

## Meneroka Refleksi Simpati Rasional Orang Tengah dalam Rantiaian Pengeluaran Kelapa Sawit Pekebun Kecil

*(Exploring the Reflection of Rational Sympathy of Middlemen within the Palm Oil Smallholders' Supply Chain)*

SURAIYA ISHAK, MOHD YUSOF HUSSAIN, AHMAD RAFLIS CHE OMAR, ABD HAIR AWANG & NOVEL LYNDON

### ABSTRAK

*Kajian ini bertujuan menilai peranan orang tengah dalam pasaran hasil pertanian berdasarkan Teori Sentimen Moral. Penjelasan tersebut memberi refleksi sejauhmana aktiviti Peniaga Buah Sawit (FD) mengandungi elemen etika iaitu simpati rasional dan kepeperumahan seperti dikemukakan oleh Teori Sentimen Moral Smith. Kajian ini memberi tumpuan kepada konteks FD di Malaysia. Kajian menggunakan metod temubual mendalam dengan empat orang peniaga buah sawit di Sabak Bernam, Selangor, Malaysia. Penemuan menunjukkan peranan FD telah memberi refleksi kepada simpati rasional dan kepeperumahan dalam skop Teori Sentimen Moral. Pelaksanaan sentimen moral dikesan pada dua aspek, iaitu komersil dan sosial. Simpati rasional diterjemahkan dalam bentuk perkhidmatan berasaskan teras komersil tulen seperti belian buah sawit mentah, khidmat pengurusan kebun, jualan keperluan pertanian dan pengangkutan. Meskipun perkhidmatan tersebut dikenakan caj tertentu, pekebun telah memperolehi manfaat daripada penawaran perkhidmatan tersebut. Di samping itu, pekebun turut memperolehi faedah perolehan kredit kewangan dan keperluan pertanian dengan mudah dan ini menggambarkan elemen kepeperumahan orang tengah yang sanggup mengenyahkan peluang mengaut untung tambahan. Walaupun bayaran balik kredit tersebut dipotong daripada hasil jualan buah sawit, pekebun masih memperolehi faedah kerana kredit diperolehi tanpa perlunya cagaran, pematuhan prosedur permohonan pinjaman yang ketat, caj kewangan dan aturan bayar balik yang fleksibel. Oleh itu aktiviti orang tengah selari dengan sentimen moral dan menandakan elemen etika wujud dalam operasi FD kelapa sawit bagi konteks kajian. Implikasi polisi turut dikemukakan iaitu meningkatkan bilangan FD di pasaran dan kolaborasi maklumat serta tindakan antara FD-Malayasian Palm Oil Board.*

*Kata kunci: Orang tengah; pekebun kecil; kepeperumahan; simpati; sentimen moral*

### ABSTRACT

*The middlemen remain as an essential element in the value chain of agricultural produce. This study aims to examine the middlemen roles in agriculture produce market based on the Theory of Moral Sentiment. The explanation reflects the implementation of rational sympathy and benevolence of middlemen actions according to Moral Sentiment Theory argument. This study emphasizes the context of palm fruit middlemen (FD) in Malaysia. This study employs in-depth interview with four palm fruit dealers in Sabak Bernam, Selangor, Malaysia. The finding indicates that the middlemens' roles have reflected the rational sympathize and benevolence as in the Moral Sentiment Theory. Execution of moral sentiment is found in two aspects, namely the commercial and social aspects. The rational sympathy is translated in the form of pure commercial services such as purchase of raw produces, farm management, selling of farm necessities and transportation. Although they are paid services, the small holders gain advantages from such services. On the other hand, the middlemen also obtain cash advance and farm items credit which reflects FD benevolence to willingly forgo potential of extra profit. Although repayment of credits is deductable from the selling proceeds, small*

*palm holders still gain benefits from the service as it was provided without the need of collateral, compliance of rigid loan application procedures, finance charges and with flexible payback arrangement. Therefore, middlemen activities are in line with the moral sentiment and has explicitly underlies the particular FD context. Policy implications have been proposed such as increasing the numbers of FD in the market and collaboration of information and actions between FD-MPOB.*

*Keywords: Middlemen; small holder; benevolence; sympathy; moral sentiment*

## PENGENALAN

Penglibatan orang tengah merupakan fenomena lazim dalam pemasaran dan agihan produk pertanian. Orang tengah merupakan perantara di antara pekebun dan pasaran. Peranan orang tengah semakin penting dalam konteks memasarkan hasil pekebun kecil yang berada di lokasi yang jauh dan pendalaman. Makalah ini memberikan tumpuan khusus kepada FD yang berada dalam lingkungan konteks pekebun kecil sawit. Ini kerana sektor pertanian di kebanyakan negara sering didominasi oleh pertanian keluarga berskala kecil (Biéabe & Sautier 2008). Justeru situasi tersebut mewujudkan banyak kebun-kebun yang diusahakan secara perseorangan dengan keluasan dan tahap produktiviti yang rendah disebabkan ketiadaan faedah pengeluaran berskala ekonomi dan lebih dekat dengan isu berkaitan orang tengah. Selain daripada itu, pekebun kecil terdedah kepada cabaran tersendiri dan berbeza konteks lingkungan serta operasi berbanding pekebun berskala besar (Ali-Olubandwa et al. 2011; Dev 2012). Umpamanya, berdasarkan kajian Ali-Olubandwa et al. (2011) dan Dev (2012), kebanyakan pekebun kecil terdedah kepada cabaran operasi yang dikenalpasti seperti berikut:

1. Kurangnya kesedaran pekebun tentang amalan pertanian yang berkesan dan aspek teknikal;
2. Kurang pengetahuan pekebun mengenai pasaran;
3. Kesukaran mendapatkan biji benih yang baik dan sering menggunakan benih yang tidak disijilkan (*uncertified seed*);
4. Sukar mendapat pembiayaan dan kemudahan kredit bagi pelaburan modal dan input pertanian sehingga mengakibatkan produktiviti pertanian yang rendah; dan
5. Kemahiran dan tahap pendidikan pekebun yang rendah menyebabkan produktiviti pertanian kurang.

Kekurangan dan kekangan operasi yang dihadapi pekebun kecil seperti dinyatakan, dijangka menyebabkan pekebun kecil berada pada situasi tidak menikmati faedah pengeluaran berskala besar dan kurang berupaya memasarkan sendiri produk pertanian ke pasaran tanpa bantuan pihak ketiga seperti orang tengah. Hal demikian diperteguhkan lagi menerusi sebuah kajian mengenai pekebun kecil kelapa sawit di Indonesia yang dijalankan oleh Brandi et al. (2013). Kajian Brandi et al. (2013) menjelaskan amalan penjualan buah sawit kepada orang tengah sekalipun dengan nilai harga yang lebih rendah daripada pasaran adalah disebabkan alasan berikut: orang tengah membayar serta merta, orang tengah menerima kuantiti jualan yang kecil, pengangkutan dari kebun ke kilang adalah sukar, orang tengah memberi pinjaman dan orang tengah mempunyai kedudukan yang penting. Berikutan itu, kajian ini meramalkan orang tengah merupakan elemen penting kepada rangkaian pengeluaran dan pemasaran dalam konteks pertanian pekebun kecil bagi mengatasi cabaran operasi yang dihadapi itu. Ramalan ini sejajar dengan penelitian ke atas kajian terdahulu yang menunjukkan orang tengah mempunyai peranan tersendiri dalam rangkaian pengeluaran hasil pertanian semenjak sekian lama (Ahmad Raffis et al. 2016; Quartey et al. 2012; Mitra 2012; Sandika 2011; Baritauex et al. 2006; Van Driel 2003). Perbincangan di bawah subtopik “peranan entiti orang tengah” akan menghurai secara mendalam mengenai faedah daripada peranan orang tengah sektor pertanian.

Walaupun bagaimanapun terdapat juga pandangan negatif yang menyatakan orang tengah merupakan punca yang menyebabkan sektor pertanian di Malaysia tidak mengalami perkembangan yang baik (Kosmo 2016; Norliza 2014). Kesan daripada itu, kempen khusus seperti Jihad Memerangi Orang Tengah telah dilancarkan bagi menyelesaikan isu penindasan yang dikaitkan dengan orang tengah (Borneo Post 2013; Utusan 2014). Meskipun orang tengah dikaitkan dengan pelbagai tanggapan

negatif, kewujudan orang tengah kekal sehingga kini. Sehubungan itu, makalah ini akan meneroka elemen etika dalam operasi orang tengah berpandukan Teori Sentimen Moral Adam Smith.

Selanjutnya, makalah ini mengemukakan perbincangan tiga subtajuk sorotan karya lepas. Subtajuk pertama menghurai mengenai peranan orang tengah bagi memahami justifikasi entiti perantara seperti orang tengah dalam rantaian pengeluaran hasil pertanian. Subtajuk kedua akan menghurai mengenai latar belakang penglibatan orang tengah dalam rantaian hasil pekebun kecil di Malaysia. Subtajuk berikutnya pula akan menerangkan mengenai asas Teori Sentimen Moral sebagai justifikasi menilai keberetikaan operasi orang tengah sektor pertanian.

## PERANAN ENTITI ORANG TENGAH

Orang tengah ialah individu atau syarikat yang berfungsi menggerakkan produk pertanian daripada titik penghasilan (*point of production*) sehingga ke titik penggunaan (*point of consumption*) (Sandika 2011; Syahrin et al. 2015; Muhammad & Arif 2016). Orang tengah merupakan pihak yang wujud dalam sesebuah pasaran dengan berfungsi sebagai pembeli hasil petani secara pukal untuk dijual semula kepada penjual, penjaja dan/atau pengguna akhir (Chigusiwa et al. 2013). Justeru menyatakan orang tengah merupakan kunci kepada kejayaan petani di kawasan luar bandar dan dapat menentukan tingkah laku ekonomi para petani (Heliawaty et al. 2015).

Terdapat beberapa jenis kategori orang tengah. Shahrin et al. (2015) telah mengklasifikasikan orang tengah yang wujud di pasaran kepada 5 kategori.

### 1. Orang Tengah Peniaga (*merchants' middlemen*)

Orang tengah peniaga merujuk kepada peruncit yang membeli produk dan menjual semula kepada pengguna akhir. Mereka berperanan menyediakan pelbagai jenis produk di satu lokasi tertentu dan memudahkan pengguna untuk mendapatkan produk tersebut. Di samping itu mereka turut merujuk kepada pemborong yang menyediakan produk kepada peruncit dan pemborong lain, bagi maksud kegunaan industri

dan tidak melakukan sebarang jualan kepada pengguna terakhir.

Dalam konteks operasi sebagai pemborong, terdapat dua jenis kategori pemborong iaitu, (1) pembeli tempatan yang membeli secara langsung hasil pengeluaran petani di kawasan pertanian dan menghantar serta menjual hasil tersebut kepada pemborong lain atau industri pemproses di kawasan bandar-bandar besar; (2) pemborong sepenuh masa yang beroperasi di bandar-bandar besar, menguruskan pelbagai produk yang berbeza atau menguruskan bilangan produk yang terhad bilangannya.

Orang tengah jenis pemborong dan peruncit mendapat keuntungan mereka daripada perbezaan di antara harga belian dan harga jualan produk yang berkenaan.

### 2. Agen (*agents middlemen*)

Orang tengah jenis agen berperanan dengan mencari pelanggan dan membuat rundingan ke atas kontrak bagi pihak penjual dan pembeli yang diwakilinya. Agen menyediakan khidmat tawar menawar dan rundingan terutama apabila pembeli atau penjual tidak mempunyai pengetahuan mengenai perkara tersebut. Orang tengah jenis agen dikenali sebagai broker dan menerima bayaran dalam bentuk komisen atas urusan yang diuruskan.

Terdapat dua kumpulan utama orang tengah jenis agen iaitu broker dan *commission men*. Broker tidak mempunyai kawalan ke atas produk fizikal dan hanya sekadar mengikut arahan atau kehendak pembeli atau penjual yang diwakili. Mereka mempunyai pengaruh yang kecil dalam rundingan harga. Manakala *commission men* mempunyai kuasa yang lebih besar dan kebiasaannya mengambil peranan dalam pengendalian produk secara langsung, mengurus penjualan produk, pengumpulan, potongan harga, dan membayar baki kepada penjual.

3. Orang tengah spekulator (*speculative middlemen*)

Orang tengah jenis spekulator ialah orang tengah yang membeli dan menjual produk dengan tujuan mendapatkan keuntungan daripada pergerakan turun naik harga di pasaran. Mereka lazimnya melakukan pengendalian barangan yang minimum. Orang tengah jenis ini mendapatkan keuntungan daripada perbezaan turun naik harga dalam jangka masa pendek.

4. Pemproses dan pengeluar

Orang tengah jenis pemproses dan pengeluar mempunyai kepakaran dalam menambah nilai komoditi asas meliputi usaha mengubahsuai jangka masa ketahanan, membentuk, menempatkan dan mengawal produk pertanian mentah atau segar. Mereka merupakan pembeli produk pertanian petani yang utama dan menjual secara borong kepada peruncit-peruncit makanan. Orang tengah jenis ini bertanggungjawab mempengaruhi pilihan pengguna menerusi elemen pembungkusan, penjenamaan dan aktiviti promosi yang tertentu.

5. Organisasi Pemudahcara (*Facilitative organizations*)

Orang tengah jenis pemudahcara mempunyai fasiliti fizikal yang baik untuk mengendalikan produk dengan menemukan pembeli dan penjual. Organisasi ini juga membantu dalam penggredan, mengatur, dan pemindahan bayaran. Orang tengah jenis ini akan mendapat keuntungan daripada bayaran pihak yang menggunakan fasiliti mereka.

Dalam konteks rantaian pemasaran hasil pekebun kecil, orang tengah yang berkemungkinan wujud ialah orang tengah peniaga (*merchant middlemen*), pemproses dan pengeluar, dan organisasi pemudahcara (*facilitative organizations*). Orang tengah jenis peniaga berkemungkinan memainkan peranan samada sebagai peruncit atau pemborong. Fungsi peruncit dilakukan sekiranya orang tengah bertindak sebagai pihak yang mengumpul pelbagai hasil tani daripada pekebun dan menjualnya

kepada pengguna akhir. Contoh, individu yang mengambil buah-buahan hasil pekebun kecil dan dibawa ke lokasi khusus untuk dijual terus kepada orang ramai. Manakala fungsi sebagai pemborong akan berlaku sekiranya orang tengah tersebut tidak menjual kepada pengguna akhir, sebaliknya mengumpul hasil para pekebun untuk dijual semula secara pukal kepada mana-mana kilang atau pemborong lain untuk tujuan pemprosesan.

Orang tengah jenis pemproses dan pengeluar relevan sekiranya orang tengah beroperasi dengan cara membeli hasil pekebun dan diproses terlebih dahulu bagi menghasilkan produk akhir tertentu yang akan dijual kepada para peruncit. Contohnya, kilang yang menerima secara terus output pertanian mentah daripada pekebun dan kemudian melakukan proses transformasi tertentu supaya menjadi produk akhir yang sesuai digunakan oleh pengguna. Orang tengah jenis organisasi pemudahcara relevan dalam pemasaran hasil pertanian pekebun kecil sekiranya orang tengah tersebut melakukan aktiviti yang dapat membantu keperluan pekebun kecil, contohnya menyediakan khidmat perolehan tunai segera dan perkhidmatan pengangkutan serta logistik.

Dalam sesetengah keadaan terdapat orang tengah yang bertindak sebagai agen dan pembeli spekulator ke atas produk hasil tani para pekebun kecil. Pembabitan sebagai agen mewakili pekebun kecil dijangka boleh wujud berdasarkan suasana seperti kajian Ali-Olubandwa et al. (2011) dan Dev (2012). Kajian mereka menyebut bahawa para pekebun kecil khususnya di negara sedang membangun sering kali mengalami kekurangan daripada sudut pengetahuan dan kemahiran teknikal mengenai pertanian dan pasaran. Justeru khidmat orang tengah sebagai agen yang mewakili pekebun dalam rundingan teknikal dan pasaran adalah diperlukan. Di samping itu, terdapat orang tengah yang bersedia menanggung sejumlah risiko diperhitungkan dengan membeli hasil pekebun kecil yang mudah rosak dan tidak tahan lama, untuk diurusniagikan dalam pasaran komoditi pada jangkaan harga masa hadapan yang lebih tinggi.

Van Driel (2003) telah membuat kajian mengenai kepentingan peranan orang tengah dalam perdagangan antarabangsa komoditi kopi di negara Belanda. Menurut kajian Van Driel (2003) dan Fatimah (2015), kerelevanan peranan orang tengah dalam saluran perdagangan 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 dimensi

penting dalam aktiviti penawaran dan permintaan antara penjual dan pembeli. Jadual 1 menunjukkan dimensi dan keterlibatan aktiviti perantara yang dilakukan menerusi fungsi orang tengah.

JADUAL 1. Dimensi dan Aktviti Perantara Utama dalam Proses Penawaran dan Permintaan Pasaran

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

Sumber: Van Driel (2003: 80).

Kajian Barिताux et al. (2006) pula meneliti peranan orang tengah dalam konteks pemasaran arak di negara Perancis. Barिताux et al. (2006) telah menggunakan Teori Transaksi bagi menghujahkan kepentingan dan peranan orang tengah untuk mencapai penjimatan dalam kos transaksi. Kewujudan orang tengah seperti broker berpotensi memberi kesan positif daripada sudut kos kerana pelbagai kos transaksi, meliputi kos maklumat dan pencarian (*information and search cost*), kos negosiasi (*negotiation cost*) dan kos pemantauan serta penguatkuasaan (*monitoring and enforcement cost*), dapat dikurangkan. Oleh yang demikian kesan positif dan negatif orang tengah adalah tertakluk kepada bentuk peranan yang dilaksanakan oleh mereka.

Sandika (2011) turut menyebut mengenai orang tengah sebagai berperanan penting dalam saluran pemasaran hasil produk sayur-sayuran di Sri Lanka. Ini kerana orang tengah berperanan menanggung kos dan risiko akibat daripada transaksi yang melibatkan produk sayur-sayuran yang mudah rosak dan tidak tahan lama. Di samping itu orang tengah berperanan untuk menyediakan produk pertanian sebelum ianya dapat dijual kepada pelanggan akhir seperti mendapatkan pelbagai stok sayuran daripada ramai pekebun, mengangkut, mengred dan menstor. Sandika (2011) turut menyatakan satu daripada sumbangan penting orang tengah kepada pekebun dan pelanggan akhir ialah dengan menstabilkan turun naik harga komoditi di pasaran.

Satu daripada fenomena penting mengenai pertanian di kalangan negara sedang membangun dan negara mundur ialah aktiviti tersebut didominasi oleh penduduk luar bandar (Chigusiwa et al. 2013, Quartey et al. 2012 dan Sandika 2011).

Ini kerana pertanian merupakan alternatif paling mudah untuk meneruskan kehidupan (*livelihood*) di kalangan penduduk luar bandar seperti dinyatakan oleh Mitchell (2011). Justeru Mitchell (2011) menegaskan bahawa sebarang usaha menambah baik kecekapan dalam pasaran produk pertanian akan mampu memberi kesan kepada kebajikan ramai orang miskin dan susah di negara sedang membangun dan luar bandar. Kepentingan aktiviti berasaskan pertanian sebagai sumber penghidupan penting penduduk luar bandar juga boleh dirujuk kepada kajian Ahmad Rafflis et al. (2013). Kajian Ahmad Rafflis et al. (2013) mengenai program *natural farming* di kalangan penduduk di lokasi pedalaman di Sabah dan Sarawak telah membuktikan bahawa projek penanaman komoditi pertanian makanan skala kecil-kecilan oleh isi rumah telah mampu membantu dan menambah baik kelangsungan sosio-ekonomi penduduk di kawasan pedalaman.

Pembabitan masyarakat luar bandar dalam bidang pertanian lazimnya dicirikan dengan ciri tipikal seperti petani yang mempunyai kemahiran dan tahap pendidikan yang rendah serta kelompok golongan tua, kekurangan modal dan skala aktiviti pertanian berskala kecil. Situasi sosio-ekonomi golongan petani pula lazimnya melibatkan fenomena miskin dan tahap pendapatan yang rendah (Chigusiwa et al. 2013; Ahmad Rafflis et al. 2013; Quartey et al. 2012). Berikutan itu, perbincangan tentang peranan dan fungsi orang tengah turut merangkumi skop keupayaan orang tengah membantu memenuhi keperluan asas dan pemberdayaan pekebun kecil samada menerusi bantuan bentuk kewangan atau barang (*in kind*) seperti ditegaskan Quartey et al. (2012).

Dalam sorotan karya lain, penulis seperti Muhammad dan Arif (2016) turut membincangkan isu berkaitan etika orang tengah yang melibatkan eksploitasi dan memudaratkan kepentingan pekebun di Pakistan. Muhammad dan Arif (2016) menjelaskan para petani di Pakistan terpaksa menjual kepada orang tengah disebabkan pekebun tidak mempunyai akses kepada pasaran. Ini kerana kebanyakan hasil pertanian dalam konteks kajian mereka dihasilkan menerusi skala operasi pertanian kecil-kecilan. Justeru pemasaran terus tidak mampu dilaksanakan oleh petani kecil terlibat. Pada masa yang sama para pembeli juga tidak dapat mengakses para petani secara langsung untuk membuat belian terus kerana faktor lokasi pekebun yang berterabur di merata lokasi dan keadaan sistem pengangkutan serta perhubungan di antara kebun-pasaran yang kurang baik. Selain daripada itu keadaan sistem pengangkutan yang kurang baik juga menyebabkan usaha memasarkan produk tani yang mudah rosak atau reput menjadi semakin sukar bagi petani kecil. Di samping itu para pekebun kecil lazimnya tidak mempunyai sumber kewangan mencukupi untuk membiayai keperluan harian mereka. Malahan dalam kebanyakan keadaan pekebun turut meminjam wang daripada orang tengah untuk menjalankan aktiviti pertanian mereka. Berikutan itu, pekebun terpaksa menjual kepada orang tengah pada harga yang lebih rendah. Kekangan dan kekurangan yang dialami pekebun telah membuka ruang manipulasi dan eksploitasi oleh segelintir orang tengah yang tidak bertanggungjawab. Justeru orang tengah menjadi sangat berpengaruh dan berkuasa dalam rantaian pemasaran produk pertanian pekebun kecil serta berpeluang mengaut keuntungan besar melebihi amaun perolehan pekebun selaku pihak pengeluar produk pertanian tersebut.

Demikian juga hasil penemuan kajian empirikal Mitchell (2011) dalam konteks pekebun di India. Menurut Mitchell (2011) juga isu eksploitasi oleh orang tengah sememangnya isu yang sudah lama diperkatakan dalam konteks hubungan pekebun-orang tengah. Meskipun begitu orang tengah masih terus kukuh peranannya dalam pemasaran produk pertanian pekebun disebabkan kekangan dan kekurangan yang dihadapi oleh kebanyakan pekebun kecil terutama di kawasan luar bandar. Namun begitu hasil eksperimen Mitchell (2011) menunjukkan akses pekebun kepada maklumat pasaran yang lebih baik telah meningkatkan

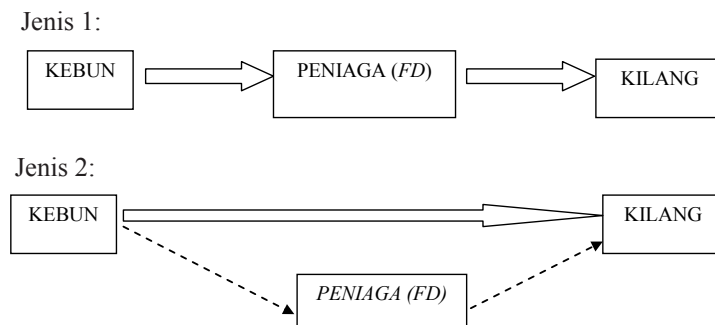
peluang pekebun untuk menerima harga yang lebih baik daripada orang tengah. Ini bermaksud capaian pekebun ke atas maklumat pasaran khususnya berkaitan variasi tawaran harga daripada pelbagai orang tengah boleh melemahkan kuasa orang tengah yang menindas (*bad middlemen*) untuk melakukan penindasan harga kepada pekebun. Kajian Mitchell (2011) turut menunjukkan bahawa secara umumnya ada dua jenis orang tengah iaitu orang tengah yang tidak baik (*bad middlemen*) dan orang tengah yang baik (*good middlemen*). Namun begitu sejauhmana penyebaran informasi tentang harga dapat memberi faedah kepada pekebun turut tertakluk kepada faktor kos pertukaran (*switching cost*) yang dihadapi oleh pekebun sekiranya mereka mahu bertukar daripada satu orang tengah kepada orang tengah yang lain. Kos pertukaran orang tengah yang mahal mungkin menyebabkan pekebun terus setia kepada orang tengah tertentu dan tidak memilih orang tengah yang lain. Contohnya, lokasi orang tengah berkenaan lebih hampir atau bantuan kewangan segera yang mudah daripada orang tengah tertentu boleh menyebabkan kos untuk bertukar orang tengah yang lain menjadi lebih mahal untuk pekebun terlibat.

#### ORANG TENGAH DALAM RANTAIAN PENGELUARAN PEKEBUN KECIL SAWIT DI MALAYSIA

Subtopik ini bertujuan memberi penerangan tentang situasi pembabitan orang tengah dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil di Malaysia. Kajian Suraiya et al. (2016) telah dirujuk bagi memperihai penglibatan orang tengah dalam konteks rantaian penghasilan kelapa sawit pekebun kecil di Malaysia. Menurut Suraiya et al. (2016) keterlibatan orang tengah sebagai FD boleh berlaku dalam dua bentuk amalan (rujuk Rajah 1). Bentuk pertama melibatkan keadaan di mana pekebun kecil menjual buah sawit mentah kepada FD dan buah sawit akan dihantar atau dikumpulkan di premis perniagaan FD. Setelah itu, FD akan menjual buah sawit mentah yang dikumpulkan ke kilang pemproses. Bentuk kedua melibatkan amalan di mana pekebun menjual buah sawit terus ke kilang. Dalam amalan kedua ini pekebun akan menjual buah ke kilang melalui rekod akaun FD yang diselenggara di kilang berkenaan. Ini disebabkan kilang secara praktisnya tidak melakukan urusaniaga

dengan pekebun secara individu. Oleh itu rekod jualan buah sawit akan dibuat menggunakan akaun

FD tertentu di kilang berkenaan (ditunjukkan oleh garis putus pada Rajah 1).



RAJAH 1. Struktur Urus Niaga Buah Kelapa Sawit (Suraiya et al. 2016: 50).

Sehubungan itu FD telah berperanan sebagai perantara di antara pekebun dan kilang dalam rantaian pengeluaran kelapa sawit pekebun kecil tempatan. Pekebun kecil perlu kepada perkhidmatan FD samada secara langsung atau pun tidak langsung bagi memasarkan buah sawit mentah ke kilang.

### TEORI SENTIMEN MORAL SMITH

Bahagian ini membincangkan tentang teori untuk menilai ciri moral dalam sifat operasi perniagaan FD. Teori Sentimen Moral (TSM) ialah sebuah teori yang dipelopori oleh Adam Smith pada tahun 1759. Menurut TSM manusia adalah makhluk moral yang semulajadi (Smith 1991). Manusia secara semulajadinya dapat menjadi pemerhati yang mampu merasai kesusahan dialami oleh orang lain. Keupayaan untuk merasai kesusahan orang lain diungkapkan sebagai emosi simpati. Namun begitu tidak semua perasaan simpati manusia mendatangkan penyelesaian kepada individu lain yang sedang berhadapan dengan kesusahan. Manusia sering meluahkan emosi simpati mereka terhadap nasib yang menimpa individu lain, tetapi tidak melakukan sebarang tindakan untuk membantu atau meredakan kesusahan ditanggung oleh individu berkenaan. Menurut Macfie (1959) emosi simpati semata-mata tidak memadai kerana yang dimaksudkan oleh Smith ialah simpati rasional. Simpati rasional lebih berguna untuk menggerakkan respon tindakan yang berguna. Menurut Macfie (1959) ciri “rasional” dapat dicapai melalui elemen taakulan (*reason*) dan situasi khusus. Ini bermaksud individu perlu

berada atau melihat situasi (konteks) tertentu dan kemudian melaksanakan proses berfikir bagi mencetus simpati rasional.

Simpati rasional ialah simpati yang bermanfaat kerana ia menghasilkan penyelesaian tertentu. Pada masa yang sama TSM mengiktiraf fitrah semulajadi manusia yang juga memiliki emosi mementingkan kepentingan diri. Justeru emosi simpati rasional diseimbangkan dengan emosi mementingkan kepentingan diri. Ini bererti, apabila individu merasai simpati dalam bentuk yang rasional ia membawa kepada satu tindakan untuk meredakan kesusahan dialami oleh pihak satu lagi. Simpati rasional membawa kepada tindakan aktif pihak peniaga untuk berfikir menyediakan keperluan (produk atau perkhidmatan) yang dapat membantu kesusahan pihak lain. Melalui aktiviti tersebut, peniaga akan memperolehi keuntungan atas perkhidmatan atau produk diberikan dan ia adalah sesuatu yang berkaitan dengan mencapai kepentingan diri. Produk atau perkhidmatan tersebut diberi secara menang-menang di mana pihak yang menikmatinya akan membuat bayaran tertentu bagi mendapatkan pekara yang diperlukan itu. Justeru usaha mendapatkan keuntungan daripada perkhidmatan yang disediakan secara menang-menang bukan sesuatu yang salah dan tidak beretika. Malahan melalui aktiviti perniagaan tersebut, keperluan dan kehendak yang dapat meredakan keperluan pihak lain dapat disampaikan dan lebih bermakna daripada perasaan simpati yang tidak menghasilkan sebarang tindakan.

Selanjutnya Smith (1991) berhujah bahawa peniaga bersaing sesama sendiri dalam sebuah sistem pasaran bebas untuk memberikan perkhidmatan terbaik kepada pihak sasaran.

Ini kerana kebahagiaan sebenar adalah terletak pada kepuasan melihat orang lain bahagia hasil daripada pilihan tindakan yang dilakukan oleh individu berkenaan. Justeru konsep *economic man* adalah selari dengan konsep *prudent man* yang diketengahkan oleh Smith (Macfie 1959). Dalam konsep *prudent man*, sekalipun individu diandaikan mencintai diri sendiri (*self love*), tetapi mereka teliti memilih tindakan supaya tindakan selari dengan penilaian dan jangkaan norma masyarakat dan sosial. Ini disebabkan keselarisan dengan jangkaan masyarakat akan menjamin perniagaan sentiasa diterima dan dipilih masyarakat dan membawa kepada perolehan untung jangka panjang (iaitu kepentingan diri). Di samping itu persaingan antara peniaga menghasilkan menafaat kepada pelanggan kerana perlumbaan memberikan pilihan terbaik kepada pelanggan. Kepemurahan peniaga kepada pelanggan terhasil semulajadi semasa peniaga bersaing menawarkan perkhidmatan berkualiti dan tawaran harga yang kompetitif kepada pelanggan. Sehubungan itu aktiviti di pasaran yang sempurna persaingannya akan menjamin kepentingan pelanggan terpelihara disebabkan perlumbaan sesama peniaga apabila disandarkan kepada kepemurahan sejagat (*universal benevolence*) seperti dinyatakan oleh Smith (1991: 235) dalam huraian mengenai kepemurahan makhluk manusia dalam rangka TSM:

“The wise and virtuous man is at all times willing that his own private interest should be sacrificed to the public interest of his own particular order or society....”

Merujuk kepada tulisan Suraiya dan Ahmad Raffis (2009) dan Suraiya dan Ahmad Raffis (2011) tentang tanggungjawab sosial Syarikat Berkaitan Kerajaan (Government Link Company), entiti perniagaan mempunyai peranan tersendiri dalam konteks masyarakat pluralistik. Sebagaimana sektor kerajaan dan sivil yang mempunyai peranan dan matlamat masing-masing, entiti perniagaan dan swasta juga mempunyai peranan tersendiri

dalam konteks sebuah masyarakat pluralistik (Suraiya dan Ahmad Raffis 2009). Tanggungjawab itu sebenarnya adalah tanggungjawab murni yang mana jika tanpa peranan entiti perniagaan sebagai penyedia perkhidmatan dan produk dengan berobjektifkan keuntungan, maka masyarakat dan negara akan kembali kepada corak kehidupan asas seperti zaman primitif. Justeru Friedman (2004) mengatakan tanggungjawab sosial bagi organisasi perniagaan masih kekal dalam bentuk meraih untung dan faedah terbanyak akan mengalir kepada pelanggan dan masyarakat. Faedah tersebut akan terhasil sekiranya operasi perniagaan kembali kepada teras yang didukung oleh Smith (1991) dalam kerangka TSM. Justeru dalam skop TSM, aktiviti ekonomi yang bermatlamatkan untung maksimum akan menghasilkan perlakuan yang dinilai sebagai tindakan beretika.

Justeru makalah ini akan menilai sejauhmana operasi FD selari dengan tindakan etika dalam konteks pemikiran TSM. Dalam konteks TSM, penelitian telah dilakukan bagi mendapatkan bukti empirikal tentang refleksi elemen simpati rasional dan kepemurahan dalam konteks operasi perniagaan FD dalam rangkaian pengeluaran melibatkan pekebun kecil sawit. Ini sejajar dengan kajian oleh Boehlje, Rouchan-Kane dan Bröring (2011) yang menyatakan sektor pertanian masakini adalah semakin kompleks sifatnya dan terdedah kepada cabaran daripada ketidaktentuan persekitaran (Boehlje, Rouchan-Kane dan Bröring (2011). Justeru pekebun kecil dijangka berhadapan pelbagai cabaran dan kesukaran serta memerlukan sokongan daripada pihak tertentu bagi membantu kesukaran mereka.

## ANALISIS

Informan kajian terdiri daripada FD yang beroperasi di kawasan Sabak Bernam, Selangor, Malaysia. Jadual 1 meringkaskan profil responden yang terlibat.

JADUAL 1. Profil Responden

Bil	Responden	Tahun Beroperasi sebagai FD	Pendidikan	Kaum
1.	A	1995	SPM	Melayu
2.	B	2003	SRP	Cina
3.	C	2007	Ijazah Sarjana Muda	Melayu
4.	D	2000	Sijil IKM	Melayu



Berdasarkan maklumat informan, perkhidmatan ditawarkan oleh FD kepada pekebun kecil sawit terbahagi kepada dua tema utama iaitu komersil

dan sosial. Jadual 2 menunjukkan perincian tema perkhidmatan yang dikesan tentang jenis tawaran perkhidmatan FD kepada pekebun kecil.

JADUAL 2. Perkhidmatan Ditawarkan kepada Pekebun

Bil	Tema : Khidmat Komersil Berkaitan Hasil Sawit	Transkrip temubual
1	Khidmat pengangkutan buah	Responden A “ Kita tawarkan servis tapi servis bercharge lah iaitu servis pengangkutan, ambil buah dari kebun, charge RM 20 untuk satu tan....tuan kebun tengok aje..”
2	Khidmat pengurusan kebun	Responden A: “Saya membantu dari segi pekerja sampailah kren”  Responden B: “ Anak (kepada pekebun) tak ramai, siapa mahu masuk jaga kebun? Anak (kepada pekebun) duduk jauh, anak beranak semua lain kawasan. Kalau kita tengok anak tempatan mana ada mahu sawit-sawit. Satu kali balik kampung tengok-tengok saja mana larat kerja ladang. Ini semua pekerja asing..... Pekebun sudah tua....”  Responden D: “Memetik, membaja, <i>pruning</i> , beri benih, ada yang suruh urus semua dengan upah la, ada 10 orang yang begitu (iaitu Responden D urus semua perkara berkaitan ladang pekebun berkenaan dengan caj)....”
3.	Khidmat jualan keperluan pertanian seperti baja dan benih (secara tunai dan kredit)	Responden A: “Kita akan bagi kredit untuk racun dan baja. Dia akan tolak duit sawit...”  Responden D: “Memetik, membaja, <i>pruning</i> , beri benih, ada yang suruh urus semua dengan upah la, ada 10 orang yang begitu (iaitu responden D urus semua perkara berkaitan ladang pekebun berkenaan)..., <i>advance</i> baja, racun lagi...”
Tema : Khidmat Sosial		
4.	Pinjaman/ Pendahuluan Kewangan	Responden A: “...Malaysia ni suka duit. Anak nak masuk universiti kita tengok kiri kanan bagi., nak pergi umrah kita bagi, nak pergi melancong kita bagi jugak...Bagi kena bagi. Banyak cash”  Responden B: “Ada bagi hutang. Semua kira beri pendahuluan dululah. Bukan ada <i>interest</i> . Terdesak punya jam mahu pinjam taukeh kena kasi.....Biasa-biasa anak mau sekolah..”  Responden C: “Sebab kadang-kadang nak pakai duit, malam-malam telefon. Pinjam,...Saya macam-macam kes ada. Ada la 2-3 orang, dia memang pinjam berulang...”

Merujuk kepada tema perkhidmatan komersil dalam Jadual 2, selain membeli buah sawit mentah, satu bentuk perkhidmatan FD yang semakin penting ialah pengurusan kebun (Jadual 2). Perkhidmatan pengurusan kebun semakin penting kerana terdapat pekebun kecil yang tidak mampu menguruskan kebun mereka sendiri atas faktor seperti lanjut usia dan tidak ada pekerja. Terdapat juga keadaan di mana pemilik kebun tidak menetap di kawasan berkenaan atas faktor bekerja di tempat

lain. Justeru mereka turut mengupah FD untuk menguruskan kebun sawit dan menerima hasil jualan buah sawit pada tempoh tertentu seperti diterangkan oleh Responden D berikut.

Responden D:

“Itu doktor tu...Dia tak duduk sini dah. Kebun ayah dia tu bagi pada dia...jadi kamilah tolong uruskan semua. Dia balik sekali-sekali datang ambil duit sawit sahaja.

Tu dia ambil duit sawit lah. Balik cuti (*merujuk kepada wanita lingkungan 30-an yang kebetulan datang ke premis semasa sesi temubual ini sedang berlangsung*). Ada 10 orang la (*bermaksud bilangan pekebun yang menggunakan khidmat Responden D untuk mengurus kebun bagi pihak mereka*)”

Di samping itu FD turut memberi khidmat pengangkutan buah sawit kepada pekebun kecil dengan caj tertentu. Ini kerana lokasi kilang pemproses buah sawit adalah jauh dan kos pengangkutan menjadi tidak efisien sekiranya pekebun kecil menyewa kenderaan dan mengangkut sendiri hasil sawit ke kilang-kilang tersebut. Kebanyakan FD yang ditemui menghantar buah sawit ke kilang-kilang seperti di Teluk Intan, Perak (Responden A), Air Kuning dan Tanjung Tualang, Perak (Responden B) dan Bidor, Perak (Responden D). Secara purata keempat-empat FD yang ditemui dalam kajian ini mengenakan caj iaitu RM 20 bagi satu tan buah sawit yang diangkut dari kebun pekebun. Selain daripada itu FD juga memberikan bekalan keperluan pertanian seperti benih, baja dan racun secara tunai dan kredit kepada pekebun yang memerlukan. Sehubungan itu tema komersil menepati perspektif sentimen moral. Ini kerana sekalipun perkhidmatan tersebut dikenakan caj tertentu, perkhidmatan tersebut telah membantu pekebun dalam menjana pendapatan bagi diri mereka. Tanpa perkhidmatan FD, pekebun akan berhadapan kesukaran memasarkan hasil sawit dan membataskan kapasiti pendapatan mereka.

Manakala di bawah tema khidmat sosial (Jadual 2), didapati FD merupakan alternatif pekebun mendapatkan pelbagai bantuan khususnya dalam situasi kecemasan dan terdesak. Justeru bantuan tersebut dirujuk sebagai khidmat bagi keperluan sosial berkaitan kelangsungan hidup pekebun yang kesempitan. Situasi keperluan mendesak yang dipenuhi oleh peranan orang tengah dapat dikesan seperti kandungan temubual berikut:

Responden A:

“.....Nak pinjam *on the spot* kita bagi, saya tak banyak kisah...”

Responden B:

“...**Terdesak punya jam** mahu pinjam taukeh kena kasi. Biasa-biasa anak mau sekolah...”

Responden C:

“Sebab kadang-kadang nak pakai duit. Malam telefon. Pinjam. Saya macam-macam kes. Ada la 2-3 orang dia memang **pinjam berulang**. **Bila dah habis bayar dia pinjam lagi**. Macam begitu lah..”

Responden D:

“Kalau dia misal kata minta tolong, duit ke apa, kita bantu la.... Kalau di sini (untuk mendapatkan pinjaman) tak payah isi borang pun. **Kami bagi saja sebab percaya... atas dasar percaya saja**. Tulis nama dalam buku je”

Berdasarkan petikan temubual Responden A, B, C dan D, FD merupakan institusi tidak formal yang memberikan kemudahan pinjaman kewangan bagi keperluan pekebun yang memerlukan. Justeru ia memberi refleksi tentang sentimen simpati rasional FD terhadap kesusahan yang dialami oleh pekebun. Ia menunjukkan FD merupakan individu berniaga yang mampu berfungsi sebagai makhluk moral semulajadi dengan memberi tindak balas sewajarnya terhadap kesusahan dan keperluan pekebun kecil yang berada dalam lingkungan operasi mereka.

Pinjaman (samada bentuk tunai dan bahan pertanian) lazim diberikan oleh FD kepada pekebun secara mudah (*soft loan*). Pinjaman diberikan dengan kelonggaran maksimum seperti tidak memerlukan sebarang cagaran, perolehan segera tanpa perlu memenuhi syarat atau prosedur memohon yang ketat, terbuka sepanjang masa, tiada faedah dikenakan dan tempoh bayar balik yang fleksibel serta prihatin kepada kemampuan dan situasi pekebun dari masa ke semasa. Justeru amalan tersebut menunjukkan wujudnya sentimen prihatin dan kepemurahan dalam layanan FD terhadap pekebun yang kesempitan. Ini dibuktikan oleh petikan dalam Jadual 3 mengenai amalan pemberian kredit kepada pekebun kecil.

Persaingan sesama FD didapati telah menghasilkan kebaikan kepada pekebun. Ini kerana pekebun tempatan mempunyai banyak pilihan tempat untuk menjual hasil kebun sawit masing-masing. Justeru persaingan itu telah melahirkan *economic man*

JADUAL 3. FD dan Amalan Pemberian Kredit kepada Pekebun

Bil	Tema	Transkrip temubual
1.	Perolehan Kredit Dengan Mudah  <i>Deskripsi:</i> Tiada saringan atau keperluan permohonan yang ketat dan memakan masa sebagaimana pinjaman oleh bank atau institusi formal. Permohonan pinjaman juga boleh dilakukan pada bila-bila masa mengikut keperluan pekebun.	Responden A: “...Nak pinjam <i>on the spot</i> kita bagi...”  Responden B: “Kita (tinggal) kawasan kampung memang kena bantu.”
2.	Perolehan Kredit Tanpa Syarat/ Prosedur Membebaskan  <i>Deskripsi:</i> Tiada keperluan membebaskan pekebun seperti cagaran, penjamin dan sifar caj (faedah).	Responden B: “Hutang semua sekali ada dekat RM 100 ribu. Sebab sekali pinjam RM 1 ribu, RM 3 ribu lepas itu lari. Ada orang pinjam banyak tapi bayar sikit-sikit tapi kita terima jugak. Bila dia ada hutang sini, dia lari jual (buah sawit) sama tempat lain. Ini pinjaman bukan boleh denda, bukan boleh bawa mahkamah mana ada perjanjian....Ini bukan ada <i>interest</i> ”
3.	Keluwesannya atau Kelonggaran Bayaran Balik Kredit (Samada Amaun & Tempoh/Masa)  <i>Deskripsi:</i> bayaran balik kredit mengambil kira kemampuan dan situasi kewangan pekebun dari masa ke semasa dan pertimbangan budi bicara.	Responden A: “Hari ini pinjam, kepentingan akan datang, <i>kita tengok pendapatan. Ada percent untuk bayar hutang, anak sekolah, untuk beli beras. Kita tak ambil semua.</i> Kita ambil sikit sahaja dari jumlah jualan diorang. Kita bagi <i>term</i> kalau 6 beg baja kebun 3 ekar dia pun dapat 5-6 ratus. <i>Kita potong RM 70 sekali ambil.</i> Tapi kalau dia mintak kita potong lebih, contoh minta potong RM 150 kita akan potong lah. Dia ada baki lagi. Dua-dua pihak ada kerjasama. Tapi yang wajib bayar RM 70 saja yang tu jangan banyak cakap”  Responden B: “...Bayar sikit-sikit tak apa. Yang penting dia mahu bayar”  Responden C: “...sekali potong tolak RM50 (bermaksud nilai yang ditolak daripada hasil jualan sawit pekebun)

yang juga *prudent man* yang teliti dalam merangka strategi berniaga demi kelangsungan perniagaan. Kebanyakan FD di kawasan kajian berada dalam jarak yang agak hampir antara satu sama lain dan mencetuskan persaingan sesama mereka. Ini dibuktikan oleh maklumat informan A, B dan D seperti berikut.

Responden A:

“Saya orang kedua buka kat Sabak Bernam. Bermakna persaingan antara *fruit dealer* kawasan ni semakin meningkat. ....”

Responden B:

“Kena cepat ambil. Telefon saja mesti kena pergi terus. Sikit pun (buah) kita pergi. Kalau lambat..tak ada lah, sebab orang lain (FD) ambil dulu. Kena cepat”

Responden D:

“Sekarang dah ramai (merujuk kepada FD di kawasan kajian). Kurang dah pelanggan banding dulu. Sebab diorang boleh pergi tempat lain. Dulu hantar sini (pekebun yang menjual buah sawit kepada responden D) dalam 200 tapi sekarang dalam 100 orang je lebih kurang. Banyak pilihan bukan macam dulu lagi”

Persaingan antara FD menyebabkan peniaga perlu mencari jalan memenangi persaingan seperti memberi servis yang baik dan harga yang lebih kompetitif. Ini dibuktikan oleh temubual berikut:

Responden A:

“(Nak pastikan pelanggan tidak hilang) nombor satu modal lah. Kena sediakan modal yang cukup. Servis kena baiklah. Kalau servis kita baik diorang akan jual dengan kita lah”

Responden B:

“Ada itu orang tengah ambil sawit dari pekebun tak ambil upah. Jadi kita kena bersaing untuk dapat customer. Berebut-rebut”

Responden C:

“FD beza harga. Ada *fruit dealer* yang letak harga RM20 lebih mahal dari harga kita. Kadang-kadang ada diorang (merujuk kepada FD lain) telefon kerani kita nak tahu hari ini kita jual harga berapa...diorang nak lawan harga kita. Kita tahu lah..kita kenal siapa bercakap tu..”

Deskripsi hubungan antara FD dan pekebun menurut perspektif FD ialah saling melengkapi. Secara umumnya, jawapan FD menunjukkan pekebun tidak berupaya untuk beroperasi sendiri tanpa bantuan atau perkhidmatan FD. Ini dibuktikan menerusi jawapan kepada soalan “*Pada pandangan anda, bolehkah pekebun kecil beroperasi tanpa FD. Mengapa demikian?*” Jawapan informan seperti berikut:

Responden A:

“Susah. Nak hantar kilang jauh, kuantiti sedikit. Kilang tak ambil kalau sedikit. Pekebun akan rugi masa, rugi transport dan kilang takkan bagi diorang harga tinggi”

Responden B:

“Susah sedikit. Anak tak ramai, siapa mahu masuk jaga kebun? Anak duduk jauh lagi, anak beranak semua lain kawasan. Kalau kita tengok anak tempatan mana ada mahu sawit-sawit ni.. Satu kali balik kampung tengok-tengok saja, mana nak larat kerja ladang. Teruk ooo.. Ini semua pekerja asing.....Pekebun sudah tua. Lagi takkan pekebun mahu angkat 300 kg sendiri pergi Perak? Jadi memang kena ada FD lah..”

Responden C:

“Saya, begini la senang nak faham kan, orang yang tandan 300 kilo- nak bawa naik motor gerabak ke pergi (kilang)? Takkan la satu orang pekebun kecil atau pun 2 ekar nak bawa kat sana? Memang pekebun kecil takkan bawa punya”

Responden D:

“Pekebun susah lah nak jual. Kilang jauh. Kilang pun tak nak terima. Kami hantar ke Bidor Perak sana”

Berdasarkan keseluruhan jawapan informan ke atas soalan berkaitan - (1) kos-kos perniagaan FD dan (2) risiko-risiko perniagaan FD, beberapa

tema dapat dikenalpasti bagi menggambarkan sifat operasi perniagaan FD. Jadual 4 menunjukkan tema cabaran yang dapat dikesan daripada penjelasan FD.

JADUAL 4. Cabaran Perniagaan Jual Beli Buah Sawit Mentah

Bil	Tema cabaran
1.	Kos pengangkutan meliputi penyelenggaraan kenderaan, sewa lori
2.	Perolehan pekerja dan kos pekerja
3.	Kos lesen meliputi lesen perniagaan dan lesen berkaitan pengendalian buah sawit
4.	Penyusutan semulajadi buah sawit dan buah rosak sebelum dihantar ke kilang
5.	Risiko didenda jika menerima buah yang tidak mencapai piawai ditentukan.

Sehubungan itu berdasarkan Jadual 4, kewujudan orang tengah nyata telah dapat memindahkan isu-isu seperti tanggungan kos operasi dan masalah atau risiko dalam perniagaan buah sawit daripada ditanggung oleh pekebun kecil. Sebagai contoh informan B memaklumkan bahawa beliau membeli buah sawit secara pukal daripada pekebun dan terdedah kepada risiko buah yang tidak menepati spesifikasi. Sekiranya pihak berkuasa mengesan buah sawit di lokasi FD tidak mencapai piawai ditentukan, FD akan dikenakan denda.

Responden B:

“Kualiti ikut buah. Tengok buah masak tak masak. Kalau buah muda ambil (semula) bawa balik. Kebanyakan tinggal, saya ambil buang. Kalau MPOB datang satu tandan muda kena saman RM 1 ribu. Patutnya lah MPOB tak boleh la saman orang tengah, kena saman pekebun. Memang (saya) pilih sendiri (buah). Taukeh kena pandai tengok buah masak atau tak...”

Selain daripada informan D turut memberi contoh mengenai risiko kerugian yang perlu ditanggung oleh FD akibat ketidakpastian harga dan penawaran buah sawit:

Responden D:

“Pernah rugi. Sebab harga lah. Kilang bayar sekali hujung bulan. Jadi ada kala harga turun. Harga turun cepat sangat. Jadi rugilah. Pernah juga jadi, kilang tak nak terima buah sebab banyak sangat buah masa tu. Risiko kitalah”

Oleh yang demikian, sebaik sahaja pekebun menjual buah kepada FD, mereka akan menerima bayaran tunai segera dan tidak perlu memikirkan masalah berkaitan proses pengurusan selanjutnya. FD adalah pihak yang mengambil peranan mengumpulkan buah-buah sawit tersebut dan menanggung risiko dan kos berkaitan menguruskan buah sawit sehingga dihantar ke kilang.

## PERBINCANGAN

Merujuk kepada sifat operasi perniagaan FD dalam kajian, mereka boleh dikelaskan sebagai orang tengah jenis peniaga (*merchant middlemen*). Ini kerana FD tersebut beroperasi dengan membeli buah sawit mentah daripada pekebun kecil dan kemudian menjualnya kepada kilang-kilang pemproses. FD merupakan perantara di antara pekebun kecil dan kilang proses sawit, di mana FD melakukan proses menerima buah, mengred, dan mengangkut buah dilakukan secara langsung. Bayaran diberikan kepada pekebun berdasarkan harga sawit semasa dengan ditolak caj-caj seperti kos pengangkutan dan bayaran balik pinjaman. Di samping itu, kajian ini turut membuktikan mengenai sumbangan peranan FD dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit bagi konteks lokasi kajian. Penawaran perkhidmatan daripada operasi perniagaan FD sawit boleh dikelaskan kepada dua iaitu teras komersil dan sosial. Penawaran aktiviti teras komersil atau ekonomi melibatkan pembelian buah sawit, pengurusan ladang, jualan benih dan baja dan pengangkutan serta tanggungan risiko selepas buah sawit diserahkan kepada FD. Aktiviti ini dikenakan caj tertentu dan menjadi sumber pendapatan utama bagi perniagaan FD. Pada masa yang sama FD turut memberi khidmat teras sosial yang membantu pekebun kecil yang mengalami kesusahan. Persoalan yang ditimbulkan di awal kajian, adakah operasi FD beretika dalam skop refleksi sentimen moral seperti dikemukakan dalam TSM?

Berdasarkan analisis tematik yang dilakukan, didapati operasi FD mempunyai refleksi simpati rasional dan jelas tertonjol pada sifat perkhidmatan yang diberikan. FD dan pekebun sama-sama memperoleh faedah secara menang-menang bagi kedua-dua pihak. Dalam konteks dapatan kajian ini didapati FD telah mengambil sejumlah risiko dan menanggung kos yang besar bagi menjalankan perniagaan di kawasan tempatan dan memberi

manfaat kepada pekebun kecil. Kewujudan operasi FD menyumbang kepada penjimatan kos transaksi kepada pekebun berbanding jika mereka perlu mengurus sendiri jualan buah sawit ke kilang. Pekebun kecil tidak perlu menanggung pelbagai kos transaksi (antaranya seperti kos sewa lori, kos mencari dan mengurus pekerja dan kos menyelenggara mesin/peralatan seperti alat penimbang) kerana semua kos tersebut diambil alih oleh FD. Sebagai contoh, informan Responden B memaklumkan bahawa kos menggaji dan mengurus pekerja asing adalah mencabar. Beliau berhadapan dengan situasi pekerja lari dan terpaksa menanggung segala kos untuk mendapatkan semula pekerja baharu. Selain daripada itu, persaingan antara FD dilihat memberi kelebihan kepada pekebun kecil di mana mereka mempunyai banyak pilihan dalam urusaniaga.

Di samping itu di bawah tema khidmat sosial, FD merupakan satu bentuk institusi tidak formal yang wujud dalam lingkungan masyarakat tempatan dan banyak membantu keperluan pekebun terutama dalam hiraki keperluan asas. FD adalah individu yang berada dekat dengan pekebun dan mampu memahami kesusahan dan keperluan pekebun kecil sawit secara tidak formal. Justeru pemerhati objektif (*impartial spectator*) melahirkan simpati rasional yang membawa kepada tawaran perkhidmatan yang sedemikian. Perkhidmatan sedemikian adalah penting dan perlu bagi kelangsungan ekonomi dan sosial pekebun luar bandar seperti disebut dalam kajian-kajian terdahulu Chigusiwa et al. 2013, Quartey et al. 2012, Mitchell 2011 dan Sandika 2011). Pemberian pinjaman mudah merupakan ciri unik yang turut melambangkan kepemurahan FD dalam skop entiti berniaga yang masih prihatin kepada situasi tempatan.

Secara prinsipnya, kewujudan entiti FD kelapa sawit tidak bersifat manipulatif dan bukan bertujuan untuk menindas pekebun kecil. Merujuk kepada analisis dan skop TSM, entiti FD dianggap telah melaksanakan tanggungjawab moral terhadap pekebun kecil tempatan melalui kepelbagaian perkhidmatan yang disediakan dan penanggungungan kos dan risiko dalam perniagaan komoditi buah sawit. Berikutan itu, asas hubungan kepada pekebun dan FD adalah saling melengkapi antara satu sama lain khususnya dalam konteks rantaian pengeluaran sawit berskala kecil dan tidak formal di Malaysia. Kajian ini merumuskan entiti FD sebagai institusi tidak formal yang membantu dan

menyokong pekebun untuk berhadapan dengan cabaran dan tekanan dalam sektor pertanian berskala kecil. Sehubungan itu tindakan menyingkirkan FD daripada rantaian pekebun kecil sawit adalah sukar untuk dilakukan, melainkan agensi tertentu bersedia untuk mengambil alih peranan yang dimainkan oleh FD terlibat. Pada masa yang sama, motif dan proses pelaksanaan sesuatu perniagaan adalah dua perkara yang berlainan. Ini bermaksud terdapat segelintir FD yang tidak menjajarkan perlakuan mereka sebagai *economic man* yang teliti (*prudent man*) dan terdedah kepada melakukan tindakan salah bagi mencapai kepentingan diri. Namun begitu, kewujudan pasaran persaingan sempurna dalam perniagaan jual beli buah sawit boleh bertindak sebagai tangan ghaib yang mendorong FD yang rakus untuk lebih “pemurah” dan beretika dalam tindakan perniagaan demi kelangsungan perniagaan mereka.

#### IMPLIKASI POLISI

Penemuan kajian menunjukkan orang tengah mempunyai peranan tersendiri dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit. Peranan FD pada dasarnya seiring dengan penilaian TSM Smith. Sehubungan itu beberapa implikasi polisi dapat dikemukakan berdasarkan penemuan kajian ini.

1. Meningkatkan persaingan antara FD di setiap kawasan  
Kajian mendapati isu harga yang menindas tidak menjadi isu dalam konteks kajian ini. Ini kerana maklumat mengenai harga semasa buah sawit adalah dikemaskini dan disebarkan kepada umum dari masa ke semasa. Pada masa yang sama FD perlu mematuhi harga pasaran semasa yang ditetapkan dan pekebun pula bebas memilih untuk menjual kepada mana-mana FD yang menawarkan harga belian terbaik. Berdasarkan analisis kajian, FD didapati bersaing sesama sendiri untuk membeli buah sawit daripada pekebun kecil. Persaingan FD telah memberi faedah kepada pekebun kecil dalam bentuk harga yang lebih kompetitif, perkhidmatan yang lebih cekap dan memenuhi keperluan pekebun kecil. Implikasinya, pihak berkuasa wajar meningkatkan pengeluaran lesen FD kepada individu yang memenuhi syarat untuk beroperasi sebagai FD. Peningkatan bilangan FD yang beroperasi di satu-satu lokasi akan mewujudkan situasi persaingan sempurna dan menjamin faedah terbanyak bagi pekebun tempatan dan sekitar. Persaingan antara FD juga berpotensi menjamin tingkah laku FD yang teliti (*prudence economic man*) melalui peraturan semulajadi (*invisible hand*) tanpa perlu kepada pengenalan banyak peraturan baharu bertujuan membendung tingkah laku tidak beretika di kalangan segelintir FD (Suraiya et al. 2016). Justeru pihak MPOB boleh meneliti semula syarat-syarat operasi FD khususnya daripada segi syarat berkaitan radius operasi antara FD dalam sesebuah kawasan.
2. Meningkatkan kolaborasi maklumat dengan FD berkaitan pekebun kecil  
FD (orang tengah) merupakan perantara terbaik kepada agensi kerajaan yang terlibat untuk memahami keperluan pekebun kecil dan menyalurkan bantuan kepada pekebun kecil samada dalam bentuk bantuan teknologi dan bantuan pertanian. Ini kerana hubungan FD dan pekebun adalah lebih akrab dan bersifat hubungan harian berbanding hubungan pekebun dengan wakil atau pegawai agensi. Justeru banyak maklumat boleh diperolehi dan disampaikan menerusi FD kepada pekebun kecil di segenap pelusuk kawasan. Sistem rekod maklumat pekebun oleh setiap FD boleh disepadukan dengan pengkalan data MPOB bagi memastikan capaian maklumat mengenai pekebun kecil yang lebih terperinci di setiap daerah dan kawasan. Menerusi pengkalan data bersepadu MPOB-FD, maka pemantuan ke atas aktiviti pekebun kecil dapat dilakukan dengan lebih efektif.
3. Bekerjasama dengan FD bagi mengawal kualiti hasil buah sawit pekebun kecil  
Berdasarkan penemuan kajian, FD sangat menitik beratkan kualiti buah yang dibeli daripada pekebun. Mereka hanya akan membeli buah yang memenuhi kualiti dan piawai ditetapkan. Ini kerana FD akan didenda oleh MPOB sekiranya buah sawit yang dibeli tidak memenuhi piawai

ditetapkan. Oleh yang demikian MPOB boleh menjalin kerjasama dengan pihak FD iaitu dengan melantik FD sebagai wakil perantara dalam menyampaikan maklumat perkembangan teknologi terkini dan informasi berkaitan meningkat dan menjaga kualiti buah sawit kepada pekebun kecil. Di samping penganjuran kursus kepada pekebun kecil, MPOB juga boleh memberikan kursus, latihan dan galakan tertentu kepada FD supaya berkebolehan membimbing dan menyelia aktiviti pekebun kecil di kawasan masing-masing. Hubungan yang lebih akrab antara pekebun dan FD akan membolehkan usaha membimbing dan memantau pekebun menjadi lebih efektif. Ini disebabkan oleh wujudnya persefahaman ke atas konteks dan situasi harian pekebun yang lebih baik dan realistik di kalangan FD tempatan.

Langkah tersebut melibatkan kerjasama antara MPOB dan FD dalam usaha memperkasa produktiviti pekebun kecil melalui peranan FD. Hal demikian disarankan kerana kajian melihat perkhidmatan FD diperlukan oleh pekebun tempatan dan selari dengan konteks simpati rasional yang dikemukakan Adam Smith dalam Teori Sentimen Moral.

### KESIMPULAN

Orang tengah sering dilabel sebagai menindas namun pada masa yang sama entiti orang tengah masih wujud dan signifikan pembabitannya dalam rantaian pengeluaran hasil pertanian sehingga kini. Justeru kajian ini telah meneliti kemusykilan tersebut dengan cuba memahami isu daripada sudut pandang operasi orang tengah yang terlibat sebagai peniaga buah sawit di Malaysia. Entiti FD sawit dikesan berada dalam skop domain orang tengah jenis peniaga (*merchant middlemen*) dan lebih khusus sebagai peniaga jenis pemborong. Ini kerana mereka membeli sawit daripada pekebun kecil dan menjual kepada kilang-kilang pemproses sawit di merata lokasi. Makalah ini telah mengupas refleksi moral pada perkhidmatan yang ditawarkan oleh FD dalam konteks pemikiran TSM. Hasil kajian mendapati bahawa perniagaan FD menepati konteks simpati rasional yang dianjurkan TSM.

Ia adalah simpati yang telah melahirkan tindakan pro aktif yang memenuhi keperluan ekonomi dan sosial pekebun kecil tempatan walaupun entiti FD telah ditubuhkan atas asas memperolehi keuntungan. Justeru mencapai keuntungan bukan sesuatu yang tidak beretika dan tidak semestinya dikaitkan sebagai motif yang memudaratkan pihak lain. Selagi mana tindakan peniaga menghasilkan kebaikan dan memberi pilihan penyelesaian kepada pihak sasaran terlibat, maka ia adalah sesuatu yang beretika berdasarkan justifikasi simpati rasional dalam TSM.

### PENGHARGAAN

Penyelidikan ini dibiayai oleh geran penyelidikan MPOB-UKM EP-2015-070.

### RUJUKAN

- Ahmad Raffis Che Omar, Suraiya Ishak, Abd. Hair Awang, Mohd Yusof Hussain, Novel Lyndon dan Abdullah Sanusi Othman. 2016. Orang tengah dalam rantaian pengeluaran pekebun kecil kelapa sawit di Malaysia: satu penemuan awal dari Perak. *Geografia Malaysian Journal of Society and Space* 12(5): 161-170.
- Ahmad Raffis Che Omar, Suraiya Ishak, Jumaat Abd. Moen & Megat Mohd Azlan Mohd Arshad. 2013. Sufficient and sustainable livelihood via community economy: case of natural farming program in east Malaysia. *Asian Social Science* 9(5): 110-117.
- Ali-Olubandwa, A.M., Kathuri, N.J. Odero-wanga, D. & Shivoga, W.A. 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. Tarikh capaian: 8 Mei 2017.
- Boehlje, M., Rouchan-Kane, M. & Bröring. 2011. Future agribusiness challenges: strategic uncertainty, innovation and structural change. *International Food and Agribusiness Management Review* 14(5): 53-83

- Borneo Post. 2013. Aktiviti pemasaran petani perlu diperkasa. *Borneo Post Online*, 28 Ogos <http://www.theborneopost.com/2013/08/28/aktiviti-pemasaran-petani-perlu-diperkasa/>. Tarikh capaian: 8 Mei 2017.
- Brandi, C., Cabani, T., Hosang, C., Schirmbeck, S., Westermann, L. & Wiese, H. 2013. *Sustainability Certification in the Indonesian Palm Oil Sector: Benefits and Challenges for Smallholders*. Bonn: German Development Institute.
- Chigusiwa, L., Bindu, S., Muchabaiwa, L. & Mudavanhu, V. 2013. The role of market middlemen in the marketing of smallholder horticultural products in Zimbabwe. *Greener Journal of business and management studies* 3(8) (October): 369-377.
- Dev, M.S. 2012. Small farmers in India: Challenges and Opportunities. Indira Gandhi Institute of Development Research, Mumbai. <http://www.igidr.ac.in/pdf/publication/WP-2012-014.pdf> Tarikh capaian: 10 Mei 2017.
- Fatimah Arshad. 2005. *Prospek pemasaran secara terus komoditi pertanian pekebun kecil*. Serdang: Fakulti Ekonomi Dan Pengurusan, Universiti Putra Malaysia. [http://econ.upm.edu.my/~fatimah/dir\\_mktg.htm](http://econ.upm.edu.my/~fatimah/dir_mktg.htm) Tarikh capaian: 10 Mei 2017.
- Friedman, M. 2004. The social responsibility of business is to increase its profits. Dlm. Beauchamp, T.L. dan Bowie, N.E. (pnyt.). *Ethical Theory and Business*: 50-55. Upper Saddle River New Jersey: Pearson Education Inc.
- Heliawaty, M. Saleh S. Ali. Darmawan Salman & Rahman Mappangaja. 2015. Social capital and economic behavior of farmers. *International Journal of Scientific & Technology Research* 4(01): 89-91.
- Kosmo. 2016. Jihad Ismail Sabri perang orang tengah. *Kosmo*, 19 Mei. Tarikh capaian: 11 Mei 2017.
- Louw, A., Jordaan, D., Ndanga, L. & Kirsten, J.F. 2008. Alternative marketing options for small-scale farmers in the wake of changing agri-food supply chains in South Africa. *Agrekon* 47(3): 287-308
- Macfie, A.L. 1959. Adam Smith's moral sentiments as foundation for his Wealth of Nations. *Oxford Economics Papers* 11: 209-228.
- Mitchell, T. 2011. Middlemen, bargaining and price information: is knowledge power? <http://www.personal.ise.ac.uk/Mitchell/JMP.pdf> Tarikh capaian: 10 Mei 2017.
- Mitra, S., Mookherjee, D. Torero, M., Visaria, S. 2012. Assymetric information and middlemen margins. An experiment with West Bengal potato farmers. <http://www.theigc.org/wp-content/uploads/2015/02/Mitra-Et-Al-2012-Working-Paper.pdf> Tarikh capaian: 11 Mei 2017.
- Muhammad Ashfaq & Arif Raza. 2016. Small growers at the mercy of middlemen. [http://www.pakissan.com/english/issues/small-growers.at.the\\_mercy.of.middlemen.shtml](http://www.pakissan.com/english/issues/small-growers.at.the_mercy.of.middlemen.shtml) Tarikh capaian: 11 Mei 2017
- Norliza Abd Rahman. 2014. Sektor pertanian ada masa depan. *Utusan Malaysia*, 19 Mei.
- Quartey, P. Chris Udry, Seidu Al-Hassan & HellenSeshie. 2012. *Agricultural financing and credit constraints: The Role of Middlemen in Marketing and Credit Outcomes in Ghana*. London: International Growth Centre.
- Rust, J. & Hall, G. 2002. *Middlemen versus market makers: A theory of competitive exchange*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Sandika, A.L. 2011. Impact of middlemen on vegetable marketing channels in Sri Lanka. *Tropical Agricultural Research & Extension* 14 (3): 2011.
- Smith, A. 1991. The Theory of Moral Sentiments. Dlm. *Adam Smith: The Theory of Moral Sentiments*, disunting oleh Raphael, D.D. dan Macfie, A.L. New York: Oxford University Press.
- Suraiya Ishak & Ahmad Rafli Che Omar. 2009. Penggerak tanggungjawab sosial korporat: Teori pemaksimuman untung atau teori pemegang kepentingan. *Manusia dan Masyarakat* 18: 64-72.
- Suraiya Ishak & Ahmad Rafli Che Omar. 2011. Paradigma baru dalam pelaksanaan tanggungjawab sosial syarikat milik kerajaan. *Akademika* 81(3): 75-81
- Suraiya Ishak, Ahmad Rafli Che Omar & Amal Hayati Ishak. 2012. Konsep dan Amalan Perniagaan Sosial di Malaysia. *Manusia dan Masyarakat* 22: 55-70



Suraiya Ishak, Ahmad Rafflis Che Omar, Mohd Yusof Hussain, Abdul Hair Awang, Novel Lyndon, Abdullah Sanusi Othman, Mohd Syafiq Akmal Kasimun. 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 Suhaimee, 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*. Serdang: Malaysian Agricultural Research and Development Institute (MARDI).

Utusan. 2014. Jihad perangi orang tengah. *Utusan Online*, 10 Februari [http://ww1.utusan.com.my/utusan/Dalam\\_Negeri/20140210/dn\\_01/Jihad-perangi-orang-tengah](http://ww1.utusan.com.my/utusan/Dalam_Negeri/20140210/dn_01/Jihad-perangi-orang-tengah) Tarikh capaian: 11 Mei 2017.

Van Driel, H. 2003. The role of middlemen in the International Coffee Trade since 1870: The Dutch Case. *Business History* 45(2): 77-101.

Suraiya Ishak (corresponding author)  
 Pusat Penyelidikan Kelestarian Sosial, Persekitaran dan Pembangunan (SEEDS)  
 Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
 Universiti Kebangsaan Malaysia  
 43650 Bangi  
 Selangor, Malaysia.  
 E-mail: suraiya@ukm.edu.my

Mohd Yusof Hussain  
 Pusat Penyelidikan Kelestarian Sosial, Persekitaran dan Pembangunan (SEEDS)  
 Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
 Universiti Kebangsaan Malaysia  
 43650 Bangi  
 Selangor, Malaysia.  
 E-mail: hmyusoff@ukm.edu.my

Ahmad Rafflis Che Omar  
 Pusat Pengajian Pengurusan  
 Fakulti Ekonomi dan Pengurusan  
 Universiti Kebangsaan Malaysia  
 43650 Bangi  
 Selangor, Malaysia.  
 E-mail: rafflis@ukm.edu.my

Abd Hair Awang  
 Pusat Penyelidikan Kelestarian Sosial, Persekitaran dan Pembangunan (SEEDS)  
 Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
 Universiti Kebangsaan Malaysia  
 43650 Bangi  
 Selangor, Malaysia.  
 E-mail: hair@ukm.edu.my

Novel Lyndon  
 Pusat Penyelidikan Kelestarian Sosial, Persekitaran dan Pembangunan (SEEDS)  
 Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
 Universiti Kebangsaan Malaysia  
 43650 Bangi  
 Selangor, Malaysia.  
 E-mail: novel@ukm.edu.my

Received: 24 Jun 2016

Accepted: 11 May 201

