunkan posisi tawar petani, serta merumuskan kebutuhan awal penguatan rantai nilai kakao berbasis kelembagaan. Manfaat teoretis artikel ini adalah memperkaya kajian rantai nilai kakao dari perspektif manajemen pemasaran, kelembagaan petani, dan ketertelusuran digital. Manfaat praktisnya adalah menyediakan dasar awal bagi pemerintah daerah, kelompok tani, koperasi, pelaku usaha, dan peneliti untuk merancang instrumen ketertelusuran digital yang sesuai dengan kondisi lokal serta mendukung penguatan posisi tawar petani kakao Kolaka.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Rantai Nilai dalam Agribisnis

Rantai nilai merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami bagaimana nilai diciptakan, dipindahkan, dan didistribusikan di antara aktor yang terlibat dalam suatu sistem produksi dan pemasaran. Dalam konteks agribisnis, rantai nilai tidak hanya mencakup alur produk dari petani ke konsumen, tetapi juga alur informasi, pembiayaan, teknologi, standar mutu, risiko, dan relasi kelembagaan. Pendekatan ini relevan untuk komoditas perkebunan karena nilai akhir produk sering kali jauh lebih besar dibandingkan nilai yang diterima petani sebagai produsen awal.

Kaplinsky dan Morris (2001) menjelaskan bahwa analisis rantai nilai dapat digunakan untuk mengidentifikasi aktor, fungsi, distribusi nilai, hambatan peningkatan daya saing, serta peluang *upgrading*. Dalam komoditas kakao, *upgrading* dapat berbentuk peningkatan mutu biji, fermentasi, sertifikasi, konsolidasi produksi, pemasaran kolektif, pengolahan lokal, dan akses ke pembeli yang memberikan insentif harga lebih baik. Namun, *upgrading* membutuhkan koordinasi dan tata kelola yang memadai agar petani tidak hanya menjadi pemasok bahan baku. Gereffi et al. (2005) menekankan pentingnya governance atau tata kelola dalam rantai nilai global. Jenis tata kelola menentukan bagaimana aktor dominan mengatur standar, spesifikasi, informasi, dan hubungan transaksi. Pada komoditas perkebunan, petani kecil sering menghadapi rantai nilai yang dikendalikan oleh pedagang, perusahaan pengolah, eksportir, atau pembeli global. Akibatnya, posisi tawar petani dipengaruhi oleh kemampuan mereka memenuhi standar, mengkonsolidasikan *volume*, memperoleh informasi harga, dan membangun relasi kelembagaan.

Pendekatan rantai nilai cocok digunakan dalam kajian kakao Kolaka karena masalah yang dihadapi petani tidak berhenti pada produksi. Petani perlu memahami saluran pemasaran, kualitas produk yang diminta pasar, perbedaan harga antar saluran, serta peran kelompok tani dalam memperkuat transaksi. Dengan demikian, analisis rantai nilai dapat menjadi dasar untuk merancang *dashboard* ketertelusuran yang tidak hanya mencatat data produksi, tetapi juga memetakan aktor, harga, mutu, dan relasi pasar.

2.2 Posisi Tawar Petani dan Pemasaran Komoditas

Posisi tawar petani adalah kemampuan petani untuk mempengaruhi harga, syarat transaksi, mutu, waktu penjualan, dan pilihan saluran pasar. Posisi tawar yang kuat memungkinkan petani memilih pembeli, menunda penjualan ketika harga rendah, menjual dalam *volume* kolektif, memperoleh informasi harga, dan mendapatkan insentif atas mutu. Sebaliknya, posisi tawar yang lemah membuat petani bergantung pada pedagang pengumpul, menjual secara individual, dan menerima harga yang ditentukan pihak lain.

Dalam pemasaran pertanian, lemahnya posisi tawar petani sering berkaitan dengan skala usaha kecil, kebutuhan likuiditas, keterbatasan modal, informasi harga yang tidak simetris, mutu yang tidak seragam, serta lemahnya organisasi ekonomi petani. Barrett (2008) menekankan bahwa partisipasi petani kecil dalam pasar yang lebih bernilai tidak hanya ditentukan oleh produksi, tetapi juga aset, infrastruktur, risiko, kelembagaan, dan kemampuan memenuhi persyaratan pasar. Hal tersebut relevan dengan kakao karena mutu, fermentasi, kadar air, dan konsistensi pasokan sangat mempengaruhi transaksi.

UNCTAD (2015) menjelaskan bahwa petani kecil merupakan tulang punggung produksi kakao dunia, tetapi menghadapi tantangan integrasi dalam rantai nilai global. Konsentrasi pasar, fluktuasi harga, dan dominasi aktor hilir dapat memperlemah posisi petani. Laporan tersebut juga menekankan perlunya kebijakan dan kemitraan yang memberdayakan petani agar rantai nilai kakao menjadi lebih berkelanjutan dan inklusif.

Pada level lokal, posisi tawar petani kakao sangat terkait dengan kelembagaan. Kelompok tani, koperasi, atau unit pengolahan hasil dapat berfungsi sebagai sarana konsolidasi *volume*, pengendalian mutu, negosiasi harga, pencatatan transaksi, serta penghubung dengan pembeli. Namun, apabila kelompok tani hanya berfungsi administratif, maka manfaat kelembagaan terhadap pemasaran menjadi terbatas. Oleh karena itu, penguatan posisi tawar petani membutuhkan transformasi kelembagaan dari sekadar kelompok produksi menjadi lembaga ekonomi berbasis data dan pasar.

2.3 Pemasaran dan Rantai Nilai Kakao

Studi tentang pemasaran kakao di berbagai daerah menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek cenderung memberi peluang *farmer share* yang lebih tinggi, walaupun efisiensi tidak hanya ditentukan oleh panjang saluran. Studi Heliawaty et al. (2024) di East Luwu, misalnya, menunjukkan bahwa masalah utama pemasaran kakao adalah kurangnya informasi mengenai saluran

pemasaran dan harga pada setiap lembaga pemasaran. Studi tersebut menemukan dua saluran pemasaran dan menekankan pentingnya akses informasi bagi petani agar dapat memilih saluran yang lebih efisien.

Studi Masitah et al. (2025) di Kabupaten Kolaka memberikan dasar empiris yang langsung relevan dengan artikel ini. Penelitian tersebut menemukan tiga saluran pemasaran kakao, yaitu petani-pedagang lokal-perusahaan; petani-pedagang lokal-pedagang luar-perusahaan; dan petani langsung ke perusahaan. Farmer share pada beberapa saluran menunjukkan kategori efisien, tetapi perbedaan harga di tingkat produsen dan saluran pemasaran tetap menunjukkan adanya persoalan distribusi nilai. Saluran langsung ke perusahaan dinilai paling efisien karena tidak melalui rantai yang panjang.

Kajian Astina et al. (2019) mengenai tipologi tata kelola rantai nilai kakao di Sulawesi Barat menunjukkan bahwa analisis *value chain governance* dapat menjelaskan pola koordinasi antara petani, pengumpul, eksportir, dan pengolah. Studi tersebut membedakan tipe market, relational, dan hierarchy dalam rantai nilai kakao. Temuan ini relevan untuk Kolaka karena hubungan antara petani dan pembeli tidak selalu bersifat pasar bebas. Dalam banyak kasus, relasi sosial, modal, informasi, mutu, dan kemampuan memenuhi standar membentuk pola ketergantungan tertentu.

Berbagai kajian tersebut memperlihatkan bahwa analisis pemasaran konvensional seperti margin, biaya pemasaran, dan farmer share perlu dilengkapi dengan analisis kelembagaan dan data. Hal ini karena efisiensi angka tidak selalu berarti petani memiliki posisi tawar kuat. Petani dapat memperoleh farmer share yang relatif tinggi pada satu saluran, tetapi tetap tidak memiliki kontrol atas informasi harga, standar mutu, dan akses pembeli alternatif. Oleh karena itu, kajian rantai nilai perlu menggabungkan dimensi aktor, alur produk, alur informasi, alur harga, kelembagaan, dan ketertelusuran.

2.4 Ketertelusuran Digital sebagai Kebutuhan Rantai Nilai

Ketertelusuran atau *traceability* merupakan kemampuan untuk mengikuti asal, pergerakan, dan riwayat produk sepanjang rantai pasok. Dalam konteks kakao, ketertelusuran mencakup informasi mengenai petani atau kelompok tani, lokasi kebun, *volume* produksi, status mutu, tanggal atau periode panen, saluran penjualan, dan pihak pembeli. Ketertelusuran menjadi semakin penting karena pasar tidak hanya membutuhkan produk, tetapi juga informasi yang dapat diverifikasi mengenai asal dan proses produksi.

European Commission (2026) menjelaskan bahwa EUDR mensyaratkan produk seperti kakao, kopi, sawit, karet, kayu, kedelai, dan sapi yang masuk atau diekspor dari pasar Uni Eropa bebas dari deforestasi dan diproduksi sesuai hukum negara asal. Produsen non-Uni Eropa memang tidak secara langsung memiliki kewajiban jika tidak menempatkan produk di pasar Uni Eropa, tetapi dapat diminta menyediakan informasi lokasi produksi untuk membantu perusahaan memenuhi kewajiban *due diligence*. Dengan demikian, daerah produsen kakao perlu mulai menyiapkan sistem data asal produk, meskipun tahap awalnya masih berupa pencatatan sederhana di tingkat kelompok tani.

Bagi petani Kolaka, ketertelusuran digital tidak harus dimulai dari aplikasi kompleks. Tahap awal yang realistis adalah *dashboard* sederhana berbasis kelembagaan yang mencatat profil kelompok tani, data kebun agregat, *volume* produksi, status mutu, saluran pemasaran, harga, dan pembeli. *Dashboard* seperti ini dapat menjadi alat manajemen untuk memperkuat informasi pasar, mengidentifikasi kelompok yang siap bermitra, dan menyiapkan data dasar bagi standar pasar berkelanjutan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian literatur sistematis terbatas dan analisis data sekunder. Disebut sistematis terbatas karena proses pencarian, seleksi, dan sintesis literatur dilakukan secara terstruktur, tetapi tidak mengklaim sebagai *systematic literature review* penuh berbasis protokol PRISMA atau database Scopus dan *Web of Science*. Literatur ditelusuri melalui Google

Scholar, Neliti, ResearchGate, repositori jurnal nasional, dokumen statistik, dan laman resmi lembaga pemerintah. Rentang literatur difokuskan pada publikasi 10 tahun terakhir, yaitu 2015–2025, dengan tetap menggunakan literatur klasik yang relevan seperti Kaplinsky dan Morris (2001), Gereffi et al. (2005), dan Barrett (2008) sebagai dasar teoretis rantai nilai, tata kelola rantai nilai, dan partisipasi petani kecil dalam pasar.

Kata kunci pencarian digunakan dalam bahasa Indonesia dan Inggris, meliputi “rantai nilai kakao”, “pemasaran kakao”, “kakao Kolaka”, “posisi tawar petani”, “kelembagaan petani kakao”, “saluran pemasaran kakao”, “ketertelusuran kakao”, “*cocoa value chain*”, “*cocoa marketing channel*”, “*farmer bargaining power*”, “*value chain governance*”, dan “*cocoa traceability*”. Kriteria inklusi mencakup sumber yang membahas kakao, rantai nilai, pemasaran, kelembagaan petani, posisi tawar, atau ketertelusuran; relevan dengan Indonesia, Sulawesi, Kolaka, atau negara berkembang; serta berasal dari artikel ilmiah, laporan resmi, dokumen statistik, atau dokumen kebijakan. Kriteria eksklusi meliputi sumber yang tidak jelas penulis atau lembaganya, tidak berhubungan langsung dengan kakao atau rantai nilai, serta sumber populer yang tidak menyediakan data atau argumen yang dapat diverifikasi.

Data sekunder utama berasal dari SIMDATA Sulawesi Tenggara 2024, Outlook Kakao 2025 Kementerian Pertanian, BPS Kabupaten Kolaka, dokumen Dinas Perkebunan dan Hortikultura Provinsi Sulawesi Tenggara, serta informasi kebijakan EUDR dari European Commission (Dinas Perkebunan dan Hortikultura Provinsi Sulawesi Tenggara, 2025; European Commission, n.d.; Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2025). SIMDATA 2024 digunakan sebagai rujukan utama karena merupakan basis data resmi pemerintah daerah yang memuat indikator perkebunan tingkat kabupaten/kota, seperti luas areal, produksi, produktivitas, jumlah petani, tanaman menghasilkan, tanaman belum menghasilkan, dan tanaman tidak menghasilkan. Analisis dilakukan melalui ekstraksi data sekunder, perbandingan posisi Kolaka dengan kabupaten sentra lain, sintesis literatur tentang struktur aktor, alur produk, informasi, harga, dan kelembagaan, serta penyusunan kebutuhan awal *dashboard* ketertelusuran digital. Karena berbasis data sekunder, istilah “hasil” dalam artikel ini merujuk pada hasil sintesis literatur dan dokumen, bukan hasil wawancara lapangan primer.

Tabel 1. Tahapan Kajian Literatur dan Analisis Data Sekunder

Tahap	Kegiatan	Output
Identifikasi	Penentuan isu kakao Kolaka, rantai nilai, posisi tawar, pemasaran, dan ketertelusuran	Rumusan masalah dan batasan kajian
Pencarian sumber	Dokumen statistik, publikasi resmi, artikel ilmiah, dan laporan kebijakan	Daftar sumber yang layak dianalisis
Seleksi	Pemilihan sumber relevan berdasarkan konteks kakao, pemasaran, kelembagaan, dan data sekunder	Matriks literatur
Ekstraksi data	Luas areal, produksi, produktivitas, petani, saluran pemasaran, farmer share, isu mutu dan informasi	Tabel data dan indikator turunan
Sintesis	Penggabungan data statistik dan temuan literatur	Analisis rantai nilai dan posisi tawar
Rekomendasi	Perumusan kebutuhan kelembagaan dan <i>dashboard</i>	Arah riset lanjutan dan <i>prototype dashboard</i>

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Posisi Kabupaten Kolaka dalam Peta Kakao Sulawesi Tenggara

Data sekunder dari SIMDATA Sulawesi Tenggara 2024 dianggap valid sebagai rujukan utama karena data tersebut merupakan data resmi pemerintah daerah yang memuat informasi statistik perkebunan pada tingkat kabupaten/kota. SIMDATA digunakan untuk mendokumentasikan indikator utama sektor perkebunan, seperti luas areal, produksi, produktivitas, jumlah petani, tanaman menghasilkan, tanaman belum menghasilkan, dan tanaman tidak menghasilkan. Indikator-indikator tersebut sesuai dengan kebutuhan artikel karena penelitian ini memang bertujuan membaca posisi Kabupaten Kolaka dalam rantai nilai kakao berdasarkan data produksi dan kelembagaan wilayah. Selain itu, penggunaan SIMDATA diperkuat dengan sumber pendukung seperti Outlook Kakao 2025

Kementerian Pertanian, BPS Kabupaten Kolaka, dan dokumen Dinas Perkebunan, sehingga data tidak berdiri sendiri, tetapi tetap dikonfirmasi melalui sumber resmi lain. Dengan demikian, SIMDATA 2024 layak dijadikan rujukan utama karena bersifat resmi, relevan, mutakhir, dan menyediakan data spesifik yang dibutuhkan untuk analisis kakao Kabupaten Kolaka.

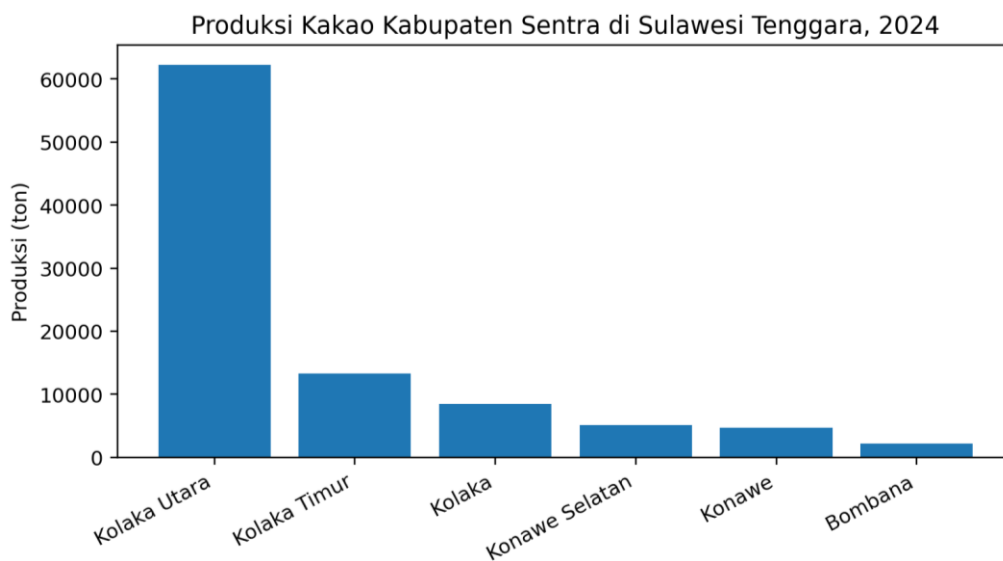
Data SIMDATA Sulawesi Tenggara 2024 menunjukkan bahwa kakao di Sulawesi Tenggara memiliki total luas areal 205.115 ha, produksi 98.019 ton, produktivitas 667,2 kg/ha, dan 127.801 petani. Kabupaten Kolaka menempati posisi penting dengan 25.106 ha areal dan 8.450 ton produksi. Kontribusi produksi Kolaka terhadap total produksi kakao Sulawesi Tenggara sekitar 8,62%, sedangkan kontribusi luas arealnya sekitar 12,24%. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi produksi Kolaka masih lebih kecil dibanding proporsi luas arealnya, sehingga terdapat ruang peningkatan produktivitas dan tata kelola.

Dari sisi petani, Kolaka memiliki 19.529 petani kakao atau sekitar 15,28% dari total petani kakao Sulawesi Tenggara. Artinya, Kolaka bukan hanya daerah produksi, tetapi juga ruang ekonomi rakyat yang melibatkan banyak rumah tangga. Rata-rata luas areal per petani sekitar 1,29 ha, sedangkan produksi per petani sekitar 433 kg per tahun jika dihitung dari produksi agregat 8.450 ton. Angka ini harus dibaca sebagai indikator kasar, bukan ukuran pendapatan langsung, karena tidak memperhitungkan variasi luas kebun, umur tanaman, mutu, harga, biaya produksi, dan status tanaman menghasilkan. Produktivitas Kolaka sebesar 509,67 kg/ha berada di bawah rata-rata provinsi 667,2 kg/ha. Selisihnya sekitar 157,53 kg/ha atau sekitar 23,61% lebih rendah dari rata-rata Sulawesi Tenggara. Selain itu, Kolaka memiliki 4.046 ha tanaman belum menghasilkan dan 4.480 ha tanaman tidak menghasilkan. Total 8.526 ha atau sekitar 33,96% dari areal kakao Kolaka belum atau tidak menghasilkan. Data ini menjadi sinyal penting bahwa penguatan rantai nilai perlu dihubungkan dengan isu produksi, peremajaan, mutu, dan kelembagaan pasar.

Tabel 2. Data kakao beberapa kabupaten sentra di Sulawesi Tenggara tahun 2024

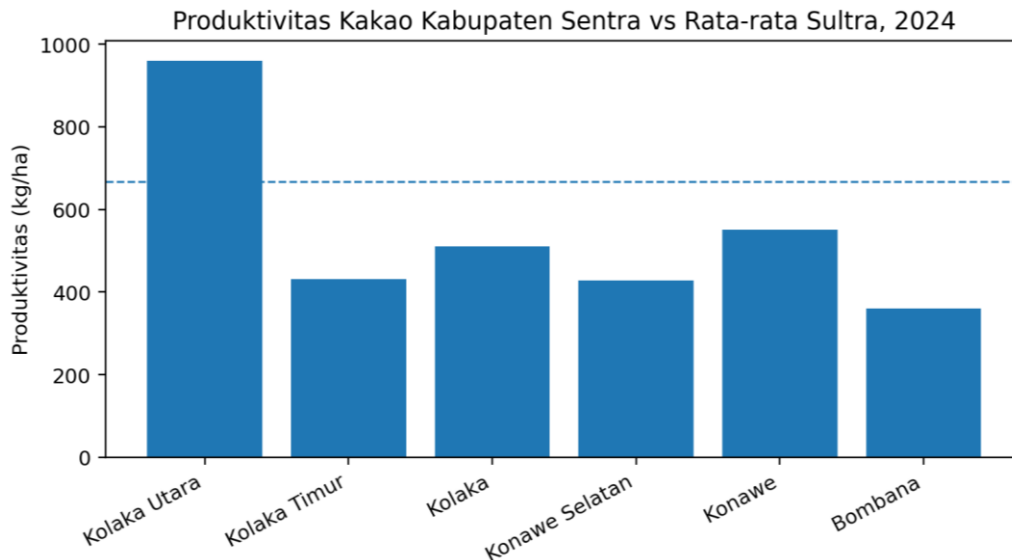
Kabupaten/Kota	Total Luas Areal (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (kg/ha)	Jumlah Petani (KK)
Kolaka Utara	78.969	62.260	960,06	28.784
Kolaka Timur	47.725	13.269	431,09	24.480
Kolaka	25.106	8.450	509,67	19.529
Konawe Selatan	16.467	5.148	428,21	18.445
Konawe	9.593	4.737	551,35	8.437
Bombana	8.719	2.165	360,63	4.390
Muna	7.705	1.649	528,32	11.376
Sulawesi Tenggara	205.115	98.019	667,2	127.801

Sumber: Dinas Perkebunan dan Hortikultura Provinsi Sulawesi Tenggara melalui SIMDATA Sultra (2025)



Gambar 1. Produksi kakao beberapa kabupaten sentra di Sulawesi Tenggara tahun 2024

Sumber: Diolah dari SIMDATA Sultra 2024.



Gambar 2. Produktivitas kakao kabupaten sentra dibandingkan rata-rata Sulawesi Tenggara tahun 2024
Sumber: Diolah dari SIMDATA Sultra 2024.

4.2 Struktur Aktor dalam Rantai Nilai Kakao Kolaka

Berdasarkan sintesis literatur dan studi pemasaran kakao di Kolaka, struktur rantai nilai kakao dapat dipahami sebagai rangkaian aktor yang dimulai dari petani sebagai produsen awal, dilanjutkan dengan kelompok tani atau kelembagaan lokal, pedagang lokal, pedagang luar, koperasi atau unit pengolahan hasil jika tersedia, perusahaan, dan pasar hilir. Tidak semua aktor hadir pada setiap transaksi. Pada saluran tertentu, petani dapat menjual langsung ke perusahaan, sementara pada saluran lain petani menjual melalui pedagang lokal dan pedagang luar. Petani berfungsi sebagai produsen biji kakao. Pada tahap ini nilai dipengaruhi oleh produktivitas kebun, umur tanaman, hama penyakit, teknik panen, fermentasi, pengeringan, sortasi, dan kadar air. Akan tetapi, kemampuan petani menaikkan nilai sering terbatas karena proses pascapanen membutuhkan waktu, peralatan, pengetahuan, dan insentif harga. Jika pasar tidak memberikan perbedaan harga yang jelas antara kakao bermutu dan kakao biasa, petani cenderung menjual produk dengan pengolahan minimum.

Pedagang lokal berfungsi sebagai pengumpul dan penghubung antara petani dengan pasar yang lebih besar. Peran pedagang lokal tidak selalu negatif karena mereka menyediakan akses pasar, pembelian cepat, informasi harga, dan dalam beberapa kasus modal atau hubungan kepercayaan. Namun, ketergantungan yang tinggi pada pedagang lokal dapat memperlemah posisi tawar apabila petani tidak memiliki informasi harga pembanding atau akses saluran penjualan alternatif. Perusahaan atau pembeli besar berada pada posisi hilir yang menentukan permintaan mutu, *volume*, dan syarat transaksi. Jika petani atau kelompok tani mampu menjual langsung ke perusahaan, rantai pemasaran dapat menjadi lebih pendek dan potensi harga di tingkat petani dapat meningkat. Namun, akses langsung ke perusahaan membutuhkan konsistensi *volume*, mutu, pencatatan, dan kapasitas kelembagaan. Inilah titik masuk penting bagi *dashboard* ketertelusuran digital berbasis kelompok tani.

Tabel 3. Pemetaan aktor rantai nilai kakao Kabupaten Kolaka

Aktor	Fungsi Utama	Data yang Relevan	Implikasi Posisi Tawar
Petani kakao	Budidaya, panen, pengeringan awal, penjualan biji	<i>Volume</i> produksi, mutu, kadar air, harga petani, data kebun	Produsen utama tetapi sering menjadi price taker
Kelompok tani	Koordinasi anggota, akses penyuluhan, potensi pemasaran kolektif	Data anggota, luas kebun, produksi kelompok, kegiatan pelatihan	Basis kelembagaan untuk konsolidasi data dan <i>volume</i>
Pedagang lokal	Membeli dari petani, mengumpulkan, menyalurkan ke pembeli lebih besar	Harga lokal, <i>volume</i> pembelian, relasi utang/piutang	Aktor dekat dengan petani dan sering menjadi rujukan harga

Pedagang luar/perantara besar	Menghubungkan pasokan lokal dengan perusahaan atau pasar luar daerah	<i>Volume</i> , margin, biaya transportasi, jaringan pembeli	Memperpanjang saluran tetapi dapat membuka akses pasar lebih luas
Koperasi/UPH	Potensi pengolahan, fermentasi, sortasi, konsolidasi mutu	Data mutu, batch, <i>volume</i> kolektif, standar pasca-panen	Kunci <i>upgrading</i> bila aktif dan dipercaya anggota
Perusahaan/pembeli besar	Pembelian skala besar, standar mutu, pengolahan atau ekspor	Spesifikasi mutu, <i>volume</i> , harga, <i>traceability</i>	Menentukan standar pasar dan peluang kontrak
Dinas/penyuluh	Pendampingan teknis dan kelembagaan	Data program, petani, kelompok, kebijakan	Aktor pendukung untuk validasi data dan penguatan kapasitas

Sumber: Sintesis penulis dari literatur pemasaran kakao dan studi Kolaka

4.3 Alur Produk, Informasi, dan Harga

Analisis rantai nilai tidak cukup hanya memetakan siapa membeli dari siapa. Tiga alur perlu dibaca secara bersamaan, yaitu alur produk, alur informasi, dan alur harga. Alur produk menunjukkan pergerakan biji kakao dari kebun hingga pembeli. Alur informasi menunjukkan bagaimana petani memperoleh informasi mengenai harga, mutu, standar, dan pembeli. Alur harga menunjukkan bagaimana nilai terbentuk dan didistribusikan di sepanjang saluran pemasaran. Studi Masitah et al. (2025) menunjukkan adanya tiga saluran pemasaran kakao di Kabupaten Kolaka. Saluran pertama adalah petani menjual kepada pedagang lokal lalu ke perusahaan. Saluran kedua adalah petani menjual kepada pedagang lokal, kemudian pedagang luar, lalu perusahaan. Saluran ketiga adalah petani menjual langsung ke perusahaan. Dari sisi efisiensi, saluran yang lebih pendek lebih menguntungkan karena mengurangi jumlah lembaga pemasaran dan biaya transaksi. Namun, saluran langsung tidak selalu mudah diakses oleh semua petani karena memerlukan standar mutu, *volume*, dan kemampuan negosiasi. Alur informasi pada sistem tradisional cenderung bergerak dari pembeli ke petani melalui pedagang. Petani memperoleh informasi harga dari pedagang yang membeli produk mereka. Jika petani tidak memiliki akses ke harga perusahaan, harga pasar regional, atau permintaan mutu, maka kemampuan negosiasi menjadi rendah. Dalam kondisi demikian, petani cenderung menerima harga yang ditawarkan karena khawatir produk tidak terserap atau membutuhkan uang tunai segera.

Alur harga dalam rantai nilai kakao dipengaruhi oleh mutu, *volume*, biaya transportasi, hubungan antaraktor, dan struktur saluran pemasaran. *Farmer share* dapat menunjukkan proporsi harga yang diterima petani dibanding harga di tingkat berikutnya, tetapi indikator ini perlu ditafsirkan hati-hati. *Farmer share* yang tinggi tidak otomatis berarti petani berdaya jika petani tetap tidak memiliki pilihan pasar, tidak mengetahui harga pembandingan, dan tidak mampu menentukan standar mutu.

Tabel 4. Saluran pemasaran kakao di Kabupaten Kolaka berdasarkan studi terdahulu

Saluran	Alur Produk	Karakteristik	Implikasi
I	Petani -> pedagang lokal - > perusahaan	Rantai menengah; pedagang lokal menjadi penghubung utama	Petani bergantung pada harga dan informasi dari pedagang lokal
II	Petani -> pedagang lokal - > pedagang luar -> perusahaan	Rantai lebih panjang dan melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran	Potensi margin lebih tersebar dan informasi harga makin tidak langsung
III	Petani -> perusahaan	Rantai paling pendek berdasarkan studi Kolaka	Peluang posisi tawar lebih baik jika petani mampu memenuhi <i>volume</i> dan mutu

Sumber: Diadaptasi dari Masitah et al. (2025)

4.4 Posisi Tawar Petani Kakao Kolaka

Posisi tawar petani kakao Kolaka dapat dianalisis dari lima dimensi, yaitu akses informasi harga, pilihan saluran pasar, kemampuan memenuhi mutu, skala *volume*, dan kekuatan kelembagaan. Kelima dimensi tersebut saling berkaitan. Petani yang memiliki informasi harga tetapi tidak memiliki *volume* dan mutu konsisten tetap sulit menjual langsung ke pembeli besar. Sebaliknya, petani yang

tergabung dalam kelompok aktif berpotensi mengonsolidasikan *volume*, memperbaiki mutu, dan menegosiasikan harga lebih baik.

Dimensi pertama adalah akses informasi harga. Jika harga hanya diketahui melalui pedagang lokal, petani tidak dapat membandingkan harga dengan saluran lain. Masalah informasi ini juga ditemukan dalam studi pemasaran kakao di East Luwu, yang menyebutkan bahwa kurangnya informasi saluran pemasaran dan harga menjadi kendala petani dalam memilih saluran yang lebih efisien. Oleh karena itu, *dashboard* yang menampilkan kisaran harga, saluran penjualan, dan mutu dapat menjadi alat pendukung keputusan. Dimensi kedua adalah pilihan saluran pasar. Studi Kolaka menunjukkan bahwa saluran langsung ke perusahaan tersedia, tetapi tidak semua petani dapat mengaksesnya. Akses langsung memerlukan *volume*, mutu, kontinuitas, dan tata kelola transaksi. Dalam situasi petani menjual secara individual, saluran yang lebih pendek sulit ditempuh. Kelompok tani atau koperasi dapat mengurangi hambatan ini melalui pemasaran kolektif.

Dimensi ketiga adalah mutu. Harga kakao sangat dipengaruhi oleh kadar air, fermentasi, kebersihan, sortasi, dan konsistensi. Apabila petani tidak memiliki standar pascapanen yang sama, pembeli dapat memberikan harga rata-rata atau bahkan menurunkan harga karena risiko mutu. Kelembagaan petani diperlukan untuk menyusun SOP pascapanen, mengontrol mutu, dan mencatat status fermentasi atau non-fermentasi. Dimensi keempat adalah *volume*. Pembeli besar cenderung membutuhkan pasokan dalam jumlah tertentu. Petani kecil dengan produksi terbatas tidak selalu dapat memenuhi kebutuhan tersebut secara individual. Konsolidasi *volume* melalui kelompok tani dapat meningkatkan daya tawar, terutama apabila disertai pencatatan produksi dan jadwal panen.

Dimensi kelima adalah kelembagaan. Tanpa kelembagaan aktif, petani sulit membangun daya tawar kolektif. Namun, kelembagaan tidak cukup hanya ada secara formal. Kelembagaan perlu berfungsi dalam pendataan, pengelolaan mutu, konsolidasi penjualan, negosiasi, dan hubungan dengan pembeli. Dengan demikian, kelembagaan menjadi fondasi bagi digitalisasi rantai nilai.

Tabel 5. Dimensi posisi tawar petani kakao dan kebutuhan penguatan

Dimensi	Kondisi Umum	Dampak terhadap Posisi Tawar	Kebutuhan Intervensi
Informasi harga	Harga diperoleh dari pedagang; harga pembandingan terbatas	Asimetri informasi dan lemahnya negosiasi	<i>Dashboard</i> harga dan catatan transaksi
Pilihan pasar	Saluran langsung ke perusahaan ada tetapi tidak semua petani mampu mengakses	Ketergantungan pada pembeli lokal	Pemetaan pembeli dan pemasaran kolektif
Mutu	Fermentasi, kadar air, dan sortasi belum selalu seragam	Diskon mutu atau harga rata-rata	SOP mutu dan pencatatan batch
<i>Volume</i>	Produksi petani kecil dan tersebar	Sulit memenuhi kebutuhan pembeli besar	Konsolidasi <i>volume</i> di kelompok tani
Kelembagaan	Kelompok tani belum tentu berfungsi sebagai lembaga ekonomi	Posisi tawar tetap individual	Penguatan kelompok sebagai basis data dan transaksi

Sumber: Sintesis penulis

4.5 Analisis Kesenjangan: Dari Pemasaran Konvensional ke *Dashboard* Ketertelusuran

Hasil sintesis menunjukkan bahwa masalah kakao Kolaka berada pada persimpangan antara produksi, pemasaran, mutu, kelembagaan, dan data. Dari sisi produksi, produktivitas Kolaka masih di bawah rata-rata Sulawesi Tenggara. Dari sisi pemasaran, saluran yang lebih pendek terbukti lebih efisien, tetapi akses petani ke saluran tersebut tidak otomatis tersedia. Dari sisi kelembagaan, kelompok tani memiliki potensi menjadi instrumen pemasaran kolektif, tetapi perlu diperkuat agar mampu mengelola data dan relasi pasar.

Kesenjangan utama yang muncul adalah belum adanya sistem informasi sederhana yang dapat menghubungkan data petani atau kelompok tani, luas kebun, produksi, mutu, harga, saluran pemasaran, dan pembeli. Padahal, data-data tersebut diperlukan untuk memperkuat posisi tawar.

Petani tidak hanya membutuhkan pelatihan produksi, tetapi juga informasi pasar dan alat pencatatan yang dapat digunakan secara kolektif.

Dashboard ketertelusuran digital dapat menjadi solusi awal, bukan sebagai aplikasi komersial penuh, tetapi sebagai instrumen manajemen rantai nilai. *Dashboard* dapat memetakan kelompok tani, *volume* produksi, status mutu, alur penjualan, harga, dan pembeli. Dalam konteks kelembagaan, *dashboard* membantu kelompok tani memiliki basis data untuk negosiasi. Dalam konteks pasar berkelanjutan, *dashboard* membantu menyiapkan data asal produk dan catatan transaksi yang dibutuhkan untuk *traceability*. Namun, *dashboard* tidak akan efektif jika hanya dikembangkan dari sisi teknologi. Pengembangan harus dimulai dari kebutuhan lapangan, kapasitas kelembagaan, dan perilaku pemasaran petani. Oleh karena itu, desain *dashboard* perlu bersifat sederhana, berbasis kelompok tani, dan dapat dioperasikan oleh penyuluh, pengurus kelompok, koperasi, atau *enumerator*. Data yang dikumpulkan tidak perlu langsung mencakup seluruh petani, tetapi dapat dimulai dari pilot kelompok tani sebagai model awal.

Tabel 6. Kebutuhan awal *dashboard* ketertelusuran digital rantai nilai kakao

Modul <i>Dashboard</i>	Data Minimal	Manfaat Manajerial
Profil kelompok tani	Nama kelompok, desa, kecamatan, jumlah anggota, luas kebun agregat	Memperjelas basis kelembagaan dan potensi konsolidasi
Produksi dan <i>batch</i>	Periode panen, <i>volume</i> biji kering, status fermentasi, asal kelompok	Mendukung <i>traceability</i> dan rencana pasokan
Mutu dan pascapanen	Kadar air sederhana, fermentasi/non-fermentasi, sortasi, catatan pengeringan	Membantu standarisasi mutu dan insentif harga
Harga dan transaksi	Harga petani, pembeli, saluran pemasaran, tanggal transaksi	Mengurangi asimetri informasi dan memperkuat negosiasi
Peta aktor	Petani, kelompok, pedagang, koperasi/UPH, perusahaan, penyuluh	Memetakan relasi rantai nilai dan peluang kemitraan
Skor kesiapan <i>traceability</i>	Kelengkapan data kelompok, kebun, produksi, mutu, dan transaksi	Menentukan kelompok yang siap uji coba kemitraan atau standar pasar

Sumber: Sintesis penulis berdasarkan hasil kajian

4.6 Implikasi Manajerial dan Kebijakan

Implikasi manajerial pertama adalah perlunya menggeser pendekatan penguatan kakao dari sekadar produksi menuju pengelolaan rantai nilai. Produktivitas tetap penting, tetapi nilai yang diterima petani juga ditentukan oleh saluran pemasaran, mutu, informasi, dan negosiasi. Dengan demikian, program pengembangan kakao perlu memasukkan komponen manajemen pemasaran, pencatatan transaksi, dan kelembagaan ekonomi petani. Implikasi kedua adalah penguatan kelompok tani sebagai unit data. Jika data dikumpulkan langsung per petani secara detail, biaya dan kesulitannya dapat tinggi. Namun, jika data dimulai dari kelompok tani, proses pendataan menjadi lebih realistis. Kelompok tani dapat berfungsi sebagai pengumpul data produksi, mutu, harga, dan transaksi. Pendekatan ini cocok untuk tahap awal *dashboard* ketertelusuran.

Implikasi ketiga adalah perlunya kemitraan antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, penyuluh, kelompok tani, dan pembeli. Perguruan tinggi dapat mengembangkan model, instrumen, dan *dashboard*. Pemerintah daerah menyediakan legitimasi dan data kelembagaan. Penyuluh membantu validasi lapangan. Kelompok tani menjadi basis data dan uji coba. Pembeli memberikan standar mutu dan kebutuhan pasar. Kolaborasi ini penting agar *dashboard* tidak berhenti sebagai produk akademik, tetapi dapat digunakan dalam tata kelola kakao lokal. Implikasi kebijakan dari kajian ini adalah perlunya data kakao yang lebih operasional di tingkat kabupaten dan kelompok tani. Data statistik agregat seperti luas, produksi, produktivitas, dan jumlah petani sangat penting untuk perencanaan, tetapi belum cukup untuk memperkuat pemasaran. Data operasional seperti status mutu, *volume* per kelompok, saluran penjualan, harga transaksi, dan kesiapan *traceability* diperlukan untuk merespons tuntutan pasar yang semakin berbasis standar dan ketertelusuran.

4.7 Rekomendasi Model Penguatan Rantai Nilai Berbasis Kelembagaan

Berdasarkan analisis di atas, penguatan rantai nilai kakao Kolaka perlu diarahkan pada model berbasis kelembagaan petani. Model ini menempatkan kelompok tani sebagai simpul pengumpulan data, konsolidasi *volume*, peningkatan mutu, dan negosiasi pemasaran. Kelompok tani tidak cukup hanya menjadi saluran administrasi bantuan atau penyuluhan, tetapi perlu bergerak menjadi unit ekonomi yang memiliki catatan anggota, produksi, mutu, transaksi, dan saluran pembeli. Model penguatan dapat dimulai melalui tiga langkah. Pertama, pemutakhiran data kelompok tani kakao, termasuk jumlah anggota aktif, luas kebun, status tanaman, dan pola pemasaran. Kedua, penguatan praktik pascapanen dan pencatatan mutu, terutama pemisahan kakao fermentasi dan non-fermentasi, kadar air, sortasi, serta *volume* batch. Ketiga, konsolidasi pemasaran dengan membangun hubungan pembeli yang lebih transparan. Ketiga langkah ini akan lebih mudah dilakukan jika tersedia *dashboard* sederhana yang menjadi ruang data bersama.

Dalam konteks manajemen pemasaran, *dashboard* tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan, tetapi juga sebagai alat positioning produk kakao Kolaka. Data asal kelompok, mutu, *volume*, dan saluran penjualan dapat memperkuat narasi pasar bahwa kakao Kolaka memiliki basis produksi yang jelas dan dapat ditelusuri. Narasi tersebut penting untuk menyiapkan akses pasar yang lebih baik, terutama jika pembeli mulai mensyaratkan data asal produk dan bukti praktik produksi yang lebih bertanggung jawab.

Rekomendasi model ini juga memperhatikan keterbatasan lapangan. Tidak semua petani memiliki kebiasaan mencatat panen, tidak semua kelompok tani aktif, dan tidak semua wilayah memiliki akses internet stabil. Karena itu, desain *dashboard* perlu fleksibel. Data dapat dimasukkan oleh pengurus kelompok, penyuluh, atau enumerator. Input data tidak harus harian, tetapi dapat dilakukan per periode panen atau per batch penjualan. Pendekatan ini lebih realistis dibandingkan sistem yang menuntut pencatatan detail oleh setiap petani secara langsung.

Tabel 7. Rekomendasi model penguatan rantai nilai kakao berbasis kelembagaan

Komponen Model	Kegiatan Kunci	Manfaat bagi Posisi Tawar Petani
Data kelembagaan	Validasi kelompok tani aktif, anggota, luas kebun, dan status tanaman	Basis konsolidasi produksi dan target pendampingan
Data mutu	Pencatatan fermentasi, kadar air, sortasi, dan kebersihan biji	Dasar diferensiasi harga dan perbaikan standar pascapanen
Data pasar	Pencatatan pembeli, harga, <i>volume</i> , dan tanggal transaksi	Mengurangi asimetri informasi dan memperkuat negosiasi
Kemitraan	Identifikasi pembeli potensial dan pola kontrak sederhana	Membuka akses saluran yang lebih pendek dan stabil
<i>Traceability</i>	Pembuatan kode batch berbasis kelompok/desa/periode panen	Menyiapkan data asal produk untuk pasar berkelanjutan

Sumber: Sintesis penulis

4.8 Agenda Riset Lanjutan untuk Mendukung Proposal *Prototype Dashboard*

Artikel ini menghasilkan dasar konseptual dan empiris awal, tetapi belum menggantikan kebutuhan penelitian lapangan. Karena itu, agenda riset lanjutan perlu diarahkan pada validasi aktor dan kebutuhan sistem di Kabupaten Kolaka. Validasi lapangan diperlukan untuk memastikan siapa aktor utama, bagaimana pola transaksi yang aktual, bagaimana hubungan petani dengan pedagang, serta data apa saja yang benar-benar mungkin dikumpulkan di tingkat kelompok tani. Riset lanjutan dapat menggunakan desain kualitatif deskriptif melalui wawancara petani, ketua kelompok tani, penyuluh, pedagang lokal, koperasi atau UPH, perusahaan pembeli, dan dinas terkait. Selain itu, survei terbatas dapat dilakukan untuk mengukur akses informasi harga, saluran pemasaran yang digunakan, keterlibatan kelompok tani, status pencatatan produksi, dan kesiapan adopsi *dashboard*. Data tersebut akan menjadi dasar yang lebih kuat untuk merancang *prototype* yang sesuai kondisi lapangan.

Tahap pengembangan *prototype* sebaiknya tidak langsung menargetkan seluruh petani di Kabupaten Kolaka. Pilot dapat dilakukan pada beberapa kelompok tani di satu atau dua kecamatan sentra. Unit data utama adalah kelompok tani dan batch kakao, bukan data harian seluruh petani. Pendekatan ini akan menurunkan beban pengumpulan data, sekaligus tetap mampu menghasilkan informasi yang relevan untuk *traceability*, mutu, harga, dan rantai pemasaran. Dalam proposal lanjutan, luaran yang realistis adalah *dashboard* berbasis web sederhana, format *input* data lapangan, peta aktor rantai nilai, SOP penggunaan sistem, dan policy brief. Luaran tersebut tidak hanya memperkuat publikasi ilmiah, tetapi juga memberi manfaat praktis bagi kelompok tani dan pemerintah daerah. Dengan demikian, artikel ini menjadi batu pijakan untuk membangun portofolio riset yang lebih aplikatif dan mendukung proposal hibah terkait ketertelusuran digital kakao.

Tabel 8. Agenda riset lanjutan untuk pengembangan *prototype dashboard*

Tahap Lanjutan	Sumber Data	Fokus Informasi	Output
Survei awal	Petani dan kelompok tani	Saluran pemasaran, harga, mutu, dan kesiapan pencatatan	Peta kebutuhan data lapangan
Wawancara kunci	Penyuluh, dinas, pedagang, koperasi/UPH, pembeli	Relasi aktor, hambatan transaksi, standar mutu, peluang kemitraan	Peta aktor dan saluran pasar
FGD	Kelompok tani dan pemangku kepentingan lokal	Validasi masalah dan desain <i>dashboard</i>	Kesepakatan kebutuhan fitur
Desain sistem	Tim peneliti dan mitra IT	Arsitektur <i>dashboard</i> , indikator, <i>input-output</i> data	<i>Prototype</i> awal
Uji coba	Kelompok tani pilot	Kelayakan penggunaan, kelengkapan data, kendala <i>input</i>	Revisi <i>prototype</i> dan SOP

Sumber: Disusun penulis untuk mendukung riset lanjutan

4. KESIMPULAN

Kajian ini menyimpulkan bahwa persoalan utama rantai nilai kakao di Kabupaten Kolaka tidak hanya terletak pada produktivitas, tetapi juga pada lemahnya tata kelola data, mutu, informasi harga, dan kelembagaan petani. Struktur rantai nilai kakao Kolaka melibatkan petani, kelompok tani, pedagang lokal, pedagang luar, koperasi atau UPH, perusahaan, serta aktor pendukung seperti penyuluh dan dinas. Dengan luas areal 25.106 ha, produksi 8.450 ton, produktivitas 509,67 kg/ha, dan 19.529 petani pada 2024, Kolaka memiliki basis produksi yang penting. Namun, posisi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan petani untuk mengendalikan informasi pasar, menjaga konsistensi mutu, mencatat produksi, dan menegosiasikan harga secara kolektif. Sintesis utama dari kajian ini adalah bahwa manajemen rantai nilai berbasis data digital menjadi keniscayaan bagi petani kakao Kolaka. Dalam konteks pasar kakao global yang semakin menuntut transparansi, ketertelusuran, dan bukti keberlanjutan, termasuk melalui kebijakan seperti EUDR, petani tidak lagi cukup hanya menghasilkan kakao dalam jumlah besar. Petani dan kelembagaannya perlu mampu menunjukkan asal produk, *volume*, mutu, saluran pemasaran, harga transaksi, dan relasi pembeli secara lebih terdokumentasi. Oleh karena itu, penguatan posisi tawar petani perlu diarahkan dari pola pemasaran individual dan informal menuju tata kelola rantai nilai berbasis kelembagaan, pencatatan data, dan ketertelusuran digital. Dengan demikian, kelembagaan petani menjadi simpul strategis dalam transformasi rantai nilai kakao Kolaka. Kelompok tani, koperasi, atau UPH tidak hanya berfungsi sebagai wadah administratif, tetapi perlu dikembangkan sebagai unit ekonomi dan unit data yang mampu mengonsolidasikan *volume*, memperbaiki mutu, menyimpan catatan transaksi, serta menghubungkan petani dengan pembeli yang lebih transparan. *Dashboard* ketertelusuran digital dapat menjadi instrumen awal untuk memperkuat fungsi tersebut melalui pemetaan profil kelompok, produksi, mutu, harga, saluran pemasaran, pembeli, dan kesiapan *traceability*. Saran dari kajian ini adalah perlunya penelitian lanjutan berbasis data primer melalui wawancara, FGD, dan survei terbatas pada kelompok tani kakao di Kabupaten Kolaka. Penelitian lanjutan perlu menguji kelayakan *prototype dashboard* ketertelusuran digital berbasis kelompok tani, terutama dari aspek kemudahan *input* data, kesiapan kelembagaan, kebutuhan pembeli, dan dukungan pemerintah daerah. Secara kebijakan, pemerintah daerah perlu mulai membangun ekosistem kakao berbasis data agar petani Kolaka tidak tertinggal dalam perubahan pasar global yang semakin menuntut transparansi,

keberlanjutan, dan ketertelusuran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Astina, A., Jahroh, S., & Fariyanti, A. (2019). Typology of cocoa *value chain governance* in West Sulawesi. *International Journal of Agriculture System*, 7(1), 27–38.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kolaka. (2025). *Kabupaten Kolaka dalam angka 2025*. BPS Kabupaten Kolaka. <https://kolakakab.bps.go.id/>
- Barrett, C. B. (2008). Smallholder market participation: Concepts and evidence from eastern and southern Africa. *Food Policy*, 33(4), 299–317. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2007.10.005>
- Dinas Perkebunan dan Hortikultura Provinsi Sulawesi Tenggara. (2025). *Statistik perkebunan kakao Sulawesi Tenggara, tahun 2024*. SIMDATA Sulawesi Tenggara. https://simdata.sultraprov.go.id/detail-tabel/tabel_74_314/2024
- European Commission. (n.d.). *Implementing the EU Deforestation Regulation (EUDR)*. Retrieved June 2, 2026, from https://green-forum.ec.europa.eu/nature-and-biodiversity/deforestation-regulation-implementation_en
- Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78–104. <https://doi.org/10.1080/09692290500049805>
- Heliawaty, H., Rukmana, D., & Khotimah, I. W. (2024). Cocoa marketing channel analysis in Margolembo Village, Mangkutana District, East Luwu Regency. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, 8(1), 336–349.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). *A handbook for value chain research*. International Development Research Centre.
- Masitah, M., Hasbiadi, H., Rahmawati, R., & Rendi, R. (2025). Kinerja pemasaran agribisnis kakao dalam mendukung kesejahteraan petani di Kabupaten Kolaka. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 1439–1445.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2025). *Outlook komoditas perkebunan kakao tahun 2025*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. <https://satudata.pertanian.go.id>.