

**KEBUTUHAN AKAN MEDIA LELANG DARING UNTUK KOMODITAS
PERKEBUNAN DI INDONESIA
STUDI KASUS PADA INDUSTRI KOMODITAS TEH**

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh data observasi yang menunjukkan bahwa terdapat inefisiensi pasar dalam industri komoditas teh di Indonesia yang ditandai dengan adanya perilaku kolusif monopsoni yang terjadi dalam proses lelang komoditas teh. Penelitian ini juga didukung dengan adanya asumsi bahwa terdapat kebutuhan para pelaku industri komoditas teh di Indonesia untuk suatu sistem pemasaran yang lebih transparan dan efisien. Untuk merespons hal tersebut, peneliti melakukan penelitian untuk dapat mendefinisikan kebutuhan psikologis para pelaku dalam industri komoditas tersebut dengan mendasarkan pada teori motivasi manusia. Penelitian ini bertujuan untuk 1). Mengkaji kembali rantai pasok dalam industri komoditas teh di Indonesia terutama pada lini pemasaran eksisting dan alternatif yang tersedia dalam industri komoditas teh di Indonesia, 2). Memetakan permasalahan dalam pemasaran komoditas teh di Indonesia dan 3). Mengkaji potensi pengembangan secara berkelanjutan platform *auction marketplace* sebagai pendamping lelang konvensional dalam industri komoditas teh berdasarkan kebutuhan produsen komoditas teh di Indonesia.

Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi di kantor lelang, mewawancarai beberapa narasumber dan juga melakukan survei singkat terbuka terhadap beberapa narasumber lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan mendasar untuk sebuah keterbukaan dalam proses pemasaran komoditas teh di Indonesia dan juga terdapat kebutuhan akan kekuatan dan kekuasaan secara kolektif.

Komoditas, lelang, motivasi manusia, platform, sistem informasi, teh