



Orang tengah dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit di Malaysia: Satu penemuan awal dari Perak

Ahmad Rafli Che Omar¹, Suraiya Ishak², Abd. Hair Awang², Mohd Yusof Hussain², Novel Lyndon²,
Abdullah Sanusi Othman¹

¹Pusat Pengajian Pengurusan, Fakulti Ekonomi dan Perniagaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, ²Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia

Correspondence: Suraiya Ishak (email: suraiya@ukm.edu.my)

Abstrak

Orang tengah telah lama wujud dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit. Makalah ini bertujuan menghurai secara sistematik fenomena orang tengah dengan meneliti bentuk perhubungan pekebun-orang tengah dan peranan yang dilaksanakan oleh orang tengah. Kajian rintis ini menggunakan metod temubual secara berkumpulan (perbincangan kumpulan fokus) dengan pekebun kecil kelapa sawit di negeri Perak. Kelompok pertama melibatkan lapan orang pekebun kecil yang berada di kawasan Felda Trolak Selatan, manakala kelompok kedua melibatkan tujuh orang pekebun kecil di Kampung Ulu Slim. Hasil kajian menemui dua bentuk model perhubungan pekebun-orang tengah. Model pertama melibatkan orang tengah dengan peranan sebagai “pusat penfaktoran” dokumen tuntutan tunai pekebun. Dalam model pertama, pekebun menjual buah sawit mereka kepada kilang tetapi tidak menerima bayaran tunai serta merta atas jualan buah sawit tersebut daripada pihak kilang. Pekebun yang enggan menunggu hari pembayaran kilang akan “menjual” dokumen tuntutan kepada orang tengah dan mendapat tunai dalam amaun yang lebih rendah daripada nilai tertera dalam dokumen tuntutan. Manakala model kedua melibatkan peranan orang tengah sebagai pembeli pukal kepada hasil pekebun kecil. Dalam model ini, pekebun akan menjual buah sawit kepada mana-mana peraih yang akan membeli secara pukal pada satu harga seragam tanpa mengira gred buah yang dihantar pekebun. Sehubungan itu, orang tengah didapati relevan dalam rantai pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit di Malaysia. Orang tengah dapat membantu pekebun dengan memberi kemudahan mendapatkan tunai segera serta memudahcarakan proses pengendalian pukal buah sawit untuk diproses di kilang.

Katakunci: kelapa sawit, kesejahteraan ekonomi, pekebun kecil, perantara, orang tengah, pemprosesan minyak sawit, rantaian pengeluaran

Middlemen in the supply chain of oilpalm smallholders in Malaysia: A preliminary finding from Perak

Abstract

Middlemen have long existed in the supply chain of Malaysia's smallholders oil palm industry and emitting various serious impacts on the smallholder economic wellbeing. This study examined systematically this phenomenon of oil palm small holders-middlemen relationship. Primary data were obtained from a focus group discussion with eight oil palm smallholders from Felda Trolak Selatan and seven from Ulu Slim village, both in Perak. Our findings revealed a dual model of oil palm smallholders-middlemen relationship. The first model had been operating in such a way that the middlemen performed the role of a “factoring center” selling document to oil palm smallholders. Here, smallholders sold their crude palm fruit to the processing factory and did not receive cash

payment on the spot from the factory. Farmers who did not want to wait for the payment day would “sell” the sale document to the middlemen and received cash for a lower amount than stated in the sale document. In the second model middlemen made bulk purchases of crude palm fruits of all grades from oil palm smallholders at a standardized average price. Either way the middlemen proved to be relevant in the Malaysia oil palm smallholders supply chain. The middlemen assisted the small holders in providing alternative cash as well as facilitated the process of handling the crude palm fruit for processing.

Keywords: economic wellbeing, intermediaries, middlemen, oil palm smallholders, palm oil processing, supply chain

Pengenalan

Orang tengah merupakan elemen yang sering ditemui dalam rantaian pengeluaran dan pemasaran output berasaskan pertanian. Orang tengah berperanan sebagai perantara di antara pekebun dan pasaran. Peranan orang tengah semakin relevan dalam konteks pengeluaran hasil pekebun-pekebun kecil di lokasi jauh dan pedalaman. Walau bagaimanapun terdapat pandangan yang menyatakan kewujudan orang tengah adalah punca sektor pertanian di Malaysia mengalami perkembangan yang kurang baik (Kosmo, 2015; Norliza, 2014). Justeru, kempen-kempen khusus telah dilancarkan sebagai usaha mengatasi isu penindasan yang dikaitkan dengan tindakan orang tengah (Norliza, 2014).

Namun begitu, fenomena orang tengah kekal relevan sehingga kini. Justeru ia memberi makna bahawa wujudnya permintaan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh orang tengah. Justeru wujud keperluan untuk memahami secara sistematik tentang hubungan pekebun-orang tengah dan peranan orang tengah dalam konteks pertanian yang khusus. Kajian ini menyumbang kepada penghuraian mengenai fenomena orang tengah dalam rantaian pengeluaran konteks pekebun kecil kelapa sawit di Malaysia. Makalah ini mensasarkan dua (2) objektif berikut:

- 1) Untuk mengenalpasti dan menghurai amalan model hubungan “pekebun-orang tengah” dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit; dan
- 2) Untuk mendeskripsi peranan “orang tengah” dalam rantai pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit.

Peranan dan kepentingan orang tengah

Orang tengah mempunyai peranan tersendiri dalam rantaian pengeluaran hasil pertanian (Suraiya et al. 2016, Quartey et al., 2012, Sandika, 2011, Baritiaux et al., 2006; Van Driel, 2003). “Orang tengah” ialah individu atau syarikat yang menggerakkan produk pertanian daripada titik penghasilan (*point of production*) sehingga ke titik penggunaan (*point of consumption*) (Sandika, 2011; Syahrin et al., 2015, Muhammad Ashraf & Arif Raza, 2016). Orang tengah adalah pihak yang wujud di pasaran dengan fungsi sebagai pembeli hasil petani pukal dan menjual semula kepada penjual, penjaja dan/atau pengguna akhir (Chigusiwa et al., 2013).

Van Driel (2003) telah mengkaji mengenai kepentingan peranan orang tengah dalam perdagangan antarabangsa bagi komoditi kopi di negara Belanda. Menurut kajian Van Driel (2003) dan Fatimah (2015), sejauh mana relevannya peranan orang tengah dalam saluran perdagangan adalah sangat bergantung kepada nilai ekonomi yang ditawarkan oleh khidmat orang tengah kepada penjual dan pembeli. Nilai ekonomi yang wujud pada peranan orang tengah berpunca daripada keupayaan orang tengah untuk memudahcara atau memenuhi empat (4) dimensi penting aktiviti penawaran dan permintaan antara penjual dan pembeli. Jadual 1 menunjukkan ringkasan dimensi dan aktiviti perantaraan yang digerakkan melalui peranan orang tengah.

Jadual 1. Dimensi dan aktiviti perantara dalam proses penawaran dan permintaan pasaran

Bil	Dimensi	Aktiviti perantara utama
1.	Tempat	Pengangkutan
2.	Pemasaan	Penyimpanan (gudang)/ penstoran
3.	Kuantiti	Pengumpulan dan pengedaran
4.	Kualiti	Pemprosesan, penyisihan, penggabungan (<i>assorting</i>) dan penskrinan

Sumber: Van Driel (2003), halaman 80.

Dimensi tempat merujuk kepada pindahan sesuatu produk dari satu lokasi ke satu lokasi yang lain. Aktiviti perantara yang perlu bagi mengangkut produk dari satu lokasi ke lokasi yang lain ialah aktiviti pengangkutan. Pemasaan ialah dimensi berkaitan penangguhan masa penggunaan produk bermula selepas output dihasilkan sehingga ianya terjual kepada pengguna sasaran. Aktiviti perantara yang diperlukan ialah berkaitan penyimpanan dan pergudangan. Dimensi kuantiti merujuk kepada pengumpulan output sebelum diedarkan ke pasaran sasaran. Justeru ia perlu kepada aktiviti berkaitan pengumpulan produk pukal daripada beberapa sumber pembekal/pengeluar. Selain daripada itu kerja-kerja menggregatedkan produk mengikut kualiti perlu dilakukan di satu lokasi khusus. Kadang kala output perlu kepada melibatkan proses-proses tambahan sebelum produk benar-benar mencapai kualiti yang sesuai untuk dijual kepada pengguna akhir. Justeru ia perlu kepada aktiviti perantara seperti pemprosesan, penyisihan, penggabungan dan penskrinan.

Peranan orang tengah sebagai perantara antara penjual dan pembeli adalah sangat berpengaruh pada zaman pra-industri (Van Driel, 2003). Walau bagaimanapun, kemajuan perdagangan antarabangsa semenjak daripada zaman Revolusi Industri telah mengurangkan peranan orang tengah dalam rangkaian perdagangan antarabangsa komoditi antarabangsa. Hal yang demikian adalah oleh disebabkan kemajuan teknologi pengangkutan dan komunikasi pada era Revolusi Industri.

Barिताux et al. (2006) pula meneliti mengenai peranan orang tengah dalam konteks pemasaran arak di Perancis. Barिताux et al. (2006) telah menggunakan Teori Transaksi bagi berhujah tentang kepentingan dan peranan orang tengah dalam konteks mencapai penjimatan pada kos transaksi. Kewujudan orang tengah seperti broker dapat memberi kesan positif terhadap penjimatan kos. Ini kerana pelbagai kos transaksi seperti kos maklumat dan pencarian (*information and search cost*), kos negosiasi (*negotiation cost*) dan kos pemantauan serta penguatkuasaan (*monitoring and enforcement cost*) dapat dikurangkan melalui aktiviti orang tengah. Oleh yang demikian kesan positif dan negatif orang tengah adalah tertakluk kepada bentuk peranan dalam konteks yang khusus.

Sandika (2011) turut menyatakan orang tengah mempunyai peranan penting dalam saluran pemasaran hasil pertanian sayur-sayuran di Sri Lanka. Orang tengah adalah pihak yang menanggung kos dan risiko dalam urusan produk yang mudah rosak dan tidak tahan lama seperti sayur-sayuran. Orang tengah juga berperanan menyediakan pelbagai bekalan sayur-sayuran untuk dijual kepada pelanggan akhir melalui aktiviti seperti mendapatkan stok sayuran daripada pekebun di pelbagai kawasan, mengangkut, menggregated dan menstor. Selain daripada itu, menurut Sandika (2011) satu daripada sumbangan penting orang tengah kepada pekebun dan pengguna akhir adalah sebagai penstabil turun naik harga sesuatu komoditi di pasaran. Hal tersebut direalisasikan melalui mekanisme margin pemasaran.

Margin Pemasaran (*Marketing Margin/MM*) merujuk kepada perbezaan di antara harga yang dibayar oleh pelanggan akhir dengan harga yang diterima oleh pekebun (Rajah 1).

Margin Pemasaran (*MM*) = Harga Dibayar Pelanggan Akhir – Harga Diterima Pekebun/Pengeluar

$$MM = (RP - PP) / RP$$

Dimana:

RP ialah harga runcit atau harga dibayar oleh pelanggan akhir;

PP ialah harga yang diterima oleh pekebun/pengeluar

Sumber: Sandika (2011)

Rajah 1. Pengiraan margin pemasaran produk tani

Sewaktu berlakunya peningkatan tertinggi dalam harga runcit pasaran akhir (*RP*) dan harga diterima pekebun (*PP*), orang tengah akan menstabilkan harga komoditi dengan mengurangkan *MM* mereka. Lazimnya situasi peningkatan *RP* dan *PP* akan berlaku pada musim pengeluaran komoditi yang rendah. Justeru melalui aktiviti orang tengah, bekalan komoditi menjadi lebih stabil dan tidak teruk terjejas akibat penawaran yang bermusim. Manakala pada masa berlaku penurunan *RP* dan *PP*, orang tengah akan mengambil *MM* yang lebih tinggi bagi menampung situasi penurunan *MM* pada masa hadapan. Justeru Sandika (2011) menyatakan kritikan bahawa orang tengah menindas daripada segi harga adalah tidak adil kerana risiko ketidaktentuan harga komoditi pertanian yang terpaksa ditanggung oleh orang tengah perlu juga diambil kira.

Satu daripada ciri penting bagi aktiviti pertanian di kalangan negara sedang membangun dan negara mundur ialah dominasi aktiviti oleh penduduk luar bandar (Chigusiwa et al. 2013, Quartey et al., 2012 dan Sandika, 2011). Pembabitian masyarakat luar bandar dalam pertanian sering dicirikan oleh ciri seperti kemahiran dan tahap pendidikan petani yang rendah, golongan tua, kekurangan modal dan skala aktiviti pertanian yang kecil dan tidak ekonomik. Situasi sosio-ekonomi golongan petani pula lazimnya dikaitkan dengan kemiskinan dan tahap pendapatan yang rendah (Chigusuwa et al., 2013 dan Quartey et al., 2012). Malahan, terdapat negara yang pendapatan utama negara disumbangkan oleh sektor pertanian, berhadapan situasi kemiskinan yang teruk di kalangan buruh sektor pertaniannya (Quartey et al., 2012). Dalam konteks pertanian berskala kecil, terdapat kekurangan tertentu seperti kurangnya pengetahuan, informasi, sumber-sumber dan spesifikasi keperluan pasaran di kalangan pekebun kecil. Ini menyebabkan pekebun kecil memerlukan sokongan daripada pihak yang lain (Biènabe & Sautier, 2008). Berikutan itu, peranan dan faedah orang tengah boleh diperluaskan skop kepada memenuhi keperluan asas para pekebun. Secara umumnya, terdapat lima (5) tingkat keperluan menurut Teori Maslow- iaitu keperluan fisiologi, keselamatan dan kasih sayang (keperluan peringkat rendah) serta keperluan penghormatan diri dan pencapaian diri (keperluan peringkat tinggi) (Robbins, 2005). Sehubungan itu, orang tengah turut berperanan membantu keperluan pekebun khususnya dengan bertindak sebagai pemberi kredit kewangan atau barang (*in kind*) kepada pekebun-pekebun miskin seperti dinyatakan oleh Quartey et al. (2012).

Dalam satu kajian lain di Indonesia (Brandt et al. 2013), didapati kebanyakan pekebun kecil kelapa sawit telah menjual buah kelapa sawit mentah kepada orang tengah. Amalan tersebut didapati berlaku sekalipun orang tengah tidak membayar harga mengikut sistem kualiti gred buah dan pada nilai yang lebih rendah. Beberapa sebab telah dinyatakan sebagai alasan menjual kepada orang tengah iaitu “orang tengah membayar serta merta” (65 orang atau 39.16 peratus); “orang tengah menerima kuantiti jualan yang kecil” (63 orang atau 37.95 peratus); “pengangkutan dari kebun ke kilang adalah sukar” (54 orang atau 32.53 peratus); “orang tengah memberikan pinjaman” (17 orang atau 10.24 peratus); dan “orang tengah mempunyai kedudukan yang penting” (14 orang atau 8.43 peratus). Ini menunjukkan sifat operasi pertanian di kalangan pekebun kecil terdedah kepada cabaran tersendiri dan berbeza berbanding pekebun berskala besar (Ali-Olubandwa et al., 2011 dan Dev, 2012). Justeru peranan orang tengah mempunyai peranan tersendiri dalam pertanian skala kecil meliputi skop berikut:

- a) Penyediaan pengangkutan dan ruang pengumpulan dan penyimpanan;
- b) Pemprosesan, penyisihan (saringan), pengredan, penggabungan/penyediaan saiz jualan tertentu;
- c) Penanggungjawab pelbagai kos dan risiko meliputi kos dan risiko penyimpanan stok komoditi yang banyak;
- d) Penstabil harga dan penawaran disebabkan ketidakpastian harga pasaran dan penawaran yang bermusim; dan
- e) Pemberian bantuan asas dan/atau segera kewangan dan bukan-kewangan (*in kind*).

Metod

Dua sesi perbincangan kumpulan fokus telah dijalankan di dua (2) buah kawasan iaitu Felda Trolak Selatan dan kampung Ulu Slim di negeri Perak. Pekebun di Felda Trolak Selatan merupakan pekebun kelapa sawit yang berada di tanah rancangan yang diuruskan oleh Felda. Para pekebun ini terdiri daripada mereka dua (2) kelompok iaitu pekebun yang masih berada dalam skim Felda dan kelompok yang telah menyelesaikan bayaran kepada Felda serta memilih untuk mengurs kebun secara berasingan daripada pentadbiran Felda. Manakala pekebun di Kampung Ulu Slim terdiri daripada orang-orang tempatan yang mengusahakan kebun secara persendirian.

Lokasi perbincangan kumpulan fokus bagi kumpulan pekebun Felda telah dijalankan di dewan orang ramai dengan melibatkan lapan (8) orang pekebun. Lokasi perbincangan kumpulan fokus untuk Kampung Ulu Slim pula telah dijalankan di rumah salah seorang pekebun dan melibatkan tujuh (7) orang pekebun. Soalan asas telah dikemukakan oleh pengkaji dan perbincangan selanjutnya adalah dipandu oleh corak jawapan pekebun. Setiap sesi kumpulan fokus mengambil masa sekitar 3 – 4 jam.

Analisis

Analisis dibahagikan kepada dua (2) subtajuk iaitu:

1. Model operasi orang tengah

Terdapat dua (2) bentuk amalan model operasi orang tengah dalam rangkaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit terlibat.

a) Model pekebun kecil di Tanah Rancangan Felda

Model operasi ini merujuk kepada amalan dalam kalangan peserta skim Felda. Dalam model ini para pekebun kecil (samada pekebun yang masih dalam kawalan Felda atau yang telah keluar daripada kawalan Felda) akan menjual hasil kebun mereka kepada kilang milik Felda yang berada dalam tanah rancangan tersebut.

Responden A:

“Sekarang banyak peneroka, lebih kurang 50 peratus yang dah ambil alih kebun sendiri. Sebab masing-masing sudah dapat hak milik geran sendiri. Tapi buah-buah jual melalui kilang felda juga. Tapi sekarang bukan FELDA, tapi FGV...”

*“Bila keluar dari skim felda ni, saya tak ada bercampur dengan felda la. Duit takda la felda simpan duit. Tapi **hasil buah tetap jual kat felda**, tak da masalah. Cuma bila jual, hasil dapat teruslah. Takda potong-potong”.*

Kilang Felda akan melakukan penilaian gred buah sawit mentah yang dihantar oleh pekebun dan kemudiannya menentukan harga berdasarkan gred buah di pasaran semasa. Walau bagaimanapun pihak kilang tidak membuat pembayaran tunai serta merta ke atas buah sawit yang diterima

daripada pekebun. Sebaliknya, satu dokumen tuntutan pembayaran dikeluarkan kepada pekebun untuk dibawa bagi menuntut pembayaran tunai pada hari yang ditentukan. Pihak kilang telah menetapkan hari bayaran tunai kepada pekebun sebanyak dua (2) kali seminggu iaitu setiap hari Selasa dan Khamis sahaja. Ini bermaksud sekiranya pekebun menghantar buah ke kilang pada hari Jumaat, beliau perlu menunggu selama 3 hari sebelum mendapatkan tunai pada hari Selasa minggu berikutnya.

Responden B:

“Kalau jual dengan orang yang ada lesen ni, harga dia ada kurang dalam RM10 ke RM15 la satu tan berbanding dengan FELDA. Pasal di situ boleh dapat cash. Datang bawa resit, dapat la duit. Kalau FELDA, kena tunggu selasa dan khamis. Seminggu 2 kali je. Hantar buah boleh hari-hari”

Justeru orang tengah dapat memberi pilihan kepada pekebun kecil untuk mendapatkan tunai mereka dengan segera. Pekebun yang tidak mahu menunggu hari pembayaran ditetapkan boleh menjual dokumen tuntutan tunai mereka kepada orang tengah. Orang tengah akan membayar tunai serta merta sebagai tukaran kepada dokumen tuntutan tersebut. Bauaran tunai yang diberi akan dipotong dahulu sebanyak RM 10 ke RM 15 bagi setiap tan hasil kelapa sawit. Orang tengah kemudiannya akan membawa dokumen tuntutan tunai yang “dibeli” daripada pekebun ke kilang dan mendapat nilai bayaran tunai seperti tertera pada dokumen tersebut. Dalam model ini, orang tengah tidak akan menerima buah kelapa sawit mentah daripada pekebun, sebaliknya hanya menerima atau “membeli” dokumen tuntutan tunai daripada pekebun yang enggan menunggu hari pembayaran ditentukan.

b) Model pekebun kecil Desa Ulu Slim

Model operasi ini melibatkan pembelian buah kelapa sawit secara pukal oleh orang tengah yang dikenali sebagai “Taukeh” di kawasan tersebut.

Responden D:

“Ada peraih. Dari persatuan peladang, individu dan syarikat. Mereka ada lesen. Mereka bersaing dari segi harga. Kita bebas nak jual ke mana”

Taukeh akan membeli buah kelapa sawit mentah daripada pekebun menggunakan harga purata pukal berasaskan panduan harga pasaran semasa tanpa mengira gred/kualiti buah yang dihantar. Pekebun akan menerima bayaran tunai serta merta daripada taukeh atas jualan buah kelapa sawit masing-masing dengan ditolak diskaun sekitar RM 80 ke RM 100 per tan. Kadar diskaun antara RM 80 ke RM 100 adalah bergantung kepada budi bicara taukeh terlibat yang bersaing antara satu sama lain untuk mendapatkan buah kelapa sawit daripada pekebun-pekebun kampung tersebut. Sebagai contoh, andaikan harga pasaran pukal adalah RM 300 se tan, maka pekebun akan dibayar tunai serta merta di antara RM 220 ke RM 200.

Responden E:

“Kat sini ada 3 peraih. Harga berbeza-beza”

“Jual dengan kilang ni ada beza. Sebab kilang ambil berdasarkan kadar perahan. Tu sebab harga mereka tinggi. Kalau kita jual dengan pemborong, dia lump sum je. Dia kira berat saja. Kalau kilang dia teliti sikit, buah muda sangat, dia org reject. Kedua, kalau kilang, lepas 24 jam hasil yang kita keluarkan dari ladang masih tidak lagi diangkut ke kilang, dia dah jatuh gred dah. Kilang mahu ambil, tapi gred jatuh dah”

Rajah 2 menunjukkan dua jenis bentuk kewujudan orang tengah yang telah dikenal pasti. Dalam kedua-dua model, pekebun kecil perlu mengurus dan menanggung sendiri segala kos berkaitan pengangkutan buah dari kebun ke lokasi kilang atau lokasi orang tengah. Antara reaksi pekebun mengenai tanggungan kos pengangkutan adalah seperti berikut:

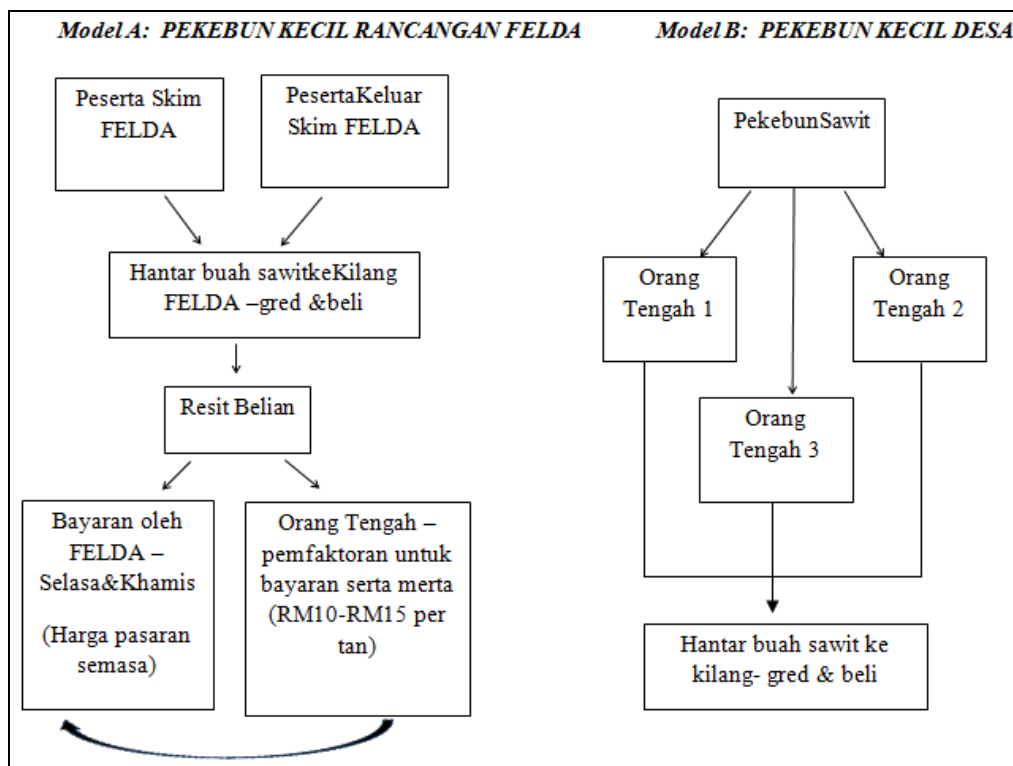
Pekebun di Kampung Ulu Slim:

“Tidak, kita yang kena hantar ke kedai dia. Biasa upah lori RM50 sekali angkat”

Pekebun di Felda:

“Lori bawa buah ke kilang RM40. 1 tan kira RM80 la”

Identiti orang tengah bagi model pekebun di rancangan felda (model A) terdiri daripada peneroka felda berkenaan yang mempunyai lesen untuk membeli buah kelapa sawit. Terdapat tiga (3) orang peneroka yang menjadi orang tengah utama dalam rancangan felda tersebut. Peneroka yang menjadi orang tengah ini mempunyai simpanan tunai yang banyak untuk membeli dokumen tuntutan para peneroka/pekebun yang mahu mendapatkan tunai dengan segera.



Rajah 2. Amalan perhubungan pekebun- orang tengah

Manakala orang tengah dalam konteks model pekebun bebas di desa (model B) adalah terdiri daripada orang kampung tempatan yang berharta. Individu tersebut bersaing sesama sendiri secara terbuka dalam menawarkan harga belian terbaik kepada pekebun kecil. Justeru variasi diskaun di kalangan orang tengah terlibat menjadi penentu kepada keputusan pekebun dalam membuat jualan buah sawit mereka.

2. Peranan orang tengah

Berdasarkan tembuial dengan pekebun di kedua-dua lokasi didapati orang tengah telah memainkan peranan berikut:

a) Pusat pemfaktoran dokumen

Peranan ini merujuk kepada model di kalangan peneroka Felda (Model A). Orang tengah didapati menjadi pusat mendapatkan tunai segera selepas menjual hasil ke kilang kelapa sawit felda. Peranan ini penting bagi membantu pekebun yang dalam keadaan kesempitan kewangan atau perlu mendapatkan tunai dengan segera. Dokumen tuntutan tunai menjadi instrumen urusniaga bagi mendapatkan tunai walaupun pada nilai yang lebih kecil daripada nilai yang tertera pada dokumen tersebut. Selain daripada pendahuluan tunai, terdapat kalangan orang tengah yang turut memberikan kredit baja dan pelbagai bantuan kebun kepada pekebun kecil.

b) Agen pengumpul dan penyediaan kemudahan logistik

Peranan sebagai agen pengumpul hasil pekebun kecil ditunjukkan melalui model pekebun desa (Model B). Orang tengah atau taukeh akan membeli hasil buah mentah pekebun pada satu harga seragam tanpa mengira kualiti buah yang dibekalkan oleh pekebun. Setelah itu taukeh akan menguruskan aspek penjualan dan penghantaran buah sawit tersebut ke kilang-kilang pada harga pasaran dan mengikut gred buah. Di samping itu, taukeh juga memainkan peranan penting membantu keperluan kewangan pekebun dengan cara membuat bayaran tunai serta merta. Walaupun nilai tunai dibayar ditolak diskaun di antara RM 80 ke RM 100, namun ia menyediakan saluran alternatif bagi pekebun mendapatkan tunai segera bagi keperluan diri.

Perbincangan

Orang tengah mempunyai peranan tersendiri dalam rantaian pengeluaran hasil buah kelapa sawit pekebun kecil. Penemuan ini selari dengan penelitian kajian lepas seperti yang telah dibincangkan. Berdasarkan penerokaan rintis ini, orang tengah dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit dikenal pasti wujud dalam dua (2) bentuk hubungan. Model pertama menjurus kepada agen penfaktoran yang menerima dokumen pekebun sebagai tukaran kepada tunai segera. Model kedua pula melibatkan penjualan buah kelapa sawit secara langsung kepada orang tengah pada harga pukal. Dalam model kedua, elemen persaingan bebas di kalangan taukeh terlibat mampu mencipta faedah kepada pekebun. Ini kerana disebabkan persaingan antara taukeh menyebabkan mereka berlumba menawarkan harga belian yang lebih kompetitif kepada pekebun. Pada masa yang sama, para taukeh tersebut menanggung sejumlah risiko kerugian kerana membuat pembelian buah kelapa sawit pekebun pada harga pukal tanpa mengira kualiti atau gred buah. Situasi yang lebih selamat wujud dalam konteks orang tengah model A - yang membeli dokumen di mana risiko berkaitan kualiti buah dapat dielakkan apabila mereka hanya membeli dokumen tuntutan tunai daripada pekebun.

Dalam konteks model pekebun kecil di Felda, orang tengah telah menjalankan peranan sebagai alternatif pekebun mendapatkan tunai bagi keperluan sara diri tanpa menunggu lama untuk tempoh tertentu. Manakala dalam model pekebun desa, orang tengah secara tidak langsung telah memainkan peranan sebagai agen pengumpul dan pengagih buah sawit mentah kepada kilang. Penelitian ini jelas menunjukkan peranan orang tengah dalam rantaian nilai pekebun kelapas sawit kecil tertumpu kepada menyediakan alternatif untuk pekebun memenuhi keperluan tunai dengan segera. Pekebun sanggup dan bersedia untuk menjual (dokumen/buah sawit) pada harga yang lebih rendah kepada orang tengah bagi mendapatkan tunai segera. Justeru situasi ini berkait langsung dengan hiraki keperluan yang ditegaskan oleh Teori Maslow. Menurut Teori Maslow manusia akan memenuhi keperluan diri masing-masing berasaskan turutan hiraki, iaitu bermula dengan keperluan tingkat bawah diikuti dengan keperluan diri

tingkat atas. Sehubungan itu, sumbangan orang tengah kepada pekebun kecil selari dengan Chigusiwa et al. (2013) dan Quartey et al. (2012).

Berdasarkan kajian rintis ini dapat dirumuskan orang tengah adalah relevan dan mempunyai fungsi tersendiri dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit. Para pekebun didapati telah memilih untuk berurusan dengan orang tengah tanpa paksaan. Justeru berdasarkan sumbangan tersebut, peranan orang tengah sukar untuk digantikan kepada bentuk rantaian hubungan terus pekebun kecil dan kilang semata-mata.

Kesimpulan

Orang tengah adalah penting dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit. Dua model utama perhubungan pekebun-orang tengah yang dapat dikesan menerusi kajian rintis ini. Model peneroka felda melibatkan orang tengah dalam peranan sebagai pusat penfaktoran dokumen tuntutan tunai pekebun; manakala model pekebun desa bebas menunjukkan peranan orang tengah sebagai pembeli pukal kepada hasil pekebun kecil yang bervariasi grednya. Kajian akan datang disaran untuk meneliti dengan lebih lanjut mengenai kewujudan bentuk lain yang dapat menghurai peranan orang tengah dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit berskala kecil.

Penghargaan

Penyelidikan ini dibiayai oleh geran penyelidikan *MPOB-UKM EP-2015-070*. Artikel ini telah ditulis berdasarkan dapatan awal peranan orang tengah dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil sawit.

Rujukan

- Ali-Olubandwa AM, Kathuri NJ, Odera-wanga D, Shivoga WA (2011) Challenges facing small scale maize farmers in western Province of Kenya in the agricultural reform era. *American Journal of Experimental Agriculture* 1(4), 466-476.
- Baritoux V, Aubert M, Montaigne E, Remaud H (2006) Matchmakers in wine marketing channels. The case of French Wine Brokers. *Agribusiness* 22(3), 375-390.
- Biéabe E, Sautier D (2008) The role of small scale producers' organizations to address market. Available from: <http://r4d.dfid.gov.uk/PDF/Outputs/CropPostHarvest/2ProducerOrganisationsBienabefinal24Feb.pdf>.
- Chigusiwa L, Samuel Bindu, Lazarus Muchabaiwa, Victoria Mudavanhu (2013) The role of market middlemen in the marketing of smallholder horticultural products in Zimbabwe. *Greener journal of business and management studies* 3 (8), 369-377.
- Dev MS (2012) Small farmers in India: Challenges and Opportunities. Indira Gandhi Institute of Development Research, Mumbai. Available from: <http://www.igidr.ac.in/pdf/publication/WP-2012-014.pdf>.
- Fatimah Arshad (2005) *Prospek pemasaran secara terus komoditi pertanian pekebun kecil*. Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Putra Malaysia, Serdang.
- Heliawaty M, Saleh S. Ali, Darmawan Salman, Rahman Mappangaja (2015) Social capital and economic behavior of farmers. *International Journal of Scientific & Technology Research* 4 (1).
- Muhammad Ashfaq, Arif Raza (2016) Small growers at the mercy of middlemen. [Cited 5/2/2016]. Available from: <http://www.pakissan.com/english/issues/small.growers.at.the.mercy.of.middlemen.shtml>.
- Norliza Abd Rahman (2014) Sektor pertanian ada masa depan. *Utusan Malaysia*, 19 Mei: 10.

- Quartey P, Chris Udry, Seidu Al-Hassan, Hellen Seshie (2012) *Agricultural financing and credit constraints: The role of middlemen in marketing and credit outcomes in Ghana*. International Growth Centre, London.
- Rust J, Hall G (2002) *Middlemen versus market makers: A theory of competitive exchange*. National Bureau of Economic Research, Cambridge.
- Sandika AL (2011) Impact of middlemen on vegetable marketing channels in Sri Lanka. *Tropical Agricultural Research & Extension* 14 (3).
- Suraiya Ishak, Ahmad Raflis Che Omar, Mohd Yusof Hussain, Abdul Hair Awang, Novel Lyndon, Abdullah Sanusi Othman, Mohd. Syafiq Akmal Kasimon (2016) Menjejaki mekanisme kawalan ke atas aktiviti orang tengah dalam rantaian pengeluaran hasil pekebun kecil kelapa sawit di Malaysia. *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space* 12(4), 46-58.
- Syahrin Suhaimie, Noorlidawati Ab. Halim, Mohd Hafizudin Zakaria, Mohd Syauqi Nazmi, Rawaida Rusli, Rozhan Abu Dardak (2015) *Roles of cooperative movement as middlemen to increase the efficiency of agricultural marketing in Malaysia*. Malaysian Agricultural Research and Development Institute (MARDI), Serdang.
- Van Driel H (2003) The role of middlemen in the International Coffee Trade since 1870: The Dutch Case. *Business History* 45(2), 77-101.