

**KINERJA KELEMBAGAAN PEMASARAN KAKAO BIJI TINGKAT
PETANI PERDESAAN SULAWESI TENGAH:
KASUS DESA AMPIBABO KECAMATAN AMPIBABO
KABUPATEN PARIGI MOUTONG**

**Performance of Cocoa beans marketing institution at farmer level in Central
Sulawesi: a case study at Ampibabo village, Parigi Moutong district.**

Ihdiani Abubakar¹⁾, M.R Yantu²⁾ dan Dewi Nur Asih²⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Agribisnis, Fakultas Petanian Universitas Tadulako

²⁾ Staf Pengajar Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify the characteristics of Cacao farmers in Ampibabo village e.g. the structure and cocoa market behavior at farm level and analyze the part of cocoa prices that received by farmers. Research areas defined as deliberate sampling, done by using simple random sampling with 30 farmers, 1 village trader, 2 district middlemen, 1 wholesaler and 1 cocoa exporter at Palu City as samples. Analysis tools used in this study were the marketing margins, Farmer's Share analysis and description. Result showed that Cocoa marketing in Ampibabo village has an oligopsony labor market structure, and the marketing is an institutional market which controlled cacao farmers by setting up a contract agreement between farmers and traders, which contained several rules between these two parties and the contract, could be paid in several installments. There are two channels of marketing system was found in Ampibabo village, the first resulted to 90.24% of cocoa bean price shared to farmer with margin of 2,000 IDR kg⁻¹ while second system farmers received 87.80% of the price with margin of 2,500 IDR kg⁻¹.

Keywords: Cocoa beans, institutional, marketing.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah mengidentifikasi karakteristik petani kakao di Desa Ampibabo, mengidentifikasi struktur dan perilaku pasar kakao di tingkat petani serta menganalisis bagian harga kakao yang diterima petani. Lokasi Penelitian ditentukan secara sengaja, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik simple random sampling dengan jumlah 30 orang petani, pedagang desa 1 orang, 2 orang pedagang pengumpul kecamatan, 1 pedagang besar Kota Palu serta 1 eksportir Kota Palu. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis margin pemasaran, analisis Farmer's Share dan analisis deskripsi. Hasil penelitian menunjukkan struktur pasar yang terbentuk di Desa Ampibabo adalah pasar oligopsoni dan perilaku pasar kakao ditingkat petani merupakan perilaku kelembagaan yang bersifat mengikat petani kakao dalam sebuah kontrak perjanjian antara petani dan pedagang dalam sistem pemasaran, yang melahirkan aturan main diantara keduanya berupa biaya kontrak dalam bentuk pembayaran biaya secara cicilan. Saluran pemasaran yang terbentuk di Desa Ampibabo ada 2 yaitu dimana bagian harga yang diterima petani pada saluran I sebesar 90,24% dan margin sebesar Rp. 2.000/kg sedangkan bagian harga yang diterima petani pada saluran II sebesar 87,80% dan margin sebesar Rp. 2.500/kg.

Kata Kunci : Kakao biji, kelembagaan, pemasaran.

PENDAHULUAN

Pertanian sebagai sumber kehidupan bagi sebagian besar penduduk negara-negara berkembang seperti Indonesia, tetapi banyak pandangan yang menyatakan bahwa kehidupan para petani di negara-negara berkembang semakin sulit. Di Indonesia pangsa relatif sektor pertanian masih sebesar 15,31% terhadap total aktivitas ekonomi nasional yang bernilai 6.436,27 triliun pada tahun 2010 (BPS, 2011).

Subsektor perkebunan merupakan subsektor pendukung utama sektor pertanian dalam perekonomian Sulawesi Tengah, (Yantu *et al.*, 2009). Potensi subsektor perkebunan tersebut untuk dijadikan andalan ekspor dimasa-masa mendatang sebenarnya sangat besar. Prasyarat yang diperlukan ialah perbaikan dan penyempurnaan iklim usaha dan struktur pasar komoditi perkebunan dari hulu hingga hilir. Kinerja ekspor akan lebih baik dengan adanya kegiatan produksi di hulu, pola perdagangan dan distribusi komoditi perkebunan (Syaefuddin *dalam* Ikhsan 2011).

Kakao (*Theobroma cacao L.*) merupakan salah satu komoditi ekspor Indonesia yang pada tahun 2008 tercatat memberikan sumbangan devisa sebesar US\$ 1150 juta. Kondisi ini menempatkan Indonesia sebagai negara produsen kakao terbesar kedua di dunia setelah Pantai Gading, dengan luas areal 1.563.423 ha dan produksi 795.581 ton (Departemen Pertanian, 2009).

Sulawesi Tengah adalah provinsi pemasok utama kakao biji nasional (Yantu, 2012). Tahun 2010 pasokan kakao biji Sulawesi Tengah mencapai 186.875 ton dengan luas panen 224.471 ha (BPS, 2011). Kabupaten Parigi Moutong (Parimo) merupakan kabupaten pemasok terbesar kakao biji Sulawesi Tengah. Tahun 2010 produksi kakao biji Parimo mencapai 42,403 ton dengan tingkat produktivitas 0,649 ton/ha dan luas panen 65.348 ha (BPS, 2011). Kecamatan Ampibabo merupakan salah satu kecamatan penghasil dominan kakao biji di Parimo. Tahun 2010, Kecamatan Ampibabo memasok 2.515 ton kakao biji, angka produksi tersebut menempati peringkat ke-6 kecamatan yang memberikan kontribusi

besar pada produksi dan produktivitas Kabupaten Parimo (BPS, 2011). Desa Ampibabo selanjutnya dipilih menjadi desa sampel karena memiliki lahan kakao terluas di Kecamatan Ampibabo.

Peningkatan produktivitas dapat meningkatkan produksi kakao, yang selanjutnya berdampak pada meningkatnya penerimaan usahatani kakao, karena penerimaan adalah volume produksi dikalikan dengan harga kakao. Jadi selain produksi, harga kakao juga turut menentukan penerimaan usahatani kakao. Namun, pasar kakao biji di tingkat petani di perdesaan Sulawesi Tengah tersegmentasi. Ini berarti bahwa peningkatan harga kakao dunia tidak ditransmisikan ke harga kakao di tingkat petani (Yantu *et al.*, 2010). Di samping itu, petani kakao juga terlibat kelembagaan pemasaran prinsipal-agen yang memiliki biaya kontrak yang tinggi, yang sangat merugikan petani. Jadi, kelembagaan pemasaran kakao di tingkat petani, sebenarnya memainkan peranan penting atas peningkatan pendapatan usahatani kakao.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang dapat diketahui bahwa petani kakao menghadapi dua masalah yaitu produktivitas kakao yang rendah dan keterlibatan dalam kelembagaan pemasaran prinsipal-agen. Penelitian ini dibatasi pada masalah kedua sehingga pertanyaan penting yang muncul ialah apakah petani kakao di Desa Ampibabo secara umum terlibat dalam kelembagaan pemasaran prinsipal-agen yang sebenarnya merugikan petani? Pertanyaan tersebut, memunculkan pertanyaan – pertanyaan lain sebagai berikut :

1. Bagaimanakah karakteristik petani kakao yang terlibat dalam struktur pasar tersebut?
2. Bagaimanakah struktur dan perilaku pasar kakao biji di tingkat petani sehingga memunculkan kelembagaan-kelembagaan yang merugikan petani tersebut?
3. Berapa besar margin pemasaran di tingkat petani sampai di tingkat eksportir yang ada di Kota Palu?
4. Berapa besar bagian harga kakao yang diterima petani kakao di Desa Ampibabo?

Tujuan umum penelitian ini ialah menganalisis kinerja kelembagaan pemasaran

kakao biji di tingkat petani. Secara rinci tujuan penelitian ini ialah:

1. Mengidentifikasi karakteristik petani kakao di Desa Ampibabo
2. Mengidentifikasi struktur dan perilaku pasar kakao di tingkat petani dan tingkat keterlibatan petani dalam kelembagaan prinsipal-agen.
3. Menganalisis bagian harga yang diterima petani kakao.
4. Menganalisis margin pemasaran di tingkat petani sampai ke eksportir.

Kegunaan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi bagi petani kakao dan kelembagaan lainnya.
2. Bahan pertimbangan bagi pihak-pihak pengambil keputusan dalam mengambil kebijakan untuk pengembangan usahatani kakao.
3. Bahan referensi dan studi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Ampibabo Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parimo. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Desa Ampibabo merupakan salah satu daerah penghasil komoditi kakao di Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parimo. Penelitian ini dilaksanakan pada Juli sampai Agustus 2012.

Metode Pendekatan. Kinerja kelembagaan pemasaran diukur berdasarkan tingkat efisiensi pemasaran kakao. Dalam hal ini, tingkat efisiensi pemasaran kakao ditentukan oleh margin tataniaga dan bagian harga kakao yang diterima petani. Oleh karena efisiensi pemasaran sulit diukur karena outputnya menyangkut tingkat kepuasan konsumen (Kohls dan Joseph, 1980 dalam Yantu, 2011, Sisfahyuni *et al.*, 2008), maka digunakan pendekatan konsep efektifitas pasar. Pendekatan tersebut juga telah digunakan oleh Yantu (2011, 1987) dan Sisfahyuni *et al.* (2008).

Pendekatan efektifitas pasar dalam mengukur efiseinsi pemasaran memerlukan asumsi bahwa efisiensi pemasaran berbanding

lurus dengan efektifitas pasar. Jadi, makin efisien pemasaran, makin efektif pasar, dan sebaliknya. Selain itu juga diasumsikan bahwa efektifitas pasar dapat diukur dengan margin pemasaran. Jadi, makin kecil margin pemasaran makin efektif pasar (Yantu 2011, 1987 dan Sisfahyuni *et al.* 2008).

Metode Analisis.

Analisis Margin Pemasaran. Untuk mencapai tujuan umum dan tujuan khusus butir (3) penelitian ini digunakan analisis margin tataniaga dan *farmer's share*. Dengan demikian, menurut Sisfahyuni *et al.* (2008), secara matematik margin tataniaga komoditi kakao biji asal Parimo dapat diekspresikan dengan persamaan identitas sebagai berikut:

$$MT_{ij} = HLPB_{ij} - HLPJ_{ij}$$

$$MT = \sum_i^n \sum_j^j MT_{ij}$$

Untuk mana :

HLPJ adalah harga di tingkat penjual yaitu petani

HLPB adalah harga di tingkat pembeli.

MT adalah margin total (Rp/kg)

MT_{ij} adalah margin tataniaga di saluran ke i, jenjang pembeli ke j (Rp/kg) ;

HLPB_{ij} adalah harga kakao biji pada saluran ke i, jenjang pembeli ke j (Rp/kg) ;
HLPJ_{ij} adalah harga kakao biji pada saluran ke i, jenjang penjual ke j (Rp/kg).

Farmer's Share (Bagian Harga Yang Diterima Petani). Penyebaran marjin tataniaga dilihat berdasarkan bagian (*share*) yang diperoleh masing-masing lembaga tataniaga. *Farmer's share* mempunyai hubungan negatif dengan margin tataniaga sehingga semakin tinggi marjin tataniaga, maka bagian yang akan diperoleh petani semakin rendah. Menurut Swastha (2000) Secara matematis, *farmer's share* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Sf = \frac{Price Farm}{Price Retailer} \times 100\%$$

Keterangan :

Sf : Bagian Harga Yang Diterima Petani

Price Farm : Harga Di Tingkat Petani

Price Retailer : HargaKonsumenAkhir

Analisis Deskripsi. Untuk mencapai tujuan khusus butir (1) dan (2) digunakan analisis deskripsi. Analisis deskripsi merupakan analisis yang menggambarkan secara sistematis

dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi bidang tertentu yang menjadi subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti. Penyajian hasil analisis deskriptif berupa penggambaran mengenai hasil penelitian di lapangan dengan menggunakan tabel.

Metode Pengumpulan Data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionnaire*). Data sekunder diperoleh dari berbagai instansi pemerintah yang terkait dengan penelitian ini dan berbagai literatur lainnya sebagai pendukung dalam penyusunan hasil penelitian ini.

Data primer diambil dengan teknik *simple random sampling*, dengan asumsi bahwa harga jual kakao ditingkat petani relatif homogen (sama). Jumlah petani responden yang diambil dalam penelitian ini sebesar 30 petani. Selanjutnya, untuk mengetahui pelaku pasar yang terlibat dalam pemasaran komoditi kakao digunakan metode peninjauan (*tracing sampling*), dengan mewawancarai 1 pedagang desa, 2 orang pengumpul tingkat kecamatan, 1 pedagang besar Kota Palu, 1 eksportir Kota Palu, sehingga total responden pedagang adalah 5 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani Kakao Responden dan Pedagang (pembeli). Karakteristik responden menggambarkan ciri khas atau sifat yang melekat pada seseorang yang menjadi objek penelitian. Dalam hal ini karakteristik yang dimaksud adalah umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, dan pengalaman bekerja (berusahatani). Sifat/ciri khas tersebut pada individu adalah berbeda-beda. Selanjutnya, data mengenai klasifikasi karakteristik pelaku pasar yang terlibat dalam struktur pasar kakao ditingkat petani di Desa Ampibabo, Kecamatan Ampibabo, yang terpilih sebagai responden tersaji pada Tabel 9.

Karakteristik pelaku pasar menunjukkan ciri khas yang terikat pada pelaku pasar, yang kemudian menentukan segala tindakan

dan aktivitas yang dilakukan. Hal ini merujuk pada tingkat umur (tahun), tingkat pendidikan (tahun), pengalaman berusaha (tahun) dan jumlah tanggungan dalam keluarga (jiwa). Karakter ini sangat mendukung kegiatan atau peranan pelaku pasar dalam kondisi persaingan pasar yang terjadi di Desa Ampibabo. Karena rata-rata umur petani kakao 38 tahun, rata-rata tingkat pendidikan petani adalah 9 tahun atau setara sekolah menengah pertama (SMP), memiliki lama berusahatani kakao rata-rata selama 20 tahun, dan memiliki rata-rata jumlah tanggungan keluarga sebanyak 3 jiwa.

Kelembagaan Prinsipal-Agen di Tingkat Petani Kakao. Kelembagaan pemasaran prinsipal-agen di tingkat petani adalah sangat merugikan petani kakao. Kelembagaan tersebut muncul karena struktur pasar kakao biji dan perilaku pasar kakao biji di tingkat petani memungkinkan kemunculannya.

Struktur Pasar Kakao di Tingkat Petani. Struktur pasar kakao biji di Desa Ampibabo adalah menunjukkan kondisi pasar oligopsoni. Pernyataan ini didasarkan atas adanya penjual (petani) yang jumlahnya banyak dibanding pembeli (pedagang) yang jumlahnya sedikit dan terlibat dalam hubungan kerjasama vertikal. Meskipun demikian, dalam pasar ini, terjadi persaingan diantara pedagang untuk mendapatkan volume kakao biji. Keadaan ini menyebabkan munculnya kelembagaan yang membentuk hubungan kerjasama diantara petani dan pedagang. Hubungan ini terjadi dalam bentuk hubungan kontrak penjualan. Penjualan oleh petani ke pedagang, terikat kontrak yang mengatur perilaku petani yang tergantung pada pedagang. Artinya, petani tidak dapat menentukan harga. Jadi, pedagang memiliki posisi tawar yang kuat.

Perilaku Pasar Kakao ditingkat Petani. Petani kakao di Desa Ampibabo melakukan transaksi jual beli pada umumnya ke pedagang pengumpul tingkat kecamatan. Penjualan oleh petani kakao ke pedagang (pembeli) dilakukan dengan perilaku petani yang bebas menjual hasil panennya ke pedagang (pembeli) mana saja. Penjualan kakao biji oleh petani

ke pedagang bersifat bebas melakukan penjualan ke pedagang mana saja. Terlihat adanya persaingan yang terjadi di dalam pasar antara pelaku pasar. Penjualan dilakukan setelah

petani panen dan melakukan fungsi-fungsi pemasaran, seperti pengeringan kakao biji. Persaingan ini terjadi dikalangan pedagang dalam memperoleh kakao biji.

Tabel 9. Karakteristik Pelaku Pasar yang Terlibat dalam Struktur Pasar di Desa Ampibabo

Karakteristik Petani	Pelaku Pasar				
	Petani	Ped. desa	Ped. Pengumpul tkt. kecamatan	Ped. besar	Ped. eksportir
Rata-rata Umur (Tahun)	38	40	42	40	46
Rata-rata Pendidikan (Tahun)	9	12	12	12	12
Rata-rata Pengalaman Berusahatani (Tahun)	20	10	12	15	14
Rata-rata Jumlah Anggota Keluarga (Jiwa)	3	4	3	2	5

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

Saluran Pemasaran Kakao Biji. Arus pergerakan barang dari produsen ke konsumen merupakan jasa kelembagaan pemasaran yang terlibat di dalamnya. Adapun saluran pemasaran kakao biji, yang terbentuk di Desa Ampibabo, yaitu 2 (dua) saluran, **saluran pertama:** petani sebagai pemasok (produsen) menjual langsung ke pedagang pengumpul tingkat kecamatan, selanjutnya pedagang ini menjual ke pedagang eksportir yang ada di Kota Palu. Selanjutnya, **Saluran kedua:** petani menjual kakao biji ke pedagang pengumpul tingkat desa, kemudian pedagang pengumpul tingkat desa menjualnya ke pedagang pengumpul tingkat kecamatan dan selanjutnya pedagang tingkat kecamatan menjual ke pedagang eksportir Kota Palu.

Margin Pemasaran Kakao Biji. Margin pemasaran kakao biji ialah selisih antara harga kakao yang diterima produsen kakao dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Analisis margin dimaksud untuk mengetahui penyebaran biaya pada setiap lembaga yang terlibat serta saluran pemasaran yang ada dalam proses jual beli kakao.

Tabel 11 menunjukkan margin antara petani dengan pedagang pengumpul desa sebesar Rp. 500/kg sedangkan antara pedagang pengumpul desa dengan pedagang pengumpul kecamatan sebesar Rp. 500/kg dan yang terakhir antara pedagang pengumpul kecamatan dengan eksportir sebesar Rp. 1.500/kg. Jadi,

Margin total pada saluran kedua sebesar Rp. 2.500.

Tabel 11. Margin Pemasaran Kakao pada Saluran 2, 2012

No.	Produsen/Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Petani	18.000	-
2	Pedagang Pengumpul Desa	18.500	500
3	Pedagang Pengumpul Kecamatan	19.000	500
4	Eksportir	20.500	1.500
MT (Margin Total)			2.500

Tabel 10. Margin Pemasaran Kakao pada Saluran 1, 2012

No	Produsen/Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Petani	18.500	-
2	Pedagang Pengumpul Kecamatan	19.000	500
3	Eksportir	20.500	1.500
MT (Margin Total)			2.000

Farmer's Share (Bagian Harga Yang Diterima Petani). Produsen kakao adalah orang atau petani yang memproduksi kakao. Tanpa produsen kakao, tidak ada kakao

yang dapat dibeli dan tentunya tidak akan ada kegiatan pemasaran. Petani (produsen kakao) dalam proses penjualannya lebih banyak berhubungan dengan lembaga pemasaran yang terlibat. Berdasarkan hasil penelitian pada saluran 1 harga kakao ditingkat petani sebesar Rp. 18.000/kg dan harga penjualan kakao ditingkat pedagang eksportir yang berlaku sebesar Rp. 20.500/kg.

$$\begin{aligned} Sf &= \frac{18.500}{20.500} \times 100\% \\ &= 90,24\% \end{aligned}$$

Artinya petani mendapatkan bagian harga kakao sebesar 90,24%. Pada saluran II harga kakao yang berlaku ditingkat petani adalah Rp.18.000/kg dan harga penjualan kakao yang berlaku pada pedagang eksportir sebesar 20.500/kg.

$$\begin{aligned} Sf &= \frac{18.000}{20.500} \times 100\% \\ &= 87,80\% \end{aligned}$$

Artinya petani mendapatkan bagian harga kakao sebesar 87,80%.

KESIMPULAN

Karakteristik petani kakao yang terlibat dalam pemasaran kakao di Desa Ampibabo adalah rata-rata berumur produktif (38 tahun), jumlah anggota keluarga rata-rata

berjumlah 3 jiwa, petani kakao memiliki pengalaman usaha rata-rata 20 tahun dan rata-rata pendidikan formal petani kakao 9 tahun tergolong tingkat pendidikan sedang.

Struktur Pasar yang terbentuk di Desa Ampibabo adalah bentuk pasar oligopsoni dimana, perilaku pasar kakao di tingkat petani merupakan perilaku kelembagaan yang bersifat mengikat petani kakao dalam sebuahkontrak perjanjian antara petani dan pedagang dalam system pemasaran, yang melahirkan aturan main diantara keduanya berupa biaya kontrak dalam bentuk pembayaran biaya secara cicilan.

Margin total pada saluran I sebesar Rp. 2.000/kg sedangkan pada saluran II sebesar Rp. 2.500/kg. Jadi, petani sebaiknya menjual kakaonya pada saluran I untuk mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi dibanding saluran II.

Saluran pemasaran kakao yang terbentuk pada Desa Ampibabo ada 2 yakni saluran I dan saluran II dimana bagian harga yang diterima petani pada saluran I sebesar 90,24% sedangkan bagian harga yang diterima petani pada saluran II sebesar 87,80%, menunjukkan petani memperoleh pendapatan yang lebih apabila menjual pada saluran I dibandingkan pada saluran II.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Lusiana. 2008. *Analisis Tataniaga dan Keterpaduan Pasar Kubis (Studi Kasus Desa Cimenyan, Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat)*. Bandung.
- BPS, 2011. *Sulawesi Tengah Dalam Angka 2011*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah. Palu
- BPS, 2006. *Sulawesi Tengah Dalam Angka 2006*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah. Palu.
- Departemen Pertanian. 2009. *Kakao di Indonesia* ;Departemen Pertanian RI. Jakarta.
- Ernawati, 2011. *Analisis Kelembagaan Pemasaran Kakao Ditingkat Petani di Desa Bambarimi, Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala*. Palu.
- Gultinan, P.J. dan W.G Paul, 1995. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Ikhsan, Rahmatul, 2011. *Evaluasi Pengembangan Usahatani Tanaman Kakao di Desa Bobo Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi*. Palu
- Kalaba, Yulianti, 2007. *Analisis Margin Pemasaran Kakao Di Kabupaten Donggala*. J. Agrisains Vol. 8 No. 2.

- Kamaruddin, R., dan Sudirman A.N.I, 2008. *Pengolahan Kakao*. Litbangda Sulsel ; Makassar.
- Kusnedi, 1985. *Teori Harga dan Penerapannya* (Edisi Ketiga). Erlangga, Jakarta.
- Soekartawi. 2002a. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi*, Edisi Revisi. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2002b. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian, Teori dan Aplikasi*, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia. 2008. *Panduan Lengkap Budi Daya Kakao*, Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Sisfahyuni, Ludin, Taufik dan M.R. Yantu. 2008. *Efisiensi Tataniaga Komoditi Kakao Biji Asal Kabupaten Parigi Moutong Propinsi Sulawesi Tengah*. J. Agroland 9(3): 150 – 159, Desember 2008, Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu.
- Sisfahyuni, M.S. Saleh dan M.R. Yantu. 2011. *Sistem Tataniaga Kakao Biji Di Tingkat Petani Kabupaten Parigi Moutong Propinsi Sulawesi Tengah: Suatu sistem Penjamin Dalam Supply Chain Komoditi Kakao*. Prosiding Seminar Nasional Teknik dan Manajemen Industri 2011. Diselenggarakan oleh Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik kerjasama dengan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Malang, ISBN : 978-979-796-183-3.
- Soehardjo, 1996. *PTPN IV*. Bah Jambi ; Pematang Siantar.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang
- Susanto, X.F. 1994. *Tanaman Kakao. Budidaya dan Pengolahan Hasil*. Kasinius; Yogyakarta,
- Swastha, B dan Ibnu Sokotjo, 2002. *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. CV. Pionir Group. Bandung.
- Yantu, M.R., 1987. *Tingkat Pendapatan Usahatani dan Tingkat Efisiensi Tataniaga Hasil Usahatani Padi dan Kedelai Petani Transmigran Kecamatan Paguyaman dan Kecamatan Marisa Kabupaten DATI II Gorontalo*. Skripsi SI dalam Program Studi Usahatani, Produksi dan Pemasaran. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial dan Ilmu Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Yantu, M.R. dan Abdul Muis. 2002. *Peranan Kelembagaan Pertanian dalam Pembangunan Perdesaan*. Makalah Pemandu dalam Pelatihan PPL dan Petugas Central Sulawesi Integrated Area Development & Conservation Project (CSIADCP), Jum'at 21 Juni 2002, Bertempat di BLPP Sidera Biromaru, Palu.
- Yantu, M.R., Sisfahyuni, Ludin dan Taufik. 2009. *Strategi Pengembangan Subsektor Perkebunan Dalam Perekonomian Sulawesi Tengah*. Media LITBANG Sulawesi Tengah. Vol II (I) : 44-50. Oktober 2009. BALITBAMGDA Propinsi Sulawesi Tengah.
- Yantu, M.R., Sisfahyuni dan Nilam Sari, 2011. *Fungsi Produktivitas Usahatani Kakao Rakyat Propinsi Sulawesi Tengah*. Jurnal Agroland Vol 18 No 1:57-64 April 2011.
- Yantu, M.R., 2011. *Model Ekonomi Wilayah Komoditi Kakao Biji Propinsi Sulawesi Tengah*. Disertai Doktor pada Program Studi Ilmu-ilmu Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Perdesaan, Sekolah Pascasarjana, Insititut Pertanian Bogor. Bogor.