

ANALISIS PASAR KOMODITAS HORTIKULTURA SAYURAN TANAH KARO : Kasus Kentang dan Bawang Daun

Oleh:
Budiman Hutabarat*)

Abstrak

Pengembangan komoditas sayuran di Sumatera Utara mempunyai harapan yang baik karena propinsi ini memiliki keunggulan kompetitif dalam dua hal: i) komoditas hortikulturanya sangat luas, ii) sumberdaya alamnya mendukung, dan iii) jarak geografisnya sangat dekat kepada pasar luar negeri. Makalah ini ditujukan untuk menyelidiki keragaan dan hubungan antara pasar produsen dan pasar konsumen (dalam negeri dan ekspor) sayuran terutama kentang dan bawang daun di Sumatera Utara. Penelitian ini menyimpulkan bahwa alternatif rantai pemasaran komoditas kentang lebih beragam daripada komoditas bawang daun. Pengimpor utama komoditas hortikultura Sumatera Utara adalah Malaysia dan Singapura. Tetapi peningkatan volume ekspor ini terutama disebabkan oleh terjadinya depresi rupiah terhadap dolar Malaysia dan Singapura. Di dalam negeri sendiri terlihat hubungan yang sangat nyata antara harga produsen dengan harga konsumen.

PENDAHULUAN

Sejak pertengahan tahun 1970-an pemerintah telah menyadari bahwa ekspor nasional ke pasar dunia tidak mungkin tergantung hanya pada beberapa komoditas saja. Kesadaran ini kemudian melandasi lahirnya kebijakan yang menunjang ekspor komoditas non-migas yang lain. Salah satu kelompok komoditas tersebut adalah sayur-sayuran.

Selama Pelita V, di dalam kelompok sayur-sayuran yang ekspornya menonjol adalah kentang, bawang merah, jamur, dan berbagai jenis sayuran lainnya (Departemen Pertanian 1992).

Sejalan dengan penataan kebijakan yang berkaitan langsung dengan perdagangan komoditas diatas, maka sektor produksinya pun disesuaikan agar sasaran-sasaran yang telah digariskan dapat dicapai. Hal ini didekati melalui program intensifikasi sayuran yang dilakukan oleh dinas-dinas terkait.

Peluang-peluang di atas tentu saja perlu dimanfaatkan oleh propinsi Sumatera Utara karena propinsi ini memiliki keunggulan komparatif paling tidak dari dua segi: i) komoditas hortikultura sayur-sayurannya sangat luas di Kabupaten Tanah Karo, ii) Sumberdaya alamnya mendukung untuk

pengembangan hortikultura sayuran, dan iii) jarak geografisnya sangat dekat kepada pasar luar negeri seperti Malaysia dan Singapura (negara-kota).

Nilai ekspor komoditas sayuran dari Sumatera Utara memang masih jauh dari nilai yang dicapai oleh komoditas karet dan kelapa sawit, tetapi perkembangannya sangat pesat; dari AS \$ 5.1 juta pada tahun 1986 menjadi AS \$ 17.4 juta pada tahun 1991 (kenaikan sebesar 241 persen).

Walaupun demikian, potensi perdagangan komoditas sayuran di atas tidak terbatas pada pasar ekspor saja, melainkan juga di pasar dalam negeri, antar kota, antar kabupaten, dan antar propinsi atau pulau.

Makalah ini ditujukan untuk menyelidiki keragaan dan hubungan antara pasar komoditas pasar produsen dan pasar konsumen (dalam negeri dan ekspor) sayuran di Sumatera Utara.

KERANGKA PERMIKIRAN

Untuk mempelajari keragaan pasar komoditas sayuran, tidaklah mungkin meliputi seluruh sayuran

*) Staf Peneliti pada Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.

yang ada, sehingga penelitian ini membatasi diri pada komoditas kentang dan bawang daun di Tanah Karo dan Sumatera Utara.

Penelitian ini melakukan pendekatan melalui wawancara terhadap pelaku-pelaku yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Pelaku-pelaku yang langsung terlibat dalam pemasaran, tentu saja adalah petani, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul Kecamatan, pedagang Kabupaten, pedagang grosir, dan pedagang ekspor, serta koperasi. Kepada mereka dilakukan wawancara yang intensif antara lain tentang kepada pihak mana mereka menjual komoditasnya dan berapa harga yang mereka terima, apa bentuk dan sifat usahanya, bagaimana tingkat persaingan yang mereka hadapi, dan bagaimana bentuk hubungan antar petani produsen dan pedagang.

Sedangkan pihak yang tidak terlibat langsung, seperti kepala desa, PPL, pemimpin informal, petugas pemerintah ditanyakan bagaimana penilaian mereka tentang mekanisme pembentukan harga, dan pemindahan hak atas komoditas dari pihak yang satu terhadap yang lain.

Hubungan pasar produsen dengan konsumen didekati melalui analisis harga di tingkat-tingkat tersebut karena jumlah yang dibutuhkan atau yang disediakan bagi suatu pasar dari daerah produsen seperti Tanah Karo tidak diketahui dan datanya tidak ada, kecuali untuk pasar ekspor. Walaupun data volume dan nilai ekspor dari Sumatera Utara ada, adalah mustahil untuk mengetahui secara tepat berapa volume dan nilai ini yang berasal dari Tanah Karo.

Dengan alasan ini maka penelitian ini menghipotesakan bahwa yang menentukan harga produsen adalah harga konsumen. Dengan perkataan lain, perubahan yang terjadi pada harga konsumen selalu diikuti oleh perubahan pada harga produsen.

Dalam hipotesa ini tersirat bahwa harga di tingkat produsen tidak selalu menggambarkan atau ditentukan oleh biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen. Sehingga dengan tingkat harga yang tertentu tersebut, petani akan menyesuaikan kegiatan produksinya antara lain dengan pemberian pupuk atau pemberantasan hama penyakit, serta gulma yang tidak optimal.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Data

Penelitian ini dilakukan di Propinsi Sumatera Utara pada bulan Februari-April 1992 dengan

mengumpulkan data primer dan sekunder di Kabupaten Tanah Karo dan Kotamadya Medan.

Responden terdiri atas petani, PPL, pedagang desa, pedagang Kecamatan, kelompok tani, KUD, Kepala Desa, dan petugas-petugas dari instansi terkait.

Model

Untuk melihat keterkaitan harga-harga tingkat produsen dengan konsumen, maka makalah ini memformulasikan model sebagai berikut:

$$H_p = a_0 + a_1 H_k + e$$

dengan batasan:

H_p adalah perubahan harga tingkat produsen,
 H_k adalah perubahan harga tingkat konsumen,
 a_0 dan a_1 adalah parameter,
 e adalah galat.

Model semacam ini dapat diduga secara statistik apabila didapat data yang cukup secara deret waktu dan tempat untuk peubah H_p dan H_k . Apabila datanya tidak cukup, maka dilakukan analisis deskriptif biasa. Dari model ini diharapkan a_0 dan a_1 bernilai positif, a_0 menggambarkan faktor pengganda perubahan biaya transaksi, angkutan, dan keuntungan pelaku-pelaku tataniaga sayuran ini; sedangkan a_1 menggambarkan tingkat laju perubahan yang terjadi pada harga produsen, apabila terjadi perubahan yang sangat kecil pada harga konsumen.

CIRI-CIRI PASAR

Jumlah Pedagang

Jika dilihat dari tujuan pemasaran komoditas kentang dan bawang daun, maka ada tiga macam pasarnya yakni; pasar lokal (Tanah Karo), pasar antar daerah, dan pasar ekspor. Kebutuhan untuk penduduk lokal tidak begitu besar sehingga yang paling dominan adalah dua kelompok terakhir.

Pada saat ini tercatat 48 orang yang melakukan perdagangan antar daerah dan ternyata mereka tidak semuanya mengkhususkan diri pada kentang dan bawang daun, melainkan memperjual-belian juga kubis, wortel, tomat, dan lain-lain.

Tujuan pemasarannya menyebar di beberapa kabupaten di Sumatera Utara dan bahkan sampai ke propinsi Aceh. Yang memasok ke Kotamadya

Medan ada sebelas orang, ke Tanjung Balai enam orang, ke Sidikalang lima orang, ke Sibolga empat orang, dan ke propinsi Aceh sepuluh orang; selebihnya memasok ke kota-kota seperti Pangkalan Berandan dan Pangkalan Susu, Pematang Siantar, Perdagangan, Binjai, dan Kisaran.

Ke pasar ekspor pada saat ini tercatat ada 46 pedagang, padahal pada waktu sebelumnya jumlah pedagang ekspor hanya beberapa orang saja. Hal ini dimungkinkan oleh adanya deregulasi dalam perdagangan ekspor komoditas sayuran Sumatera Utara yang sebelumnya diatur oleh SK Menteri Perdagangan No. 931/KP/V/1970.

Pada tahun 1990, surat keputusan ini dicabut dan digantikan oleh SK Menteri Perdagangan No. 145/KP/V/1990, yang memungkinkan masuknya pedagang ekspor yang baru ke dalam sistem perdagangan ekspor sayur-mayur Sumatera Utara. Walaupun demikian, berbagai informasi menyatakan bahwa dari sejumlah 46 pedagang ekspor yang tercatat saat ini, hanya enam pedagang (13 persen) saja yang aktif. Salah satunya adalah PUSKUD.

Kalau hal ini terjadi sesuai dengan permintaan pasar, maka kita tidak perlu cemas. Tetapi apabila pedagang yang tidak aktif ini mengalihkan izin ekspornya ke pedagang yang aktif dengan mekanisme tertentu, maka kita patut khawatir karena jumlah pedagang ekspor yang terbatas dapat menyebabkan persaingan yang tidak sehat dan menurunkan harga pembelian dari petani.

Bentuk Usaha

Secara umum bentuk usaha yang dimiliki oleh pedagang sebagian besar adalah usaha perorangan terutama bagi pedagang-pedagang di tingkat desa. Pedagang-pedagang yang bersifat perantara umumnya berupa usaha kongsi antara pihak agen penerima yang umumnya eksportir dengan beberapa perantara.

Dilihat dari alokasi modal, secara umum pedagang-pedagang yang menangani komoditas kentang hampir sebagian besar modalnya dipakai dalam usaha perdagangan komoditas tersebut. Tabel 1 di bawah ini menunjukkan bahwa bagi pedagang pengumpul desa hampir semua modal yang diusahakan terpusat pada satu komoditas yaitu kentang (95,6 persen). Kenyataan ini terjadi karena: (1) Pedagang pengumpul desa secara umum sangat terikat oleh musim panen dan jenis komoditas dominan di wilayah yang bersangkutan; (2) Perluasan usaha perdagangan ke komoditas lain agak sulit walaupun peluang untuk itu ada; dan (3) Bagi pedagang pengumpul desa yang bertindak sebagai perantara, umumnya komoditas yang diusahakan telah dibatasi dan ditentukan oleh pihak penerima, sehingga mereka akan cenderung mengusahakan komoditas tertentu (umumnya kentang).

Untuk klasifikasi pedagang grosir, alokasi modal untuk sayuran kentang rata-rata 52,5 persen, sedangkan sisa modalnya kebanyakan dialokasikan ke komoditas sayuran lainnya seperti buncis, cabe merah ataupun kol. Apabila dinilai dari alokasi modal yang digunakan untuk jual-beli bawang daun, tampaknya komoditas ini merupakan komoditas sekunder.

Di tingkat pedagang grosir modal yang dialokasikan untuk komoditas ini hanya 0,5 persen, sedangkan pada tingkat pedagang antar pulau 15,0 persen. Kondisi ini mencerminkan bahwa porsi perhatian pedagang terhadap komoditas ini masih rendah.

Beberapa penyebab kecilnya alokasi modal pedagang terhadap komoditas tersebut antara lain: (1) Pemanenan komoditas ini umumnya tidak mengenal musim dan sedikit-sedikit secara bertahap, sehingga hasil produksi yang akan dibeli pedagang setiap hari selalu ada walaupun volumenya terbatas; (2) Sifat barangnya yang memiliki bobot yang relatif rendah dan harga murah; dan (3) Kebutuhan konsumen relatif masih sedikit.

Tabel 1. Rataan alokasi modal bagi pedagang sayuran menurut jenis sayuran yang ditangani di Tanah Karo, Sumatera Utara, 1991.

| Komoditas yang diusahakan | Besar alokasi modal (%) | Klasifikasi pedagang |
|---------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Kentang | 95,6 | - Pedagang pengumpul desa |
| | 52,5 | - Pedagang grosir |
| Bawang daun | 15 | - Pedagang antar propinsi |
| | 0,5 | - Pedagang grosir |

Sifat Usaha

Dilihat dari ciri pedagang contoh tampak bahwa usaha dagang umumnya merupakan usaha pokok. Sementara bagi sebagian pedagang pengumpul di tingkat desa yang umumnya merangkap sebagai petani, usaha ini adalah usaha sampingan (Tabel 2).

Sementara itu pedagang pengumpul tingkat desa hanya dijumpai pada wilayah-wilayah penghasil utama kentang, sedangkan pada desa-desa contoh dengan hasil utama bawang daun tidak dijumpai pedagang pengumpul tingkat desa. Hal ini disebabkan karena secara umum kebanyakan petani cenderung menjual sendiri hasil produksinya langsung ke pasar terdekat, untuk memperpendek mata rantai pemasaran. Langkah ini dilakukan untuk mendapatkan margin pemasaran yang lebih tinggi.

Saluran Pembelian dan Penjualan

Dilihat dari mekanisme pasar, saluran distribusi komoditas kentang agak berbeda dengan bawang daun. Hal ini disebabkan karena kentang merupakan komoditas yang banyak dibudidayakan oleh petani, sehingga menciptakan banyak kemungkinan rantai perdagangan, dari tingkat desa sampai pengeksport, sementara bawang daun mempunyai saluran pemasaran yang lebih pendek karena merupakan komoditas yang ditanam dan dipanen dalam jumlah sedikit-sedikit dan bertahap (lihat Gambar 1 dan 2).

Jadi bagi petani kentang, banyak pilihan pedagang sebagai tujuan pemasaran. Pada saat musim panen banyak pedagang masuk ke desa, sehingga mereka akan leluasa pada pedagang mana

Tabel 2. Ciri-ciri pedagang contoh, 1991.

| Klasifikasi pedagang | Rataan lama pendidikan (tahun) | Sifat usaha | Bentuk usaha | Komoditas yang ditangani |
|----------------------------|--------------------------------|------------------------|--------------|--|
| 1. Pedagang pengumpul desa | 6 | - pokok - sampingan | - perorangan | - kentang |
| 2. Grosir | 6 | - pokok | - perorangan | - kentang, buncis |
| 3. Antar propinsi/pulau | 12 | - pokok | - perorangan | - bawang daun, kol bunga, buncis tomat, cabe |
| 4. Perantara pengeksport | 12 | - pokok | - kongsi | - kentang, buncis, bawang daun, wortel |

Tingkat Persaingan

Hasil pengamatan lapang menunjukkan bahwa tingkat persaingan antar pedagang umumnya berlaku pada setiap mata rantai, hanya saja persaingan ini tampak lebih menonjol pada mata rantai yang terdekat dengan petani, seperti terlihat pada persaingan antara sesama pedagang pengumpul pada desa yang sama dan menangani komoditas yang sama.

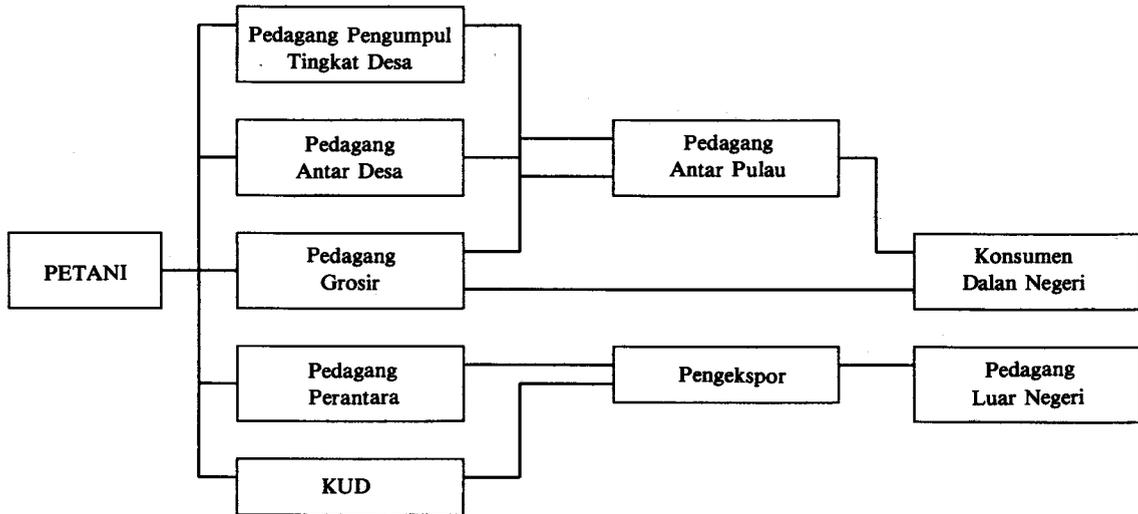
Di tingkat pedagang grosir persaingan tersebut tidak begitu nyata, sebab masing-masing pedagang umumnya menangani komoditas tertentu. Memang ada beberapa pedagang grosir menangani komoditas yang sama, tetapi pemasok barang dagangan baik dari petani maupun pedagang desa banyak, sehingga persaingan antar mereka adalah longgar.

mereka akan menjual kentangnya. Namun dijumpai pula banyak petani yang telah terikat oleh pedagang tertentu melalui pinjaman-pinjaman berupa saprodi maupun uang, sehingga mereka tidak leluasa untuk menjual hasil panennya.

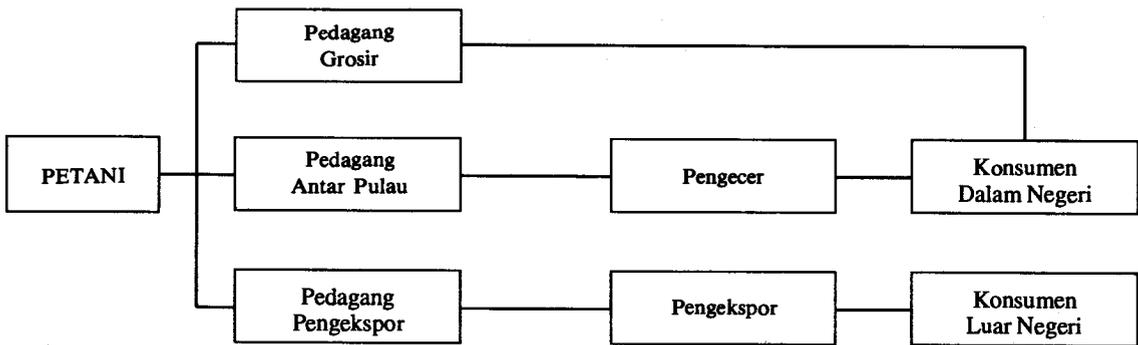
Ketatnya persaingan antar pedagang, di tingkat desa ini cenderung menimbulkan praktek-praktek pembelian yang tidak sehat.

Peranan KUD untuk menampung hasil usahatani kentang maupun bawang daun masih sangat sedikit. KUD tampaknya lebih berperan dalam upaya memasok saprotran termasuk pupuk dan obat-obatan, padahal petani sangat mengharapkan KUD ini dapat menjadi jalur alternatif pemasaran hasil yang handal.

Hambatan yang dialami oleh lembaga KUD dalam usaha jual-beli komoditas hortikultura ini



Gambar 1. Saluran pembelian dan penjualan kentang di Sumatera Utara.



Gambar 2. Saluran pembelian dan penjualan bawang daun di Sumatera Utara.

adalah terbatasnya modal dan fasilitas, serta terbatasnya kemampuan manajemen pemasaran.

MEKANISME PEMBENTUKAN HARGA

Para pedagang sayuran berpendapat bahwa tidak ada jenis sayuran yang bersifat substitusi maupun komplementer di dalam usahanya. Naik turunnya harga tergantung permintaan pasar dan produksi.

Secara umum perubahan produksi sayuran dipengaruhi oleh musim. Hal ini menyebabkan adanya gejolak produksi, sementara permintaan relatif tetap dan umumnya para pedagang ber-

pendapat bahwa prospek untuk semua jenis sayuran adalah sama.

Respon pedagang terhadap perubahan harga sayuran menunjukkan bahwa jika harga jual berubah cukup besar, maka pedagang berani menaikkan harga beli 29,6 persen, dan jika harga turun maka harga pembelian hanya turun 18,6 persen.

Pada perubahan harga jual dan harga beli yang relatif kecil, perubahan harga beli jika harga naik atau jika harga turun adalah sama yaitu 16,7 persen. Dengan demikian terlihat adanya ketidaksetangkupan antara perubahan harga pembelian apabila harga naik dan apabila harga turun terutama jika perubahan ini besar. Dalam setiap keadaan, pedagang selalu diuntungkan.



PASAR EKSPOR SAYUR-MAYUR SUMATERA UTARA

Berbeda dari anggapan kita selama ini yakni Singapura merupakan pengimpor utama komoditas sayur-mayur Indonesia ternyata Tabel 3 memperlihatkan bahwa sebenarnya Malaysia lah yang lebih tepat.

Dilihat dari nilai dan volume ternyata Singapura hanya mengimpor sepertiga dari jumlah yang diimpor Malaysia. Sementara dari sisi nilai, impor kedua negara ini memang menaik terus dengan laju yang lebih tinggi bagi Singapura (25 persen) daripada Malaysia (17 persen). Tetapi dari segi volume impor Singapura bertumbuh dengan laju 19 persen, tetapi bergejolak selama tujuh tahun terakhir, sedangkan impor Malaysia secara mantap menaik terus dengan laju pertumbuhan sekitar 16 persen.

kat terus baik dilihat dari nilai maupun volumenya dengan laju masing-masing sebesar 21 dan 17 persen. Kalau saja laju ini dapat dipertahankan, maka subsektor hortikultura kita juga akan terimbas untuk bertumbuh walaupun tidak sebesar laju tersebut. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh persentase volume ekspor terhadap produksi total dalam negeri dan keelastisan permintaan impor komoditas sayur-mayur kita di luar negeri.

Malaysia

Seperti disebutkan di atas, Malaysia merupakan negara pengimpor utama hasil sayur-mayur Indonesia dilihat dari nilai dan volume. Jenis sayuran yang telah sejak lama merebut pasaran Malaysia adalah kubis dan kentang. Oleh Malaysia komo-

Tabel 3. Ekspor sayur mayur Sumatera Utara ke Singapura, Malaysia, dan Negara Lain : 1985 - 1991.

| | Negara tujuan | | | Total |
|----------------------|-------------------------------|----------|-------------|---------|
| | Singapura | Malaysia | Negara lain | |
| | ----- Nilai (US\$1,000) ----- | | | |
| 1985 | 1.735 | 4.487 | | 6.222 |
| 1986 | 1.398 | 3.723 | | 5.121 |
| 1987 | 1.215 | 4.559 | | 5.775 |
| 1988 | 1.853 | 7.611 | 55 | 9.464 |
| 1989 | 4.256 | 8.192 | 353 | 12.503 |
| 1990 | 5.011 | 7.811 | 552 | 13.175 |
| 1991 | 6.155 | 11.771 | 113 | 17.448 |
| Laju pertumbuhan (%) | 25 | 17 | 113 | 21 |
| | ----- Volume (ton) ----- | | | |
| 1985 | 14.581 | 43.298 | | 57.879 |
| 1986 | 12.253 | 38.074 | | 50.327 |
| 1987 | 9.295 | 43.835 | | 53.130 |
| 1988 | 13.948 | 74.285 | | 88.233 |
| 1989 | 30.151 | 75.068 | 328 | 105.547 |
| 1990 | 33.619 | 76.476 | 1.953 | 112.048 |
| 1991 | 30.101 | 98.168 | 2.978 | 131.247 |
| Laju pertumbuhan (%) | 19 | 16 | 110 | 21 |

Sumber: Kanwil Departemen Perdagangan Sumatera Utara (1991) (diolah).

Meskipun demikian impor negara-negara lain tidak dapat diabaikan. Dalam tiga tahun terakhir ini impor negara lain sudah berkembang, mungkin merupakan dampak kebijakan peningkatan ekspor komoditas non-migas kita. Laju pertumbuhannya dari segi nilai dan volume adalah besar dengan nilai berturut-turut 113 dan 110 persen.

Dalam Tabel 3 pun terlihat juga bahwa sejak tahun 1986 ekspor sayur-mayur Indonesia mening-

ditas-komoditas ini dibersihkan, dipilah-pilah, dikemas dalam wadah yang lebih menarik lalu diekspor kembali ke negara lain, tentunya dengan harga yang lebih tinggi meskipun demikian harga ini masih lebih rendah daripada harga komoditas yang sama dari negara lain.

Jadi, pada dasarnya Malaysia hanya melakukan pengolahan pasca-panen komoditas ekspor kita dan mereka memperoleh nilai tambahnya.

Dapat dikatakan bahwa Malaysia merupakan pintu masuk kubis dan kentang Indonesia di Asia untuk kemudian diperdagangkan kembali ke pasar dunia.

Singapura

Singapura mengimpor beberapa komoditas sayuran dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya dan untuk diekspor kembali ke negara-negara lain yang membutuhkan.

Sebagai misal, untuk komoditas kentang dan cabe merah, pada tahun 1988 dan 1989, Singapura mengimpor masing-masing sebesar 395.316 dan 371.073 ton, dengan nilai S\$ 287,1 juta dan S\$ 251,7 juta (Tabel 4). Sedangkan, Indonesia sebagai sebuah negara pengekspor, mengirimkan sebesar 25.846 dan 45.500 ton untuk tahun 1988 dan 1989, dengan nilai S\$ 11,4 dan S\$ 17,5 juta, sehingga pangsa pasar Indonesia hanyalah 4,1 persen pada tahun 1988 dan 7,0 persen pada tahun 1989 (Departemen Perdagangan, 1991).

Negara pesaing yang utama sebagai pengekspor ke Singapura adalah RR Cina dan Malaysia yang memasok sekitar 47,4 dan 45,2 dari impor total kentang dan cabe merah pada tahun 1988 dan 1989, dengan nilai sekitar 34,4 dan 37,6 persen dari nilai impor total.

Beberapa hal yang menarik dari Tabel 4 antara lain:

1. Volume impor tidak berkorelasi positif dengan nilainya. Hal ini terlihat misalnya dari komoditas kentang dan cabe merah yang di impor Singapura dari Australia. Apabila dilihat dari

volume, besarnya masih dibawah India dan Indonesia, tetapi apabila ditilik dari nilai uangnya jauh di atas keduanya. Tampaknya pengimpor atau pedagang grosir Singapura memberlakukan diskriminasi harga berdasarkan asal, mutu atau jenis komoditas.

2. Nilai impor dari Indonesia menaik pada tahun 1989 di atas Taiwan, Muangthai, Amerika Serikat, dan Belanda.
3. Nilai Impor dari RR Cina, Malaysia, Australia, dan India menaik, sedangkan dari Taiwan, Muangthai, negara Asia lain, Amerika Serikat, dan Belanda menurun pada tahun 1989. Hal ini menunjukkan bahwa pangsa pasar Indonesia masih mungkin ditingkatkan sehingga dapat setara dengan India. Mungkin Malaysia sulit untuk dilampaui karena ada keterkaitan antara produksi Malaysia dengan pasar Singapura. Menurut informasi, para importir Singapura banyak yang memiliki perkebunan sayur-sayuran di Malaysia. Dengan demikian, secara alamiah mereka akan berusaha memasukkan hasil produksinya sendiri.

Di Tanah Karo informasi serupa juga telah terdengar, yakni pedagang ekspor ada yang mengelola sendiri lahannya (dapat dengan menyewa lahan petani atau dengan memodali petani setempat untuk membudidayakan komoditas yang akan diekspor). Umumnya pedagang ekspor seperti ini mempunyai hubungan yang erat dengan pedagang impor di Singapura, malahan ada yang mempunyai hubungan darah. Oleh karena itu tidaklah mustahil bahwa berdasarkan fakta yang diperlihatkan oleh

Tabel 4. Nilai dan volume impor kentang dan cabe merah Singapura berdasarkan Negara asal 1988-1989.

| Negara asal | 1988 | | | | 1989 | | | |
|------------------|----------------|-------|----------------|-------|----------------|-------|----------------|-------|
| | Nilai (S\$100) | % |
| RR Cina | 52.155 | 18,2 | 71.962 | 18,2 | 48.840 | 19,4 | 60.209 | 12,8 |
| Malaysia | 46.449 | 16,2 | 115.427 | 29,2 | 45.762 | 18,2 | 101.618 | 27,4 |
| Australia | 37.435 | 13,0 | 24.473 | 6,2 | 41.671 | 16,5 | 40.267 | 10,9 |
| India | 29.989 | 9,1 | 38.109 | 9,6 | 23.910 | 9,5 | 41.765 | 11,2 |
| Taiwan | 25.589 | 8,9 | 24.711 | 6,3 | 15.729 | 6,2 | 16.900 | 4,6 |
| Muangthai | 18.357 | 6,6 | 23.006 | 5,8 | 13.855 | 5,5 | 15.771 | 4,3 |
| Negara Asia lain | 18.215 | 6,3 | 24.231 | 6,1 | 13.420 | 5,3 | 16.732 | 4,5 |
| Amerika Serikat | 15.035 | 5,2 | 8.567 | 2,2 | 7.292 | 2,9 | 4.490 | 1,2 |
| Belanda | 12.811 | 4,5 | 18.486 | 4,7 | 6.337 | 2,5 | 7.328 | 2,0 |
| Indonesia | 11.461 | 4,1 | 25.846 | 6,5 | 17.503 | 7,0 | 45.500 | 12,3 |
| Negara lain | 19.117 | 7,6 | 20.498 | 5,2 | 17.517 | 7,0 | 14.518 | 3,8 |
| Total | 287.113 | 100,0 | 395.316 | 100,0 | 251.736 | 100,0 | 317.073 | 100,0 |

Sumber: Departemen Perdagangan, 1991 (diolah).

Tabel 3, yakni nilai dan volume impor sayur-mayur Malaysia dari Sumatera Utara hampir tiga kali lipat lebih besar daripada impor Singapura, Malaysia mengimpor komoditas sayur-mayur dari Sumatera Utara karena jaraknya lebih dekat, lalu mengekspor kembali komoditas sayur-mayur Indonesia tersebut ke Singapura, seperti dikemukakan dalam anak bab sebelumnya.

Apakah cara seperti di atas dapat diterapkan di Indonesia, barangkali perlu dikaji lebih lanjut. Yang jelas, kita perlu memikirkan agar proses produksi dan pemasaran dapat terpadu dengan baik.

Pengeksporan sayur ke Singapura mempunyai prospek yang baik karena: 1) Singapura tidak mengenakan bea masuk bagi barang-barang impor dan pengimpornya dapat dilakukan oleh siapa saja. Kecuali untuk sayur-mayur yang berasal dari Brazil, Pulau-pulau Karibia, Costa Rica, Guatemala, Guyana, Honduras, Mexico, Peru, Salvador, dan Venezuela. Pengekspor dari negara-negara tersebut harus memiliki izin dari Direktur Produksi Primer dan Sertifikat "phytosanitary"; 2) Kebutuhan Singapura besar terutama untuk konsumsi dalam negeri dan untuk diekspor kembali; 3) Saluran distribusinya relatif pendek, yakni pengimpor/pedagang grosir-pengecer-konsumen, yang melalui pasar induk sayur-mayurnya yang terletak di pantai barat Singapura (Departemen Perdagangan, 1991).

KETERKAITAN HARGA PRODUSEN DAN KONSUMEN

Dilihat dari perkembangan harga, ternyata selama kurun waktu enam tahun terakhir di pasar Malaysia harga-harga komoditas kentang (dalam dolar Malaysia) meningkat dengan laju masing-

masing 3,2 persen, sedangkan untuk bawang daun harganya cenderung dengan -20 persen.

Bertolak belakang dengan keadaan di Malaysia komoditas kentang dan bawang daun cenderung mempunyai harga yang menurun terus apabila dinilai dengan mata uang dolar Singapura. Laju penurunan yang paling besar dialami oleh bawang daun -3,1 persen dan kentang -1,3 persen (Tabel 5).

Apabila harga-harga Malaysia dan Singapura ditukar ke dalam mata uang rupiah (dengan nilai tukar yang berlaku saat itu), maka kesimpulannya tidak berbeda, kecuali pada kasus Singapura.

Harga-harga Singapura dalam nilai rupiah menaik terus. Harga kentang di Singapura menaik dengan laju 5,0 persen dan harga bawang daun naik dengan laju 4,3 persen. Hal ini disebabkan oleh terjadinya peningkatan (apresiasi) nilai dolar Singapura terhadap rupiah atau depresiasi nilai rupiah terhadap dolar Singapura dari tahun ke tahun, yang memang sejak tahun 1986 dibiarkan mengikuti mekanisme pasar. (Nilai tukar dolar Singapura terhadap rupiah bertumbuh dengan laju 7,6 persen per tahun, sedangkan dolar Malaysia hanya dengan laju 1,4 persen per tahun).

Di Tanah Karo sendiri, laju pertumbuhan harga kentang dan bawang daun adalah hampir sama yakni 5,9 persen dan 5,3 persen berturut-turut.

Tabel 7 memperlihatkan bahwa koefisien-koefisien hubungan harga produsen dan harga konsumen sangat nyata, untuk kedua komoditas sayuran yang diteliti di Sumatera Utara, dan koefisien tersebut bernilai lebih kecil dari satu. Selanjutnya pengujian hipotesis tentang apakah nilai-nilai ini bernilai lebih besar atau sama dengan satu, maka untuk kentang hipotesisnya ditolak dan untuk bawang daun diterima. Hal ini menunjukkan bahwa agaknya kentang yang berasal dari Tanah

Tabel 5. Perkembangan harga tahunan kentang, dan bawang daun asal Sumatera Utara di Malaysia dan Singapura, 1986 - 1991.

| Tahun | Komoditas | | | | | | | |
|----------------------|-----------|------|-----------|------|-------------|-------|-----------|------|
| | Kentang | | | | Bawang Daun | | | |
| | Malaysia | | Singapura | | Malaysia | | Singapura | |
| | (M\$) | (Rp) | (S\$) | (Rp) | (M\$) | (Rp) | (S\$) | (Rp) |
| 1986 | 0.64 | 404 | 0.68 | 518 | | | | |
| 1987 | 0.65 | 430 | 0.56 | 537 | | | | |
| 1988 | 0.60 | 386 | 0.72 | 646 | 1.20 | 772 | 1.45 | 1301 |
| 1989 | 0.68 | 454 | 0.57 | 544 | 0.80 | 534 | 1.30 | 1242 |
| 1990 | 0.68 | 458 | 0.59 | 611 | 0.80 | 539 | 1.26 | 1305 |
| 1991 | 0.68 | 464 | 0.63 | 704 | | | 1.32 | 1476 |
| Laju pertumbuhan (%) | 3.2 | 3.0 | -1.3 | 5.0 | -20.3 | -18.0 | -3.1 | 4.3 |

Tabel 6. Perkembangan harga tahunan kentang, dan bawang daun di Tanah Karo, 1986 – 1991.

| Tahun | Komoditas | |
|----------------------|-----------|-------------|
| | Kentang | Bawang Daun |
| 1986 | 236 | 372 |
| 1987 | 227 | 467 |
| 1988 | 299 | 588 |
| 1989 | 237 | 432 |
| 1990 | 310 | 546 |
| 1991 | 309 | 451 |
| Laju pertumbuhan (%) | 5,9 | 5,3 |

Karo bukanlah pemasok utama kentang ke Pusat Pasar Medan.

Kesimpulan ini didukung oleh uraian pada anak bab sebelumnya yang menyatakan bahwa kentang Tanah Karo banyak yang diekspor ke pasar-pasar luar negeri seperti Malaysia dan Singapura, yang transaksinya dilakukan di Berastagi (sekitar 20 km dari Kaban Jahe, Ibukota Kabupaten Tanah Karo) atau di Kaban Jahe.

Kenaikan harga 1 persen di Pusat Pasar Medan akan diikuti oleh kenaikan harga di Tanah Karo sebesar 0,8 persen. Hal ini menandakan bahwa perubahan harga konsumsi ini tidak secara efektif dinyatakan dalam perubahan harga produsen, karena adanya kemungkinan pedagang-pedagang di pasar konsumen yang memanfaatkan keadaan ini untuk keuntungannya.

Untuk komoditas bawang daun, terlihat besarnya peranan perubahan harga di Pusat Pasar Medan pada harga di Tanah Karo. Kenaikan 1 persen harga di Medan akan menaikkan harga Tanah Karo sebesar 1,05 persen. Artinya kenaikan harga di pasar konsumen secara efektif diikuti oleh kenaikan harga di pasar produsen.

Selanjutnya, pedagang perantara akan memperoleh imbalan jasa untuk biaya transaksi, angkutan, dan keuntungan dengan faktor sebesar 1 (exp 0.0097) dan 1 (exp - 0.0039) bagi kentang dan bawang daun berturut-turut (Tabel 7).

KESIMPULAN DAN SARAN KEBIJAKAN

Kesimpulan

Pola pemasaran kentang di Sumatera Utara, sebagian besar dicirikan oleh petani yang menjual kentangnya ke pedagang pengumpul desa, walaupun ada beberapa agen eksportir melakukan pembelian sampai ke tingkat petani. Untuk komoditas bawang daun peranan pedagang pengumpul belum nampak, kebanyakan petani menjual langsung ke pasar atau grosir. KUD sebagai salah satu lembaga ekonomi masyarakat desa belum banyak perannya dalam menyerap hasil sayuran. Hambatan yang dialami oleh lembaga ini adalah terbatasnya modal dan fasilitas untuk menangani komoditas, serta terbatasnya kemampuan manajemen pemasaran. Dalam kegiatan usahatani sayuran KUD lebih berperan sebagai pemasok saprotan termasuk pupuk dan obat-obatan.

Pedagang mempunyai reaksi yang pada perubahan harga yang besar dan pada perubahan harga yang kecil terhadap harga pembeliannya. Perubahan harga pembelian lebih besar pada keadaan harga naik daripada harga turun.

Pasar ekspor utama sayuran Sumatera Utara adalah Malaysia kemudian diikuti oleh Singapura. Namun kedua negara ini mengeksport kembali ke negara lain karena kebutuhan dalam negerinya tidak besar. Laju perkembangan ekspor ini adalah pesat, masing-masing 21 persen dari nilai ekspor dan 17 persen dari volume ekspor. Selain itu impor langsung dari negara-negara lain juga semakin meningkat.

Harga impor komoditas kentang dan kubis Indonesia di Malaysia jauh lebih rendah daripada harga komoditas yang sama dari negara lain. Agaknya mutu hasil pertanian kita masih lebih rendah daripada hasil pertanian negara lain. Dengan demikian kedua negara pengimpor ini dapat melakukan pengolahan pasca panen di

Tabel 7. Koefisien regresi antara harga produsen dengan konsumen pada beberapa komoditas sayuran^a.

| Regresi | Data ^b | Konstanta | Koefisien ^c | R ² | Elastisitas |
|-------------|-------------------|-----------|------------------------|----------------|-------------|
| Kentang | 1983(1) – 1991(2) | 0.0097 | 0.81(21.68)*** | 0.82 | 0,83 |
| Bawang daun | 1983(1) – 1991(2) | -0.0039 | 0.98(32.03) | 0.91 | 1,05 |

^a) Ditransformasi logaritma.

^b) Selisih harga bulanan.

^c) Angka dalam kurung adalah nilai t-hitung;

***sangat nyata dalam taraf 1 persen.

negaranya masing-masing, sehingga nilai tambah pengolahan ini dapat mereka nikmati. Oleh karena itu peningkatan mutu merupakan suatu langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perolehan pendapatan di dalam negeri.

Di Singapura, tampaknya pedagang impor memberlakukan diskriminasi harga berdasarkan asal, mutu atau jenis komoditas, dan harga komoditas pertanian dari Indonesia selalu lebih rendah daripada negara lain. Namun, pangsa pasar Indonesia di Singapura semakin meningkat dan masih dapat ditingkatkan apabila dapat bersaing dengan Malaysia.

Selama kurun waktu enam tahun terakhir harga komoditas kentang meningkat dengan laju 3,2 persen, sedangkan bawang daun cenderung merosot dengan tajam (-20,3 persen) di Malaysia. Tetapi di Singapura, harga kentang dan bawang daun cenderung merosot.

Peningkatan volume dan nilai (rupiah) ekspor sayur-mayur Sumatera Utara pada dasarnya hanya disebabkan oleh depresiasi rupiah terhadap mata uang dolar Malaysia dan Singapura.

Pengaruh harga produsen terhadap harga konsumen komoditas sayuran yang diteliti sangat nyata dengan elastisitas yang lebih besar dari satu, kecuali untuk kentang. tampaknya kentang yang berasal dari Tanah Karo bukanlah sumber utama kentang di pasar Medan.

Saran Kebijakan

Untuk meningkatkan harga yang dapat diterima petani dan nilai tambah komoditas sayuran Suma-

tera Utara, maka upaya penyuluhan pemanenan dan pengolahan pasca panen harus tetap dilakukan.

Harga sayuran yang diterima petani sering sekali belum memuaskan mereka. Oleh karena itu persaingan di antara pedagang perlu dirangsang. Salah satu cara adalah membangun pasar induk sayur-mayur di Kotamadya Medan, sehingga premi untuk komoditas dengan mutu baik dan mutu ekspor dapat terseleksi secara sistimatis. Cara lain adalah menciptakan sistem jual beli secara lelang yang diawasi oleh pemerintah daerah. Pasar lelang dapat diadakan di Berastagi atau Medan.

Pedagang ekspor harus ditantang agar secara agresif dan aktif merebut pasar-pasar baru atau memantapkan pasar lama, sehingga peningkatan volume ekspor tidak hanya karena disebabkan oleh depresiasi nilai rupiah, tetapi juga oleh peningkatan permintaan efektif di pasar dunia.

Pemerintah perlu menciptakan suatu mekanisme yang mewajibkan setiap pedagang melaporkan volume komoditas sayuran yang diperdagangkannya berdasarkan tujuan dan jenisnya secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Perdagangan. 1991. Nilai dan Volume Ekspor Sayuran Indonesia. Departemen Perdagangan. Jakarta.
- Departemen Pertanian. 1992. Perkembangan Neraca Perdagangan Komoditi Pertanian Selama Tiga Tahun Pelita V. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Kanwil Departemen Perdagangan Sumatera Utara. 1991. Ekspor Sayur Mayur Sumatera Utara ke Singapura, Malaysia dan Negara lain, 1985 - 1991. Medan.