

**DIMENSI KEPUASAN HARGA ANTARA PENGUSAHA LADANG SAWIT  
DAN PUSAT PENGUMPULAN BUAH SAWIT DI DAERAH LARUT  
MATANG DAN SELAMA, PERAK**

**ZETTY SALZAFANI BINTI ZAINODDIN**

**DISERTASI INI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI SEBAHAGIAN  
DARIPADA SYARAT MEMPEROLEHI IJAZAH SARJANA MUDA SAINS  
PERTANIAN DENGAN KEPUJIAN**

**PROGRAM HORTIKULTUR DAN LANDSKAP  
SEKOLAH PERTANIAN LESTARI  
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH  
2013**



**UMS**  
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

## UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

## BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS

JUDUL: DIMENSI KEPUASAN HARGA ANTARA PENGUKAMA LADANG SAWIT DAN PUSAT  
PENGUMPULAN BUAH SAWIT DI DAERAH LARUT MATANG DAN SELAMA, PERAK

IJAZAH: IJAZAH SARJANA MUDA SAINS PERTANIAN DENGAN KEPUJIAN

SAYA: ZETTY SALZAFANI BT ZAINODDIN SESI PENGAJIAN: 2009-2013  
(HURUF BESAR)

Mengaku membenarkan tesis \* (LPSM/Sarjana/Doktor Falsafah) ini disimpan di Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

1. Tesis adalah hakmilik Universiti Malaysia Sabah.
2. Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi.
4. Sila tandakan ( / )

SULIT

(Mengandungi maklumta yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di AKTA RAHSIA RASMI 1972)

TERHAD

(Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana Penyelidikan dijalankan)

TIDAK TERHAD

(TANDATANGAN PENULIS)

Alamat Tetap: NO. 69, BLOK D  
PERUMAHAN AWAM  
REOANG PANJANG  
34510 GATU KURAU  
PERAK

Tarikh: 22/01/2013

PERPUSTAKAAN Disahkan Oleh:  
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

(TANDATANGAN PENYELIA)

DR. BONAVENTURE BONIFACE  
PENSYARAH / PENASIHAT AKADEMIK  
SEKOLAH PERTANIAN LESTARI  
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

Tarikh: 22/01/2013

Catatan: - \* Potong yang tidak berkenaan.

\*\* Jika tesis ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak yang berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sebab dan tempoh tesis ini perlu dikelaskan sebagai SULIT atau TERHAD.

Tesis dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah dan Sarjana Secara penyelidikan atau disertasi bagi pengajian secara kerja kursus dan Laporan Projek Sarjana Muda (LPSM)



## **PENGAKUAN**

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Saya juga mengakui bahawa disertasi ini tidak pernah atau sedang dihantar untuk perolehi ijazah dari universiti ini atau mana universiti yang lain.

---

Zetty Salzafani Bt Zainoddin

BR09110019

Tarikh: 23 Januari 2013



**DIPERAKUKAN OLEH**

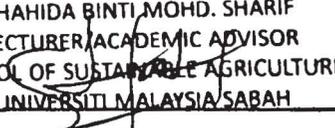
**1. DR BONAVENTURE BONIFACE  
PENYELIA**

  
DR. BONAVENTURE BONIFACE  
PENSYARAH / PENASIHAT AKADEMIK  
SEKOLAH PERTANIAN LESTARI  
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

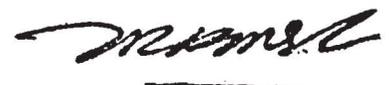
**2. ENCIK ASSIS KAMU  
PEMERIKSA**

  
ASSIS KAMU  
Lecture / Academic Advisor  
School Of Sustainable Agriculture  
Universiti Malaysia Sabah

**3. CIK SHAHIDA MOHD SHARIFF  
PEMERIKSA**

SHAHIDA BINTI MOHD. SHARIF  
LECTURER/ACADEMIC ADVISOR  
SCHOOL OF SUSTAINABLE AGRICULTURE  
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH  


**4. DR. SITTI RAEHANAH BINTI MUHAMAD SHALEH  
DEKAN SEKOLAH PERTANIAN LESTARI**

  
DR. SITTI RAEHANAH MUHAMAD SHALEH  
DEKAN  
SEKOLAH PERTANIAN LESTARI  
UMS KAMPUS SANDAKAN

## PENGHARGAAN

Dengan Nama Allah Yang Maha Pemurah Lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah, syukur ke hadrat Ilahi yang telah mengurniakan rahmatNya sehingga dapat saya menyempurnakan penulisan ilmiah ini dengan jayanya. Terlebih dahulu saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada Dr Bonaventure Boniface selaku penyelia di atas segala bimbingan, teguran dan nasihat yang diberikan sepanjang saya menyempurnakan tugas ini. Ribuan terima kasih juga kepada ahli keluarga yang tidak putus-putus memberi sokongan dan semangat untuk saya menyempurnakan kajian saya ini.

Ribuan terima kasih jua buat rakan-rakan di SPL dan juga kepada orang perseorangan yang turut membantu secara langsung mahupun tidak langsung dalam menjayakan penulisan ini. Sekali lagi saya memanjatkan doa kesyukuran ke hadrat Ilahi, agar segala usaha yang disumbangkan diberkati oleh Allah s.w.t di dunia dan akhirat. Sekian, terima kasih.

**DIMENSI KEPUASAN HARGA ANTARA PENGUSAHA LADANG SAWIT DAN PUSAT  
PENGUMPULAN BUAH SAWIT DI DAERAH LARUT MATANG  
DAN SELAMA, PERAK.**

Kajian ini telah dijalankan di dua buah kampung iaitu kampung Redang Panjang dan Kampung Sungai Dendang di daerah larut matang dan Selama. Pengumpulan data ntuk kajian ini adalah melalui temu bual secara bersemuka. 51 pengusaha kecil sawit telah di temubual, kajian ini mempunyai tiga objektif iaitu untuk mengkaji dan mengetahui latar belakang para pengusaha ladang sawit di kampung Redang Panjang dan kampung Sungai Dendang di daerah Larut Matang dan Selama; untuk mengkaji dimensi kepuasan harga diantara pengusaha ladang sawit dan pusat pengumpulan buah sawit; dan untuk membuat perbandingan antara kepuasan harga di kedua-dua kampung di daerah Larut Matang dan Selama. Berdasarkan keputusan yang diperolehi, kajian ini membuktikan bahawa setaip objektif berjaya di capai. Objektif pertama mengenai data demografik juga telah diperolehi dengan majoriti pengusaha adalah lelaki, berumur 50 tahun dan ke atas dan mempunyai keluasan tanah kurang dari 10 ekar. Objektif kedua mengenai dimensi kepuasan harga antara pengusaha dan pembeli juga dapat dicapai melalui empat dimensi harga iaitu nisbah harga dan kualiti, kebolehpercayaan harga, harga yang adil dan harga relatif. Manakala untuk objektif ketiga pula, terdapat dua perbandingan yang ketara dalam dimensi kepasan harga antara dua kampung iaitu dimensi kepuasan harga melalui kebolehpercayaan dan dimensi nisbah harga dan kualiti. Kajian ini membuktikan bahawa dimensi kepuasan harga bukan hanya merangkumi satu aspek secara umum. Hasil analisis dan olahan menunjukkan bahawa terdapat empat dimensi kepuasan harga yang patut dilihat secara mendalam oleh para pengusaha dan pembeli.



**PRICE SATISFACTION DIMENTION BETWEEN OIL PALM PLANTER AND  
COLLECTION CENTER IN DISTRICT LARUT MATANG  
AND SELAMA, PERAK**

***Abstract***

This study had been done in two places which are kampung Redang Panjang and Kampung Sungai Dendang in District Larut Matang and Selama. Data collection for this study is through In-Depth Interview. 51 oil palm planters had been interview. This study consist of three main objectives which are to determine demographic data of the oil palm planter; to study the price satisfaction dimension between the planter and the collection center and the third one is to compare dimension satisfaction between the two places. The data for the demographic data had been obtained and analyze with majority of the planters are male with average aged between 50 years old and above and owned a land less than 10 acres. For the second objective, there are four price satisfaction can be found which are price quality ratio, price reliability, relative price and price fairness. For the third objective, the comparison of price satisfaction between two places can be seen clearly which are price reliability and price quality ratio. From this study we can conclude that these four dimensions should be tackle for the marketing strategy.

# KANDUNGAN

<b>Isi kandungan</b>	<b>Muka surat</b>
PENGAKUAN	ii
DIPERAKUKAN OLEH	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ISI KANDUNGAN	ix
SENARAI PERSAMAAN	x
SENARAI RAJAH	x
SENARAI JADUAL	xi
SENARAI SIMBOL, UNIT DAN SINGKATAN	xiii
<b>BAB 1 PENGENALAN</b>	
1.1 Pengenalan	1
1.2 Penyataan Masalah	3
1.3 Justifikasi	3
1.4 Objektif Kajian	4
1.5 Persoalan Kajian	5
<b>BAB 2 KAJIAN LITERATUR</b>	
2.1 Pengenalan	6
2.2 Cara Penetapan Harga Buah Sawit	8
2.3 Peningkatan Kawasan Sawit Malaysia	9
2.4 Pasaran Sawit Di Malaysia	9
2.5 Definisi Kepada Kepuasan Hati Pelanggan	12
2.6 Kesetiaan Dan Komitmen	13
2.7 Dimensi Kepuasan Harga	15
2.8 Konsep Rangka Kerja	18
<b>BAB 3 METODOLOGI</b>	
3.1 Lokasi Kajian	19
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.3 Cara Pengumpulan Data	20
3.4 Data Analisis	22

3.5	Jadual Pelaksanaan	22
<b>BAB 4 KEPUTUSAN</b>		
4.1	Objektif 1 : Untuk Mengkaji Dan Mengetahui Latar Belakang Responden Di Daerah Larut Matang Dan Selama	24
4.1.1	Pengusaha Ladang Sawit	24
4.1.2	Perniagaan dan Ladang	26
4.2	Objektif 2 : Mengkaji Dimensi Kepuasan Harga Di Antara Pengusaha Ladang Sawit Dan Pembeli	29
4.2.1	Kualiti Hubungan antara pengusaha dan pembeli	29
4.2.2	Penentu Kualiti Hubungan antar Pengusaha dan Pembeli	32
4.2.3	Dimensi Kepuasan Harga	35
4.3	Objektif 3 : Membuat Perbandingan Antara Kepuasan Harga Di Kedua-Dua Kampung	38
<b>BAB 5 PERBINCANGAN</b>		
5.1	Objektif 1 : Mengkaji Dan Mengetahui Latar Belakang Responden Di Daerah Larut Matang Dan Selama	39
5.2	Objektif 2 : Mengkaji Dimensi Kepuasan Harga Di Antara Pengusaha Ladang Sawit Dan Pembeli	42
5.2.1	Kualiti Hubungan antara pengusaha dan Pembeli	42
5.2.2	Penentu Kualiti Hubungan antara Pengusaha dan Pembeli	44
5.2.3	Dimensi kepuasan Harga	46
5.3	Objektif 3 : Membuat Perbandingan Antara Kepuasan Harga Di Kedua-Dua Kampung	48
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN CADANGAN</b>		
		51

## SENARAI PERSAMAAN

<b>Persamaan</b>	<b>Muka surat</b>
2.1 Pengiraan 1 Tan Buah Sawit	8

## SENARAI RAJAH

<b>Rajah</b>	<b>Muka surat</b>
2.4.3 Purata Harga Tahunan Produk Minyak Sawit : 2000-2009 untuk Minyak Sawit Mentah (CPO)	12
2.4.1 Struktur kesetiaan (1950-1990)	15
2.8.1 Hubungan Dimensi Kepuasan Harga dan Kesetiaan	18
3.1.1 Peta Daerah Larut Matang dan Selama	20
3.5.1 Jangka Masa Pelaksanaan Kajian	22
4.1.1.1 Jumlah Jantina Mengikut Kampung	24

## SENARAI JADUAL

<b>Jadual</b>		<b>Muka surat</b>
2.1	Keluasan Kawasan Tanaman Mengikut Pemilikan	9
2.2	Pengeksport Sawit Utama Dunia ('000 Tan)	10
2.3	Harga bulanan Buah Tandan Sedar : 2010 – 2009 (Pengekstrakan 1% Kadar Bersamaan - Rm/Tan)	11
4.1	Umur pengusaha ladang sawit di kampung Redang Panjang dan Kampung Sungai Dendang, di daerah Larut Matang dan Selama	25
4.2	Jumlah Ahli Keluarga Responden Di Daerah Larut Matang Dan Selama	25
4.3	Tahap Pendidikan Responden Di Daerah Larut Matang Dan Selama	25
4.4	Bilangan Pemiagaan yang Responden Terlibat	26
4.5	Jenis Pemiagaan Lain yang Responden Terlibat	26
4.6	Purata Pendapatan Kasar Per Bulan Untuk Pemiagaan Lain	27
4.7	Jumlah Tanah yang Dikerjakan oleh Responden	27
4.8	Status Pemilikan Tanah Responden	28
4.9	Purata Pendapatan Kasar Per Bulan	28
4.10	Purata Berat Buah Tandan Per Bulan	29
4.11	KMO-MSA dan ujian Barlett bagi kualiti hubungan antara pengusaha dan pembeli	29
4.12	Komponen matriks yang diputarkan bagi kualiti hubungan antara pengusaha dan pembeli	29
4.13	Nama komponen dan nilai Cronbach's Alpha bagi kualiti hubungan antara pengusaha dan pembeli	30
4.14	KMO-MSA dan ujian Barlett bagi penentu kualiti hubungan antara pengusaha dan pembeli	31
4.15	Komponen matriks yang diputarkan bagi penentu kualiti hubungan antara pengusaha dan pembeli	32
4.16	Nama komponen dan nilai Cronbach's Alpha bagi penentu kualiti Hubungan antara pengusaha dan pembeli	33



4.17	KMO-MSA dan ujian Barlett bagi dimensi kepuasan harga	33
4.18	Komponen matriks yang diputarkan bagi dimensi kepuasan harga	34
4.19	Nama komponen dan nilai Cronbach's Alpha bagi dimensi kepuasan harga	34
4.20	Sampel Ujian Bebas bagi kepuasan harga di kedua-dua kampung	35

## **SENARAI SIMBOL, UNIT DAN SINGKATAN**

<b>B2C</b>	<b>Business to Customers (Perniagaan kepada Pelanggan)</b>
<b>CPO</b>	<b>Crude Palm Oil (Minyak Sawit Mentah)</b>
<b>FELDA</b>	<b>Federal Land Development Authority</b>
<b>FFB</b>	<b>Fresh Fruit Bunch (Buah Tandan Segar)</b>
<b>MPOB</b>	<b>Malaysian Palm Oil Board</b>
<b>MSM</b>	<b>Minyak Sawit Mentah</b>
<b>PLS</b>	<b>Partial Least Square</b>
<b>RM</b>	<b>Ringgit Malaysia</b>
<b>SPL</b>	<b>Sekolah Pertanian Lestari</b>
<b>SPSS</b>	<b>Statistical Package for Social Science</b>
<b>UMS</b>	<b>Universiti Malaysia Sabah</b>
<b>SPL</b>	<b>Sekolah Pertanian Lestari</b>

## **BAB 1**

### **PENGENALAN**

#### **1.1 Pengenalan**

Kelapa sawit termasuk di dalam order Palmes, famili Palmae dan merupakan genus *Elaeis*. Terdapat dua spesies untuk sawit, *Elaeis guineensis* Jacq. (Afrika Barat) dan *Elaeis Oleifera* (H.B.K) Cortes (Amerika Tengah dan Selatan), (Mohd Haniff dan Roslan, 2004). Pokok sawit yang terdapat di Malaysia berasal dari Afrika barat, iaitu *Elaeis guineensis* Jacq. Penanaman sawit di Malaysia adalah berasaskan sistem pengurusan ladang, yang mana Lembaga Kemajuan Tanah persekutuan (FELDA) merupakan penanam sawit terbesar di Malaysia. Saiz penanaman terbesar untuk negara Malaysia adalah negeri Sabah. Pada tahun 2005 berlaku peningkatan dalam keluasan ladang sawit di Malaysia, hal ini kerana pasaran sawit yang makin berkembang selepas minyak sawit telah berjaya memonopoli pasaran minyak sayuran.

Minyak sawit kini menjadi minyak sayuran pertama terbesar selepas minyak kacang soya dengan pengeluaran sebanyak 8.1% untuk pasaran dunia mengalahkan 5.7% minyak kacang soya pada tahun 2007 (Frank *et al*, 2009). Oleh kerana pasaran minyak sawit sudah semakin berkembang kelapa sawit kini telah menjadi salah satu dari komoditi terbesar pasaran dunia dengan Malaysia telah mendominasi pengeluaran eksportnya mengalahkan Indonesia pada tahun 2007. Pada tahun 1911 dan 1912, biji

benih dari Deli, Sumatera telah dibawa ke Malaysia dan ditanam di Rantau Panjang, Selangor. Selepas hampir satu dekad Malaysia mengeluarkan minyak sawit yang berkualiti, piawaian tetap dan umum telah digariskan untuk meninjau kualiti minyak sawit buatan Malaysia. Kualiti minyak sawit ini ditentukan dengan indeks kematangan dan pengredan yang tinggi bagi penghasilan minyak sawit yang bermutu. Pemilihan sawit yang betul dan kualiti piawaian yang bermutu dapat membantu menghasilkan minyak sawit yang mempunyai kualiti yang tinggi.

Kategori pemilihan buah sawit terdapat beberapa kriteria yang mana dibahagikan mengikut warna, sifat luar dan ketebalan isirung. Warna pada isi buah berbeza kerana dipengaruhi oleh kandungan karoten di dalam *mesokarp*. Terdapat tiga jenis warna yang standard iaitu *nigrescens*, *virescens* dan *alberscens*. *Nigrescens* adalah warna kehitaman semasa muda dan kemerahan apabila masak. Manakala *virescens* pula bewarna hijau ketika muda dan bertukar ke warna oren atau kemerah-merahan yang cerah selepas masak. *Alberscens* pula bewarna coklat kehitaman semasa muda dan kuning selepas masak. Untuk jenis buah mengikut sifat luar pula ditentukan oleh sifat fizikal buah sawit tersebut. Antara sifat fizikal yang diambil kira ialah bentuk buah, perikarp buah dan kelopak mantel pada buah. Ketebalan tempurung pula berbeza untuk setiap jenis spesies sawit, dan diantara ketiga-tiga spesies sawit, *Dura* mempunyai tempurung yang tebal berbanding dengan *Pisifera* dan *Tenera* (Mohd Roslan dan Mohd haniff, 2004). Ciri-ciri indeks kematangan ini merupakan kriteria-kriteria penting yang akan dipilih oleh pusat pengumpulan untuk dijual ke kilang.

Pusat pengumpulan sawit berperanan sebagai perantara di antara pengusaha kecil sawit dan kilang pemprosesan buah tandan segar. Pusat pengumpulan juga lebih dikenali sebagai sub-sektor yang akan menghubungkan pengusaha kecil sawit dan estet dengan pihak kilang yang membeli buah sawit. Pengusaha kecil yang tidak berpersatuan berhak memilih untuk menjual hasil sawit mereka pada pusat pengumpulan atau terus menghantar hasil sawit mereka ke kilang. Pusat pengumpulan sawit yang juga dikenali sebagai pembeli di dalam kajian ini mempunyai kepentingan dan peranan yang penting dalam industri sawit. Antara peranan yang dimainkan oleh pusat pengumpulan ialah membantu pengusaha kecil sawit, pihak estet dan individu

lain yang ingin menghantar dan menjual sawit mereka ke kilang dalam masa 24 jam dan sekaligus dapat memastikan kualiti sawit tidak terjejas. Selain itu juga, pembeli akan membantu pihak kilang untuk meneruskan aktiviti pemprosesan mereka secara berterusan dengan menghantar hasil sawit ke kilang setiap hari. Peranan yang ke tiga ialah pembeli sawit juga dapat membantu pengusaha sawit untuk mengasingkan tandan sawit yang masak dan muda sebelum dihantar ke kilang. Kebanyakan pusat pengumpulan akan memeriksa kualiti dan indeks kematangan sawit sebelum ditimbang. Peranan terakhir yang dimainkan oleh pusat pengumpulan sawit ialah menjadi tempat rujukan dan menjadi pilihan kilang pemprosesan jika mahu berurusan. Hal ini kerana bilangan pusat pengumpulan yang lebih sedikit dan mempunyai organisasi yang lebih teratur memudahkan proses pembelian sawit dan memudahkan pihak kilang mengemas kini akaun dan transaksi jual beli (Ayat *et al.*, 2009). Hubungan pemiagaan yang berasaskan kepercayaan antara pembekal sawit atau pengusaha kecil sawit dan pembeli membuktikan hubungan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kepuasan dan komitmen.

## **1.2 PERNYATAAN MASALAH**

Harga pasaran untuk kelapa sawit mempunyai naik turun tersendiri yang mana dikawal oleh keadaan ekonomi dunia. Bagi pihak pusat pengumpulan sawit, adalah sangat penting untuk mereka mempunyai pelanggan ataupun pengusaha ladang sawit yang berkekalan untuk jangka masa yang lama atau setia dengan mereka. Kelangsungan merupakan kunci utama untuk terus bertahan dalam industri sawit ini. Hal ini perlu dipastikan kerana pusat pengumpulan sawit mempunyai peranan yang pelbagai dan merupakan sistem sokongan untuk kilang pemprosesan sawit. Hubungan penjual-pembeli yang kukuh dan kuat adalah salah satu alternatif lain untuk terus bertahan di dalam industri sawit ini. Terdapat banyak alternatif lain dalam mendapat dan memastikan kesetiaan dan kepuasan pelanggan tetapi cara ini merupakan pendekatan yang bagus untuk hubungan pemiagaan bagi jangka masa panjang.

## **1.3 JUSTIFIKASI**

Kajian ini mengkaji hubungan dan kesan dimensi kepuasan harga antara pengusaha ladang sawit dan pusat pengumpulan. Kepuasan harga ini sangat penting dalam

hubungan penjual-pembeli. Kajian ini juga dapat membantu kedua-dua pihak dari pengusaha dan pusat pengumpulan untuk sama-sama mendapat manfaat yang berguna sekaligus memastikan kestabilan perniagaan dalam industri sawit. Dengan menggunakan model dimensi kepuasan harga, kajian ini dapat membuktikan bahawa model untuk kajian ini mampu membantu mengukuhkan dan menjamin kesetiaan pengusaha ladang sawit membekalkan bekalan buah sawit kepada pusat pengumpulan. Pusat pengumpulan dapat meneruskan perniagaan mereka, dan pelanggan juga mendapat kepuasan harga dan khidmat yang diberikan. Harga yang tidak konsisten menyebabkan pentingnya kepuasan harga.

Kajian ini penting untuk menilai aspek lain selain faktor harga bagi membantu urusniaga lebih berjalan lancar. Kajian ini dapat mengkaji faktor yang tidak dapat dilihat dan dinilai dengan mata kasar. Kajian ini juga berfungsi untuk mengkaji harga bukan secara ekonomi sahaja, tetapi melalui dimensi di mana lebih menekankan kepuasan dan sokongan secara individu dan peribadi.

#### **1.4 OBJEKTIF KAJIAN**

Objektif kajian untuk kajian ini ialah :

- i.** Untuk mengetahui latar belakang para pengusaha ladang sawit di kampung Redang Panjang dan kampung Sungai Dendang di daerah Larut Matang dan Selama;
- ii.** Untuk mengetahui dimensi kepuasan harga diantara pengusaha ladang sawit dan pusat pengumpulan buah sawit; dan
- iii.** Untuk membuat perbandingan antara kepuasan harga di kedua-dua kampung di daerah Larut Matang dan Selama.

## **1.5 PERSOALAN KAJIAN**

Kajian ini telah dijalankan berdasarkan beberapa soalan kajian yang dibentuk daripada objektif-objektif kajian seperti berikut :

Bagaimanakah kajian ini dapat membantu untuk menstabilkan hubungan pembeli – penjual?

Bagaimanakah cara untuk mencapai situasi menang-menang untuk kedua-dua pihak, pengusaha ladang sawit dan pusat pengumpulan sawit?

Bagaimanakah untuk mengalakkan kesetiaan pembekal kepada pusat pengumpulan buah sawit melalui dimensi kepuasan harga?

## **BAB 2**

### **KAJIAN LITERATUR**

#### **2.1 Pengenalan**

Industri pertanian di Malaysia memerlukan hubungan perniagaan dan pemasaran yang kukuh terutamanya untuk industri sawit. Bagi mendapatkan hubungan pemasaran yang kukuh dan stabil, beberapa isu seperti hubungan perniagaan untuk jangka masa panjang dan hubungan perniagaan yang berkekalan dan berterusan antara pembeli dan penjual perlu diberi penekanan yang lebih teliti dan mendalam. Berdasarkan kajian ini, pembeli merujuk kepada pusat pengumpulan kelapa sawit di setiap kampung. Hubungan perniagaan yang kukuh dan kuat juga dapat mengurangkan kos urusaniaga dan mampu untuk meningkatkan prestasi urusaniaga antara para pembeli. Dalam hubungan B2C, kepuasan harga memainkan peranan yang penting dalam strategi persaingan kerana dapat mempengaruhi kesetiaan pembeli (Choi dan Mattila, 2009), sekaligus dapat membawa kepada keuntungan perniagaan dan kelestarian perniagaan (Boniface, 2012).

Kepuasan harga akan mempengaruhi faktor dalam kejayaan perniagaan dan prestasi persaingan antara pembeli iaitu persaingan antara kedua-dua pusat pengumpulan sawit di setiap kampung. Kepuasan harga dapat meningkatkan dan



mengekalkan kualiti dalam hubungan perniagaan dan membantu dalam meningkatkan keuntungan. Selain itu, kepuasan dan kesetiaan dari pihak pengusaha kecil sawit juga dapat dijamin. Hal ini kerana dalam setiap perniagaan yang melibatkan pertukaran barang, harga adalah faktor yang paling dominan. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai dimensi kepuasan harga dan kepentingannya akan mempengaruhi hubungan B2C (Boniface, 2012).

Kebanyakan kajian lebih tertumpu kepada pengusaha kecil sawit dan pihak estet, menyebabkan situasi menang-menang antara pusat pengumpulan dan pengusaha kecil sawit susah untuk dicapai. Hanya melalui kajian ini dapat membantu untuk memahami dan memastikan kedua-dua pihak mendapat faedah dan keuntungan dalam perniagaan. Kajian ini juga membantu para pengusaha memilih dan menilai hak mereka sebagai pembekal dan sekaligus membantu pembeli untuk memahami kepentingan hubungan perniagaan untuk jangka masa panjang. Kepuasan dari pihak pembekal dapat memberi impak positif dalam meningkatkan lagi tahap kepercayaan, dan komitmen kepada urusan dengan pembeli (Masuku *et al.*, 2007). Kepuasan harga memberi pengaruh positif kepada jaminan kualiti dan kebolehpercayaan untuk terus membekalkan hasil sawit kepada pembeli. Kepuasan pembekal lebih didorong oleh kualiti dari nilai dan harga (Gyau *et al.*, 2011).

Boniface (2012) menyatakan bahawa dalam konteks agribusiness; menerima, menguruskan dan mengekalkan kesetiaan pembekal dapat menjanjikan faedah yang banyak kepada pembeli sawit dan pihak pemprosesan. Di antara faedah dan kepentingan yang dapat dilihat ialah jaminan pembekal yang konsisten, kos transaksi yang rendah, meningkatkan kecekapan dan mengurangkan kerugian lepas tuai. Kepuasan harga juga akan mempengaruhi niat pembekal untuk terus menjual hasil sawit kepada pembeli sebagaimana peranan harga telah lama dikenal pasti sebagai penentu proses transaksi, dengan memberikan harga yang boleh dipercayai, ia mampu meningkatkan hubungan perniagaan antara kedua-dua pihak.

## 2.2 CARA PENETAPAN HARGA BUAH SAWIT

Formula untuk pengiraan 1 tan buah sawit adalah seperti berikut :

$$H_s = \left[ \left( \frac{H_m \times KPA_m}{100} \right) - M \right] \times \left( \frac{KPG_m}{KPA_m} \right) \quad (2.1)$$

Di mana :

- $H_s$  = Harga sawit bagi 1 tan
- $H_m$  = Harga bersih bagi 1 tan minyak sawit mentah
- $H_k$  = Harga sawit bagi 1 tan isirung
- $M$  = Kos memproses bagi 1 tan buah sawit
- $KPA_k$  = Kadar perahan isirung asas
- $KPA_m$  = Kadar perahan minyak sawit asas
- $KPG_m$  = Kadar perahan minyak sawit digredkan

Formula ini digunakan untuk mengira harga sawit oleh pengilang. Formula ini juga boleh didapati di laman web rasmi MPOB. Harga ini akan dihantar secara harian dan mempunyai lebih dari satu siri harga, kemudian akan digunakan oleh pusat pengumpulan untuk membeli harga sawit dari pengusaha kecil sawit. Formula ini dikenali sebagai harga minyak sawit mentah (MSM). Harga yang diperolehi berbeza di antara Semenanjung, Sabah dan Sarawak. Hal ini kerana perbezaan yang terdapat dalam perbelanjaan MSM di pintu kilang dan isirung bersih dan kerana perbezaan kadar perahan minyak sawit yang digredkan (Azman dan Kamaruddin, 2004). Harga sawit yang dibeli oleh pembeli buah sawit bergantung kepada kontrak atau syarat perniagaan yang dipersetujui antara pengusaha sawit dan pihak pembeli.

### 2.3 PENINGKATAN KAWASAN SAWIT MALAYSIA

Kebanyakan ladang getah di semenanjung Malaysia telah ditukar kepada ladang getah. Keluasan ladang sawit ini telah meningkat pada kadar pertumbuhan kompaun sebanyak 5.9% daripada 1975 sehingga 2007. Secara keseluruhan, semenanjung Malaysia mencatatkan 55 % keluasan kawasan penanaman, manakala Sabah dan Sarawak adalah 45 % (Sime Darby, 2009)

Jadual 2. 1 Keluasan Kawasan Tanaman Mengikut Pemilikan

KELUASAN PENANAMAN	DIMILIKI
60 %	Estet swasta
29 %	Skim kerajaan
7 %	Skim negeri
11 %	Pengusaha kecil

Sumber : Sime Darby, 2009

Estet-estet swasta ini terdiri daripada pelabur-pelabur asing yang mempunyai hubungan kuat dengan kilang penapisan dan pemprosesan buah sawit. Estet-estet ini juga berada dalam pantauan syarikat-syarikat dan sektor swasta ini. Terdapat 41 syarikat perladangan yang disenaraikan di Bursa Malaysia di bawah sektor ini (Sime Darby, 2009). Skim kerajaan pula adalah projek-projek besar untuk terus memajukan industri sawit Malaysia seperti FELDA. Pengusaha kecil sawit mempunyai keluasan yang agak besar, ini menunjukkan bahawa terdapat ramal pengusaha kecil yang membantu rantaian industri sawit ini.

### 2.4 PASARAN SAWIT DI MALAYSIA

Pokok sawit atau nama saintifiknya *Elaeis guineensis*, pada mulanya berasal daripada Africa Barat. Pokok sawit yang pada mulanya diperkenalkan di Malaysia pada tahun 1911 telah ditanam sebagai tanaman hiasan tetapi telah ditanam secara komersial pada tahun 1917. Pada pertengahan tahun 1960-an, sawit telah ditanam secara aktif (Azman dan Kamaruddin, 2004). Industri sawit Malaysia memainkan peranan penting dalam pertumbuhan sektor pertanian di negara ini dari segi sumbangannya kepada Keluaran Negara Kasar (KNK), tukaran asing dan guna tenaga (Azman dan

Kamaruddin, 2004). Sawit merupakan penyumbang terbesar dalam ekonomi Malaysia pada tahun 2003. Sawit telah menjadi penyumbang utama untuk pendapatan eksport negara selain daripada petroleum dan Malaysia telah diiktiraf sebagai pengeluar ke dua minyak sawit di dunia selepas Indonesia. Industri sawit merupakan tunjang kepada ekonomi Malaysia.

Industri sawit merupakan penyumbang besar kepada ekonomi negara dengan mengeksport 90% hasil sawit ke negara luar dan menyumbangkan RM 3.18 juta dalam pertukaran asing pada 2006 (Kamaleswari, 2000). Pada tahun 2002, Malaysia merupakan pengeluar sawit terbesar dunia dengan menyumbangkan 11.91 juta tan iaitu 47.7%. diikuti oleh Indonesia. Malaysia juga telah berjaya menjadi negara eksport utama untuk dunia dengan jumlah eksport 57.4%. Industri sawit juga merupakan tanaman sosio-ekonomi yang penting kerana membantu menyediakan peluang pekerjaan dalam sektor pertanian (Bala *et al.*, 2005).

Jadual 2.2 : Pengeksport Sawit Utama Dunia ('000 Tan)

<b>Negara</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Malaysia	5,727	6,513	7,465	8,911	9,081	10,625	10,886
Indonesia	1,163	1,856	2,002	3,319	4,140	4,940	6,040
Cote D'ivoire	156	120	102	101	72	74	78
Singapore	679	399	241	292	240	224	245
Hong Kong	51	275	103	94	158	192	198
Lain-lain	276	791	702	801	903	1,110	1,106
<b>Jumlah</b>	<b>8,195</b>	<b>10,195</b>	<b>10,898</b>	<b>13,862</b>	<b>15,027</b>	<b>17,581</b>	<b>18,966</b>

Sumber : Bala *et al.* (2005)

Jadual 2.2 menunjukkan Malaysia mendominasi pasaran eksport sawit. Peningkatan yang ditunjukkan dari tahun 1990 sehingga 2002 seiring dengan perkembangan dan penambahan jumlah ladang dan keluasan ladang di Malaysia. Indonesia pula menjadi pesaing negara dalam menjadi pengeksport utama sawit. Pada tahun 2007, Indonesia telah berjaya mendahului Malaysia dan menjadi pengeksport utama untuk sawit menjadikan Malaysia di kedudukan ke 2.

Jadual 2.3 : Harga bulanan Buah Tandan Sedar : 2010 – 2009 (Pengekstrakan 1% Kadar Bersamaan - Rm/Tan)

Bulan	Utara	Selatan	Tengah	Pantai Timur	Purata Sem Malaysia
Januari	25.59	26.49	26.28	26.28	26.11
Februari	26.28	26.82	26.46	26.46	26.53
Mac	27.39	27.30	27.99	27.99	27.60
April	26.64	27.11	26.62	26.62	26.80
Mei	26.64	26.98	26.53	26.53	26.73
Jun	26.54	26.50	26.92	26.92	26.68
Julai	25.93	26.47	25.92	25.92	26.16
Ogos	28.72	29.49	29.09	29.09	29.13
September	29.15	29.66	29.27	29.27	29.38
Oktober	31.12	31.75	31.45	31.45	31.44
November	35.98	36.59	36.18	36.18	36.25
Disember	40.7	41.14	41.25	41.25	40.98
<b>2009</b>	<b>22.37</b>	<b>22.96</b>	<b>22.44</b>	<b>22.61</b>	<b>22.62</b>

Sumber : MPOB (2012)

Jadual 2.3 di atas menunjukkan harga untuk 1% ekstrak minyak sawit per tan. Melalui jadual ini, harga 1% ekstrak untuk tahun 2010 mempunyai rentak naik turun yang tidak menentu. Pada tujuh bulan yang pertama, harga 1% ekstrak minyak per tan berada di antara RM 26 sehingga RM 27. Namun, pada bulan Ogos hingga Disember, berlaku peningkatan yang agak mendadak. Ini membuktikan bahawa harga sawit tidak dapat dijangka dan diramal. Perbezaan harga antara tahun 2010 dan 2009 juga menunjukkan perbezaan yang amat ketara. Harga pasaran sawit ini bergantung sepenuhnya pada permintaan pasaran dunia.

## RUJUKAN

- Andreassen, T.W. dan Lindestad, B. 1997. Customer Loyalty and compare Services. The Important of Corporate Image on Quality, Customer satisfaction and Loyalty for Customer with Varying degrees of Services Expertise. *IJSIM*. **9(1)**
- Ayat K, A. R., Ramli, A., Mohd Arif, S. dan Faizah, M.S. 2009. Management of the Malaysian Oil Palm Supply Chain : The Role of FFB Dealer. *Oil Palm Industry Economy Journal*. **9(1)**
- Azman, I. dan Kamaruddin, M.I. 2004. Perusahaan Sawit di Malaysia Satu Panduan. *Cara Penentuan Harga Buah Sawit*. Lembaga Minyak Sawit Malaysia (MPOB)
- Bala, R., Ong, D. dan Yeung, M.C.H. 2005. Firm Size, Ownership and Performance in the Malaysia palm Oil Industry. *Asian Academy of Management Journal of Accounting and finance*. **1:81-104**
- Boniface,B., Gyau,A. dan Stringer,R. 2012. Linking price satisfaction and business performance in Malaysia's dairy industry. *APJML*. **24(2)**
- Choi, S. dan Mattila, A. 1993. Perceived fairness of price differences across channels: the moderating role of price frame and norm perceptions. *Jurnal Pemasaran Teori dan Praktikal*. **17(1): 37-47**
- Du,L dan Wu, S. 2008. Exploring the Impact of Customer Loyalty on Market Orientation-Business Performance Relationship:Evidence from Chinese Services Firms. *International Conferenc on Information Management, Innovation management and Industrial Engineering*.
- Frank, C.R., Pelkmans, L. dan Walter, A. 2009. A Global Overview Of Vegetable Oils, With Reference To Biodiesel : *A Report For The IEA Bioenergy Task 40*
- Giese, J.L. dan Cote, J.A. 2002. Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing*. **2000(1)**
- Gyau, A., Spiller, A. dan Wocken, C. 2011. The Influence of Price and Relational Behaviours on the Relationship Quality in the German Dairy Industry. *British Food Journal* **113(7):838-52**
- Houben, I. 2007. Wonderful Malaysia.  
<http://www.wonderfulmalaysia.com/about-us.htm>.  
Dilayari pada 10 Disember 2012. Disahkan pada 13 Disember 2012
- Kamaleswari, B. 2000. The Brand Equity Approach to Marketing of Malaysian Palm Products. Bachelor of Applied science (Biotechnology). Universiti Sains Malaysia.



- Masuku, M.B., Kirsten, J.F. dan Owen, R. 2007. A conceptual Analysis of Relationship Contracts in Agribusiness Supply Chain: The Case of the Sugar Industry in Swaziland. *Agrekon*. **46(1)**
- Matzler, K., Wurtele, A. dan Renzl, B. 2006. Dimensions of price satisfaction: a study in the retail banking industry. *Jurnal Pemasaran Bank Internasional*. **24(4)**:216-31
- Matzler, K., Renzl, B. dan Faullant, R. 2007. Dimension of price satisfaction: a replication and extension. *Jurnal Pemasaran Bank Internasional*. **25(6)**:394-405
- Mohd Roslan, M.N. dan Mohd Haniff, H. 2004. *Perusahaan Sawit di Malaysia Satu Panduan*. Botani Sawit. Lembaga Minyak Sawit Malaysia (MPOB)
- Olsen, Janeen, E. Dan Kent, L. 1993. Using Channels Construction to Explain dealer Perladangan Sime darby. 2009. Palm Oil Industry in Malaysia. *Skills and Knowledge for sustained development in Africa*
- Somphol, V. 2007. Understanding of Preceived Product Quality: Reviews and Recommendation
- Thiele, S. R. 2005. Exploring Loyal Qualities : Assessing Survey-based Loyalty Measures. *Journal of services Marketing*. **19(7)**:492-500
- Xia, L., Monroe, K.B. dan Con, J.L. 2004. The Price is unfair! A conceptual Framework of Price Fairness Perceptions. *Journal of Marketing* **68(4)**

