

PERILAKU PASAR KELAPA TINGKAT PETANI

Hermiza Mardeschi¹, Rifni Novitasari², Yulianti², Retti Ninsix², Marlina²
Mulono Apriyanto¹, Ilyas², Widyawati²

¹Universitas Lancang Kuning

²Universitas Islam Indragiri

Email: mulonoapriyanto71@gmail.com (korespondensi)

Abstract

This research aims to analyze the structure, conduct, and performance of the coconut market in the villages of Teluk Dalam, KuIndra Subdistrict. A sampling of farmers using accidental sampling and merchant sampling using the census method. Data analysis descriptively and quantitatively. Descriptively the market structure is seen through the number of market participants and market behavior is seen through the practice of price formation. Quantitatively, market structure analysis uses concentration analysis of market behavior using correlation analysis. The results of this research show Market behavior indicates that factories and traders dominate the market, this is seen from the value of the transmission price <1 are the channels with the lowest margin among the four channels in Teluk Dalam Villages.

Keywords: Price of Coconut, Receivable, Toke

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur, perilaku dan kinerja pasar kelapa di desa Teluk Dalam, Kecamatan KuIndra. Pengambilan sampel petani menggunakan accidental sampling dan sampel pedagang menggunakan metode sensus. Analisis data dengan deskriptif dan kuantitatif. Secara deskriptif struktur pasar dilihat melalui jumlah pelaku pasar dan perilaku pasar dilihat melalui praktik pembentukan harga. Secara kuantitatif, analisis struktur pasar menggunakan analisis konsentrasi perilaku pasar dengan menggunakan analisis korelasi. Hasil penelitian ini adalah Perilaku pasar menunjukkan bahwa pabrik dan pedagang mendominasi pasar, hal ini dilihat dari nilai harga transmisi <1 merupakan saluran dengan margin terendah di antara empat saluran di Desa Teluk Dalam.

Kata kunci: Harga Kelapa, Piutang, Toke

1. PENDAHULUAN

Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna[1].

Jika harga tidak adil, maka para pelaku pasar akan enggan untuk bertransaksi atau terpaksa tetap bertransaksi dengan menderita kerugian. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna [2].

Penentuan harga diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan disalah satu pihak. Pemerintah harus mengatur harga, misalnya jika terjadi kenaikan harga diatas batas kemampuan masyarakat maka pemerintah melakukan

pengaturan dengan operasi pasar, begitu pula bila terjadi penurunan harga yang menyebabkan kerugian terhadap produsen, pemerintah meningkatkan pembelian atas produk produsen tersebut dari pasar [3].

Ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah. Hal ini dapat dilakukan ketika pasar dalam keadaan normal, tetapi apabila tidak dalam keadaan normal yakni kedzaliman seperti adanya kasus penimbunan, riba, dan penipuan maka hendaknya pemerintah bertrindak untuk menentukan harga pada tingkat yang adil sehingga tidak ada pihak yang dirugikan[4].

Pada saat ini perkebunan kelapa merupakan salah satu dari sekian banyak mata pencaharian yang dipilih oleh masyarakat di Teluk Dalam sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup. Hal ini dipilih masyarakat karena berbagai alasan di antaranya adalah karena usia produktif kelapa lebih lama dibandingkan dengan

komoditas lainnya dan pemeliharannya tidak memaklakan biaya besar. Dalam transaksi jual beli kelapa harga merupakan salah satu faktor penting dalam pelaksanaan jual beli kelapa [5].

Dalam proses penetapan harga kelapa oleh toke kepada petani yang berutang selalu terjadi di Teluk Dalam Kecamatan KuIndra Kabupaten Indragiri Hilir. Para petanipun tidak bisa mengelak dari perilaku toke tersebut dikarenakan mereka telah melakukan transaksi jual beli kepada toke, dalam hal ini petani terpaksa menjual kelapanya kepada toke karena awalnya mereka telah melakukan perjanjian kepada toke tersebut [6].

Berawal dari para petani kelapa yang sangat membutuhkan uang untuk kepentingan berbagai macam kebutuhan sehari-hari diantaranya: biaya sekolah anak, membeli material untuk membangun rumah dan keperluan sehari-hari. Mereka berutang uang kepada toke kelapa karena menurut para petani dengan cara itulah mereka dengan cepat mendapatkan pinjaman uang.

Penentuan harga hanya sepihak yaitu dari toke saja petani tidak dapat melakukan tawar menawar lagi. Petani kelapa merasa dirugikan terhadap penetapan harga sepihak tersebut. Mereka hanya bisa mengikuti saja karena mereka awalnya sudah mempunyai utang dan menyetujui untuk menjual hasil panen kelapanya kepada toke.

Penelitian ini bertujuan mengetahui pelaksanaan penetapan harga kelapa oleh toke kepada petani yang berutang, tinjauan Ekonomi Islam terhadap penetapan harga kelapa oleh toke kepada petani yang berutang di Teluk Dalam.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Harga

Harga (price) adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Dalam pengertian luas harga adalah sejumlah pengorbanan yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk [7].

Harga harus mencerminkan mafaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai kosekuensi dan dampak berjangkau jauh, tindakan penentuan harga yang

melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli [8].

Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli (dalam hal ini masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah pada tindakan anarkis atau kekerasanyang melanggar norma hukum.

2.2. Tujuan Penetapan Harga

Pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu. tujuan berorientasi pada laba, tujuan berorientasi pada volume, tujuan berorientasi pada citra, stabilisasi harga.

Menentukan harga yang sama dengan barang sejenis yang dihasilkan perusahaan lain bukan merupakan faktor penting yang mensukseskan penjualan barang perusahaan. Uraian berikut menerangkan faktor-faktornya yang utama Mewujudkan Keuntungan Untuk Perusahaan, Volume Penjualan, Persaingan dari perusahaan lain, Pandangan masyarakat terhadap suatu barang, Kedudukan perusahaan dalam pasar [9].

2.3. Perilaku Pasar

Perilaku pasar dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif. Perilaku pasar dianalisis secara deskriptif, yaitu dengan menjelaskan kolusi dan taktik yang dilakukan serta praktek penentuan harga yang dilakukan oleh pedagang. Perilaku pasar dianalisis secara kuantitatif dengan (1) analisis korelasi dan (2) analisis elastisitas transmisi harga.

a. Analisis Korelasi

Nilai korelasi antara harga di tingkat konsumen akhir dengan harga ditingkat petani, dihitung dengan menggunakan rumus koefisien korelasi [10].

$$r = \frac{[n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)]}{\sqrt{[n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2][n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2]}} \quad (1)$$

Keterangan:

r = Korelasi harga kelapa ditingkat pabrik dan harga kelapa ditingkat petani

n = Jumlah sampel

X_i = Harga jual kelapa pedagang besar

(Rp/Kg)

Y_i = Harga jual kelapa petani (Rp/Kg)

Kondisi korelasi harga kelapa di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen mengacu kepada kriteria hubungan antara dua variabel menurut [10], seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Korelasi harga kelapa di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen

Nilai r	Kriteria Hubungan	Integrasi Pasar
0	Tidak Ada Korelasi	Tidak Sempurna
0 - 0,5	Korelasi Lemah	Tidak Sempurna
>0,5- 0,8	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna
>0,8 - 1	Korelasi Kuat	Tidak Sempurna
1	Sempurna	Sempurna

b. Transmisi Harga

Transmisi harga yaitu rasio perubahan nisbi dari harga eceran dengan perubahan nisbi harga ditingkat petani produsen. Analisis transmisi harga bertujuan untuk mengetahui penampakan pasar antara pasar tingkat produsen dan pasar tingkat konsumen [11]. Tahapan analisis transmisi harga sebagai berikut:

1. Mengestimasi persamaan regresi yang menunjukkan bentuk hubungan antara harga kelapa ditingkat petani dengan harga kelapa ditingkat konsumen akhir.

Persamaan regresi liniernya sebagai berikut :

$$P_f = b_0 + b_1 P_r + e_i \quad (2)$$

Keterangan :

P_f = harga di tingkat petani (Rp/kg)

P_r = harga di tingkat pabrik (Rp/kg)

b_0 = konstanta

b_1 = koefisien regresi

e_i = galat

Rumus elastisitas transmisi harga sebagai berikut:

$$E_t = dP_r/dP_f \times p_f/p_r \quad (3)$$

Keterangan :

E_t = elastisitas transmisi harga

P_f = harga di tingkat petani

P_r = harga di tingkat pedagang besar atau pabrik

b_1 = koefisien regresi

Elastisitas transmisi harga dapat ditentukan dengan tiga kriteria, yaitu

1. Jika $E_t = 1$, berarti laju perubahan harga di tingkat petani sama dengan laju perubahan harga ditingkat pabrik,

2. Jika $E_t > 1$ maka laju perubahan harga di tingkat petani lebih besar dari pada laju perubahan harga di tingkat pabrik, dan

3. Jika $E_t < 1$ berarti laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga di tingkat pabrik. Hal ini menunjukkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada lembaga pemasaran sehingga kenaikan harga hanya dinikmati oleh pabrik.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Teluk Dalam Kecamatan KuIndra Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan pada bulan oktober 2021 sampai dengan april 2022.

Penelitian ini menggunakan metode survey. Responden penelitian adalah petani dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan kelapa petani sampai ke konsumen akhir (pabrik)[12].

Sampel ditingkat petani diambil dengan metode accidental sampling dan sampel ditingkat pedagang diambil dengan metode sensus. Total sampel petani kelapa Desa Teluk Dalam adalah 36 sampel [13].

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dengan sampel petani dan lembaga pemasaran dengan bantuan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Data primer yang diperlukan dari tingkat petani adalah identitas petani kelapa (nama, jenis kelamin, umur, pendidikan, pengalaman berusahatani kelapa), luas lahan, pasar dari hasil produksi kelapa dan pengetahuan mengenai informasi harga.

Data primer yang diperlukan dari lembaga pemasaran adalah identitas pedagang kelapa(nama, jenis kelamin, umur, pendidikan formal, pekerjaan pokok, pekerjaan sampingan, lama menjadi pedagang kelapa), jumlah kelapa yang diperjualbelikan, biaya pemasaran, praktik penentuan harga, dan ada tidaknya kerjasama sesama pedagang.

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen atau laporan-laporan tertulis yang menyangkut dengan tujuan penelitian. Data sekunder didapat dari Badan pusat statistik Provinsi Riau, Dinas perkebunan Kabupaten Indragiri Hilir serta literatur-literatur lainnya yang terkait dengan penelitian.

Analisis penelitian ini dilakukan dengan perilaku pasar.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Praktek Penentuan Harga

Konsumen akhir (pabrik) merupakan pihak yang dominan dalam menentukan harga. Konsumen akhir kelapa di Kecamatan Kateman adalah PT. Pulau Sambu Group dan perusahaan kelapa di Malaysia. Pada setiap tingkat pemasaran, harga ditentukan oleh konsumen atau pembeli [14].

Pada saat petani menjual kelapa ke pedagang pengumpul, harga ditentukan oleh pedagang pengumpul berdasarkan informasi dari harga beli pedagang besar dan pada saat pedagang pengumpul menjual ke ke pedagang besar, harga ditentukan oleh pedagang besar berdasarkan informasi dari harga beli konsumen akhir (pabrik). Petani hanya menerima harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul berdasarkan informasi harga beli pabrik ke pedagang besar [15].

4.2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi harga bertujuan untuk mengetahui keeratan hubungan harga ditingkat petani dan harga ditingkat pabrik. Besaran nilai koefisien korelasi akan memberikan informasi keeratan hubungan antara perubahan harga yang terjadi ditingkat petani dengan perubahan harga ditingkat pabrik [16], [17].

Tabel 2. Hasil analisis korelasi antara harga kelapa ditingkat petani dan harga ditingkat pedagang besar

Desa	Koefisien korelasi	Kriteria hubungan
Teluk Dalam	0,982	Korelasi Kuat

Tabel 2 diatas menunjukkan nilai koefisien korelasi antara harga jual yang terjadi di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen akhir di kedua desa tidak jauh berbeda. Berdasarkan hasil analisis mengenai harga kelapa ditingkat petani dan harga kelapa ditingkat pabrik di desa Teluk Dalam diperoleh angka r sebesar 0,982. Makna dari angka ini adalah hubungan antara harga kelapa ditingkat petani dan harga kelapa ditingkat pabrik memiliki korelasi atau hubungan yang kuat [18].

c. Transmisi Harga

Nilai elastisitas transmisi harga baik di Desa Teluk Dalam mempunyai nilai transmisi harga kecil dari satu yang menandakan perubahan harga ditingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga ditingkat pabrik [19].

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan hasil pembahasan dapat diambil kesimpulan dari penelitian adalah Perilaku pasar kelapa di Desa Teluk Dalam adalah : (1) Harga kelapa ditingkat petani dengan harga kelapa

ditingkat konsumen akhir memiliki korelasi yang kuat,(2) Transmisi harga antara pasar ditingkat produsen dengan pasar ditingkat konsumen adalah <1 yang berarti laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga di tingkat pabrik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Z. A. Arifin, "The Analysis of Coconut Market Value Chain," *International Journal of Law Policy and Governance*, vol. 1, no. 1, pp. 33–39, Sep. 2022, doi: 10.54099/ijlpg.v1i1.255.
- [2] G. S. Gopan and S. Manjunath, "Significance of Marketing Channel choice on value addition and its effectiveness-A study on Coconut Products in Kerala," *Journal of Positive School Psychology*, vol. 6, no. 3, 2022.
- [3] M. Apriyanto *et al.*, "A SWOT Analysis to Improve The Marketing of Young Coconut Chips," *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, vol. 25, no. 4, pp. 13232–13240, 2021.
- [4] M. Syaifulloh, S. B. Riono, and S. N. Utami, "Young Coconut Trader Marketing Strategy During the Pandemic," in *Proceedings of the Tegal International Conference on Applied Social Science & Humanities (TICASSH 2022)*, Paris: Atlantis Press SARL, 2023, pp. 492–500. doi: 10.2991/978-2-494069-09-1_57.
- [5] I. G. Phanga, J. K. L. Chanb, T.-Y. Limc, and M. B. R. Fresnido, "Key Success Factors, Marketing Opportunities and Challenges: A Case Study of Bonco Virgin Coconut Oil," *JOURNAL OF AGRIBUSINESS MARKETING*, vol. 9, no. 1, 2022.
- [6] F. A. Zainol *et al.*, "Coconut Value Chain Analysis: A Systematic Review," *Agriculture*, vol. 13, no. 7, p. 1379, Jul. 2023, doi: 10.3390/agriculture13071379.
- [7] B. Dharmawan, Suyono, A. Sutanto, I. K. Wijayanti, and D. D. Putri, "Healthy organic coconut sugar powder business's development strategy: A case study at the Nira Perwira Cooperative, Purbalingga District, Central Java, Indonesia," *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, vol. 1131, no. 1, p. 012008, Jan. 2023, doi: 10.1088/1755-1315/1131/1/012008.
- [8] M. Apriyanto, "Latar Belakang Masalah Penelitian," in *Metodologi Penelitian Pertanian*, Nuta Media, 2021.
- [9] J. Prianto, R. Novitasari, and M. Apriyanto, "Pengaruh Penambahan Daun

- Pandan Wangi Pada Pengolahan Vco (Virgin Coconut Oil) Terhadap Kesukaan Konsumen," *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, vol. 8, no. 1, pp. 66–72, 2022, doi: 10.47521/selodangmayang.v8i1.239.
- [10] V. Pragadeesh, S. Sebastian, S. S. B. Bhuvaneshwari, and R. G. Selvi, "An Analytical Study on Marketing Behaviour of Coconut Growers in Coimbatore District," *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, pp. 945–953, Aug. 2022, doi: 10.9734/ajaees/2022/v40i1031163.
- [11] N. Deepa, "Status of Coconut Farmer Producer Companies (CPCs) in Western Tamil Nadu," *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, vol. 41, no. 8, pp. 97–102, Jun. 2023, doi: 10.9734/ajaees/2023/v41i81985.
- [12] M. Apriyanto, P. Diawati, L. Fangohoi, Elfarisna, F. Azuz, and E. Sutrisno, "Small-scale Coconut Farmers in Indragiri Hilir District as a Model of Youth Entrepreneurship in the Plantation Sector," in *Proceedings of the International Conference on Social, Economics, Business, and Education (ICSEBE 2021)*, 2022, pp. 69–72. doi: 10.2991/aebmr.k.220107.014.
- [13] M. Marlina, M. Apriyanto, R. Novitasari, K. Novyar Satriawan Fikri, and W. Widyawati, "ENTREPRENEURSHIP PERKEBUNAN KELAPA DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR," *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, vol. 8, no. 1, pp. 1–5, Apr. 2022, doi: 10.47521/selodangmayang.v8i1.235.
- [14] R. W. A. Hutami, S. M. I. Z. Maaruf, M. Ramli, and M. Apriyanto, "Independent Palm Oil Small Holders' Plans Regarding Their Behaviour," *Tropical Plantation Journal*, vol. 2, no. 2, pp. 14–21, Jun. 2023, doi: 10.56125/tpj.v2i2.22.
- [15] N. D. Samsul Aripin*, Jum'atri Yusri**, "ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU DAN PENAMPILAN PASAR KELAPA DI KECAMATAN KATEMAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR (STUDI KASUS DESA SARI MULYA DAN DESA PENJURU)," *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*, vol. 12, no. 1, p. 6, 2021.
- [16] C. Worku, M. Mengistu, and S. Bezie, "Market chain analysis of chickpea in Northwest Ethiopia," *Legume Science*, vol. 5, no. 4, Dec. 2023, doi: 10.1002/leg3.191.
- [17] Safiya Iskandarovna Muminova, Bulan Prabawani, and Andi Wijayanto, "Innovative strategies for the development of business model canvas in coconut charcoal export companies: A case study of Yogyakarta," *World Journal of Advanced Research and Reviews*, vol. 18, no. 3, pp. 127–139, Jun. 2023, doi: 10.30574/wjarr.2023.18.3.1025.
- [18] A. N. Kairupan et al., "Value Chain Implementation in Rural-Scale Integrated Coconut Farming System in North Sulawesi Province, Indonesia," in *Agricultural Value Chains*, intechopen.com, 2023. doi: 10.5772/intechopen.110190.
- [19] L. Sondak, D. Hadi Darwanto, and L. Rahayu Waluyati, "Partnership Pattern of Desiccated Coconut Value Chain in North Sulawesi," *E3S Web of Conferences*, vol. 444, p. 02021, Nov. 2023, doi: 10.1051/e3sconf/202344402021.