

## STRUKTUR DAN PERILAKU PASAR KOMODITAS CENGKEH DI KECAMATAN BUSUNGBIU KABUPATEN BULELENG

**GD. MEKSE KORRI ARISENA**

**Alumnus Program Pascasarjana UNUD Denpasar**

### ABSTRACT

*This study aims for indentifying the market structure and behavior of the commodity of clove at Busungbiu District, Buleleng Regency. The descriptive analytic method was employed for analyzing the data, in which the market structure was viewed from the information on the market and the obstacles encountered when getting access to the market. The market behavior was viewed from how the price was determined and the cooperation among the traders. The market structure of the commodity of clove at Busungbiu District and the information on the market was very limited. Only the information on price determined by the traders in the next level was available. The relatively similar traders who were involved in the marketing of the commodity of clove were highlt responsible for the obstacles taking place whwn getting access to the market. If viewed from the market behavior, the farmers producing clove were the weakest party. The reason is that the price was determined by the traders in the next level. However, no deviations ewre found taking place among the traders.*

---

*Keywords: Structure, behavior, market and clove*

### PENDAHULUAN

Cengkeh merupakan salah satu komoditas pertanian yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Bagi Bangsa Indonesia, cengkeh memiliki nilai ekonomi yang sangat penting dan strategis karena komoditas ini merupakan bahan campuran pembuatan rokok kretek yang banyak menghasilkan pendapatan negara melalui cukainya. Selain sebagai bahan dasar pembuatan rokok kretek, cengkeh juga dapat berguna sebagai rempah-rempah yang dibutuhkan dalam bidang pengobatan dan dapat juga dipakai sebagai bahan pembuatan minyak atsiri.

Menurut data statistik Dinas Perkebunan Provinsi Bali tahun 2008, Kabupaten Buleleng merupakan daerah yang sangat potensial bagi pengembangan komoditas cengkeh, hal ini dapat di lihat dari 15.579 ha luas perkebunan cengkeh di Bali, kira-kira 43,25 % berada di kabupaten Buleleng. Dari luas areal 6.739 ha yang dimiliki, Kabupaten Buleleng menyumbang produksi cengkeh sebesar 2.449 Ton atau sekitar 48,07% dari total produksi Bali yang besarnya 5.094 Ton. Dengan produktivitas 394 kg/ha/th, yang digarap oleh 10.798 KK petani dan memerlukan tenaga kerja sebesar 505.783 orang.

Khususnya Kecamatan Busungbiu yang menjadi obyek penelitian ini, merupakan salah satu sentra penghasil cengkeh di Kabupaten Buleleng, dengan potensi yang dimiliki berupa luas areal perkebunan cengkeh sekitar 2.178 ha (32,31%) dari luas areal cengkeh Buleleng 6.739 ha, jauh lebih luas bila dibandingkan dengan kecamatan – kecamatan lain yang ada di Buleleng. Dengan luas areal perkebunan 2.178 ha, Kecamatan Busungbiu mampu memproduksi cengkeh sebesar 696,080 Ton (28,41%) dari total produksi cengkeh Buleleng 2,449,296 Ton. Dengan tingkat produktivitas 385 kg/ha/th, memerlukan 45.324 KK orang tenaga kerja dan 2.694 petani penggarap.

Potensi yang dimiliki oleh Kecamatan Busungbiu harus diimbangi dengan sistem pemasaran yang benar, mengingat pemasaran memegang peranan yang dinamis dalam merangsang produksi dan konsumsi yang dapat merangsang para petani untuk melaksanakan pembaharuan dan perbaikan cara-cara berproduksi yang sesuai dengan permintaan pasar, hal ini dilakukan agar tidak dihadapkan pada permasalahan spesifik pemasaran hasil pertanian meliputi: permasalahan yang berkaitan dengan karakteristik hasil pertanian, jumlah produsen, karakteristik konsumen, perbedaan tempat dan efisiensi pemasaran.

Dalam konteks perilaku pasar komoditas cengkeh yang terjadi di Kecamatan Busungbiu, yang merupakan pola perilaku produsen dan lembaga pemasaran terhadap komoditas cengkeh yang dipasarkan. Dimana kekuatan tawar petani produsen sangat rendah dan pada proses penentuan harga di tingkat petani

produsen lebih banyak dikuasai oleh pedagang perantara/lembaga pemasaran, sehingga kekuatan tawar-menawar antara produsen dan konsumen hampir tidak ada.

Dalam pasar komoditas cengkeh di Kecamatan Busungbiu di mana perilaku pedagang perantara (lembaga pemasaran) sebagai penentu harga. Hal ini menindikasikan bahwa struktur pasar tidak dalam persaingan sempurna (*kompetitif*) serta ditunjang oleh karakteristik komoditas cengkeh yang bersifat musiman. Keadaan tersebut sebagai akibat dari terbatasnya jumlah pembeli, tetapi penjualnya banyak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa struktur pasar tidak berjalan kompetitif dan cenderung tidak efisien.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, penelitian tentang struktur dan perilaku pasar yang bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, struktur dan perilaku pasar komoditas cengkeh di Kecamatan Busungbiu Kabupaten Buleleng perlu dilaksanakan.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Busungbiu Kabupaten Buleleng. Daerah penelitian ditentukan secara sengaja atas dasar pertimbangan Kecamatan Busungbiu, merupakan sentra produksi cengkeh di Kabupaten Buleleng, di mana Kabupaten Buleleng merupakan daerah penghasil cengkeh terbesar di Bali dan terdapat 2.694 KK petani dan 505.783 orang tenaga kerja yang menggantungkan hidupnya dari usaha tani komoditas cengkeh

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik survei

### Jenis dan Pengukuran Variable

1. Jumlah produksi vanili dalam kilogram
2. Harga beli dan harga jual diukur dalam satuan rupiah per kilogram
3. Biaya pemasaran yang diukur dalam rupiah
4. Saluran pemasaran komoditas cengkeh : jalur pemasaran cengkeh petani dan jalur pemasaran cengkeh pedagang perantara/lembaga pemasaran
5. Pengetahuan informasi pasar : bagi petani pengetahuan tentang informasi pasar dapat diketahui dari (teman, pasar desa dan lembaga pemasaran); Sedangkan bagi lembaga pemasaran informasi pasar dapat diketahui dari (harga pasar, permintaan pasar, penawaran pasar dan lembaga pemasaran)
6. Hambatan keluar masuk pasar : hambatan yang dihadapi oleh petani dan hambatan yang dihadapi oleh lembaga pemasaran.
7. Penentuan harga : proses penentuan harga yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran
8. Kerjasama antara pedagang : praktek kerjasama antar pedagang

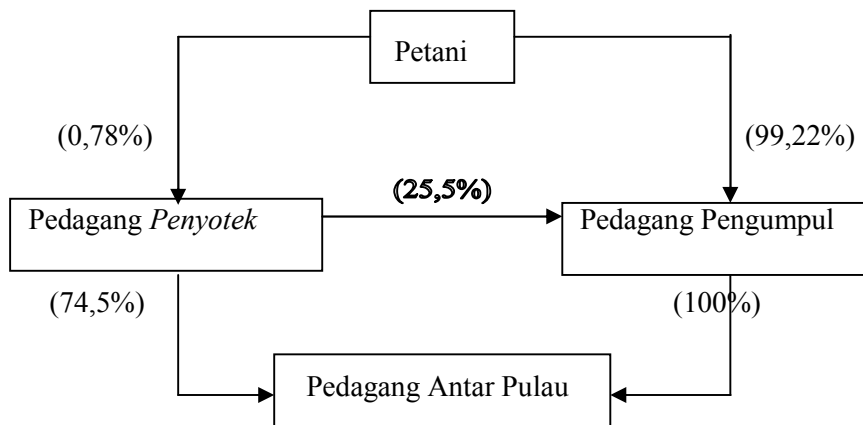
### Pengolahan dan Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan *metode deskriptif analitis*, yaitu melihat struktur dan perilaku pasar komoditas cengkeh di Kecamatan Busungbiu Kabupaten Buleleng

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran

Dari hasil penelitian ini dapat diperoleh tiga saluran pemasaran komoditas cengkeh olahan kering. Dimana dalam saluran pemasaran tersebut merupakan sekelompok lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan, yaitu untuk memperoleh keuntungan. Pada masing-masing saluran pemasaran tersebut terlibat beberapa lembaga pemasaran seperti: pedagang *penyotek*, pedagang pengumpul dan pedagang antar pulau. Ketiga saluran pemasaran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Komoditas Cengkeh di Kecamatan Bunsungbiu Tahun 2008

Keterangan:

Saluran satu : Petani ke Pedagang Penyotek ke Pedagang Antar Pulau

Saluran dua : Petani ke Pedagang Penyotek ke Pedagang Pengumpul ke Pedagang antar pulau

Saluran tiga : Petani ke Pedagang Pengumpul ke Pedagang antar pulau

Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa, hanya sebagian kecil (0,78%) produk cengkeh yang dihasilkan petani dipasarkan kepada pedagang *penyotek* dan sisanya (99,22%) langsung dipasarkan kepada pedagang pengumpul. Kecilnya jumlah produk cengkeh yang di pasarkan ke pedagang *penyotek*, dikarenakan margin yang cukup tinggi antara level pedagang *penyotek* dan pedagang antar pulau. Oleh sebab itu petani lebih menguntungkan menjul ke pedagang pengumpul dibandingkan ke pedagang *penyotek*.

Produk cengkeh yang diperoleh oleh pedagang *penyotek* dari petani sebanyak 74,5% langsung dipasarkan ke pedagang antar pulau dan sisanya yaitu sebanyak 25,5% dipasarkan ke pedagang pengumpul. Sedangkan pada level pedagang pengumpul seluruh produk cengkeh yang diperoleh baik dari petani maupun dari pedagang *penyotek*, dipasarkan ke pedagang antar pulau, hal ini dikarenakan ketidakmampuan pedagang pengumpul untuk menembus pasar dengan level di atas pedagang antar pulau (tidak mampu mengexport langsung ke luar pulau Bali).

**a. Struktur Pasar Komoditi Cengkeh**

Menurut Rosmilawati dkk (2006 :136), struktur pasar adalah bagaimana suatu pasar terorganisasi berdasarkan pada karakteristik yang menentukan hubungan antara berbagai penjual di pasar. Dengan kata lain, struktur pasar membahas organisasi dari suatu pasar sehingga organisasi pasar tersebut mempengaruhi keadaan persaingan dan penentuan harga di pasar. Terdapat beberapa indikator untuk mengetahui struktur pasar dalam pemasaran komoditas cengkeh di Kecamatan Busungbiu yaitu pengetahuan informasi pasar dan hambatan masuk pasar.

**1. Pengetahuan Informasi Pasar**

Dalam hubungannya dengan penelitian ini petani sebagai produsen maupun lembaga pemasaran komoditas cengkeh, sebelum melakukan tindakan pemasaran, mereka sangat memerlukan adanya suatu informasi, dalam hal ini informasi yang paling dominan diperlukan adalah informasi tentang harga, yang akan dipakai sebagai dasar pertimbangan pemasaran. Dimana informasi – informasi yang diperoleh digunakan dalam pengambilan keputusan yang tepat dan efektif.

Seperti yang telah diketahui petani sebagai produsen tidak akan mau memproduksi barang atau komoditas apapun, apabila harga jual barang atau komoditas yang dihasilkan berada di bawah harga variabel rata-rata (BVR). Dengan demikian apabila dikaitkan dengan penelitian ini, petani sebagai produsen cengkeh akan mencari informasi harga untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi, agar memperoleh keuntungan yang maksimal. Bagi petani yang diamati dalam penelitian ini, informasi pasar khususnya tentang harga sering diperoleh oleh petani yang bersumber dari sesama teman antar petani cengkeh, lembaga pemasaran (pedagang *penyotek* dan pedagang pengumpul) dan sebagian kecil petani yaitu sebanyak lima orang atau 5,20% yang langsung menanyakan plafon harga dari pedagang antar pulau.

Dari hasil pengamatan dilapangan petani cengkeh selalu mencari informasi pasar, terutama tentang harga dari banyak sumber. Hampir 93,75% petani responden atau 90 orang mencari informasi harga dari semua pedagang *penyotek* dan pengumpul yang pernah dikenalnya, dan informasi dari sesama petani. Informasi dari sesama petani juga sangat membantu karena kadang mereka mendapat harga spesial (di atas rata-rata) dari pedagang pengumpul (saluran tiga), yang dikarenakan mereka memiliki keterikatan dengan pedagang pengumpul. Apabila dikaitkan dengan informasi pasar, dalam penelitian ini sarana telekomunikasi memiliki peranan yang besar, 100% petani responden telah memiliki sarana telekomunikasi berupa telepon seluler, sehingga memudahkan mereka berkomunikasi dengan lembaga pemasaran level di atasnya untuk mengetahui informasi tentang harga cengkeh terkini.

Disamping itu informasi dari sesama petani juga dapat memberikan masukan tentang model transaksi yang telah mereka sepakati dengan pedagang *penyotek* ataupun pedagang pengumpul. Model transaksi yang dimaksud adalah petani diberikan harga yang lebih tinggi, bisa berkisar antara Rp 2.000,00 – Rp 7.000,00/kg, apabila pedagang *penyotek* ataupun pedagang pengumpul, diberikan tenggang waktu tertentu untuk membayarnya (berhutang).

Dilain pihak, lembaga pemasaran sebagai suatu perusahaan akan mencari pasar untuk menjual komoditas cengkeh yang didapat dari petani produsen ke lembaga pemasaran tingkatan di atasnya yang mau membeli produknya dengan harga yang paling tinggi. Oleh sebab itu lembaga pemasaran yang diamati dalam penelitian ini menyadari betul besarnya harga komoditas yang mereka jual, akan berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba yang akan mereka peroleh. Dimana harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan masukan bagi perusahaan yang pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang akan mereka peroleh.

Dalam tingkatan pedagang *penyotek*, mereka biasanya memperoleh informasi pasar dari plavon harga pedagang antar pulau, pedagang pengumpul dan kadang-kadang mereka juga mendapat informasi dari petani cengkeh. Dalam tingkatan pedagang *penyotek* yang biasanya bertransaksi dalam jumlah yang kecil, kadang juga tidak lepas dari informasi dari petani cengkeh. Tidak dapat dipungkiri pengetahuan petani cengkeh dikecamatan busungbiu tentang informasi harga sangat bagus, karena dimudahkan oleh berbagai prasarana komunikasi dan transportasi yang sangat mendukung untuk memperoleh informasi yang lebih.

Dalam tingkatan pedagang pengumpul, berdasarkan hasil pengamatan dilapangan informasi pasar yang mereka peroleh hampir sama dengan produk – produk perkebunan pada umumnya. Mengingat komoditas cengkeh merupakan komoditas yang memiliki nilai ekonomi yang sangat tinggi, banyak orang yang melakukan kegiatan ekonomi pada komoditas cengkeh (stok) dan ditambah lagi cengkeh bukan merupakan komoditas yang diperdagangkan secara eceran. Sehingga lembaga pemasaran yang terkait dalam pemasaran komoditas cengkeh, tidak mampu memperoleh informasi harga dari permintaan dan penawaran pasar. Secara umum lembaga pemasaran yang terlibat dalam rantai pemasaran komoditas cengkeh, memperoleh informasi harga pasar dari pedagang level di atasnya.

Hasil pengamatan yang diperoleh pada penelitian ini sangat berbeda bila dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wedastra, 1999) pada pemasaran produk bawang merah di Kabupaten Lombok Barat NTB dan (Riasning, 2007) pada pemasaran produk sayuran di Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. Dimana dalam penelitian yang mereka lakukan teridentifikasi bahwa pedagang pengumpul mendapat informasi harga dari kekuatan permintaan dan penawaran pasar, karena pada komoditas sayuran dan bawang merah pola permintaan dan penawaran sudah jelas terlihat dan besarnya permintaan dan penawaran sudah dapat diramalkan dengan jelas pula.

## **2. Hambatan Masuk Pasar**

Dalam pemasaran atau berusahaani komoditas cengkeh tidak ada aturan formal yang mengatur untuk menjadi pedagang maupun untuk menjadi petani cengkeh. Dalam proses pemasaran atau berusahaani cengkeh faktor yang paling dominan yaitu terkait dengan sumber daya yang dimiliki baik berupa lahan, modal tenaga kerja dan keterampilan yang dimiliki oleh setiap usahawan untuk beraktivitas dalam usahaani komoditas cengkeh.

Dari hasil penelitian yang dilakukan ternyata hambatan-hambatan yang dihadapi oleh petani dalam berusahaani cengkeh, seluruh petani serempak menyatakan sering mengalami masalah yang dihadapi oleh faktor alam yang meliputi: seringnya terjadi angin kencang pada saat musim panen sehingga akan berpengaruh langsung terhadap produktivitas, terjadinya hujan lebat pada saat musim panen sehingga berpengaruh terhadap kualitas cengkeh karena proses penjemuran akan terganggu dan cengkehpun menjadi

rusak, dan yang sekarang sedang menjadi masalah besar bagi petani cengkeh adalah serangan hama penggerek batang dan akar (*subatah malingan*) yang sangat meresahkan petani. Walaupun demikian, semua kendala tersebut bukan menjadi penghambat masuk (*entry*) ke industri cengkeh.

Dalam penelitian ini dijumpai sedikit perbedaan dari penelitian-penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan (Widyantara, 1995) pada pemasaran produk panili di Bali, (Setiawan, 1997) pada pemasaran produk rumput laut di Kecamatan Nusa Penida Bali, (Wedastra, 1999) pada pemasaran produk bawang merah di Kabupaten Lombok Barat NTB dan (Riasning, 2007) pada pemasaran produk sayuran di Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan, dimana dalam penelitian tersebut sebagian besar petani bermasalah dalam kendala modal, tetapi dalam penelitian ini hanya sedikit yaitu sejumlah sembilan petani atau sekitar 9,3% yang bermasalah terhadap modal usaha. Permasalahan tentang modal dapat ditekan oleh petani karena sebagian besar petani telah menyiapkan dana dari hasil panen sebelumnya untuk biaya usahatani tahun berikutnya. Ataupun meminjam terlebih dahulu pada lembaga pemasaran, dan kelak akan dibayar pada musim panen.

Disisi lain petani juga sangat merasakan masalah dalam hal harga, dari 96 petani responden yang diteliti, 100% mereka merasakan masalah tentang harga. Harga yang dimaksud dalam hal ini adalah fluktuasi harga yang sangat tajam bahkan pada bulan September 2008 dalam satu minggu bisa berfluktuasi lebih kurang sebesar Rp 10.000,00/Kg, yaitu mulai dari harga Rp 56.125,00/Kg pada minggu ke empat bulan September turun menjadi Rp 46.400,00/Kg pada awal Oktober tahun 2008.

Fluktuasi yang tajam dan dalam waktu yang singkat sangat sering terjadi pada perkembangan harga cengkeh, dan ini sangat beresiko bagi petani, karena petani di Kecamatan Busungbiu hampir mayoritas mengolah cengkehnya dalam bentuk olahan kering, sehingga mereka menyimpan cengkehnya untuk dijual pada saat harga sedang dipuncak untuk memperbanyak keuntungan, dan yang paling sering menjadi masalah para petani tidak mengetahui pada saat mana harga itu dalam keadaan puncak, apabila terjadi lonjakan harga terus mengarah ke peningkatan, mereka hanya menunggu tanpa mengadakan transaksi, dan akhirnya apabila lonjakan itu berhenti dan mengarah ke penurunan barulah mereka melakukan penjualan, sehingga keuntungan yang diperoleh menjadi berkurang.

Dalam tingkatan pedagang *penyotek* dari 10 responden, 8 responden (80%) menyatakan bahwa mereka kesulitan dalam menembus pasar, dikarenakan modal yang terbatas, sehingga mereka pun membeli produk dari petani produsen dalam jumlah yang terbatas pula. Keterbatasan jumlah produk yang disalurkan dan tidak kontinyunya ketersediaan produk, menyebabkan harga yang diberikan oleh pedagang antar pulau (saluran satu) menjadi lebih rendah, hal ini juga disebabkan karena kelemahan mereka dalam membangun relasi dengan lembaga pemasaran tingkatan di atasnya. Sehingga dengan keadaan ini menyebabkan merekapun akan membeli produk petani dengan harga yang lebih rendah pula, dengan demikian para pedagang *penyotek* akan kesulitan bersaing dengan pedagang pengumpul, karena *bargaining position* yang dimiliki oleh pedagang *penyotek* lebih rendah bila dibandingkan dengan pedagang pengumpul.

Dilain pihak dalam tingkatan pedagang pengumpul kendala utama yang dihadapi adalah membangun kepercayaan dari pedagang tingkatan di atasnya yaitu dalam penelitian ini adalah pedagang antar pulau. Semua responden pedagang pengumpul menyatakan pentingnya kepercayaan dari pedagang antar pulau menjadi faktor penentu utama, dengan diperolehnya kepercayaan maka mereka tidak akan kesulitan dalam memperoleh modal, disamping itu mereka juga akan mendapatkan prioritas utama dalam hal harga (diberikan harga yang lebih tinggi) dan mereka pula akan mendapatkan informasi yang cepat apabila terjadi perubahan harga di tingkat pedagang antar pulau.

Sistim tutupan yang dibebankan oleh pedagang antar pulau kepada pedagang pengumpul, dapat memberikan peran ganda yaitu kadang sebagai hambatan dan juga kadang sebagai faktor pendukung. Sistem tutupan adalah suatu system kontrak dimana pedagang pengumpul diwajibkan memenuhi target setoran produk cengkeh olahan kering dalam jumlah tertentu, harus dipenuhi dalam kurun waktu yang telah ditetapkan dan dengan patokan harga yang tetap. Sistim tutupan ini dapat menyebabkan kerugian dalam jumlah yang besar apabila harga pasar di atas harga kontrak, sehingga pedagang pengumpul harus menutupi selisih harga tersebut. Oleh karena dengan system tutupan ini diperlukan insting, pengalaman dan trik-trik yang berbeda dari masing-masing pedagang pengumpul untuk menyiasatinya.

Secara umum dalam masing-masing tingkatan lembaga pemasaran hambatan yang dihadapi adalah bagaimana cara meningkatkan status mereka untuk menjadi pedagang yang kedudukannya lebih tinggi, walaupun masing-masing pedagang itu menyadari untuk menjadi pedagang yang lebih tinggi tingkatannya

dalam melakukan aktifitas ada faktor penghambatnya. Faktor utama yang menjadi penghambat adalah faktor modal dan susahnyanya menembus pasar.

## b. Perilaku Pasar

Perilaku pasar, merupakan tingkah laku lembaga pemasaran yang menyesuaikan dengan struktur pasar yang sudah terbentuk. Perilaku pasar di Kecamatan busungbiu dapat dilihat dari penentuan harga dan praktek kerjasama antar pedagang.

Dari hasil pengamatan dilapangan, dalam proses penentuan harga ternyata petani produsen adalah merupakan pihak yang paling lemah karena harga ditentukan oleh pedagang pengumpul apabila melewati saluran tiga dan penentuan harga akan ditentukan oleh pedagang *penyotek* apabila melewati saluran satu dan dua. Demikian juga yang terjadi pada pedagang *penyotek* dan pedagang pengumpul, mereka pada umumnya tidak dapat mempengaruhi harga, karena secara vertikal kekuatan pembentukan harga ada pada lembaga pemasaran yang paling atas, yaitu pedagang antar pulau. Hal ini juga dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran dari pabrik rokok yang merupakan konsumen utama cengkeh Indonesia, yang akan membentuk harga dan selanjutnya pedagang antar pulau akan menetapkan harga pada pedagang dibawahnya.

Untuk perilaku pasar yang dilihat dari kerjasama antar pedagang, bagaimana melihat kerjasama antar pedagang apakah terjadi kolusi atau taktik-taktik yang tidak jujur antar lembaga pemasaran secara vertikal maupun horisontal. Secara umum praktek kerjasama antar pedagang yang berhasil diamati dalam penelitian ini, terbatas pada informasi harga antara sesama lembaga pemasaran baik secara vertikal maupun horisontal dan saling membantu masalah pendanaan antar lembaga pemasaran baik secara vertikal maupun horisontal.

## 1. Penentuan Harga

Dari sudut pandang ekonomi penentuan harga berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba. Dimana harga adalah salah satu variabel yang perlu diperhatikan baik bagi petani maupun lembaga pemasaran yang terkait. Berbeda halnya dengan praktik penentuan harga komoditas cengkeh di Kecamatan Busungbiu, ternyata petani produsen adalah merupakan pihak yang paling lemah. Hal ini disebabkan karena petani hanya sebagai penerima harga tanpa memiliki kekuatan tawar. Secara vertikal dari pengamatan yang terkait pada penelitian ini, kekuatan pembentukan harga ada pada lembaga pemasaran yang paling atas, yaitu pedagang antar pulau.

Pedagang antar pulau adalah pihak pertama yang menetapkan harga beli komoditas cengkeh olahan kering. Harga beli ditingkat pedagang antar pulau ditetapkan dengan istilah plafon harga (*ceiling price*), yaitu harga maksimal yang akan ditetapkan oleh pedagang antar pulau. Secara umum berdasarkan pengamatan di lapangan, dapat dikatakan bahwa harga komoditas cengkeh olahan kering di Kecamatan Busungbiu lebih cenderung ditentukan oleh pedagang yang ada di atasnya, yakni pedagang antar pulau menentukan harga di pedagang pengumpul, pedagang pengumpul menentukan harga di pedagang *penyotek* dan pedagang *penyotek* menentukan harga di tingkat petani produsen cengkeh.

Secara lebih mengkhusus dari hasil pengamatan dilapangan pedagang pengumpul memperoleh bayangan harga dari pedagang antar pulau dengan sistem plafon harga (*ceiling price*). Harga plafon tidak semata – merta nilainya harganya langsung didapat oleh pedagang pengumpul. Di mana terlebih dahulu pedagang antar pulau memperhatikan kualitas produk cengkeh olahan kering yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul. Dalam kualitas produk ini akan dilihat kadar air dan kadar kotoran cengkeh yang ditawarkan dengan menggunakan sistem sampel. Apabila sudah diketahui kadar air dan kotoran cengkeh yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul, barulah dengan menggunakan formula/rumus tertentu akan ditetapkan harga beli pedagang antar pulau terhadap pedagang pengumpul. Begitu pula apabila pedagang *penyotek* langsung memasarkan produknya ke pedagang antar pulau (saluran satu) akan melewati tahapan tersebut. Pengukuran kualitas cengkeh yang dilakukan oleh pedagang antar pulau, dapat menciptakan kesempatan untuk melakukan kecurangan, karena tidak terdapat lembaga resmi dari pemerintah untuk mengukur kualitas cengkeh yang dipasarkan oleh pedagang pengumpul maupun *penyotek*.

Dalam tingkatan petani, apabila melewati saluran tiga harga ditentukan oleh pedagang pengumpul dan penentuan harga akan ditentukan oleh pedagang *penyotek* apabila melewati saluran satu dan dua. Dalam tingkatan ini, kualitas juga akan menjadi faktor penentu utama besar kecilnya harga yang akan diperoleh oleh petani. Tetapi berbeda halnya dengan pedagang antar pulau proses penentuan kualitas produk tidak melalui tes kadar air dan kotoran, tetapi cukup lelelui perabaan dan insting yang di miliki. Dalam hal ini petani hanya memiliki nilai tawar apabila produk cengkeh yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus.

## 2. Kerjasama antar pedagang

Secara umum praktek kerjasama antar pedagang yang berhasil diamati dalam penelitian ini, terbatas pada informasi harga antara sesama lembaga pemasaran baik secara vertikal maupun horisontal dan saling membantu masalah pendanaan antar lembaga pemasaran baik secara vertikal maupun horisontal.

Dari hasil pengamatan di lapangan, pedagang antar pulau yang merupakan konsumen akhir dari penelitian ini biasanya bekerjasama dengan lembaga pemasaran level dibawahnya untuk memperoleh cengkeh olahan kering dari petani. Pedagang pengumpul memiliki relasi kuat dengan pedagang antar pulau, sehingga segala keputusan yang menyangkut pemasaran, terutama tentang harga dikendalikan oleh pedagang antar pulau. Dalam kerjasama yang terjadi antar pedagang pengumpul dan pedagang antar pulau, tidak terdapat saling keterikatan. Pedagang pengumpul bebas menjual produknya kepada pedagang antar pulau manapun yang berani membeli produknya dengan harga yang paling tinggi.

Keterikan pedagang pengumpul dan pedagang antar pulau akan terjadi apabila pedagang pengumpul melakukan perjanjian tutupan, yang dimaksud dengan tutupan adalah suatu kontrak dimana pedagang pengumpul diwajibkan memenuhi target setoran produk cengkeh olahan kering dalam jumlah tertentu, harus dipenuhi dalam kurun waktu yang telah ditetapkan dan dengan patokan harga yang tetap. Di sini pedagang pengumpul wajib menjual cengkehnya kepada pedagang antar pulau yang diajak melakukan perjanjian, sampai tutupan tersebut berhasil dipenuhi. Apabila tutupan tersebut belum terpenuhi dan pedagang pengumpul tersebut bertransaksi dengan pedagang antar pulau yang lain, maka pedagang pengumpul tersebut akan dikenai pinalti sesuai dengan kontrak.

Disamping kerjasama antar pedagang pengumpul dan pedagang antar pulau, dari hasil pengamatan dilapangan juga terlihat terjadinya kerjasama antar pedagang pengumpul. Kerjasama yang dimaksud adalah apabila satu pedagang pengumpul memiliki tutupan dengan harga di atas harga pasar, maka pedagang pengumpul lainnya akan menjual produknya kepada pedagang pengumpul yang memiliki tutupan tersebut. Hal ini akan menciptakan simbiosis mutualisme (saling menguntungkan), bagi pedagang pengumpul yang tidak memiliki tutupan, mereka akan memperoleh harga yang lebih tinggi daripada harga pasar. Dan bagi pedagang pengumpul yang memiliki tutupan, mereka tidak akan kesulitan mencari produk cengkeh olahan kering, karena sudah dibantu proses pengadaannya oleh pedagang pengumpul lainnya.

Di tingkat pedagang *penyotek* hampir tidak ada keterkaitan antar pedagang *penyotek* dengan pedagang antar pulau. Dari 10 responden pedagang *penyotek* 100% menyatakan tidak ada relasi antar pedagang *penyotek* dengan pedagang antar pulau, hal ini disebabkan kecilnya volume jual mereka dan ketidak kontinyuan penyaluran produk mereka ke pedagang antar pulau. Dalam hal ini pedagang *penyotek* lebih banyak memiliki keterikatan dan relasi dengan pedagang pengumpul.

Untuk masalah permodalan pedagang pengumpul jarang sekali memperoleh modal dari pedagang antar pulau hanya sesekali saja dengan konsentrasi rendah mereka meminjam uang pada pedagang antar pulau. Para pedagang pengumpul kebanyakan memperoleh dana dari bank dan rentenir. Pada tingkatan pedagang *penyotek*, 100% responden menyatakan pernah meminjam dana dari pedagang pengumpul.

Pada tingkatan petani pada umumnya tidak pernah setia menjual hasil panennya pada lembaga pemasaran yang sama, mereka bebas menjual kepada siapa saja dengan pertimbangan harga yang lebih tinggi. Dalam pengamatan dilapangan juga terlihat terjadinya keterikatan petani dengan pedagang pengumpul, hal ini sering terjadi pada musim – musim panen. Petani terlebih dahulu akan meminjam uang kepada pedagang pengumpul untuk biaya usahatani mereka, dan kelak akan dibayar pada saat setelah panen. Hal ini menyebabkan petani yang bersangkutan secara tidak langsung harus menjual produk mereka kepada pedagang pengumpul tersebut, karena didasari oleh adanya sikap balas budi. Hal ini patut dimaklumi juga sebagai sebuah cara promosi untuk menarik hati petani.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

#### 1. Struktur Pasar

Dalam pemasaran komoditas cengkeh di Kecamatan Busungbiu terdapat hambatan ke luar masuk pasar yang cukup kuat, terlihat bahwa relatif tetapnya pedagang yang terlibat dalam pemasaran komoditas cengkeh, menunjukkan hambatan ke luar masuk pasar yang cukup tinggi, karena diperlukan keuletan, modal yang besar dan jaringan pemasaran yang luas. Tidak efisiennya struktur pasar komoditas cengkeh di

Kecamatan Busungbiu juga terlihat dari pengetahuan informasi pasar, secara umum informasi pasar dapat dikatakan sangat minim hanya terbatas pada informasi harga yang telah ditetapkan oleh pedagang tingkat selanjutnya.

## 2. *Perilaku Pasar*

Apabila dilihat dari penentuan harga, petani produsen merupakan pihak yang paling lemah. Hal ini disebabkan oleh petani hanya sebagai penerima harga tanpa memiliki kekuatan tawar. Secara vertikal, kekuatan pembentukan harga ada pada lembaga pemasaran yang paling atas, yaitu pedagang antar pulau. Apabila dilihat dari kerjasama antar pedagang, terbatas pada informasi harga antara sesama lembaga pemasaran baik secara vertikal maupun horisontal dan saling membantu masalah pendanaan antar lembaga pemasaran baik secara vertikal maupun horisontal. Tidak terlihat, terjadi kolusi atau taktik - taktik yang tidak jujur antar lembaga pemasaran secara vertikal maupun horisontal.

## Saran-saran

1. Pemerintah melalui lembaga yang terkait yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan, hendaknya ikut memberikan informasi harga bagi petani, agar petani tidak selalu berpatokan pada harga yang diberikan oleh pedagang level selanjutnya.
2. Pedagang pengumpul hendaknya meningkatkan kualitas cengkeh olahan keringnya dan menghindari praktik – praktik kecurangan, dalam memasarkan cengkehnya ke pedagang antar pulau untuk memperoleh *share* keuntungan yang lebih tinggi
3. Keterlibatan lembaga keuangan terutama dalam hal pemberian kredit dalam jumlah yang mencukupi, sangat diperlukan oleh pedagang penyotek dan pedagang pengumpul, agar mereka terhindar dari jeratan lintah darat ataupun rentenir

## DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Perkebunan Provinsi Bali 1996a. *Petunjuk Tehnis Deversifikasi Cengkeh*. Denpasar: Disbun Bali.
- Irawan A. dan Rosmayanti D. 2007. “*Analisis Integrasi Beras di Bengkulu*”. *Agroekonomi*, 25 (1) : 37-54.
- Kapanlagi.com 2007. “*Produksi Cengkeh Di Indonesia Belum Penuhi Kebutuhan*”. Kamis 03 Mei. 14:27.
- Kompas 2003. “*Petani Menahan Menjual Cengkeh Akibat Anjloknya Harga Cengkeh*”. Senin 07 Juli.
- Kotler P. dan Susanto, A.B. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muljana W. 2006. *Bercocok Tanam Cengkeh*. Semarang: CV Aneka Ilmu.
- Najiyati S. dan Danarti 2003. *Budidaya dan Penanganan Pascapanen Cengkeh*. Edisi Revisi. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Nuraeni, Purwanta, dan Wahyuni S. 2006. “*Efisiensi Pemasaran Ayam Buras di Desa Kalebarembeng Kecamatan Bontonompo Kabupaten Goa*”. *Agrisistem*, 2 (2) : 68 – 73.
- Nurasa T. dan Darwis V. 2007. “*Analisis Usahatani dan Keragaan Margin Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Brebes*”. *Akta Agrosia*, 10 (1) : 40 – 48.
- Rahayu M, Kumoro K, Sayudi dan Yunus ----- . “*Efisiensi Pemasaran Buah Manggis Di Kecamatan Lingsar Lombok Barat* “. BPTP Nusa Tenggara Barat.
- Riasning, N.P. 2007. “*Efisiensi Pemasaran Sayuran di Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan*” (Tesis). Program Studi Magister Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Udayana, Denpasar.
- Rosmilawati, M. Djobeng, A. Hidayati, N. Wathoni 2006. “*Analisis Struktur Prilaku dan Penampilan Pasar Komoditi Vanili Di Kabupaten Lombok Barat*” *Agroteksos*, 16 (2) : 136 -143.
- Wedastra, Made Suma., 1999. *Analisis Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Lombok Barat*.Tesis S2. Unibraw Malang. Tidak dipublikasikan