

ANALISIS INTEGRASI RANTAI PASOK TERHADAP PERBAIKAN KINERJA PERKEBUNAN RAKYAT DAN DAYA SAING KAKAO DI KABUPATEN POLEWALI MANDAR

Mujirin M. Yamin^{1*}, Wahyu Maulid Adha²

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat, Majene, Indonesia
*e-mail: mujirinmyamin@gmail.com

ABSTRACT

The problems faced in smallholder plantations in Polewali Mandar Regency are supply chain non-integration, low smallholder cocoa plantation business performance and low cocoa competitiveness, and supply chain integration has not been implemented in the development of the cocoa industry. In general/long term this research aims to improve the performance of smallholders and supply chain integration in Polewali Mandar Regency which is competitive and improves farmers' income. as follows: (1) analyzing the scope of supply chain integration in the cocoa value chain in Polewali Mandar Regency, (2) analyzing the factors of chain integration in the cocoa supply chain in Polewali Mandar Regency, and (3) evaluating chain integration supply that leads to improving the performance of smallholder plantation businesses and cocoa competitiveness in Polewali Mandar Regency. Data analysis methods differ from one stage to another according to the research objectives. The first stage uses descriptive data analysis, relative important index, and Chi Square and in the second stage uses QSPM.

Paswords: *Supply Chain Integration, Improvement of Community Plantation Performance, Cocoa Competitiveness.*

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi dalam perkebunan rakyat di Kabupaten Polewali Mandar adalah tidak terintegrasinya rantai pasok, rendahnya kinerja usaha perkebunan kakao rakyat dan rendahnya daya saing kakao, serta integrasi rantai pasok belum diterapkan dalam pengembangan industry kakao. Secara umum/jangka panjang penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki kinerja perkebunan rakyat dan integrasi rantai pasok di Kabupaten Polewali Mandar yang berdaya saing dan memperbaiki pendapatan petani. sebagai berikut : (1) menganalisis ruang lingkup integrasi rantai pasok dalam rantai nilai (Value Chain) kakao di Kabupaten Polewali Mandar , (2) menganalisis faktor-faktor integrasi rantai dalam rantai pasok kakao di Kabupaten Polewali Mandar, dan (3) mengevaluasi integrasi rantai pasok yang mengarah pada perbaikan kinerja usaha perkebunan rakyat dan daya saing kakao di Kabupaten Polewali Mandar . Metode analisa data berbeda antara satu tahap dengan tahap lainnya yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Tahap pertama menggunakan analisa data deskriptip, relative important index, dan *Chi Kuadrat* dan pada tahap kedua menggunakan QSPM.

Kata Kunci : Integrasi Rantai Pasok, Perbaikan Kinerja Perkebunan Rakyat, Daya Saing Kakao.

Pendahuluan

Sulawesi Barat yang merupakan hasil pemekaran dari Provinsi Sulawesi Selatan, kakao menjadi komoditas unggulan karena selain memberi kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), juga berperan sebagai penyedia lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk. Pengembangan kakao di Sulawesi Barat telah berlangsung lama yaitu sejak tahun 1980-an. Pengembangan tersebut dilakukan oleh masyarakat setempat sehingga kebun kakao yang ada seluruhnya merupakan perkebunan kakao rakyat.

Berdasarkan data Badan Pusat statistik Provinsi Sulawesi Barat (2016) luas lahan tanaman kakao 153,694 ribu hektar dan total produksi sebesar 83.745 ribu ton. produksi kakao terbesar berasal dari Kabupaten Polewali Mandar dengan luas lahan 49,167 ribu hektar dan produksi sebesar 31,969 ribu ton (38,17%). Kabupaten penghasil kakao terbesar lainnya adalah Kabupaten Mamuju dengan luas lahan 41,06 ribu hektar dan produksi sebesar 20,824 ribu ton (24,87%) diikuti oleh Mamuju Tengah dengan luas lahan 21,966 hektar dan produksi 9,536 ribu ton (11.38%) , Kabupaten Mamasa dengan luas lahan 15,499 ribu hektar dan Produksi 8,383 ribu ton (10.01%), Kabupaten Majene dengan luas lahan 13,184 ribu hektar dan produksi sebesar 7,111 ton (8,49%) dan Mamuju Utara dengan luas lahan 12,801 ribu hektra dan produksi sebesar 5.922 ribu ton (7,08%),

Salah satu sentra kakao di Provinsi Sulawesi Barat adalah Kabupaten Polewali Mandar. Kakao merupakan komoditi andalan Kabupaten Polewali Mandar. Kakao dibudidayakan di hampir seluruh kecamatan dengan luas areal pertanaman 48.929,50 Ha, dan melibatkan petani sebanyak 46.554 KK pada 8 Kecamatan yang merupakan sentra produksi kakao, yaitu Kecamatan Tubbi Taramanu, Bulu, Mapilli, Tapango, Luyo, Matangnga, Binuang dan Anreapi.(Disnas Perkebunan Polman, 2020)

Produksi kakao di Kabupaten Polewali Mandar sebagai komoditas andalan di sub sektor perkebunan memiliki produksi terbesar di Kecamatan Tubbi Taramanu sebesar 4.601,98 ribu ton dengan luas areal pertanaman 6.602,3 ribu Ha, Kecamatan Bulu sebesar 4.445,84 ribu ton dengan luas areal pertanaman 5.170,65 ribu ha, Kecamatan Luyo 4.226,37 ribu ton dengan 5.583,15 ribu ha, Kecamatan Tapango 3.814,22 ribu ton dengan luas 5.515,53 ribu ha, Kecamatan Mapilli 3.714,83 ribu ton dengan luas 4.567 ribu ha, Kecamatan Matangnga 3.207,82 ribu ton dengan luas 4.282,62 ribu ha, Kecamatan Anreapi 2.670,72 ribu ton dengan luas 4.942,78 ribu ha dan Kecamatan Binuang sebesar 2.346,04 ribu ha dengan 3.365,95 luas areal pertanaman. (BPS polman, 2021)

Banyaknya pelaku rantai pasok yang terlibat dalam rantai pasokan kakao termasuk di kabupaten Polewali Mandar di perlukan suatu pendekatan integrasi agar pelaku rantai pasokan kakao tidak berjalan sendiri-sendiri. Integrasi rantai pasok pada industri pertanian menjadi topik yang menarik bagi banyak peneliti di negara-negara berkembang (Mlote *et al.*, 2012). Berbagai studi melaporkan bahwa integrasi rantai pasok telah diadopsi secara luas pada industri non pertanian untuk meningkatkan daya saing perusahaan (Giha dan Leat, 2008; Huang dan Sheu, 2005).

Tinjauan Pustaka

A. Integrasi Rantai Pasok

Suatu integrasi harus dapat dicapai bagi organisasi atau perusahaan yang berada pada jaringan supply chain management dan seluruh mata rantai pengadaan barang. Tujuan dari *supply chain management* adalah untuk mengintegrasikan proses bisnis utama perusahaan mulai dari hubungan ke hulu (*upstreams*) dan ke hilir (*downstreams*) bahkan sampai ke pengguna akhir, melalui penyediaan produk, jasa dan informasi yang memberikan nilai tambah bagi konsumen dan stakeholder lainnya (Setiawan dan Rahardian, 2005).

B. Kinerja Rantai Pasok

Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi, dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi tersebut (Bastian, 2001). Penelitian empiris yang meneliti hubungan antara integrasi rantai pasokan dan kinerja (Stank, Keller dan Daugherty, 2001; Rodrigues, Stank dan Lynch, 2004). Menanggapi, Rosenzweig, Roth, dan Dean, (2003) menyimpulkan bahwa integrasi rantai pasokan secara langsung berhubungan dengan kinerja bisnis. Juga kolaborasi internal secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan (Stank et al., 2001).

C. Daya saing Kakao

Dayasaing atau Competitive advantage adalah sejauh mana organisasi mampu menciptakan posisi dan mempertahankannya atas pesaingnya. Posisi yang memungkinkan organisasi untuk mendapatkan keuntungan lebih dari pesaing (Chen, Leu dan Chiou, 2006).

Metode Penelitian

A. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku rantai pasok kakao dengan unit analisis adalah petani dan pedagang pengumpul. Mengingat ukuran populasi penelitian tidak diketahui dengan pasti dan keberadaannya tersebar secara geografis, maka teknik pengambilan sampel menggunakan teknik multi stage cluster sampling. dari setiap kecamatan dipilih 5 desa dengan menggunakan criteria serupa dan pada setiap desa dipilih sebanyak 8 petani sebagai responden, sehingga jumlah keseluruhan petani responden adalah 80 petani. Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Snowball sampling yaitu mewawancarai responden awal (petani) yang berjumlahnya 80 orang, kemudian mewawancarai responden dari pedagang perantara/pedagang pengumpul berdasarkan rekomendasi atau informasi dari responden petani, terus menerus sampai pada anggota rantai pasok paling hilir/terakhir (pengolah dan eksportir) sehingga jumlahnya bertambah banyak hingga informasi yang diperoleh dirasa cukup (40 orang responden).

B. Metode pengolahan dan analisis data

Teknik dan analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah

- 1) Analisis deskriptif dalam bentuk nilai persentase (%), nilai rata-rata (mean), dan chart untuk menggambarkan ruang lingkup integrasi rantai pasok dalam rantai nilai kakao;
- 2) Relative important index (RII) digunakan untuk menganalisis factor-faktor integrasi yang menjadi prioritas untuk memperbaiki kinerja usaha perkebunan rakyat dan dayasaing kakao. Rumus yang digunakan adalah dari Narbuko dan Achmadi (2004). sebagai berikut:

$$RII = \frac{\sum_{i=1}^5 WiXi}{\sum_{i=1}^5 Xi}$$

dimana:

RII = Relative Importance Index

i = Indeks kategori respon (1,2,3,4 &5)

Wi = Bobot yang dihubungkan dengan nilai responden ke-i (1, 2, 3, 4, 5)

Xi = Frekuensi dari respon ke-i sebagai persentase dari total responden untuk setiap faktor dari

integrasi rantai pasok.

- 3) *Chi Kuadrat* digunakan untuk mengevaluasi integrasi rantai pasok yang mengarah pada perbaikan kinerja usaha perkebunan rakyat dan dayasaing kakao, yakni menganalisis hubungan antara variable integrasi rantai pasok dengan kinerja usaha perkebunan rakyat dan dayasaing kakao. Rumus X^2 (Sugiyono, 1992) sebagai berikut :

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dimana :

X^2 = Chi Kuadrat

O = Frekuensi Observasi/diperoleh, baik melalui pengamatan maupun melalui angket, wawancara

E = frekuensi harapan

Kriteria Pengujian: Tolak H_0 jika nilai Chi Kuadrat (X^2) yang diperoleh lebih besar dari nilai Chi Kuadrat Tabel pada tingkat signifikansi 1% atau 5% dengan dk = jumlah kelompok dikurangi satu.

Hasil Penelitian

A. Karakteristik Individu Responden

Petani dan Pedagang Kakao yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini sebanyak 120 orang, dengan karakteristik individu responden.

Tabel 1. Karakteristik Individu Responden Petani dan Pedagang Kakao

Karakteristik Individu	Jumlah Petani	% dari Total Petani dan Pedagang
Umur (Tahun)		
20-30	12	10,00
31-40	48	40,00
41-50	43	35,83
51-65	17	14,17
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	117	97,50
Perempuan	3	2,50
Pendidikan		
Tidak sekolah	12	10,00
Sekolah Dasar	30	25,00
Sekolah Menengah Pertama	45	37,50
Sekolah Menengah Atas	27	22,50
Perguruan Tinggi	6	5,00
Jumlah Tanggungan Keluarga		
0 – 2	20	16,67
3 – 5	69	57,50
6 – 8	31	28,53

Dari Tabel 1 diatas, tampak bahwa rata-rata mayoritas petani dan pedagang di lokasi penelitian berumur 31- 40 berjumlah 48 reponden atau (40,00%) dari total 120 responden, disusul usia 41-50 tahun sejumlah 43 responden atau (35,83%) dari Total responden, sementara usia 51-65 tahun sebanyak 17 responden atau (14,17 %) dan yang berumur di bawah 30 tahun hanya berjumlah 12 responden atau (10,00%.) dari total responden. Data tersebut menggambarkan bahwa rata-rata usia petani dan pedagang kakao di lokasi penelitan berusia produktif yakni berkisar 31-50 tahun atau (75,83%) dari total responden ini berarti regenerasi petani dan pedagang kakao di lokasi penelitian berjalan dengan baik hal ini juga disebabkan turunan dari orang tua dan mayoritas pekerjaan di lokasi penelitian adalah bertani dan berkebun. .

B. Karakteristik Usaha Petani dan Pedagang Kakao

Petani dan Pedagang Kakao yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini sebanyak 120 orang, dengan karakteristik Usaha Petani dan Pedagang Kakao.

Tabel 2. Karakteristik Usaha Petani dan Pedagang Kakao

	Jumlah Petani dan pedagang kakao	% dari Total Petani dan Pedagang
Luas Lahan Garapan (Ha)		
0 -1 (Ha)	64	53,33
1,1 - 2 (Ha)	40	33,33
2,1 - 3 (Ha)	11	9,17
3,1 - 4 (Ha)	5	4,17
Jangka Waktu Bertani (thn)		
< = 10	32	26,67
11 – 20	65	54,17
21 – 30	20	16,67
> 30	3	2,50
Status Kepemilikan (Ha)		
Milik Sendiri	90	75,00
Sewa	21	17,50
Mitra bagi hasil	9	7,50
Dlm 1 thn berapa panen (kali)		
1 – 3	61	50,83
4 – 6	57	47,50
7 – 9		1,67

Dari Tabel 2 diatas, tampak bahwa rata-rata luas lahan garapan (Ha) seluas 0-1 Ha sebanyak 64 orang atau (53,33%), 1,1-2 Ha sebanyak 40 orang atau (33,33%), 2,1-3 Ha sebanyak 11 orang atau (9,17%) dan 3,1-4 Ha sebanyak 5 orang atau (4,17%).

Jangka waktu Bertani (Thn) selama < 10 Tahun sebanyak 32 orang atau (26,67%), 11-20 Tahun sebanyak 65 orang atau (54,17%), 21-30 Tahun sebanyak 20 orang atau (16,67%) dan > 30 Tahun sebanyak 3 orang atau (2,50%).

Status Kepemilikan (Ha) dengan status milik sendiri sebanyak 90 orang atau (75,00%), Sewa sebanyak 21 orang atau (17,50%), dan Mitra Bagi Hasil sebanyak 9 orang atau (7,50%).

Frekuensi panen dalam setahun, dengan frekuensi 1-3 kali sebanyak 61 orang atau (50,83%), 4-6 kali sebanyak 57 orang atau (47,50%) dan 7-9 kali sebanyak 2 orang atau (1,67%).

C. Kinerja Usaha Budidaya Kakao

Petani dan Pedagang Kakao yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini sebanyak 120 orang, dengan karakteristik Kinerja Usaha Budidaya Kakao.

Tabel 3. Kinerja Usaha Budidaya Kakao

	Jumlah Petani dan pedagang kakao	% dari Total Petani dan Pedagang
Meningkatkan Produktivitas Kakao		
Tidak	0	0,00
Kurang	31	25,83
Ingin	89	74,17
Meningkatkan Pendapatan dan Kesejahteraan		
Tidak	0	0,00
Kurang	30	25,00

Ingin 90 75,00

Dari Tabel 3 diatas, tampak bahwa kinerja usaha budidaya Kakao dilihat dari aspek keinginan untuk meningkatkan produktivitas menunjukkan sebanyak 31 orang atau (25,83%) menyatakan kurang dan 89 orang atau 74,17% menyatakan ingin.

Sedangkan dari aspek keinginan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan menunjukkan sebanyak 30 orang atau (25,00%) menyatakan kurang dan 90 orang atau 75,00% menyatakan ingin.

D. Daya Saing Kakao

Petani dan Pedagang Kakao yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini sebanyak 120 orang, dengan karakteristik Daya Saing Kakao.

Tabel 4. Daya Saing Kakao

	Jumlah Petani dan pedagang kakao	% dari Total Petani dan Pedagang
Biaya Produksi		
Tidak	0	0,00
Kurang	31	25,83
Ingin	89	74,17
Kualitas Biji Kakao		
Tidak	0	0,00
Kurang	30	25,00
Ingin	90	75,00
Jangka Waktu Distribusi ke Pedagang		
Tidak	15	12,50
Kurang	76	63,33
Ingin	29	24,17
Volume Penjualan		
Tidak	14	11,67
Kurang	50	41,67
Ingin	56	46,67

Dari Tabel 4 diatas, tampak bahwa daya saing Kakao dilihat dari biaya produksi menunjukkan sebanyak 4 orang atau (3,33%) menyatakan tidak, 47 orang atau (39,17%) menyatakan kurang dan 69 orang atau 57,50% menyatakan ingin.

Dari aspek kualitas biji Kakao menunjukkan sebanyak 13 orang atau (10,83%) menyatakan tidak, 35 orang atau (29,17%) menyatakan kurang dan 72 orang atau (60,00%) menyatakan ingin.

Dari aspek jangka waktu distribusi ke pedagang menunjukkan sebanyak 15 orang atau (12,50%) menyatakan tidak, 76 orang atau (63,33%) menyatakan kurang dan 29 orang atau (24,17%) menyatakan ingin.

Dari aspek volume penjualan menunjukkan sebanyak 14 orang atau (11,67%) menyatakan tidak, 50 orang atau (41,67%) menyatakan kurang dan 56 orang atau (46,67%) menyatakan ingin.

E. Integrasi Internal

Petani dan Pedagang Kakao yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini sebanyak 120 orang, dengan karakteristik Pentingnya Integrasi Internal.

Tabel 5. Integrasi Internal

	Jumlah Petani dan pedagang kakao	% dari Total Petani dan Pedagang
Kerjasama dengan Petani Lain		
Tidak Penting	8	6,67
Kurang Penting	26	21,67
Penting	86	71,67
Berbagi Informasi Teknis		
Tidak Penting	18	15,00
Kurang Penting	16	13,33
Penting	86	71,67
Aliran Informasi		
Tidak Penting	22	18,33
Kurang Penting	42	35,00
Penting	56	46,67
Kemandirian Klp Tani		
Tidak Penting	26	21,67
Kurang Penting	36	30,00
Penting	58	48,33
Rapat Rutin Klp Tani		
Tidak Penting	24	20,00
Kurang Penting	41	34,17
Penting	75	62,50

Dari Tabel 6.5 diatas, tampak bahwa pentingnya intergrasi internal dilihat dari kerjasama dengan petani lain menunjukkan sebanyak 8 orang atau (6,67%) menyatakan tidak penting, 26 orang atau (21,67%) menyatakan kurang penting dan 86 orang atau 71,67% menyatakan penting.

Dari aspek berbagi informasi teknis menunjukkan sebanyak 18 orang atau (15,00%) menyatakan tidak penting, 16 orang atau (13,33%) menyatakan kurang penting dan 86 orang atau (71,67%) menyatakan penting.

Dari aspek aliran informasi menunjukkan sebanyak 22 orang atau (18,33%) menyatakan tidak penting, 42 orang atau (35,00%) menyatakan kurang penting dan 56 orang atau (46,67%) menyatakan penting.

Dari aspek kemandirian kelompok tani menunjukkan sebanyak 26 orang atau (21,67%) menyatakan tidak penting, 36 orang atau (30,00%) menyatakan kurang penting dan 58 orang atau (48,33%) menyatakan penting.

Dari aspek Rapat rutin kelompok tani menunjukkan sebanyak 24 orang atau (20,00%) menyatakan tidak penting, 41 orang atau (34,17%) menyatakan kurang penting dan 75 orang atau (62,50%) menyatakan penting.

F. Integrasi Pelanggan

Petani dan Pedagang Kakao yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini sebanyak 120 orang, dengan karakteristik Pentingnya Integrasi dengan pelanggan.

Tabel 6. Integrasi Internal

	Jumlah Petani dan pedagang kakao	% dari Total Petani dan Pedagang
Kemana Penjualan Biji Kakao		
Pedagang Pengumpul Kecil	98	81,67
Pedagang Pengumpul besar	10	8,33
Unit Pengelola Hasil	0	0,00
Rentenir	12	10,00
Petani dan pedagang melakukan pertemuan rutin		
Tidak Penting	48	40,00
Kurang Penting	46	38,33
Penting	26	21,67
Petani memiliki kemampuan untuk mengantarkan hasil produksi kakaonya secara cepat ke pedagang untuk dijual		
Tidak Penting	11	9,17
Kurang Penting	34	28,33
Penting	75	62,50
Petani bekerjasama dengan pedagang dalam mengembangkan suatu program/kegiatan peningkatan produksi kakao		
Tidak Penting	43	35,83
Kurang Penting	23	19,17
Penting	54	45,00
Pedagang memberikan masukan terhadap kualitas biji kakao yang diproduksi oleh petani		
Tidak Penting	35	29,17
Kurang Penting	9	7,50
Penting	76	63,33
Petani dan pedagang bekerjasama untuk memperkirakan pertumbuhan permintaan biji kakao di pasaran		
Tidak Penting	38	31,67
Kurang Penting	42	35,00
Penting	40	33,33
Petani memiliki kemampuan untuk selalu memuaskan pedagang dengan kualitas kakao yang baik		
Tidak Penting	37	30,83
Kurang Penting	37	30,83
Penting	46	38,33

Pedagang membagi informasi teknis budidaya kakao dengan petani jika dibutuhkan		
Tidak Penting	56	46,67
Kurang Penting	19	15,83
Penting	45	37,50
Pedagang dan petani saling terbuka dalam informasi		
Tidak Penting	30	25,00
Kurang Penting	41	34,17
Penting	49	40,83
Petani memiliki hubungan jangka panjang dengan pedagang		
Tidak Penting	42	35,00
Kurang Penting	47	39,17
Penting	31	25,83
Pedagang memiliki interaksi social dengan petani		
Tidak Penting	62	51,67
Kurang Penting	11	9,17
Penting	47	39,17
Pedagang membagi informasi tentang cara menjaga kualitas biji kakao dengan petani, jika dibutuhkan		
Tidak Penting	45	37,50
Kurang Penting	27	22,50
Penting	48	40,00
Pedagang membagi informasi pasar dan keuangan dengan petani jika dibutuhkan		
Tidak Penting	44	36,67
Kurang Penting	45	37,50
Penting	31	25,83

Dari Tabel 6 di atas, tampak bahwa pentingnya intergrasi pelanggan dilihat dari Kemana Penjualan Biji Kakao menunjukkan sebanyak 98 orang atau (81,67%) menyatakan ke pedagang pengumpul kecil, 10 orang atau (8,33%) menyatakan ke pedagang pengumpul kecil dan 12 orang atau 10,00% menyatakan ke Rentenir.

Dari aspek Petani dan pedagang melakukan pertemuan rutin menunjukkan sebanyak 48 orang atau (40,00%) menyatakan tidak penting, 46 orang atau (38,33%) menyatakan kurang penting dan 26 orang atau 21,67% menyatakan penting.

Dari aspek Petani memiliki kemampuan untuk mengantarkan hasil produksi kakaonya secara cepat ke pedagang untuk dijual menunjukkan sebanyak 11 orang atau (9,17%) menyatakan tidak penting, 34 orang atau (28,33%) menyatakan kurang penting dan 75 orang atau 62,50% menyatakan penting.

Dari segi Petani bekerjasama dengan pedagang dalam mengembangkan suatu program/kegiatan peningkatan produksi kakao menunjukkan sebanyak 43 orang atau (35,83%) menyatakan tidak penting, 23 orang atau (19,17%) menyatakan kurang penting dan 54 orang atau 45,00% menyatakan penting.

Dari segi Pedagang memberikan masukan terhadap kualitas biji kakao yang diproduksi oleh petani menunjukkan sebanyak 35 orang atau (31,67%) menyatakan tidak penting, 9 orang atau (7,50%) menyatakan kurang penting dan 76 orang atau 63,33% menyatakan penting.

Dari segi Petani dan pedagang bekerjasama untuk memperkirakan pertumbuhan permintaan biji kakao di pasaran menunjukkan sebanyak 38 orang atau (31,67%) menyatakan tidak penting, 42 orang atau (35,00%) menyatakan kurang penting dan 40 orang atau 33,33% menyatakan penting.

Dari segi Petani memiliki kemampuan untuk selalu memuaskan pedagang dengan kualitas kakao yang baik menunjukkan sebanyak 37 orang atau (30,83%) menyatakan tidak penting, 37 orang atau (30,83%) menyatakan kurang penting dan 46 orang atau 38,33% menyatakan penting.

Dari segi Pedagang membagi informasi teknis budidaya kakao dengan petani jika dibutuhkan menunjukkan sebanyak 56 orang atau (46,67%) menyatakan tidak penting, 19 orang atau (15,83%) menyatakan kurang penting dan 45 orang atau 37,50% menyatakan penting.

Dari segi Pedagang dan petani saling terbuka dalam informasi menunjukkan sebanyak 30 orang atau (25,00%) menyatakan tidak penting, 41 orang atau (34,17%) menyatakan kurang penting dan 49 orang atau 40,83% menyatakan penting.

Dari segi Petani memiliki hubungan jangka panjang dengan pedagang menunjukkan sebanyak 42 orang atau (35,00%) menyatakan tidak penting, 47 orang atau (39,17%) menyatakan kurang penting dan 31 orang atau 25,83% menyatakan penting.

Dari segi Pedagang memiliki interaksi sosial dengan petani menunjukkan sebanyak 62 orang atau (51,67%) menyatakan tidak penting, 11 orang atau (9,17%) menyatakan kurang penting dan 47 orang atau 39,17% menyatakan penting.

Dari segi Pedagang membagi informasi tentang cara menjaga kualitas biji kakao dengan petani, jika dibutuhkan menunjukkan sebanyak 45 orang atau (37,50%) menyatakan tidak penting, 27 orang atau (22,50%) menyatakan kurang penting dan 48 orang atau 40,00% menyatakan penting.

Dari segi Pedagang membagi informasi pasar dan keuangan dengan petani jika dibutuhkan menunjukkan sebanyak 44 orang atau (36,67%) menyatakan tidak penting, 45 orang atau (37,50%) menyatakan kurang penting dan 31 orang atau 25,83% menyatakan penting.

G. Integrasi Pemasok

Petani dan Pedagang Kakao yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini sebanyak 120 orang, dengan karakteristik Pentingnya Integrasi dengan pemasok.

Tabel 7. Integrasi Internal

	Jumlah Petani dan pedagang kakao	% dari Total Petani dan Pedagang
Sumber Pasokan Sarana		
Produksi		
Pedagang Saprodi	84	70,00
UPH	0	0,00
Pemerintah Daerah	27	22,50
Organisasi Non Pemerintah	2	1,67
Toko Tani	7	5,83
Pemasok secara rutin menghubungi petani terkait dengan kebutuhan saprodi		
Tidak Penting	31	25,83
Kurang Penting	58	48,33

Penting	31	25,83
Pemasok bekerja dalam bentuk kemitraan dengan petani		
Tidak Penting	41	34,17
Kurang Penting	35	29,17
Penting	44	36,67
Pemasok memiliki kemampuan untuk mengantarkan saprodi secara cepat kepada petani		
Tidak Penting	33	27,50
Kurang Penting	50	41,67
Penting	37	30,83
Pemasok bekerjasama dengan petani dalam mengembangkan program/kegiatan penghematan biaya dalam memproduksi kakao		
Tidak Penting	48	40,00
Kurang Penting	30	25,00
Penting	42	35,00
Petani memberikan saran terhadap kualitas saprodi yang diberikan oleh pemasok		
Tidak Penting	48	40,00
Kurang Penting	34	28,33
Penting	38	31,67
Pemasok memiliki kemampuan untuk memuaskan petani dalam penyediaan saprodi		
Tidak Penting	48	40,00
Kurang Penting	33	27,50
Penting	39	32,50
Pemasok memiliki kemampuan memberikan bimbingan budidaya tanaman kakao yang baik pada petani		
Tidak Penting	57	47,50
Kurang Penting	24	20,00
Penting	39	32,50
Pemasok berbagi informasi dengan petani jika dibutuhkan		
Tidak Penting	41	34,17
Kurang Penting	36	30,00
Penting	43	35,83
Pemasok memiliki interkasi sosial dengan petani		

Tidak Penting	48	40,00
Kurang Penting	23	19,17
Penting	49	40,83

**Pemasok dan petani
memiliki hubungan jangka
panjang**

Tidak Penting	56	46,67
Kurang Penting	38	31,67
Penting	26	21,67

Dari Tabel 6.7 di atas, tampak bahwa pentingnya intergrasi pemasok dilihat dari sumber pasokan sarana produksi menunjukkan sebanyak 84 orang atau (70,00%) menyatakan ke pedagang saprodi, 27 orang atau (22,50%) menyatakan ke pemerintah, 2 orang atau 1,67% menyatakan ke organisasi non Pemerintah dan 7 orang atau 5,83% menyatakan ke Toko Tani.

Dari aspek Pemasok secara rutin menghubungi petani terkait dengan kebutuhan saprodi menunjukkan sebanyak 31 orang atau (25,83%) menyatakan tidak penting, 58 orang atau (48,33%) menyatakan kurang penting dan 31 orang atau 25,83% menyatakan penting.

Dari aspek Pemasok bekerja dalam bentuk kemitraan dengan petani menunjukkan sebanyak 41 orang atau (34,17%) menyatakan tidak penting, 35 orang atau (29,17%) menyatakan kurang penting dan 44 orang atau 36,67% menyatakan penting.

Dari segi Pemasok memiliki kemampuan untuk mengantarkan saprodi secara cepat kepada petani menunjukkan sebanyak 33 orang atau (27,50%) menyatakan tidak penting, 50 orang atau (41,67%) menyatakan kurang penting dan 37 orang atau 30,83% menyatakan penting.

Dari segi menunjukkan Pemasok bekerjasama dengan petani dalam mengembangkan program/kegiatan penghematan biaya dalam memproduksi kakao sebanyak 48 orang atau (40,00%) menyatakan tidak penting, 30 orang atau (25,00%) menyatakan kurang penting dan 42 orang atau 35,00% menyatakan penting.

Dari segi Petani memberikan saran terhadap kualitas saprodi yang diberikan oleh pemasok menunjukkan sebanyak 48 orang atau (40,00%) menyatakan tidak penting, 33 orang atau (27,50%) menyatakan kurang penting dan 39 orang atau 32,50% menyatakan penting.

Dari segi Pemasok memiliki kemampuan untuk memuaskan petani dalam penyediaan saprodi menunjukkan sebanyak 57 orang atau (40,50%) menyatakan tidak penting, 24 orang atau (20,00%) menyatakan kurang penting dan 39 orang atau 32,50% menyatakan penting.

Dari segi Pemasok memiliki kemampuan memberikan bimbingan budidaya tanaman kakao yang baik pada petani menunjukkan sebanyak 41 orang atau (34,17%) menyatakan tidak penting, 36 orang atau (30,00%) menyatakan kurang penting dan 43 orang atau 35,83% menyatakan penting.

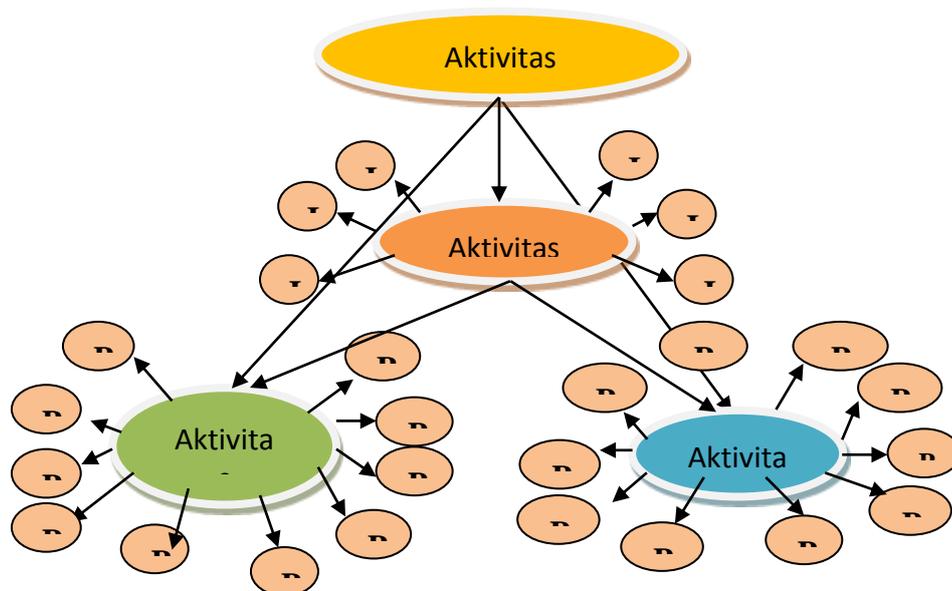
Dari segi Pemasok berbagi informasi dengan petani jika dibutuhkan menunjukkan sebanyak 48 orang atau (40,00%) menyatakan tidak penting, 23 orang atau (19,17%) menyatakan kurang penting dan 49 orang atau 40,83% menyatakan penting.

Dari segi Pemasok memiliki interkasi sosial dengan petani menunjukkan sebanyak 56 orang atau (46,67%) menyatakan tidak penting, 38 orang atau (31,67%) menyatakan kurang penting dan 26 orang atau 21,67% menyatakan penting.

H. Ruang Lingkup Dan Hubungan Antara Berbagai Aspek Integrasi Rantai Pasok

Ruang lingkup dan hubungan antara berbagai aspek integrasi rantai pasok kakao berikut proses integrasi yang melewati tiga tahapan yang berbeda. Pada tahap I, ada integrasi'sangat rendah'; dalam tahap II internal petani kakao mengintegrasikan semua kegiatan pembelian dan pemasaran kakao; akhirnya, pada tahap III, integrasi internal yang dicapai dalam tahap II adalah diperpanjang untuk anggota rantai pasokan lain, seperti pelanggan dan pemasok. Penelitian ini menegaskan literatur yang ada dan selaras dengan teori organisasi seperti yang diusulkan oleh Gimenez dan Ventura (2005); Koufteros et al. (2005); Zhao et al. (2011) dan Flynn et al. (2010),

yang menyatakan bahwa, ada tiga tingkatan integrasi yang mengarah ke meningkatkan kinerja dan keunggulan kompetitif. Mereka adalah: integrasi rendah, menengah (parsial) integrasi, dan penuh (lengkap) integrasi. Kesimpulan mereka diambil dari bukti empiris yang sangat kuat setelah pengujian set hipotesis. Hasil mereka menegaskan positif sebagai berikut: Ada tingkat yang sangat rendah integrasi eksternal dalam perusahaan dengan tingkat rendah integrasi internal, korelasi positif antara internal dan eksternal integrasi berarti bahwa integrasi internal kondusif untuk integrasi eksternal dan mereka saling mempengaruhi. Jika petani dan pedagang ingin berkolaborasi dengan pelanggan eksternal dan pemasok, mereka perlu meningkatkan integrasi internal. Itu sebenarnya adalah bahwa tingkat yang lebih tinggi dari integrasi internal berbanding lurus dengan integrasi eksternal, ini menyarankan itu, petani kakao pertama mengintegrasikan internal dan kemudian memperpanjang kerjasama untuk pelanggan dan pemasok.



Gambar 1.
Ruang lingkup dan Hubungan antara Berbagai Aspek Integrasi dan Nilai-Nilai Pentingnya Relatif Indeks.

Indeks kepentingan relatif(RII) yang dilakukan pada faktor-faktor menunjukkan hampir semua mereka adalah penting karena mayoritas berada di atas (0,5) *threshold*. Faktor Integrasi internal (II) Secara periodik melakukan pertemuan diantara petani (RII = 0,972) merupakan faktor yang paling sangat peringkat. Diikuti oleh menyusun program pengembangan kakao secara bersama dengan petani lain '(RII = 0.958), Mudah memperoleh informasi diantara petani (RII = 0,952). Ini berarti bahwa untuk integrasi internal yang akan menyebabkan peningkatan kinerja dan keunggulan kompetitif, 3 faktor di atas harus diberikan prioritas pertama. Faktor Integrasi pelanggan (IP) Pedagang satu sama lain saling berbagi informasi yang dibutuhkan (RII = 0,966) merupakan faktor yang paling sangat peringkat. Diikuti oleh Pedagang memberikan umpan balik tentang kualitas kakao yang diinginkan '(RII = 0.963), Bekerjasama dengan pedagang (RII = 0,961). Ini berarti bahwa untuk integrasi pelanggan yang akan menyebabkan peningkatan kinerja dan keunggulan kompetitif, 3 faktor di atas harus diberikan prioritas pertama. Sementara Faktor Integrasi pemasok (IPk) Pedagang dan petani kakao berbagi informasi yang dibutuhkan satu sama lain (RII = 0,967) merupakan faktor yang paling sangat peringkat. Diikuti oleh Pedagang dan petani kakao bekerjasama satu sama lain '(RII = 0.947), Petani kakao bekerjasama dengan pedagang dalam mengembangkan program (RII = 0,936). Ini berarti bahwa untuk integrasi pemasok yang akan menyebabkan peningkatan kinerja dan keunggulan kompetitif, 3 faktor di atas harus diberikan prioritas pertama.

Kesimpulan

1. Indeks kepentingan relatif(RII) yang dilakukan pada faktor-faktor/variabel menunjukkan hampir semua mereka adalah penting karena mayoritas berada di atas (0,5) *threshold*. Faktor Integrasi internal (II) Secara periodik melakukan pertemuan diantara petani(RII = 0,972) merupakan faktor yang paling sangat peringkat. Faktor Integrasi pelanggan (IP) Pedagang dan petani satu sama lain saling berbagi informasi yang dibutuhkan (RII = 0,966) merupakan faktor yang paling sangat peringkat. Sementara Faktor Integrasi pemasok (IPk) Pedagang dan petani kakao berbagi informasi yang dibutuhkan satu sama lain (RII = 0,967) merupakan faktor yang paling sangat peringkat.
2. Kinerja rantai pasok integrasi dalam pencapaian keunggulan bersaing di Kabupaten Polewali Mandar, bahwa secara umum, ada korelasi positif antara semua tiga aspek variabel integrasi rantai pasokan (II, IP, dan IPk), meningkatkan keuntungan bersaing. Namun, membandingkan variabel individu menunjukkan bahwa tidak semua dari mereka memiliki hubungan yang positif. Signifikan di antara mereka adalah antara integrasi pemasok (IPk) dan integrasi pelanggan (IP) value = 0,629 menunjukkan hubungan positif yang kuat. Hubungan antara peningkatan kinerja dan internal yang integrasi dan antara keunggulan bersaing dan integrasi internal berdua negatif. Tiga aspek integrasi rantai pasokan (II, IP, dan IPk) bersama-sama, menyebabkan peningkatan kinerja. Variabel individu menunjukkan bahwa tidak semua atau sendiri dapat menyebabkan meningkatkan kinerja.

Referensi

- Badan Pusat Statistik [BPS] Provinsi Sulawesi Barat, (2016). *Provinsi Sulawesi Barat Dalam Angka* ISSN: 1978-0400
- Bastian, Indra. (2001). Akuntansi Sektor Publik. Penerbit BPFE, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Bhatnagar, R. and Sohal, A. S., 2005. Supply chain competitiveness: Measuring the impact of location factors, uncertainty and manufacturing practices, *Technovation*, 25 (5), 443-456.
- Cao, M., and Zhang, Q., 2011. . Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm performance. *Journal of Operations Management*, 29, 163-180.
- Chen, C, Y., Leu,J.D and Chiou, C,H., 2006. The impact of e-supply chain capability on competitive advantage and organizational performance, *International Journal of Electronic Business Management*, 4(5), 419-427
- Chopra, S and Meindl, P, 2007. *Supply chain management: Strategy, Planning and Operation*. Uppersaddle River, New Jersey: Pearson
- Fearne, A. 1998. The evolution of partnership in the meat supply chain: Insights from the British beef industry. *supply chain management: An International Journal*, .3 (4), 214-231
- Grant, D.B., 2012, *Logistics management*, Pearson Education, Harlow UK
- Gunasekaran, A. and Ngai, E.W.T., 2012. The future of operations management: An outlook and analysis', *International Journal of Production Economics* 135(2),687-701.
- Hassini, E., Surti, C and Searcy, C., 2012. A literature review and a case study of sustainable supply chains with a focus on metrics', *International Journal of Production Economics* In press(0), [URL:http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S092552731200056](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S092552731200056)
- Jain, J., Dangayach, G.S., , Agarwal,G. and Banerjee, S., 2010. Supply chain management : Literature review and some issues, *Journal of Studies on Manufacturing* 1 (1), 11-25
- Jie, F., Parton, K., Jenkins, R., Cox, R. 2007. Supply Chain Performance Indicators for Australian Beef Industry: An Empirical Analysis
- KPPU, 2009. Kajian industri dan perdagangan kakao, Background paper, URL : www.kppu.go.id/docs/.../positioning_paper_kakao.pdf.
- Lu, D., 2011. *Fundamentals of Supply Chain Management*, Dawei Lu & Ventus Publishing ApS
- Mentzer, J.T., 2008. Rigor versus relevance: why would we choose only one?, *Journal of Supply Chain Management* 44(2), 72-77.
- Narasimhan, R., Jayaram, J., (1998). *Causal linkage in supply chain: An exploratory study of North American manufacturing firms*. *Decision Sciences*, 29(3), 579 – 605
- Otchere,A.F., Annan,J and Anin. E.K, Achieving competitive advantage through supply chain integration in the cocoa industry: A Case study of Olam Ghana Limited and Produce Buying Company Limited, *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, 3 (2), 131-145
- Stevens, G. C., 1989. Integrating the Supply Chains, *International Journal of Physical*



- Distribution and Materials Management, 8(8), 3-8.
- Tsai, Y. L. 2006. Supply chain collaborative practices, 12th International Federation of Purchasing & Supply Management (IFPSM), Salzburg
- Vanany, I dan Arif Rohman, M., 2012. Logistics Systems for Fresh Agricultural Products in Wholesale Market, roceedings of the Asia Pacific Industrial Engineering & Management Systems Conference 2012
- Voss CA. (1988) *Success and Failure in Advanced Manufacturing Technology*. International Journal of Technology Management. 3(3):285-296
- Zhao Li, Huo Baofeng, Sun Linyan and Zhao Xiande (2013), *The impact of supply chain risk on supply chain integration and company performance: a global investigation*, *Supply Chain Management: An International Journal* 18/2 (2013) 115–131
- Zhao X, Huo B, Flynn BB, Yeung JHY. (2007). *The Impact of Power and Relationship Commitment on The Integration Between Manufacturers and Customers in Supply Chain*. Journal of Operations Management. 26(2008):368-388.

