

# BAB I P E N D A H U L U A N

## 1.1. Latar Belakang

Stabilisasi harga barang-barang kebutuhan pokok termasuk di dalamnya minyak goreng merupakan salah satu dari sekian rupa program kebijakan pemerintah yang secara tidak langsung dilakukan dalam upaya menjaga standar kelayakan hidup masyarakat. Produk minyak goreng menjadi salah satu barang yang penting untuk dikendalikan pemerintah karena menyangkut kepentingan masyarakat banyak (yang masih menggunakan minyak goreng sebagai mediasi pengolahan hampir sebagian besar makanan yang dikonsumsi). Berdasarkan estimasi statistik tahun 2007, rata-rata konsumsi minyak goreng per kapita di Indonesia mencapai 10,4 kg per tahun.

Fenomena beberapa tahun terakhir terkait dengan gejolak harga CPO dunia, secara faktual mempengaruhi terjadinya gejolak harga minyak goreng di pasar domestik. Melambungnya harga CPO dari kisaran harga US\$ 600/ton pada bulan Februari 2007 menjadi US\$ 1.300/ton pada minggu I bulan Maret 2008 menjadi alasan logis yang menjelaskan melambungnya harga minyak goreng sawit di pasar domestik ketika itu dari kisaran harga Rp 7.000/kg pada bulan Februari 2007 menjadi Rp 12.900,- per kg pada bulan Maret 2008<sup>1</sup>. Hal ini dapat dijelaskan karena 80% biaya produksi pengolahan minyak goreng sawit merupakan biaya input (bahan baku) CPO<sup>2</sup>.

Namun demikian, ketika terjadi penurunan harga di pasar input (CPO), harga minyak goreng pada pasar domestik diindikasikan tidak meresponnya secara proporsional. Fenomena inilah yang melatarbelakangi dugaan terjadinya perilaku ataupun praktek persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh para pelaku usaha minyak goreng di Indonesia (sehingga mengkondisikan harga minyak goreng relatif tetap tinggi meskipun variabel input (CPO) telah mengalami penurunan harga yang signifikan).

---

<sup>1</sup> Data BPS dikutip Tjahya Widayanti, Kepala Pusat Penelitian dan Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan ketika berdiskusi dengan KPPU pada tanggal 5 Februari 2009

<sup>2</sup> Informasi disampaikan Tjahya Widayanti, *op.cit*

Guna menemukan dan menguji dugaan perilaku pasar tersebut maka KPPU berinisiatif untuk melakukan kajian terutama terkait dengan produksi dan pemasaran minyak goreng sawit, serta pengukuran dampak kebijakan pemerintah dalam upaya melakukan stabilisasi harga minyak goreng di pasar domestik.

### **1.2. Identifikasi Permasalahan**

Secara umum permasalahan yang akan difokuskan dalam pengkajian sektor industri minyak goreng sawit kali ini adalah:

1. Bagaimanakah gambaran struktur, perilaku dan kinerja pasar minyak goreng di pasar domestik?
2. Bagaimanakah dampak persaingan dari kebijakan pemerintah dalam upaya melakukan stabilisasi harga minyak goreng di pasar domestik?

### **1.3. Tujuan Kegiatan**

Adapun tujuan yang diharapkan dari kegiatan evaluasi dan kajian dampak kebijakan persaingan usaha dalam industri minyak goreng sawit adalah sebagai berikut:

1. mengidentifikasi struktur pasar minyak goreng di pasar domestik;
2. mengidentifikasi perilaku produksi dan pemasaran minyak goreng serta menganalisis kinerja pasar minyak goreng di pasar domestik;
3. mengidentifikasi kebijakan stabilisasi harga minyak goreng yang dilakukan oleh pemerintah serta menganalisis potensi dampaknya terhadap persaingan.

### **1.4. Manfaat Kegiatan**

Dalam jangka pendek, kegiatan ini diharapkan dapat menyediakan hasil analisis data di sektor industri minyak goreng terutama terkait dengan struktur, perilaku dan kinerja sektor bersangkutan, sehingga diharapkan dapat menjadi masukan bagi KPPU dalam menjalankan fungsi penegakan hukumnya maupun fungsi advokasinya kepada pemerintah dalam membenahi kebijakan di sektor industri minyak goreng.

Adapun dalam jangka panjang, hasil kegiatan ini diharapkan dapat mengharmonisasikan kebijakan pada sektor bersangkutan sehingga dapat mencegah terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.

### **1.5. Ruang Lingkup Kegiatan**

Obyek yang akan dijadikan fokus kajian adalah usaha pengolahan dan pemasaran minyak goreng sawit. Cakupan kegiatan yang akan dilakukan meliputi beberapa kegiatan antara lain sebagai berikut:

1. Riset literatur terutama terhadap beberapa sumber data dan informasi yang bersifat kualitatif
2. Penelitian melalui survey dan atau kunjungan lapangan terutama terhadap pelaku usaha (sebagai responden) yang termasuk dalam wilayah cakupan kajian.
3. Menggali berbagai informasi dari berbagai narasumber baik dari instansi pemerintah maupun akademisi dan *stakeholder* lainnya, terkait dengan berbagai isu persaingan usaha dalam sektor industri yang dikaji.
4. Proses pengolahan dan analisis data serta informasi terkait dengan sektor yang dikaji.
5. Diskusi terbatas terutama dengan mengundang para *stakeholder* terkait

Adapun cakupan wilayah yang akan dikaji dalam kegiatan kajian ini adalah lingkup nasional dengan uji petik pada sepuluh wilayah propinsi yaitu Sumatera Utara, Riau, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Kalimantan Timur, Sulawesi Selatan, dan Sulawesi Utara yang dianggap memenuhi prinsip keterwakilan guna menjawab permasalahan dan tujuan dari kegiatan kajian.

### **1.6. Sistematika Laporan**

Kajian ini akan disusun dalam bentuk pelaporan sebagai berikut :

#### **Bab I, Pendahuluan**

Pendahuluan ini akan berisi latar belakang kajian, identifikasi permasalahan, tujuan serta manfaat kajian, ruang lingkup dan sistematika pelaporan sebagai kerangka kerja dari kajian industri minyak goreng sawit.

#### **Bab II, Tinjauan Pustaka dan Metodologi**

Pada Bab II ini akan diuraikan tentang tinjauan pustaka serta metodologi analisa yang digunakan dalam kajian industri minyak goreng sawit.

#### **Bab III, Industri dan Perdagangan Minyak Goreng Sawit**

Pada Bab III ini akan diuraikan gambaran umum tentang industri serta perdagangan minyak goreng sawit di Indonesia.

#### **Bab IV, Kebijakan Stabilisasi Harga Minyak Goreng**

Pada Bab IV ini akan diuraikan beberapa kebijakan stabilisasi harga minyak goreng yang pernah diimplementasikan pemerintah, baik kebijakan dari sisi input (terhadap CPO sebagai bahan baku) maupun kebijakan dari sisi output (terhadap minyak goreng sawit).

#### **Bab V, Analisis**

Bab Analisa akan mencantumkan data-data hasil pengumpulan kemudian diperlihatkan juga proses pengolahannya. Hal-hal yang diidentifikasi mengarah pada persaingan usaha tidak sehat akan dianalisa pada bab ini.

#### **Bab VI, Kesimpulan dan Saran**

Setelah memperhatikan analisa, maka pada Bab V sebagai penutup disajikan kesimpulan yang didapat dari kajian ini dan saran-saran untuk ditindaklanjuti. Saran tersebut dapat ditujukan pada KPPU ataupun pemerintah.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODOLOGI

### 2.1 Asymetric Price Transmission

Dalam konteks persaingan usaha, isu-isu yang membahas mengenai harga dan marjin keuntungan telah menjadi isu yang menarik untuk selalu dibicarakan. Hal ini disebabkan salah satu indikator dampak persaingan dari adanya suatu tindakan persaingan usaha tidak sehat adalah dari harga dan marjin keuntungan. Indikator semacam Lerner Index telah menjadi ukuran baku untuk melihat apakah pelaku usaha menyalahgunakan *market power* (kekuatan pasar)-nya melalui instrumen harga dan marjin keuntungan.

Dalam industri yang multi-tahap akan selalu ada marjin harga yang timbul dari aktivitas ekonomi pada tiap-tiap tahap. Perubahan harga pada industri hulu meskipun tidak secara serta merta, akan direfleksikan pada perubahan harga di sektor hilir. Pada sektor pertanian misalnya, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Vavra dan Goodwin (2005)<sup>3</sup> ditemukan adanya pergerakan data yang asimetris dari harga di tingkat grosir dan di tingkat pengecer. Pergerakan harga yang tidak simetris ini telah menimbulkan adanya dugaan adanya penyalahgunaan *market power* dan perilaku oligopolistik. Ketika terjadi kenaikan harga pada tingkat hulu secara serta merta direfleksikan dengan terjadinya kenaikan harga pada tingkat hilir, namun tidak diikuti dengan pola yang sama ketika terjadi penurunan harga.

Semakin terintegrasinya lini-lini produksi menjadi hal yang semakin banyak dilakukan. Secara langsung maupun tidak, terbaginya proses *supply chain* menjadi beberapa lini produksi akan berpengaruh terhadap pembentukan harga output di satu lini tertentu yang kemudian menjadi input bagi lini selanjutnya. Pengaruh lebih lanjutnya adalah terhadap pembentukan harga di tingkat konsumen akhir (*end-user*). Fenomena pergerakan harga di pasar input terkadang tidak diikuti secara simetris terhadap pembentukan harga di tingkat output. Fenomena ini kemudian dikenal dengan istilah *Asymmetric Price Transmission (APT)* atau sering juga disebut sebagai fenomena *rocket and feathers*.

---

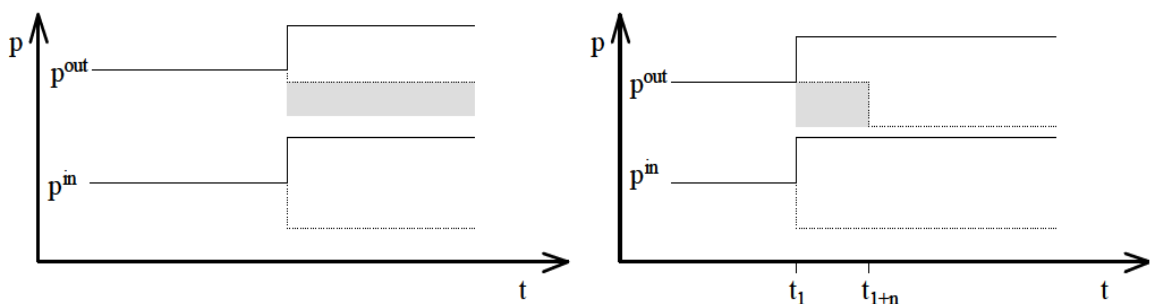
<sup>3</sup> Vavra, P dan B.K. Goodwin (2005), *Analysis of Price Transmission Along the Food Chain*, OECD Food, Agriculture and Fisheries Working Papers, No. 3, OECD Publishing.

Secara umum pengertian dari APT merupakan pembentukan harga di lini *upstream* tidak direfleksikan secara simetris terhadap pergerakan harga di tingkat *downstream*. Akibat dari adanya APT ini penurunan harga pada tingkat hulu yang seharusnya direfleksikan pada penurunan harga di tingkat hilir/retail tidak terjadi. Fenomena ini yang menyebabkan harga yang seharusnya lebih murah menjadi lebih tinggi. Namun demikian untuk membuktikan bahwa terjadi pergerakan harga yang asimetrik perlu sebuah pengujian.

Pengujian mengenai APT merupakan metode yang sangat penting dalam ilmu ekonomi terapan. Hubungan antara pergerakan harga pada tingkat hulu dan pada tingkat hilir (ritail) dapat menggambarkan kondisi efisien atau tidak efisien sehingga akan berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan, baik dari sisi produsen ataupun sisi konsumen.

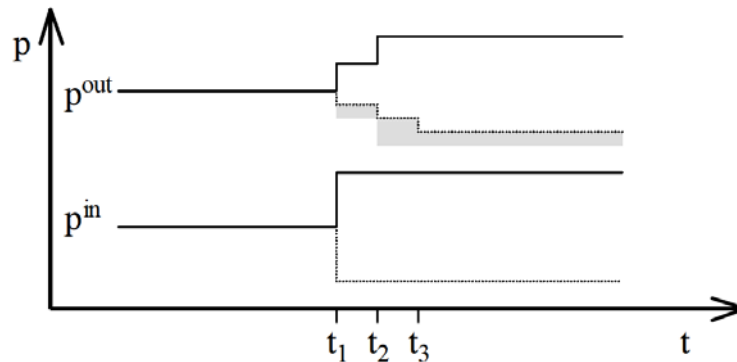
Asimetri dalam kaitannya dengan transmisi harga (*price transmission*) dapat diklasifikasikan menjadi tiga kriteria.

1. Kriteria pertama merujuk kepada kecepatan (*speed*) atau derajat (*magnitude*) dari transmisi harga yang asimetrik. Perbedaan dari keduanya dapat dijelaskan pada gambar berikut dimana sebuah harga produk ( $P^{out}$ ) diasumsikan bergantung pada harga lain ( $P^{in}$ ) yang dapat naik atau turun dalam periode waktu tertentu.



Pada diagram di atas kiri, derajat respon atas perubahan pada  $P^{in}$  tergantung arah dari perubahannya. Sedangkan pada gambar kanan, adalah menggambarkan kecepatan perubahannya. Kombinasi dari keduanya kemudian akan dapat digambarkan pada diagram di bawah dimana pergerakan transmisi harga akan dapat diukur dari derajatnya dan kecepataannya sekaligus karena peningkatan pada  $P^{in}$  membutuhkan waktu dua periode ( $t_1$  dan  $t_2$ ) untuk dapat ditransmisikan secara penuh sebagai  $P^{out}$ , sementara penurunan dalam

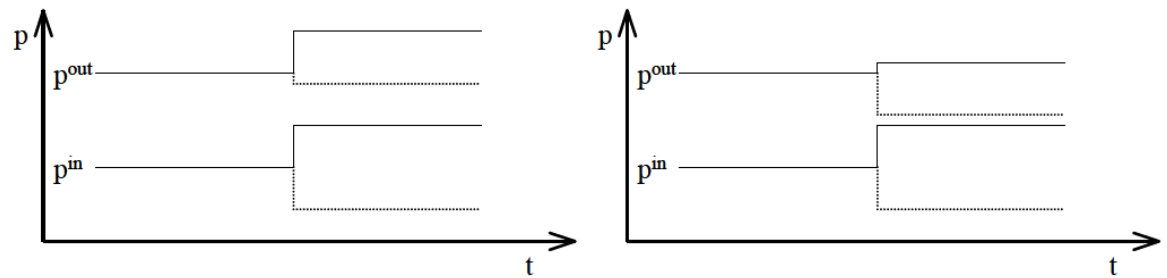
$P^{in}$  membutuhkan waktu tiga periode ( $t_1$ ,  $t_2$ , dan  $t_3$ ) dan tidak ditransmisikan secara sepenuhnya sebagai  $P^{out}$ .



Dampak kesejahteraan (*welfare effect*) dari dua tipe APT tersebut juga dapat digambarkan secara skematik dalam area berarsir (*shaded*) pada gambar diatas. Interpretasi gambar diatas akan dipermudah dengan menerapkan asumsi volume transaksi yang tidak berubah (*konstan*) sepanjang waktu (*over time*). Keadaan asimetri jika dilihat dari kecepatan penyesuaian (*speed of adjustment*) dapat membawa pada transfer secara temporer atas kesejahteraan (*temporary transfer of welfare*) pada tingkat penjual kepada pembeli. Ukurannya bergantung kepada panjangnya interval waktu (time interval) antara  $t_1$  dan  $t_1+n$  sebagaimana perubahan harga dan volume transaksi. Sedangkan asimetri jika dilihat dari sudut pandang *magnitude* dapat disimpulkan terjadi transfer permanen atas kesejahteraan (*permanent transfer of welfare*). Ukurannya bergantung kepada harga dan jumlah transaksi yang terjadi. Pada diagram 1c ditunjukkan kombinasi keadaan asimetri baik dilihat dari kecepatan penyesuaiannya dan derajatnya yang mengindikasikan transfer temporer dan permanen dari kesejahteraan.

2. Kriteria kedua adalah klasifikasi APT dilihat dari positif dan negatif. Jika  $P^{out}$  lebih cepat atau lebih penuh bereaksi terhadap  $P^{in}$  ketika harga naik dibandingkan dengan ketika harga turun maka APT dapat dikatakan sebagai positif. Namun jika sebaliknya yang bereaksi lebih cepat adalah ketika harga turun dibandingkan dengan harga naik maka APT disebut negatif. Namun demikian penggunaan terminologi positif dan negatif perlu hati-hati mengingat ketika yang dimaksud dengan  $P^{in}$  adalah pada tingkat hulu dan  $P^{out}$  adalah pada tingkat retail, keberadaan asimetrik negatif akan memberikan dampak positif bagi

konsumen. Oleh karena itu terminologi positif dan negatif yang dimaksud adalah arah pergerakan harga.



Perlu diperhatikan bahwa arus APT tidak selalu harus berasal dari harga hulu ke hilir. Dapat dimungkinkan perubahan pada harga output seperti pergeseran permintaan dapat menyebabkan perubahan pada harga input. Oleh karena itu klasifikasi ini juga masih dapat dikombinasikan dengan klasifikasi sebelumnya.

3. Kriteria ketiga adalah klasifikasi APT apakah berdampak secara vertikal atau spasial. Sebagai contoh, APT vertikal petani dan konsumen lebih sering komplain bahwa peningkatan harga di ladang (*farm level*/hulu) lebih cepat dan penuh ditransmisikan kepada harga tingkat ritel (*retail level*/hilir) daripada penurunan di tingkat ladang. Definisi ini sudah banyak dibahas di tema APT pada umumnya. Sedangkan definisi spasial dapat dicontohkan kenaikan harga ekspor CPO Indonesia lebih cepat ditransmisikan menjadi kenaikan harga CPO Malaysia dibandingkan dengan penurunannya. APT spasial ini seperti halnya vertikal juga dapat diklasifikasikan lagi menurut kecepatan dan besarnya, juga menurut positif atau negatifnya.

Dalam papernya, Meyer dan Von Cramon-Taubadel (2004) menjelaskan penyebab terjadinya APT yang telah disebutkan dalam beberapa literatur. Fokusnya adalah pada APT vertikal antar lini yang berbeda pada rantai pemasaran. Dua penyebab utama dari adanya APT adalah pasar yang tidak kompetitif dan biaya penyesuaian. Penyebab lain seperti intervensi politik, informasi yang asimetrik (*asymmetric information*) dan manajemen inventory juga disebutkan dalam literatur yang termasuk penyebab lain-lain.

1. Kekuatan pasar (*market power*)

Banyak publikasi yang menyebutkan APT merujuk kepada perilaku struktur pasar yang tidak kompetitif sebagai alasan terjadinya asimetri, terutama terjadi pada produk pertanian dimana petani pada



tingkat hulu dan konsumen akhir pada tingkat hilir sering menjumpai persaingan tidak sempurna dalam processing dan retailing yang menyebabkan lini perantara memiliki kekuatan pasar untuk disalahgunakan (*abuse*). Dapat diperkirakan ketika market power pelaku usaha tinggi maka akan menyebabkan APT.

Meyer & Von Cramon-Taubadel juga mengutip beberapa penelitian seperti Ward (1982)<sup>4</sup> dan Bailey & Bronsen (1989)<sup>5</sup>. Keduanya berargumen bahwa ada perilaku oligopolis dimana pelaku usaha tidak ingin kehilangan pangsa pasarnya dengan cara meningkatkan harga output. Hal ini terjadi karena dalam kinked demand curve yang dihadapi oleh oligopolis apabila pelaku usaha beranggapan bahwa jika tidak ada kompetitor akan menyesuaikan harga naik namun justru menyesuaikan harga turun maka justru akan terjadi asimetri negatif. Oleh karena itu pelaku usaha cenderung melakukan tindakan abuse atas struktur pasar oligopolistiknya.

Beberapa penelitian lain tentang APT menyimpulkan bahwa market power dapat menyebabkan APT lebih khusus lagi penelitian tersebut memprediksi terjadi APT positif. Dalam struktur monopoli sempurna hal ini bisa diterima, namun dalam struktur pasar oligopolis APT positif maupun negatif dapat terjadi tergantung struktur pasar dan perilakunya (*conduct*).

## 2. Biaya Penyesuaian dan Menu (*Adjustment and Menu Cost*)

Penjelasan lain dari terjadinya APT adalah adanya biaya penyesuaian yang timbul akibat pelaku usaha merubah kuantitas dan/atau harga input dan/atau output. Jika biaya ini asimetrik terhadap kuantitas atau harga, maka APT dapat terjadi. Menu cost dalam terminologi ekonomi merupakan biaya yang diperlukan untuk memperbaharui menu, daftar harga, brosur, atau material lain ketika terjadi perubahan harga<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Ward, RW (1982), *Asymmetry in Retail, Wholesale, and Shipping Point Pricing for Fresh Vegetables*, American Journal of Agricultural Economics, Vol. 62, hal. 205 – 212

<sup>5</sup> Bailey, D dan Bronsen, BW. (1989), *Price Asymmetry in Spatial Fed Cattle Markets*, Western Journal of Agricultural Economics, Vol. 14, Hal. 246 – 252

<sup>6</sup> Wikipedia, Menu Cost

Penelitian yang dilakukan oleh Capps dan Sherwell (2005)<sup>7</sup> memberikan dua pendekatan model ekonometri Error Correction Model (ECM) dalam mengestimasi terjadinya APT. Kedua pendekatan tersebut adalah Houck dan Asymmetric ECM:

#### 4. Pendekatan Houck

Houck dalam penelitiannya mengembangkan model pengujian APT berdasar segmentasi variabel harga menjadi harga naik dan harga turun. Houck merepresentasikan persamaan asimetrik statik yang spesifikasinya

$$\Delta P_{rt} = \alpha_0 + \alpha_1 \Delta P_{ft}^+ + \Delta P_{ft}^- + e_t$$

Dimana  $P_{rt}$  dan  $P_{ft}$  merupakan harga di tingkat ritel dan di tingkat hulu,  $t = 1, 2, \dots, T$ , ( $\Delta$ ) merupakan operator turunan pertama  $\Delta P_{ft}^+$  merupakan pergerakan harga naik dan  $\Delta P_{ft}^-$  merupakan pergerakan harga ritel turun.

Dalam model ini secara implisit dijelaskan bahwa pergerakan harga di tingkat hulu ada sebagai pendorong pergerakan harga di tingkat ritel, atau dalam bahasa lain harga tingkat hulu merupakan Granger cause dari harga di tingkat hilir. Uji Granger Causality yang dilakukan dengan pendekatan ini juga membuktikan bahwa pergerakan harga hulu sebagai driver pergerakan harga hilir. Penelitian ini dilakukan di beberapa kota di Amerika Serikat.

#### 5. Pendekatan Asymmetric Error Correction Model

Sementara pendekatan kedua adalah pendekatan asimetrik ECM yang menyatakan bahwa ada elemen kointegrasi dalam persamaan ECM. Beda dari pendekatan Houck sebelumnya yang tidak melakukan uji kointegrasi antara tingkat hulu dan hilir

Metode ini dipakai untuk menghindari terjadinya spurious regression terutama saat diestimasi menggunakan metode linier biasa (OLS). Hal ini terjadi karena data-data yang dipakai bersifat non-stasioner.

---

<sup>7</sup> Capps, Jr., Oral dan Pablo Sherwell (2005), *Spatial Asymmetry in Farm-Retail Price Transmission Associated with Fluid Milk Product*, Department of Agriculture Texas A&M University, diunduh dari [http://future.aae.wisc.edu/publications/asymmetryAAEA05\\_capps\\_paper\\_final\\_version.pdf](http://future.aae.wisc.edu/publications/asymmetryAAEA05_capps_paper_final_version.pdf)

Beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian Von Cramon-Taubadel dan Fahlbusch (1994) telah menggunakan metode ECM untuk mengestimasi keberadaan *asymmetric price transmission* ini. Secara umum pendekatan ECM ini diperpanjang dengan menambahkan komponen *asymmetric adjustment term*. Prosedurnya adalah dengan mengestimasi hubungan antar harga dengan metode OLS dan menguji keberadaan *spurious regression*. Jika kedua harga yang diestimasi tersebut ternyata terkointegrasi maka koefisien persamaan OLS tersebut adalah koefisien persamaan kointegrasi.

Langkah berikutnya adalah mengestimasi model ECM. Dalam model tersebut terdapat komponen yang dikenal dengan Error Correction Term (ECT) yang dapat mengukur deviasi dari keseimbangan jangka panjang antara dua harga tersebut. Dimasukkannya ECT ini memungkinkan harga yang telah diestimasi merespon perubahan harga dan juga dapat memperbaiki deviasi dari keseimbangan jangka panjang tersebut. Dengan memisahkan komponen ECT positif dan negatif APT dapat diestimasi. Sehingga bentuk ECM dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\Delta P_t^1 = \alpha + \sum_{j=1}^k \beta_j \Delta P_{t-j}^2 + \gamma^+ v_{t-1}^+ + \gamma^- v_{t-1}^- + \epsilon_t$$

Dimana  $P_{1t}$  dan  $P_{2t}$  merupakan dua harga yang secara vertikal berkaitan (misal: level retail dan level farm).  $\Delta$  merupakan indikator *difference* (pengurang  $P_t - P_{t-1}$ ),  $\beta_j$  dan  $\gamma$  adalah koefisien estimasi dan  $v_{t-1}^+$  dan  $v_{t-1}^-$  merupakan deviasi positif dan negatif dari keseimbangan jangka panjang.

Penelitian yang dilakukan oleh Borenstein et. al. (1997) mengambil tema pergerakan harga bensin di Amerika Serikat dengan menggunakan data mingguan pada periode 1986 s/d 1992. Hasil penyelidikan secara empiris menyimpulkan bahwa reaksi pergerakan harga naik lebih cepat daripada pergerakan harga turun (kenaikan harga hanya butuh waktu empat minggu untuk bereaksi sedangkan penurunan harga butuh waktu sampai dengan delapan minggu untuk bereaksi). Ada tiga kemungkinan interpretasi dari hasil estimasi yang dilakukan. Pertama, kelambanan turunnya harga bensin di tingkat retail karena adanya perilaku oligopolistik saat harga turun. Kedua, terjadi *lag* produksi dan *inventory* terhadap *shock* negatif akibat

penurunan harga dibandingkan dengan kenaikan harga terhadap pola konsumsi optimal. Interpretasi ke tiga, terkait dengan volatilitas harga minyak terhadap derajat persaingan di pasar ritel.

Penelitian yang dilakukan oleh Bachmeier dan Griffin (2003) menggunakan harga harian dan menggunakan prosedur *two-step* Engle Granger terhadap fenomena harga yang asimetrik di pasar bensin grosir Amerika Serikat selama periode 1985 s/d 1998. Berbeda dengan Borenstein et. al (1997) yang menemukan fakta kenaikan harga hilir yang cepat dan penurunan harga hilir yang lambat, Bachmeier dan Griffin mengestimasi model ECM dengan data harga spot harian namun tidak menemukan adanya asimetrik pada harga grosir bensin. Perbedaan hasil dengan dapat terjadi akibat dua sebab. Pertama, penggunaan prosedur Engle – Granger oleh Bachmeier & Griffin tidak dipakai pada penelitian Borenstein et. al yang menggunakan metodologi estimasi non-standar. Kedua, penggunaan data harian dibandingkan dengan mingguan dapat membawa kepada kesimpulan asimetrik harga.

## **2.2 Transparansi Harga**

Sebagai aturan umum, peningkatan transparansi harga akan menguntungkan pembeli kecuali apabila hal tersebut meningkatkan resiko kolusi diantara penjual. Salah satu cara untuk menjelaskan transparansi harga adalah dengan mengacu kepada waktu dan uang yang diperlukan untuk mengetahui biaya transaksi yang sebenarnya. Semakin kecil biaya yang diperlukan, maka pasar semakin transparan. Tingkat transparansi harga tertentu diperlukan agar persaingan tetap eksis, mengingat bahwa persaingan harga tidak penting kecuali apabila konsumen secara rasional mampu membandingkan harga-harga.

Dalam hal potensinya untuk meningkatkan persaingan, peningkatan transparansi harga dapat menguntungkan konsumen dengan mengurangi biaya pencarian (*search cost*). Keuntungan langsung tersebut menjelaskan mengapa organisasi konsumen seringkali mendorong transparansi harga yang lebih baik.

Namun, di bawah kondisi tertentu, peningkatan transparansi harga dapat secara signifikan meningkatkan kemungkinan dari kesadaran paralel antar pesaing (*conscious parallelism*) dan koordinasi anti persaingan.

Peningkatan transparansi harga dapat membantu penjual melakukan *conscious parallelism* yang meskipun di banyak negara tidak ilegal, namun merugikan konsumen. Dalam pasar yang terkonesentrasi, proses tersebut dapat dimulai dengan satu penjual meningkatkan harganya dan melihat apakah penjual yang lain mengikuti tindakannya. Resiko *price leader* dalam melakukan kegiatan tersebut akan lebih kecil apabila penjual lain dengan cepat dan akurat menginformasikan perubahan harga, terutama apabila pembeli tidak melakukan hal tersebut.

Di bawah kondisi tersebut, pemimpin harga tidak perlu untuk menunggu lama untuk melihat apakah penjual yang lain akan mengikuti tindakannya serta hanya kehilangan sedikit konsumen dalam masa perubahan harga tersebut.

Sebagai tambahan untuk memfasilitasi *conscious parallelism*, peningkatan transparansi harga dapat juga mendorong *tacit collusion* melalui semakin mudahnya *co-operating firms* untuk mendeteksi dan menghukum perusahaan yang tidak mengikuti *agreement*. Perilaku perusahaan yang tidak mengikuti *agreement* semacam itu harus dicegah, apabila koordinasi harga anti persaingan akan dipertahankan untuk jangka panjang.

Resiko persaingan dari peningkatan transparansi harga, di bawah kondisi pasar tertentu, tidak selalu diapresiasi oleh Pemerintah. Telah terdapat contoh-contoh yang menunjukkan bahwa mandat Pemerintah untuk meningkatkan transparansi harga justru melahirkan harga yang lebih tinggi dibanding menurunkan harga, mungkin karena transparansi harga tersebut memfasilitasi koordinasi anti persaingan antar penjual. Akan tetapi dalam kasus lain, dukungan Pemerintah untuk meningkatkan transparansi harga dapat mendorong kepada peningkatan persaingan harga. Perbedaan hasil tersebut merefleksikan pentingnya kondisi pasar untuk menentukan dampak perubahan transparansi harga.

Peningkatan transparansi harga sepertinya secara signifikan meningkatkan resiko koordinasi anti kompetitif kecuali apabila pasar yang terpengaruh telah siap terhadap koordinasi semacam itu. Pada beberapa pasar terdapat sedikit resiko dari koordinasi anti persaingan meskipun jika terdapat tingkat yang tinggi dari transparansi harga. Pada intinya, kemungkinan koordinasi

anti persaingan lebih kecil untuk terjadi di pasar dengan karakter sebagai berikut : tingkat konsentrasi rendah, jumlah pembeli tinggi, *barrier to entry* yang rendah, transparansi yang rendah, strategi pemasaran dan transaksi, asimetri diantara penjual dan produk yang ditawarkan, perubahan yang cepat antara kondisi *demand* dan biaya, dan kehadiran dari satu atau lebih pesaing maverick.

### 2.3 Analisa Dampak Persaingan

Berdasarkan *toolkit competition assessment* OECD-2007, pendekatan untuk menganalisis dampak kebijakan terhadap persaingan dilakukan dalam dua tahapan analisis. Tahapan pertama merupakan pengukuran awal dengan serangkaian pertanyaan sederhana (*checklist competition assessment*) yang dirancang untuk mengidentifikasi apakah suatu regulasi berpotensi menimbulkan bahaya terhadap persaingan atau tidak. Pada tahap ini, akan diidentifikasi apakah suatu regulasi memiliki karakteristik berikut :

1. Membatasi jumlah atau lingkup pemasok, hal ini terjadi apabila dalam regulasi tersebut:
  - a. Memberikan hak eksklusif kepada satu pemasok untuk menyediakan barang atau jasa;
  - b. Membuat lisensi, ijin atau proses otorisasi sebagai persyaratan operasi;
  - c. Membatasi kemampuan beberapa jenis pemasok untuk menyediakan barang atau jasa;
  - d. Secara signifikan menaikkan biaya masuk atau keluar dari pasar oleh pemasok tertentu;
  - e. Menciptakan halangan geografis bagi kemampuan perusahaan untuk menyediakan barang atau jasa, menginvestasikan modal atau menyediakan tenaga kerja.
2. Membatasi kemampuan pemasok untuk bersaing, hal ini terjadi apabila dalam regulasi tersebut :
  - a. Mengendalikan atau secara substansial mempengaruhi harga barang atau jasa;
  - b. Membatasi kebebasan pemasok untuk mengiklankan atau memasarkan barang atau jasa;
  - c. Menentukan standar mutu produk yang memberikan suatu keuntungan bagi beberapa pemasok atau di atas tingkat yang akan dipilih oleh konsumen yang berwawasan luas;

- d. Secara signifikan menaikkan biaya produksi bagi beberapa pemasok (khususnya dengan memperlakukan pelaku usaha lama dengan cara yang berbeda dari pendatang baru).
3. Mengurangi dorongan pemasok untuk bersaing secara ketat, hal ini terjadi apabila dalam regulasi tersebut :
- a. Menciptakan suatu rezim swa-regulasi atau regulasi bersama;
  - b. Mensyaratkan atau meminta informasi mengenai output, harga, penjualan atau biaya pemasok untuk kepentingan publikasi;
  - c. Membebaskan aktifitas industri atau kelompok pemasok tertentu dari pelaksanaan hukum persaingan umum;
  - d. Mengurangi mobilitas konsumen di antara pemasok barang atau jasa dengan meningkatkan biaya eksplisit maupun implisit untuk pindah pemasok.

Pada tahap ini, tidak dilakukan pengukuran mengenai besaran dampak yang ditimbulkan terhadap persaingan. Apabila suatu regulasi memiliki salah satu karakter tersebut maka regulasi tersebut dinilai memiliki dampak negatif terhadap persaingan, dan analisis akan dilanjutkan ke tahapan kedua.

Pada tahap kedua, evaluasi akan dilakukan secara lebih menyeluruh mengenai pengaruh persaingan yang mungkin timbul. Dalam mengukur dampak regulasi dalam kaitannya dengan penentu utama kekuatan tekanan persaingan dalam sebuah pasar, maka akan dilakukan pertanyaan sebagai berikut:

1. apakah regulasi yang diusulkan mempengaruhi persaingan di antara pelaku usaha lama?
2. apakah regulasi itu memperkecil (peluang) masuknya pelaku usaha baru?
3. apakah regulasi yang diusulkan memiliki dampak yang signifikan pada harga atau produksi?
4. apakah regulasi akan mempengaruhi kualitas dan keragaman barang dan jasa dalam pasar?
5. apakah regulasi memiliki pengaruh pada inovasi?
6. apakah regulasi membatasi pertumbuhan pasar?
7. apakah regulasi memiliki pengaruh material pada pasar terkait?

Apabila satu dari pertanyaan di atas dijawab dengan "ya" maka perlu untuk mempersiapkan ringkasan pengaruh regulasi terhadap persaingan, dengan menggarisbawahi pengaruh terhadap harga, produksi, keragaman produk, dan kualitas. Pendekatan analisis yang digunakan umumnya adalah melalui pendekatan biaya, sehingga kemudian dapat dibandingkan antara

keuntungan dan biaya dari implementasi kebijakan tersebut (analisis *cost-benefit*). Dari hasil analisis tersebut kemudian disimpulkan apakah suatu regulasi memiliki dampak negatif yang serius terhadap persaingan (*substantially lessening competition*) atau tidak.



## **BAB III**

### **INDUSTRI DAN PERDAGANGAN MINYAK GORENG SAWIT**

#### **3.1 Industri Minyak Goreng Sawit**

Minyak Goreng Sawit (MGS) merupakan salah satu komoditas yang mempunyai nilai strategis karena termasuk salah satu dari 9 kebutuhan pokok bangsa Indonesia. Permintaan akan MGS di dalam dan di luar negeri yang kuat merupakan indikasi pentingnya peranan komoditas kelapa sawit dalam perekonomian bangsa. Kebutuhan MGS terus meningkat dari tahun ke tahun seiring bertambahnya jumlah penduduk, berkembangnya pabrik dan industri makanan, dan meningkatnya konsumsi masyarakat akan minyak goreng untuk memasak.

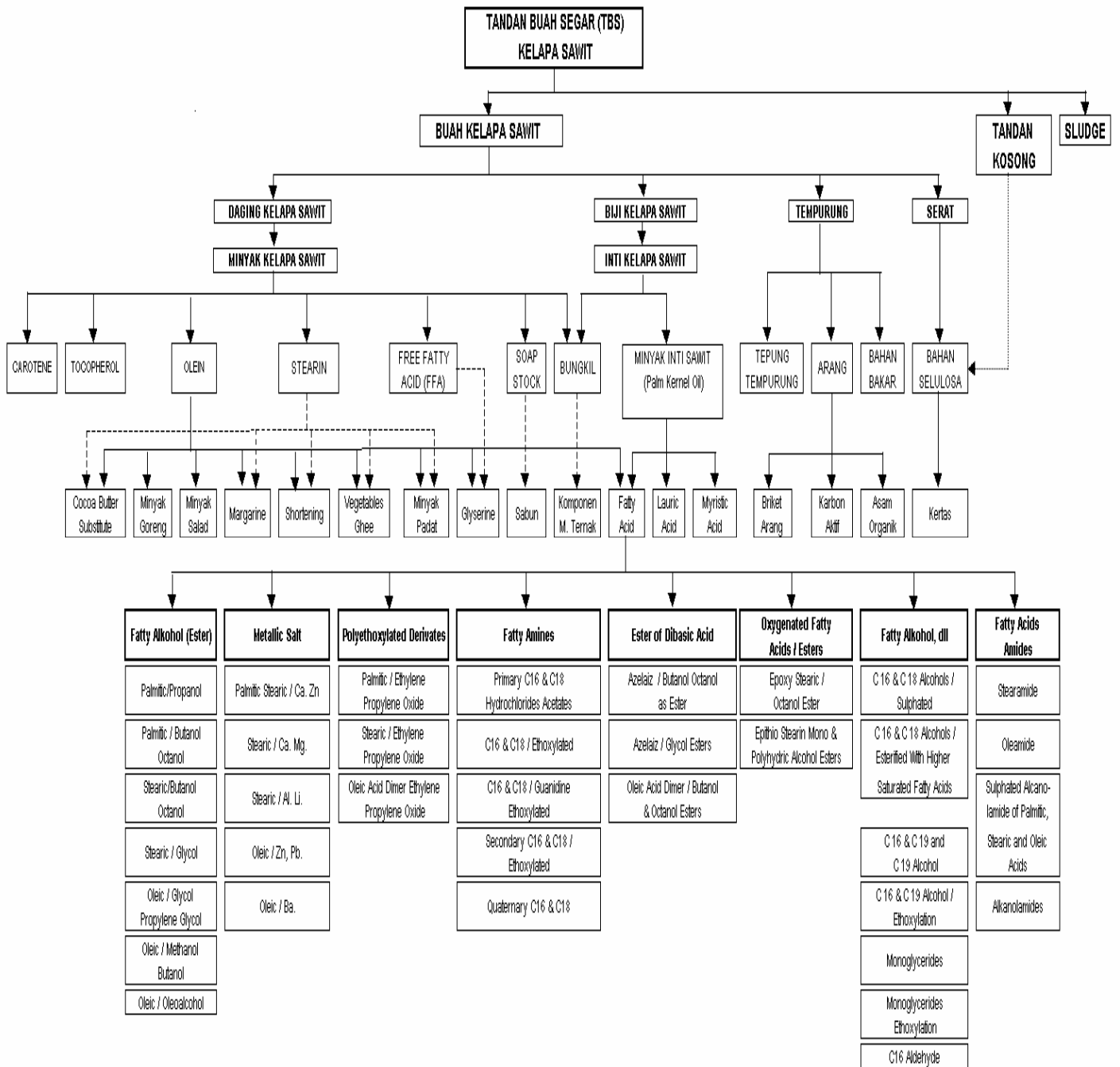
Keunggulan kompetitif Indonesia sendiri dibandingkan dengan negara lain yaitu sumber daya alamnya, sedangkan keunggulan komparatif Indonesia dalam agribisnis yaitu sebagai negara tropis yang mendapat sinar matahari yang melimpah sepanjang tahun dengan curah hujan yang cukup dan hampir merata. Kondisi inilah yang sangat dibutuhkan oleh tanaman kelapa sawit sebagai bahan baku utama minyak goreng sawit.

Indonesia adalah negara penghasil kelapa sawit (CPO) terbesar kedua di dunia setelah Malaysia. Pangsa produksi minyak sawit Indonesia saat ini kurang lebih sebesar 36 persen dari total produksi dunia, sedangkan Malaysia telah mencapai kontribusi sebesar 47 persen. Sehingga secara bersama-sama, Indonesia dan Malaysia praktis menguasai 83 persen produksi dunia. Peluang Indonesia untuk menggenjot produksi masih sangat besar, terutama dengan ketersediaan lahan, kesesuaian iklim, ketersediaan tenaga kerja relatif murah yang melimpah, serta biaya pembangunan dan perawatan per hektar yang juga lebih murah.

Produk utama adalah minyak sawit, CPO dan CPKO, yang selanjutnya menjadi bahan baku industri hilir pangan maupun non pangan. Di samping produk utama CPO dan CPKO serta produk-produk turunannya secara lebih rinci dalam pohon industri kelapa sawit (Gambar 2.1) dapat dilihat potensi produk-produk sampingan seperti tandan kosong, pelepah dan batang, serta limbah padat dan limbah cair.

**Gambar 1.**

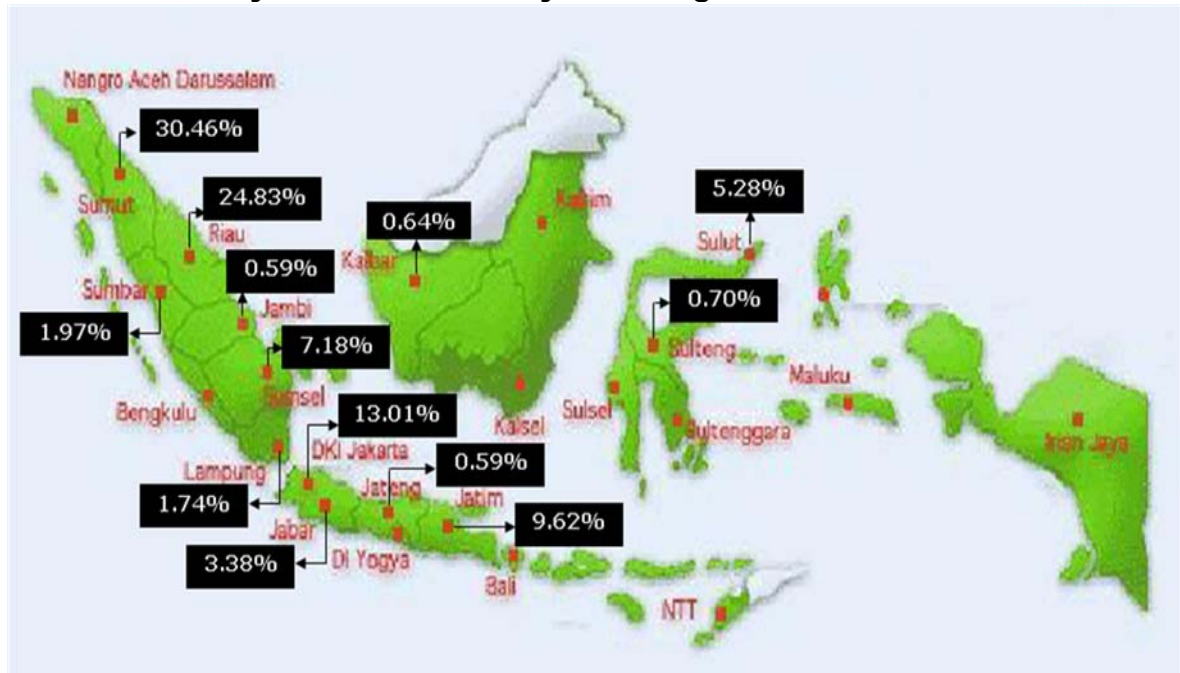
## Pohon Industri Pengolahan Kelapa Sawit



Sumber : Kajian Industri dan Perdagangan Struktur Industri, 2007

Peta penyebaran pabrik minyak goreng sawit adalah sebagaimana ditunjukkan pada data yang tertabulasi sebagai berikut:

**Gambar 2.**  
**Peta Penyebaran Pabrik Minyak Goreng Sawit di Indonesia**



Sumber : berbagai sumber, diolah

Dari gambar diatas, presentase penyebaran pabrik minyak goreng di Indonesia adalah sebagai berikut :

- a. Sumatera Utara 30.46 %
- b. Riau 24.83 %
- c. DKI Jakarta 13.01 %
- d. Jawa Timur 9.62 %
- e. Sumatera Selatan 7.18 %
- f. Sulawesi Utara 5.28 %
- g. Jawa Barat 3.38 %
- h. Sumatera Barat 1.97 %
- i. Lampung 1.74 %
- j. Sulawesi Tengah 0.70 %
- k. Kalimantan Barat 0.64 %
- l. Jambi 0.59 %
- m. Jawa Tengah 0.59 %

Berdasarkan tabulasi data dapat diinformasikan bahwa pabrik minyak goreng di Indonesia telah berkembang di 13 propinsi. Wilayah terluas terdapat di Sumatera, diikuti Jawa, Sulawesi dan Kalimantan. Lima propinsi terluas berturut-turut adalah Sumatera Utara (30.46%), Riau (24.83%),

DKI Jakarta (13.01%), Jawa Timur (9.62%) dan Sumatera Selatan (7.18%). Berikut disajikan data 10 pelaku usaha terbesar beserta kapasitas produksi dan market share masing-masing perusahaan minyak goreng di Indonesia :

**Tabel 1.**  
**Distribusi Pangsa Pasar dalam Industri Minyak Goreng Sawit di Indonesia**

No.	Pelaku Usaha	Kapasitas Produksi (Ton/thn)	Market Share
1	Wilmar Group (5 perusahaan)	2.819.400	18.27%
2	Musim Mas (6 Perusahaan)	2.109.000	13.67%
3	Permata Hijau Group (3 Perusahaan)	932.000	6.04%
4	PT Smart	713.027	4.62%
5	Salim Group	654.900	4.24%
6	PT Bina Karya Prima	370.000	2.40%
7	PT Tunas Baru Lampung (Sungai Budi Group)	355.940	2.31%
8	BEST Group	341.500	2.04%
9	PT Pacific Palmindo Industri	310.800	2.01%
10	PT Asian Agro Agung Jaya (RGM Group)	307.396	1.99%
11	Lainnya	6.542.637	42.40%
TOTAL		15.430.000	100.00%

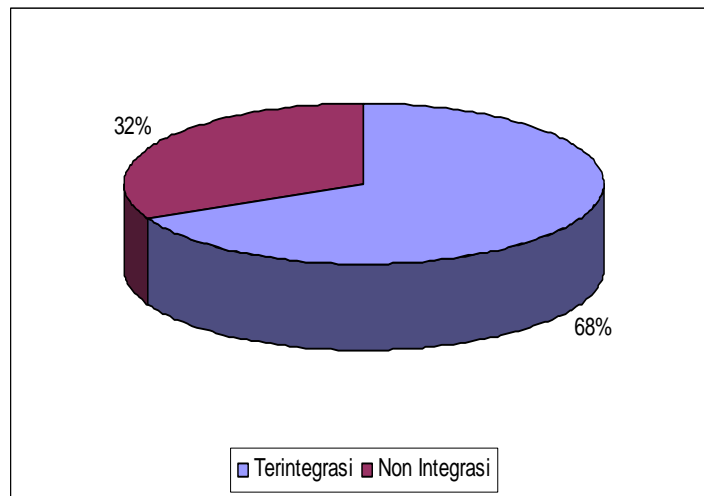
*Sumber : berbagai sumber, diolah*

Industri kelapa sawit dalam satu dasawarsa ini sangat berkembang cukup pesat dengan banyak tumbuh dan berkembangnya perusahaan kelapa sawit di tanah air. Sistem agroindustri kelapa sawit di Indonesia semakin lama semakin berkembang karena dipengaruhi oleh kondisi industri yang mempengaruhinya yang saling kompetitif. Dalam perkembangannya sistem agroindustri kelapa sawit mengalami berbagai macam perubahan strategi yang menuntut untuk menjaga kelangsungan efisiensi dan efektivitas operasional sistem agroindustri kelapa sawit. Salah satu strategi untuk menciptakan suatu efisiensi dan efektivitas di dalam agroindustri kelapa sawit di Indonesia adalah dengan menerapkan sistem integrasi vertikal sehingga semua sistem dan subsistem yang ada di agroindustri kelapa sawit dapat berjalan terintegrasi dan saling terkait sehingga akan menimbulkan suatu unit usaha atau unit kerja yang berjalan secara efisien.

Dalam pola pemilikan dan pengusahaan kelapa sawit di Indonesia, terdapat perusahaan minyak goreng yang terintegrasi dengan perkebunan CPO dan ada pula perusahaan minyak goreng yang tidak terintergrasi dengan

perkebunan CPO. Di Indonesia, Karakteristik industri minyak goreng adalah sebanyak 32% non integrasi, sisanya sebanyak 66% terintegrasi.

**Grafik 1.**  
**Karakteristik Industri Minyak Goreng di Indonesia**



Sumber : berbagai sumber, diolah

### 3.2 Produksi dan Konsumsi Minyak Goreng Sawit Nasional

Perbandingan produksi dan konsumsi minyak goreng sawit di Indonesia disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 2.**  
**Perkembangan Produksi dan Konsumsi Minyak Goreng Tahun 2006-2007**

Tahun	Produksi	Konsumsi	
		Domestik	Luar Negeri
2006	6.627.000	3.297.000	3.330.000
2007	7.596.000	3.546.000	4.050.000
2008	8.328.000	3.797.000	4.531.000

Sumber : Departemen Perindustrian

Dari tabel diatas terlihat bahwa Indonesia surplus produksi minyak goreng, dimana konsumsi domestik telah terpenuhi dari industri minyak goreng dalam negeri, sisanya, diekspor ke negara lain.

### 3.3 Kinerja Ekspor CPO Indonesia

Perkembangan Ekspor CPO dan Other palm Oil di Indonesia pada tahun 1980-2006 disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 3.**  
**Perkembangan Ekspor CPO dan Produk Turunan CPO di Indonesia Tahun 1980-2006**

Tahun	CPO		Other Palm Oil		Total CPO & Other Palm Oil	
	Volume (Ribuan Ton)	Nilai (USD ribu)	Volume (Ribuan Ton)	Nilai (USD ribu)	Volume (Ribuan Ton)	Nilai (USD ribu)
1980	502,902	254,739	0	0	502,902	254,739
1981	196,361	106,938	0	0	196,361	106,938

1982	259,476	96,247	0	0	259,476	96,247
1983	345,777	111,462	0	0	345,777	111,462
1984	127,938	53,278	0	0	127,938	53,278
1985	518,760	189,407	0	0	518,760	189,407
1986	504,497	97,141	62,388	15,777	566,885	112,918
1987	470,880	120,444	80,238	23,171	551,118	143,615
1988	661,098	247,232	191,745	86,636	852,843	333,868
1989	661,269	200,659	120,575	43,980	781,844	244,639
1990	881,991	164,898	133,589	38,609	1,015,580	203,507
1991	1,084,509	308,429	83,180	27,052	1,167,689	335,481
1992	970,629	332,744	59,643	23,750	1,030,272	356,494
1993	1,221,803	413,321	410,209	169,308	1,632,012	582,629
1994	1,306,615	579,153	324,588	138,658	1,631,203	717,811
1995	1,004,403	590,496	260,621	156,918	1,265,024	747,414
1996	986,363	487,032	685,594	338,383	1,671,957	825,415
1997	1,448,362	699,056	1,519,227	747,044	2,967,589	1,446,100
1998	403,843	220,634	1,075,435	524,643	1,479,278	745,277
1999	865,427	269,987	2,433,560	844,255	3,298,987	1,114,242
2000	1,817,664	476,438	2,292,363	610,840	4,110,027	1,087,278
2001	1,849,142	406,409	3,054,076	674,497	4,903,218	1,080,906
2002	2,804,792	891,999	3,528,916	1,200,405	6,333,708	2,092,404
2003	2,892,150	1,062,215	3,494,179	1,392,441	6,386,329	2,454,656
2004	3,819,927	1,444,421	4,841,741	1,987,354	8,661,668	3,431,775
2005	4,565,625	1,593,295	5,810,565	2,162,988	10,376,190	3,756,283
2006	5,199,287	1,993,667	6,910,634	2,823,975	12,109,921	4,817,642
rata-rata pertumbuhan per tahun	25.10%		59.14%		26.82%	

Sumber : BPS

Kinerja ekspor CPO Indonesia menunjukkan peningkatan dari sisi volume dan nilainya dari tahun ke tahun. Rata-rata pertumbuhan pertahunnya adalah sekitar 25,10%. Demikian pula dengan other palm oil yang volume dan nilai eksportnya meningkat dari tahun ke tahunnya dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 59.14% pertahun. Kebuthan domestik akan CPO dan other palm oil yang telah terpenuhi membuat surplus produksi CPO dan other palm oil banyak ditujukan untuk ekspor untuk memenuhi permintaan pasar luar negeri.

### 3.4 Pola Distribusi Minyak Goreng Sawit

Gambar 3.  
Pola Distribusi Minyak Goreng Sawit

**PRODUSEN → DISTRIBUTOR → SUBDISTRIBUTOR →  
WHOLESALE → RETAILER → KONSUMEN AKHIR**

### 3.5 Deskripsi Produksi dan Perdagangan Minyak Goreng Sawit di Beberapa Propinsi di Indonesia

#### 3.5.1. Medan, Sumatera Utara

Dalam rangka mendapatkan informasi dan mengumpulkan data mengenai komoditi minyak goreng, maka Tim melakukan perjalanan dinas ke Medan, Sumatera Utara pada tanggal 25-27 Februari 2009. Pengumpulan data dan informasi ini dilakukan melalui diskusi dengan pemerintah daerah dan pelaku usaha terkait dengan industri minyak goreng. Pihak KPPU diwakili oleh Dedy Sani Ardi selaku Ketua Tim dan Sandra Destriani selaku Anggota Tim.

Diskusi diselenggarakan pada Hari Rabu, tanggal 25 Februari 2009 pukul 10.00-12.00 WIB bertempat di Ruang Rapat Kantor Perwakilan Daerah KPPU Medan. Dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara, yang bertindak sebagai narasumber adalah Ida Yani Pane selaku Plt.Subdit Industri Kimia Agro dan Hasil Hutan (IKAHH), Syamsul Bakri, dan Ermasnyah selaku Staff IKAHH. Setelah disampaikan pembukaan oleh Verry Iskandar, selaku Kepala KPD Medan, selanjutnya tim mempersilakan narasumber untuk menyampaikan pandangannya. Berikut adalah hal-hal yang perlu dicatat dari pertemuan tersebut :

1. Daftar produsen minyak goreng di wilayah Provinsi Sumatera Utara adalah sebagai berikut :

No	Nama Perusahaan	Produksi
1.	PT Karya Prajona Nelayan / PT Wilmar Group	Minyak Goreng, CPO, PKO, dan Hasil turunannya.
2.	PT Permata Hijau Sawit Group	Minyak Goreng, CPO, dan Hasil turunannya.
3.	PT Asian Agri	Minyak Goreng, CPO, Mentega, dan turunannya.
4.	PT Musim Mas	Minyak Goreng, CPO, dan Hasil turunannya.
5.	PT Astra Agro Lestari	Minyak Goreng, CPO, dan Hasil turunannya.
6.	PT Pamina Adolina	Minyak Goreng, CPO, dan Hasil turunannya

2. Estimasi kebutuhan minyak goreng di Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

Tahun	Kebutuhan (Ton)	Produksi (Ton)	Kebutuhan Prop. Lain (Ton)	Impor (Ton)	Surplus (Ton)
2007	127.596	2.115.244	2.019.548	-	31.900
2008	128.040	3.085.250	2.820.000	120	265.250
2009(1)	64.020	1.498.550	1.410.000	60	88.000

3. Data pergerakan harga CPO di Sumatera Utara untuk periode 2007 s/d 2009 adalah sebagai berikut :

Bulan	2007 (US\$)	2008 (US\$)	2009 (US\$)
Januari	Ratas 0.65 m/s Januari s/d Desember	0.83	0.47
Februari		0.84	
Maret		0.93	
April		1.01	
Mei		0.97	
Juni		1.03	
Juli		1.09	
Agustus		1.02	
September		0.85	
Oktober		0.70	
November		0.52	
Desember		0.42	

4. Data pergerakan harga minyak goreng di Sumatera Utara untuk periode tahun 2007 s/d 2009 adalah sebagai berikut :

Bulan	2008 (US\$)	2009 (US\$)		2009 (US\$)	
		Bermerk (Rp)	Curah tanpa merk (Rp)	Bermerk (Rp)	Curah tanpa merk (Rp)
Januari	Ratas m/s Januari s/d Desember	7.060	9.557	8.750	8.000
Februari		7.500	10.255	8.750	6.500
Maret		7.500	11.451		
April		7.500	10.338		
Mei		7.500	10.964		
Juni		7.500	10.724		
Juli		7.500	10.365		
Agustus		9.650	8.971		
September		9.650	8.200		
Oktober		9.650	6.715		
November		8.795	6.270		
Desember		8.750	6.900		

5. Jalur distribusi perdagangan CPO di Sumatera Utara adalah sebagai berikut :

Tandan Buah Segar (TBS) diolah menjadi CPO oleh Petani di Perkebunan → Pabrik Kelapa Sawit (PKS) → diolah menjadi minyak goreng, ekspor, atau supply ke pabrik shortering (minyak makan).



6. Jalur distribusi minyak goreng di Sumatera Utara adalah sebagai berikut :
1. Pabrik (PKS) Pengolah Minyak Goreng → Distributor → Grosir → Konsumen.
  2. Pada Operasional Pasar (OP) – Pabrik → Distributor → Konsumen - Pabrik → Konsumen
7. Gambaran pengaruh penurunan variabel harga input bahan baku (CPO) terhadap biaya produksi dan harga penjualan minyak goreng di Sumatera Utara adalah sebagai berikut
- a. Saat ini stock CPO masih banyak digudang/tempat tangki penimbunan produsen CPO belum dijual, sedangkan importir/negara tujuan ekspor tidak bertambah.
  - b. Harga CPO ditentukan oleh pasar internasional di Rotherdam
  - c. Harga Tandan Buah Segar (TBS) tergantung pengolahan CPO di pabrik dan harga internasional.
  - d. Harga patokan masih lebih rendah daripada harga internasional dan untuk ekspor CPO masih dikenakan pajak ekspor, komisi agen perdagangan internasional (ekspor Indonesia belum ada yang direct to demand), biaya transportasi (freight kapal), dan penyusutan (bongkar/muat dan diperjalanan) diperkirakan susut senilai Rp. 1500/ton.
  - e. Harga CPO saat ini (Februari 2009) diperkirakan US\$ 600/MT.
  - f. Perhitungan apabila variabel harga input bahan baku (CPO) seandainya harga internasional US\$ 600/MT adalah sebagai berikut:
    1. 1 US\$ = Rp. 11.500
    2. 1 Kgs CPO dibutuhkan 5 kgs TBS
    3. Biaya produksi CPO Rp. 1500/Kgs

Maka, Harga CPO dalam kurs Rupiah adalah Rp. 11.500 x 600 MT = Rp. 6.900.000/MT = Rp. 6.900/Kgs. Maka, Harga Tandan Buah Segar (TBS) adalah harga CPO dikurangi ongkos produksi dan dibagi dengan asal bahan baku 5 kgs TBS adalah : (Rp. 6.900/kgs - Rp. 1500/Kgs)/5 = Rp. 1.080/Kg.
  - g. Bila harga CPO internasional naik dan jika CPO dijadikan minyak goreng untuk diolah pasar lokal dengan ongkos produksinya setara dengan harga CPO pasar internasional (minimal/maximal), maka produsen lebih mengambil langkah mengespor CPOnya, walaupun ditetapkan HPE ditinggikan dan tanpa pembatasan kewajiban untuk pemenuhan kebutuhan supply bahan baku minyak goreng

dalam negeri. Apabila harga CPO turun seperti saat ini maka produsen menjadikannya minyak goreng atau menimbun CPOnya, namun dengan resiko tidak tertampungnya TBS hasil petani perkebunan.

Selanjutnya, tim berdiskusi dengan Pelaku Usaha Minyak Goreng yaitu PT Berlian Eka Sakti Tangguh (PT BEST). Diskusi diselenggarakan pada Hari Rabu, tanggal 25 Februari 2009 pukul 14.00-16.00 WIB bertempat di Ruangan Rapat Kantor Perwakilan Daerah KPPU Medan. Dari PT BEST, yang bertindak sebagai narasumber adalah Gunawan Kristina selaku Direktur Utama PT BEST dan David selaku Manager PT BEST. (*data dan informasi terdokumentasi hanya untuk kepentingan analisis tim*).

Hari berikutnya, tim berdiskusi dengan Pelaku Usaha Minyak Goreng yaitu PT Astra Agro Agung Jaya (AAAG). Diskusi diselenggarakan pada Hari Kamis, tanggal 26 Februari 2009 pukul 10.00-12.00 WIB bertempat di Ruangan Rapat Kantor Perwakilan Daerah KPPU Medan. Dari PT AAAG, yang bertindak sebagai narasumber adalah Dani Herwoko selaku Super Intendent PT AAAG. Merek minyak goreng lain yang dianggap menjadi pesaing di wilayah pemasaran PT AAG adalah Bimoli, Filma, dan Sania dan produsen minyak curah yaitu PT Sawit Asahan Tetap Utuh (*data dan informasi lengkap terdokumentasi hanya untuk kepentingan analisis tim*)

### **3.5.2. Surabaya, Jawa Timur**

Dalam penelitian lapangan kegiatan Harmonisasi Kebijakan Persaingan pada Sektor Minyak Goreng yang diwakili oleh Ahmad Adi Nugroho dan Firdausy, tim melakukan diskusi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Jawa Timur, pada Rabu 25 Desember 2009 pukul 10.00 WIB, PT Megasurya Mas, pada Rabu 25 Desember 2009 pukul 14.00 WIB, PT SMART, pada Kamis 26 Desember 2009 pukul 10.00 WIB dan Salim Ivomas Pratama, pada Jumat 27 Desember 2009 pukul 10.00 WIB

Pertemuan dengan Disperindag Propinsi Jawa Timur dilaksanakan pada tanggal 25 Februari 2009 pukul 10.00 WIB di KPD KPPU Surabaya. Pada diskusi tersebut, pihak Disperindag Propinsi Jawa Timur diwakili oleh Bapak Mardi. Berikut adalah hasil diskusi tsb :

1. Total produksi minyak goreng di propinsi Jawa Timur mencapai 906.800 ton/th.
2. Perusahaan minyak goreng yang berada di propinsi Jawa Timur adalah 12 perusahaan, dua diantaranya merupakan perusahaan minyak goreng kelapa. (data perusahaan terlampir)
3. Sebagian besar bahan baku untuk perusahaan minyak goreng (CPO) diperoleh dari Sumatera (khususnya Sumatera Utara) dan Kalimantan, baik dari perkebunan sendiri (untuk pabrik minyak goreng yang terintegrasi) maupun dari PTPN dan pabrik kelapa sawit swasta. Jalur distribusi perdagangan CPO adalah sebagai berikut :  
*petani – pedagang/pengumpul – pabrik PTPN/pabrik kelapa sawit swasta – pabrik minyak goreng*
4. Kendala yang dihadapi perusahaan terkait bahan baku adalah transportasi, khususnya pada saat cuaca kurang baik. Ketidklancaran supply bahan baku tersebut kemudian menyebabkan terhambatnya proses produksi dan melonjaknya harga minyak goreng di propinsi Jawa Timur. (Data pergerakan harga minyak goreng terlampir)
5. Sebagai sentra produksi minyak goreng di Indonesia, sebagian produk minyak goreng Jawa Timur didistribusikan ke daerah lain di Indonesia. Jalur distribusi minyak goreng adalah sebagai berikut :  
  - ✓ *pabrik minyak goreng – distributor – sub distributor – pengecer – konsumen*
  - ✓ *pabrik minyak goreng – distributor – pengecer – konsumen*
  - ✓ *pabrik minyak goreng – konsumen (untuk program CSR)*
6. Pergerakan harga CPO terhadap biaya produksi dan harga penjualan minyak goreng di pasar regional dan internasional umumnya sejalan/berbanding lurus. Karena komponen bahan baku (CPO) diperkirakan merupakan komponen terbesar terhadap biaya produksi dan harga penjualan minyak goreng. Oleh sebab itu, kenaikan harga CPO tinggi akan langsung berdampak pada peningkatan harga minyak goreng. Meskipun demikian, penurunan harga CPO tidak akan langsung menyebabkan harga minyak goreng turun, karena terdapat komponen biaya lain (seperti tenaga kerja dan distribusi) yang masih tinggi.
7. Kebijakan MinyakKita di Jawa Timur baru akan dilaksanakan pada awal Maret. Kebijakan MinyakKita adalah program CSR dari perusahaan minyak goreng untuk konsumen
8. Sampai dengan saat ini perusahaan yang berminat untuk mengikuti program MinyakKita di propinsi Jawa Timur baru 4 perusahaan, yaitu PT

SMART, PT Wilmar group, PT Megasurya Mas, dan PT Salim Ivomas Pratama.

Pertemuan dengan PT Megasurya Mas diagendakan pada tanggal 25 Februari 2009 pukul 14.00 WIB di KPD KPPU Surabaya. Pada kesempatan tersebut, pihak PT Megasurya Mas diwakili oleh Bapak Nurul Huda, namun diskusi tidak dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya karena yang bersangkutan hanya memberikan gambaran umum perusahaan dan tidak bersedia memberikan data dan informasi yang lebih detail sesuai dengan yang diminta oleh tim. (*data dan informasi tentang gambaran umum terdokumentasi hanya untuk kepentingan analisis tim*)

Pertemuan dengan PT SMART Tbk rencananya diagendakan pada tanggal 26 Februari 2009 pukul 10.00 WIB di kantor PT SMART Tbk JL Rungkut Industri Raya No 19. pertemuan tersebut tidak terlaksana karena pihak yang bersangkutan tidak bersedia memberikan informasi apapun dan mengharapkan tim untuk langsung berkomunikasi dengan induk perusahaannya di Pusat (Jakarta).

Hal serupa terjadi juga ketika tim berencana untuk melakukan pertemuan dengan PT Salim Ivomas Pratama yang sebelumnya telah diagendakan pada tanggal 27 Februari 2009 pukul 09.00 WIB di KPD KPPU Surabaya. Pihak PT Salim Ivomas Pratama cabang Surabaya tidak bersedia memberikan informasi dan meminta tim langsung berkomunikasi dengan kantor pusat perusahaan di Jakarta.

### **3.5.3. Bandung, Jawa Barat**

Dalam rangka mendapatkan informasi dan mengumpulkan data mengenai komoditi minyak goreng, maka Tim Evaluasi dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Usaha Dalam Komoditas Minyak Goreng melakukan perjalanan dinas ke Bandung, Jawa Barat pada tanggal 1-3 April 2009. Pengumpulan data dan informasi ini dilakukan melalui diskusi dengan pemerintah daerah dan pelaku usaha terkait dengan industri minyak goreng. Pihak KPPU diwakili oleh Dedy Sani Ardi selaku Ketua Tim, Sandra Destriani dan Ades Vera Putri selaku anggota tim.

Diskusi diselenggarakan pada Hari Rabu, tanggal 1 April 2009 pukul 11.00-13.00 WIB bertempat di Dinas Perindustrian dan Perdagangan

Provinsi Jawa Barat. Dari Disperindag, yang bertindak sebagai narasumber adalah Bpk. Drs. H. Supramono, MM selaku Kepala Bidang Perdagangan Dalam Negeri dan Bpk. Bambang Kusmana selaku Staff Bidang Perdagangan Dalam Negeri. Berikut adalah hal-hal yang perlu dicatat dari pertemuan:

1. Daftar produsen minyak goreng di wilayah Provinsi Jawa Barat adalah sebagai berikut :

No	Nama	Alamat	Produksi
1.	PT Darmex	Jl. Bekasi Raya Km 27 Bekasi Utara, Bekasi, Jawa Barat	RBD Palm Oil
2.	PT Miki Oleo Nabati Industri	Raya Narogong Km.9 Rawalumbu, Bekasi Jawa Barat	Minyak Goreng Curah dan Kemasan
3.	PT Presticious	Kopo Permata Harapan Baru Blok H No 77 Pejang Medan, Bekasi Jawa Barat	Minyak Goreng Curah
4.	PT Priscolin	Kel. Kelurahan Pejuang Jl. Pondok Ungu Bekasi Barat, Jawa Barat	Minyak Goreng Sawit
5.	Pt Indosco Utama	Jl. Achmad Yani Km 7 No.123 Cicadas Bandung, Jawa Barat	Minyak Goreng Curah
6.	PT KTH	Jl. Suryani Bandung, Jawa Barat	Minyak Goreng Curah

Di Jawa Barat, hanya terdapat 6 perusahaan minyak goreng dengan kapasitas dan realisasi produksi yang rendah. Dari keenam perusahaan minyak goreng di Jawa Barat tersebut, memperoleh CPO dari luar, tidak ada yang mempunyai perkebunan kelapa sawit sendiri. CPO tersebut biasanya diperoleh dari daerah Lampung, Surabaya, Medan dan Jakarta. Jawa Barat dalam hal ini hanya merupakan salah satu daerah konsumsi minyak goreng terbesar di Indonesia.

2. Estimasi kebutuhan minyak goreng di Jawa Barat adalah 40.000 ton/bulan. Angka tersebut diestimasi dari besarnya jumlah penduduk Jawa Barat sebanyak 40 juta orang dengan masing-masing menggunakan 1 kg minyak goreng per bulannya. Kebutuhan tersebut belum dapat dipenuhi oleh perusahaan minyak goreng yang ada di Jawa Barat, oleh sebab itu, kebutuhan dipenuhi dari produksi perusahaan minyak goreng dari daerah lain seperti Medan dan Jakarta.
3. Data pergerakan harga minyak goreng di Jawa Barat untuk periode tahun 2007 s/d 2009 adalah sebagai berikut :

Bulan	2007 (Rp)		2008 (Rp)		2009 (Rp)	
	Bimoli Botol 620ml/btl	Curah (Kg)	Bimoli Botol 620ml/btl	Curah (Kg)	Bimoli Botol 620ml/btl	Curah (Kg)
Januari	5388	6799	8525	7250	8293	7466
Februari	6101	6729	8102	10484	8234	7966
Maret	6213	6716	8392	12219	8606	8554
April	6404	7498	8450	10758		

Mei	6583	7999	8495	11046		
Juni	6500	8093	8817	10963		
Juli	6821	8208	8975	10467		
Agustus	7225	9150	8988	9532		
September	7175	8669	8742	8573		
Oktober	7175	8320	8893	7773		
November	7190	8479	8790	6723		
Desember	7594	8600	8525	7344		

4. Jalur distribusi minyak goreng di Jawa Barat adalah sebagai berikut :
- Produsen CPO → Prosesor Minyak Goreng → Distributor → Sub Distributor → Pengecer → Konsumen
  - Produsen CPO → Prosesor Minyak Goreng → Pengecer → Konsumen
  - Produsen CPO → Prosesor Minyak Goreng → Konsumen
  - Produsen CPO → Koperasi → Konsumen
  - Produsen CPO → Koperasi → Pengecer → Konsumen
  - Produsen CPO → Prosesor Minyak Goreng → Industri
5. Gambaran pengaruh penurunan variabel harga input bahan baku (CPO) terhadap biaya produksi dan harga penjualan minyak goreng di Jawa Barat, menurut narasumber tidak ada korelasi positif antara keduanya, dimana ketika ada penurunan harga CPO, tidak serta merta segera menurunkan harga minyak goreng.
6. Mengenai kebijakan Minyakita, di Jawa Barat baru berlangsung di Cianjur dan Cirebon. Di Bandung sendiri, telah dilaksanakan operasi pasar untuk minyakita, namun belum ada pelaksanaannya. Kebijakan minyak goreng murah hanya sebatas bila ada bazaar atau event tertentu seperti sembako murah yang diadakan oleh deisperindag bekerjasama dengan perusahaan minyak goreng tertentu. Dahulu, ada kebijakan subsidi harga minyak goreng sebesar Rp. 2500/lt namun saat ini kebijakan subsidi tersebut telah dihapuskan karena dinilai tidak efektif.
7. Langkah untuk stabilisasi dari disperindag adalah adanya consumer social responsibility (CSR) dari produsen minyak goreng di Jawa Barat, dimana ada event untuk menggelar sembako murah, diantaranya termasuk komoditi minyak goreng dengan harga yang lebih murah daripada di pasar. Selain itu, ada program monitoring pada distributor,

dan survey pada daerah yang mengalami kelangkaan minyak goreng agar segera diusulkan untuk ditambahkan pasokannya. Lalu, ada juga target untuk peningkatan produksi minyak goreng di daerah provinsi Jawa Barat.

Selanjutnya, tim berdiskusi dengan Pelaku Usaha Minyak Goreng yaitu PT Indosco Utama. Diskusi diselenggarakan pada Hari Rabu, tanggal 1 April 2009 pukul 14.00-16.00 WIB bertempat di Ruang Rapat PT Indosco Utama. Dari PT Indosco Utama, yang bertindak sebagai narasumber adalah Een Aenudin selaku Manager PT Indosco Utama. *(data dan informasi lengkap terdokumentasi hanya untuk kepentingan analisis tim)*

Pada hari Selasa 2 April 2009 pukul 10.00-11.00, tim menemui Bpk. Frans, salah seorang staff di disperindag Jawa Barat untuk mendapatkan data pergerakan harga harian minyak goreng di Bandung, Jawa Barat untuk periode 2008-2009. Setelah itu, tim melakukan survey langsung ke Pasar Kosambi dan Pasar Cicadas pada pukul 12.00-14.00. Disana, tim mewawancarai penjual minyak goreng dan konsumen pembeli minyak goreng berdasarkan peranyaan pada kuesioner yang telah dirancang oleh tim. Hasil survey akan diproses lebih lanjut oleh tim. Setelah melakukan survey ke 2 pasar tradisional, tim melanjutkan untuk survey pasar modern ke Careefour Paris Van Java pada pukul 16.00-18.00. Disana tim mencatat harga minyak goreng per 2 April 2009. Berikut laporannya :

Merk Minyak Goreng	Kemasan	Harga
Bimoli	Plastik 1 lt	Rp. 10.430
Filma	Plastik 1 lt	Rp. 10.475
Sania	Plastik 1 lt	Rp. 10.475
Tropical	Plastik 1 lt	Rp. 10.775
Rose Brand	Plastik 1 lt	Rp. 11520
Madina	Plastik 1 lt	Rp. 10.275
Sari Murni	Plastik 1 lt	Rp. 9750
SunCo	Plastik 1 lt	Rp. 17.490
Avena	Plastik 1 lt	Rp. 10.475
Kunci Mas	Plastik 1 lt	Rp. 11.975
Carrefour	Plastik 2 lt	Rp. 18.290
Mitra	Plastik 2 lt	Rp. 21.190
Bimoli	Botol 1 lt	Rp. 11.260
Bimoli	Botol 5 lt	Rp. 58.400
Filma	Botol 1 lt	Rp. 12.975
Filma	Botol 1 lt	Rp. 54.500
Sania	Botol 1 lt	Rp. 10.650
Barco	500 ml	Rp. 11.800

Sumber: survey harga di Carrefour PVJ Bandung, 2 April 2009

#### 3.5.4. Palembang, Sumatera Selatan

Terkait dengan kebijakan distribusi minyak goreng, tim evaluasi kebijakan pemerintah terkait minyak goreng telah melakukan perjalanan

dinas ke Palembang dengan mengirimkan dua staf yaitu Firdausy Yustiningsih dan Ahmad Adi Nugroho pada tanggal 1 s/d 3 April 2009. Agenda perjalanan dinas ini adalah bertemu dengan pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sumatera Selatan, PT. Sinar Alam Permai (SAP), dan PT. Tunas Baru Lampung (TBL) sebagai produsen minyak goreng. Berikut adalah intisari dari pertemuan dengan beberapa pihak tersebut.

Pertemuan dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sumatera Selatan, pada pokoknya menginformasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Saat ini Disdag sedang melakukan operasi pasar terkait minyak goreng agar pasokan berjalan lancar. Operasi pasar ini atas instruksi dari Departemen Perdagangan dan melibatkan pelaku usaha produsen minyak goreng yaitu PT. Sinar Alam Permai. Operasi pasar ini telah dilaksanakan sejak 18 Februari 2009 lalu.
2. Salah satu program pemerintah untuk menjamin pasokan minyak goreng murah tepat sasaran terhadap masyarakat yang membutuhkan adalah program Minyakita. Dalam program ini Departemen Perdagangan menginstruksikan dinas terkait untuk membuka partisipasi kepada pelaku usaha di bidang minyak goreng untuk ikut serta memproduksi dan menyalurkan produk minyak goreng murah yang sudah dikemas. Pelaku usaha yang berpartisipasi dalam program Minyakita di wilayah Sumatera Selatan ini adalah PT. Sinar Alam Permai. Penunjukan PT. SAP ini dilakukan dengan alasan jaringan PT. SAP yang telah luas dan dukungan dana yang memadai karena program Minyakita ini bukan merupakan proyek yang *profit-oriented* namun merupakan proyek *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Proyek CSR ini sebagai akibat dari selisih harga minyak goreng curah di pasaran yang saat ini mencapai Rp8000 dengan harga minyak goreng Minyakita yang harus dijual dengan harga Rp6000. Perbedaan harga tersebut merupakan Kerugian selisih harga minyak goreng ini yang kemudian harus ditanggung oleh pemerintah dalam bentuk subsidi. Subsidi tersebut kemudian yang disalurkan ke pelaku usaha.
4. Tidak ada patokan berapa yang harus dipasok dalam program Minyakita tersebut. Namun demikian PT. SAP sebagai pelaku usaha



yang terlibat dalam program Minyakita ini telah mengalokasikan kapasitas sebesar 30 Ton.

5. Operasi pasar yang dilakukan oleh Disdag ini langsung dilakukan di lokasi pemukiman padat penduduk dan ke masyarakat yang berhak menerima. Distribusinya dilakukan dengan menggunakan kupon. Dinas melakukan pendataan dengan bekerjasama dengan pihak kecamatan, kelurahan, hingga ke tingkat RT/RW setempat untuk langsung dijual murah kepada masyarakat. Jumlah kupon yang akan diberikan disesuaikan tergantung
6. Lokasi operasi pasar ditentukan oleh Dinas dengan koordinasi dengan aparat setempat untuk mengetahui siapa yang akan jadi sasaran.
7. Kecenderungan penurunan harga CPO secara langsung dapat ditransmisikan dalam penurunan harga minyak goreng curah karena sifatnya yang lebih terbuka. Namun tidak berlaku bagi minyak goreng kemasan. Hal ini diakibatkan karena pembelian bahan baku tidak langsung dijual dalam output seperti pada minyak goreng curah namun harus melalui berbagai proses untuk mendapatkan kualitas yang lebih baik dan perlu melewati proses pengemasan yang membuat output dijual dalam lag waktu yang lebih lama.
8. Seluruh pasokan CPO bagi produsen minyak goreng dari Sumatera Selatan seluruhnya berasal dari perkebunan di Sumatera Selatan sendiri. Banyak di antaranya adalah perkebunan swasta. Sedangkan produk dari produsen minyak goreng di Sumatera Selatan disebarkan ke wilayah Sumatera Bagian Selatan seperti Sumatera Selatan sendiri, Bengkulu, maupun Jambi.

Pertemuan dengan PT. Sinar Alam Permai dan PT Tunas Baru Lampung mengelaborasi informasi seputar profil perusahaan, kapasitas produksi, biaya produksi dan kinerja penjualan serta hal-hal lainnya terutama terkait dengan pergerakan harga CPO domestik dan responsifitas perusahaan dalam menentukan kebijakan harganya ketika pasar berfluktuasi. (*data dan informasi lengkap terdokumentasi hanya untuk kepentingan analisis tim*)

#### **3.5.5. Pekanbaru, Riau**

Terkait dengan kebijakan distribusi minyak goreng, tim evaluasi kebijakan pemerintah terkait minyak goreng telah melakukan perjalanan

dinas ke Palembang dengan mengirimkan dua staf yaitu Dedy Sani Ardi dan Firdaussy pada tanggal 3 s/d 5 Mei 2009.

Tim melakukan pertemuan dan diskusi dengan pihak-pihak sebagai berikut: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Riau, pada Senin 4 Mei 2009 pukul 10.00 WIB, PT Bukit Kapur Reksa, pada Selasa 5 Mei 2009 pukul 10.00 WIB, dan PT Perkebunan Nusantara V, pada Selasa 5 Mei 2009 pukul 14.00 WIB

Pertemuan dengan Disperindag Propinsi Riau yang semula diagendakan pada pukul 10.00 WIB tidak dapat dilaksanakan pada waktu yang telah diagendakan dan dijadwalkan ulang pada pukul 14.00 WIB. Pihak Disperindag Propinsi Riau diwakili oleh Bapak Hendri Rustam selaku Sekretaris Kepala Dinas dan Ibu Gemi selaku staf bagian Perdagangan Dalam Negeri. Berikut adalah hasil diskusi tersebut.

1. Propinsi Riau merupakan salah satu sentra perkebunan kelapa sawit di Indonesia. Meskipun demikian, harga minyak goreng di Propinsi Riau tetap tinggi. Penyebabnya adalah CPO yang dihasilkan di Propinsi Riau lebih banyak dijual ke luar negeri. Sebagai gambaran, pada tahun 2007, rata-rata volume ekspor CPO Propinsi Riau mencapai 200.000 ton per bulan. Kondisi ini yang kemudian berdampak pada tingginya harga minyak goreng di Propinsi Riau, karena supply CPO (sebagai input utama dalam pengolahan minyak goreng) jumlahnya terbatas dan harganya relatif tinggi.
2. Struktur industri minyak goreng sawit di Propinsi Riau adalah Oligopoli, dengan jumlah perusahaan sebanyak 4 perusahaan. Perusahaan-perusahaan tersebut adalah :
  - PT Bukit Kapur Reksa (Grup Wilmar), merupakan perusahaan refinery CPO dengan produk akhir olein (minyak curah) dan produk turunan CPO lainnya.
  - PT Inti Benua Perkasa (Grup Musim Mas), merupakan perusahaan refinery CPO
  - PT Naga Mas Palm Oil (Grup Permata Hijau Sawit)
  - PT Sari Dumai Sejati (Grup Raja Garuda Mas)Data kapasitas masing-masing perusahaan belum teridentifikasi.
3. Distributor besar minyak goreng curah di Propinsi Riau berjumlah 4 – 5 distributor.

4. Menurut Disperindag, penurunan harga CPO dan harga minyak goreng yang tidak simetris pada pertengahan tahun 2008 terjadi karena perusahaan minyak goreng masih memproduksi dengan CPO lama (stok) yang berharga tinggi atau juga karena kontrak yang sudah lebih dahulu dibuat perusahaan.
5. Mengenai kemungkinan adanya permainan harga di tingkat distributor (dengan cara menahan supply minyak goreng di pasar), disperindag tidak yakin distributor mampu melakukan hal tersebut. Karena berdasarkan pemantauan Disperindag, distributor-distributor di Propinsi Riau tidak memiliki fasilitas penampungan minyak goreng yang cukup besar untuk menimbun minyak goreng.
6. Beberapa kebijakan stabilisasi harga minyak goreng yang pernah diterapkan di Propinsi Riau antara lain :
7. Program Operasi Pasar Minyak Goreng Bersubsidi, besaran subsidi yang diberikan adalah Rp 2.500 per liter minyak goreng (tahun 2007)
8. Kebijakan kenaikan Pajak Ekspor (PE) (tahun 2008)
9. Program CSR Minyakita oleh perusahaan minyak goreng, mekanisme penjualannya adalah penjualan langsung di pemukiman warga (tahun 2009).
10. Program CSR Minyakita di Propinsi Riau baru terlaksana 1 kali, yang dilakukan oleh PT Bukit Kapur Reksa. Penjualan Minyakita dilakukan dengan menggunakan kupon yang dibagikan oleh pemerintah kabupaten/kota yang berkoordinasi dengan kelurahan setempat.
11. Menurut Disperindag, kebijakan stabilisasi harga minyak goreng yang paling tepat untuk diaplikasikan di Propinsi Riau adalah menjaga supply CPO domestik (Propinsi Riau) dengan cara mewajibkan perusahaan kelapa sawit yang akan melakukan ekspor CPO untuk memenuhi pasar domestik terlebih dahulu. Sebagai contoh, perusahaan yang akan melakukan ekspor CPO diwajibkan menjual CPO ke pasar domestik sebesar 20% dari volume ekspornya. Sehingga supply CPO di Propinsi Riau terpenuhi dan harga CPO di pasar domestik pun rendah.

Pertemuan dengan PT Bukit Kapur Reksa dilaksanakan pada tanggal 5 Mei 2009 pukul 10.00 WIB di kantor PT Bukit Kapur Reksa Pekanbaru. Pada kesempatan tersebut, pihak PT Bukit Kapur Reksa diwakili oleh Bapak Manurung. (*data dan informasi lengkap terdokumentasi hanya untuk kepentingan analisis tim*)

Pertemuan dengan PT Perkebunan Nusantara V (PTPN V) dilaksanakan pada tanggal 5 Mei 2009 pukul 14.00 WIB di kantor PTPN V Pekanbaru. Latar belakang tim melakukan diskusi dengan PTPN V adalah adanya informasi dari Departemen Perindustrian bahwa PTPN V memproduksi minyak goreng dengan kapasitas pabrik 360.000 ton per tahun, melalui anak perusahaannya (PT Agrintara). Pada kesempatan tersebut, pihak PT Bukit Kapur Reksa diwakili oleh Bapak Anjar Asmadi, Bapak Sahlul Harahap, dan Bapak Jarwo Rahmanto dari bagian pemasaran, serta kasubdit dan dua orang staf bagian akuntansi. Berikut adalah hasil diskusi:

1. PT Agrintara merupakan perusahaan milik PTPN V, PTPN II, dan PT Master Belt, dengan komposisi saham masing-masing sebesar 30%, 15%, dan 55%.
2. PT Agrintara memiliki dua pabrik pengolahan (plant), yaitu :
  - a. pabrik minyak goreng kemasan dengan merek Molina, berlokasi di Batam
  - b. pabrik karet, berlokasi di Purwakarta
3. Pada tahun 2006, pabrik minyak goreng milik PT Agrintara dijual kepada perusahaan Malaysia. Dengan demikian saat ini PT Agrintara tidak lagi memiliki plant minyak goreng
4. Saat ini untuk komoditas kelapa sawit, PTPN V hanya memproduksi CPO dengan sumber pasokan bahan baku dari kebun PTPN V.
5. Pemasaran CPO PTPN V dilakukan oleh KPB (kantor pemasaran bersama) di Jakarta, baik untuk tujuan ekspor maupun dalam negeri.
6. Perbandingan CPO yang dijual ke luar negeri dan dalam negeri adalah 40% : 60%. Perkembangan volume penjualan CPO PTPN V adalah sebagai berikut.

	2007	2008
Ekspor	50.162.154	89.377.923
Lokal	294.712.837	383.194.420
Jumlah	344.874.991	472.572.343

7. Harga yang ditetapkan oleh KPB mengacu kepada harga Malaysia (MDEX) dan Rotterdam.
8. Pada tahun 2007, PTPN V mengikuti program operasi pasar minyak goreng. Kontribusi yang diberikan PTPN V adalah menyediakan 2.800 ton CPO untuk diolah oleh perusahaan refinery domestik dengan harga jual Rp 2.800 per liter. Dengan harga CPO tersebut, harga

minyak goreng dijual perusahaan refinery dengan harga Rp 6.000 per liter.

### **3.5.6. Batam, Kepulauan Riau**

Dalam penelitian lapangan kegiatan Evaluasi dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Usaha pada Komoditas Minyak Goreng yang diwakili oleh Dedy Sani Ardi, Sandra Destriani, dan Firdausy, tim melakukan pertemuan dan diskusi dengan pihak-pihak sebagai berikut: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Batam, pada Kamis 28 Mei 2009 pukul 14.00 WIB, PT SON Kabil, pada Jumat 29 Mei 2009 pukul 09.00 WIB, dan diskusi dengan 5 distributor minyak goreng curah di Batam, pada Jumat 29 Mei 2009 pukul 10.00 – 17.00 WIB

Pada implementasinya, diskusi dengan stakeholders tersebut dilaksanakan pada satu waktu (diskusi terbatas) yang difasilitasi oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Batam pada Kamis, 28 Mei 2009 pukul 16.00 – 17.30 WIB di kantor Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Batam. Pihak-pihak yang hadir pada diskusi terbatas tersebut adalah :

1. Bapak Ahmad Hijazi selaku Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Batam
2. Bapak Wan M Zain, selaku Kepala Bidang Perdagangan Dalam Negeri Disperindag Kota Batam
3. Ibu Shirlyn dari PT Makmur Karya Jaya
4. Bapak Chadry dari CV Murni Inti Sawit
5. Bapak Ali dari PT Prima Niaga Indomas
6. Bapak Susanto dari PT Era Cinta Indonesia

Berikut adalah point-point yang perlu dicatat dalam diskusi terbatas :

1. Kebutuhan minyak goreng di Kota Batam adalah 1.200 – 1.500 ton per bulan, dengan komposisi 80% untuk minyak goreng curah dan 20% untuk minyak goreng kemasan Premium.
2. Kebutuhan minyak goreng di Kota Batam dipenuhi dari dalam kota (oleh PT SON KABIL), Medan, Jambi, dan Malaysia (impor).
3. PT SON Kabil merupakan PMA yang bergerak di bidang refinery CPO dan terintegrasi dengan PT Multi Gambut Medan (perkebunan kelapa sawit). PT SON merupakan grup perusahaan TABUNGAN Haji Malaysia. Pada tahun 2006, PT SON Kabil membeli pabrik *refinery*

milik PT Agrintara (anak perusahaan PTPN V) yang memiliki kapasitas terpasang sebesar 360.000 ton per tahun. Pada awalnya, ijin yang dimiliki oleh PT SON hanya untuk perdagangan ke luar negeri (ekspor). Sejak bulan Maret 2008, PT SON mulai diminta oleh Disperindag Kota Batam untuk memenuhi kebutuhan minyak goreng dalam negeri (khusus kota Batam).

4. Di kota Batam, distribusi dan pemasaran minyak goreng curah dilakukan oleh 5 perusahaan, yaitu :
  - PT Era Cinta Indonesia
  - PT Prima Niaga Indomas
  - CV Murni Inti Sawit
  - PT Makmur Karya Jaya
  - CV Sinar Batam

Dengan kapasitas masing-masing distributor sebesar 200 – 300 ton per bulan

5. Sejak Maret 2008 (sejak PT SON mulai memasarkan minyak goreng curah ke dalam negeri) distributor tidak lagi melakukan importasi minyak goreng curah dari Malaysia, karena :
  - Nilai rupiah melemah
  - Harga CPO di pasar Malaysia tidak stabil
  - Lag waktu pengiriman dan loading/unloading (selama 3 hari) potensial merugikan distributor, khususnya saat harga CPO bergerak turun (apabila selama 3 hari tersebut harga CPO turun maka distributor terpaksa menjual minyak goreng sebesar harga pembeliannya/BEP). Sementara apabila distributor membeli kepada PT SON maka minyak goreng dapat langsung diambil pada waktu yang sama.
6. Sebenarnya harga minyak goreng PT SON lebih mahal dibandingkan harga Malaysia, sebagai gambaran pada tanggal 28 Mei 2009 harga minyak goreng Malaysia Rp 8.540/kg (sudah termasuk biaya transport dan loading/unloading), sementara harga PT SON Rp 8.600/kg. Tetapi karena adanya lag waktu pengiriman (sebagaimana dijelaskan sebelumnya), maka distributor lebih memilih untuk membeli melalui PT SON.
7. Biaya transportasi dari Malaysia lebih murah dibandingkan biaya transportasi dari dalam negeri (Medan dan Jambi). Biaya freight dari Malaysia sampai ke pelabuhan Batam adalah US\$ 45 per ton.

8. Distributor tidak membeli minyak goreng dari pekanbaru karena tidak ada transportasi dari Pekanbaru-Batam.
9. Pada saat distributor masih melakukan importasi dari Malaysia, pengiriman minyak goreng dilakukan secara konsolidasi sesama distributor di Batam, sehingga biaya transportasi menjadi lebih ringan.
10. Margin yang diambil oleh distributor merupakan margin nominal (fix) dengan rata-rata margin sebesar Rp 3.000/drum (27 kg). Tetapi pada saat harga CPO turun drastis maka distributor terpaksa menjual sebesar harga pembeliannya.
11. Perdagangan minyak goreng antar distributor mungkin terjadi, tetapi umumnya volume perdagangannya relatif kecil.
12. Distributor tidak bisa melakukan penimbunan minyak goreng pada saat harga mulai turun, karena pembelian minyak goreng dari produsen dilakukan secara cash dan harga CPO sangat berfluktuasi dan sulit ditebak. Sehingga apabila pada H+1 harga minyak goreng turun kembali maka distributor akan mengalami kerugian atas stok yang disimpannya.
13. Oleh sebab itu, pada saat harga minyak goreng mulai mengalami penurunan umumnya distributor tidak melakukan pembelian dan hanya menunggu sampai harga mulai menunjukkan trend meningkat. Kondisi ini yang kemudian menyebabkan harga minyak goreng pada periode April – Oktober 2008 tidak turun setajam penurunan harga CPO, karena supply minyak goreng di pasar berkurang.
14. Kebijakan stabilisasi harga minyak goreng yang pernah dilakukan pemerintah kota Batam antara lain :
  - Menambah quota impor minyak goreng (2009), namun sampai saat ini penambahan quota tersebut belum mendapatkan respon dari distributor. Distributor terhambat oleh persyaratan administrasi yang terdapat pada kesepakatan FTZ yang dinilai semakin rumit dan panjang.
  - Melakukan operasi pasar minyak goreng curah, dengan melibatkan BUMD untuk melakukan distribusi □ Anggaran subsidi Pemerintah Kota Batam untuk operasi pasar minyak goreng hanya 10% dari total konsumsi minyak goreng di kota Batam. Jumlah yang kecil tersebut menyebabkan harga minyak di pasar tidak terlalu terpengaruh oleh operasi pasar.

15. Untuk program Minyakita, Propinsi Kepulauan Riau termasuk propinsi yang tidak mendapatkan jatah program KSP Minyakita<sup>8</sup>.
16. Menurut Bpk Kadis, kebijakan yang stabilisasi harga minyak goreng di Malaysia lebih komprehensif dan efektif. Pemerintah Malaysia menerapkan pungutan ekspor atas penjualan CPO dan minyak goreng ke luar negeri. Anggaran yang didapat dari pungutan ekspor tersebut kemudian digunakan untuk mensubsidi harga minyak goreng di dalam negeri, sehingga harga minyak goreng di Malaysia lebih terkendali.

Pada hari Jumat, 29 Mei 2009 pukul 09.00 – 11.00 WIB tim melakukan diskusi lanjutan dengan Ibu Shirlyn dari PT Makmur Karya Jaya. Pada diskusi ini, PT Makmur Karya Jaya (selaku distributor yang pernah melakukan impor dari Malaysia) memaparkan persyaratan-persyaratan yang perlu dipenuhi untuk melakukan impor dari Malaysia. Disamping itu yang bersangkutan juga menjelaskan informasi mengenai perilaku distributor dalam merespon pergerakan harga CPO. Pada saat harga CPO menunjukkan trend meningkat, distributor cenderung melakukan pembelian minyak goreng dalam jumlah yang cukup besar untuk disimpan. Karena distributor berharap harga CPO di hari berikutnya lebih tinggi, sehingga distributor mendapatkan keuntungan atas stok minyak goreng yang dimilikinya. Hal ini dapat menjelaskan mengapa pada saat trend harga CPO meningkat, pergerakan harga minyak goreng cenderung simetris terhadap pergerakan harga CPO.

Pada saat harga CPO menunjukkan trend menurun, distributor tidak akan melakukan pembelian minyak goreng (hanya membeli dalam jumlah kecil) dan menunggu sampai harga CPO mulai menunjukkan trend meningkat. Apabila distributor membeli dalam jumlah banyak, distributor khawatir harga CPO di hari berikutnya akan lebih rendah sehingga distributor mengalami kerugian atas sisa minyak goreng yang belum terjual. Akibatnya supply minyak goreng di pasar berkurang dan harga minyak goreng tetap tinggi. Hal ini dapat menjelaskan mengapa pada saat trend harga CPO menurun tajam, pergerakan harga minyak goreng cenderung asimetris terhadap pergerakan harga CPO.

---

<sup>8</sup> Pemerintah hanya menetapkan 14 propinsi yang mendapatkan jatah KSP minyakita



Meskipun demikian, pergerakan harga minyak goreng curah cenderung mengikuti pergerakan harga CPO, dengan lag waktu penyesuaian harga yang relatif singkat (maksimal 1 minggu). Akan tetapi untuk kemasan, umumnya penyesuaian harganya relatif lama karena umur simpan produknya pun lebih lama dibandingkan minyak curah.

Umur simpan minyak goreng kemasan yang lebih lama disebabkan kualitas CPO antara minyak goreng kemasan dengan minyak goreng curah sangat berbeda. Minyak goreng kemasan menggunakan CP 8 sementara minyak goreng curah menggunakan CP 10. Keduanya berbeda dalam hal kadar air. CPO jenis CP 8 memiliki kadar air yang lebih sedikit dibandingkan CP 10, sehingga tidak akan cepat membeku apabila disimpan di suhu rendah.

Sejak perjanjian FTZ, prosedur perijinan yang diberlakukan kepada perusahaan importir lebih rumit dibandingkan sebelumnya. Salah satunya adalah perlu mencantumkan master list, yang dinilai memberatkan distributor (*data dan informasi lengkap terdokumentasi hanya untuk kepentingan analisis tim*)

### **3.5.7. Padang, Sumatera Barat**

Dalam rangka mendapatkan informasi dan mengumpulkan data mengenai komoditi minyak goreng, maka Tim Monitoring Dugaan Kartel dan Penetapan Harga dalam Industri Minyak Goreng melakukan perjalanan dinas ke Kota Padang, Kabupaten Padang Pariaman, dan Kota Padang Panjang, Sumatera Barat pada tanggal 22-24 Juni 2009. Pengumpulan data dan informasi ini dilakukan melalui diskusi dengan pemerintah daerah dan pelaku usaha terkait dengan industri minyak goreng. Pihak KPPU diwakili oleh Ahmad Ramadhan Siregar selaku Pengarah Tim, Ahmad Adi Nugroho dan Sandra Destriani selaku anggota tim.

Diskusi diselenggarakan pada Hari Senin, tanggal 22 Juni 2009 pukul 14.00-16.00 WIB bertempat di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat. Dari Diskoperindag, yang bertindak sebagai narasumber adalah Ibu Triyani Susilowati selaku Kepala Bidang Perdagangan Dalam Negeri dan Perlindungan Konsumen, Ibu Yusmezar selaku staf bidang Perdagangan Dalam Negeri, dan Bpk. Azmi Sahim selaku Kepala Bidang PPSP Industri. Dalam pertemuan

tersebut, dihadiri pula oleh Bpk. Zainal Arifin selaku Direktur Utama PT Incasi Raya sebagai produsen minyak goreng di wilayah Provinsi Sumatera Barat. Setelah disampaikan pembukaan, selanjutnya tim mempersilakan narasumber untuk menyampaikan pandangannya. Berikut adalah hal-hal yang perlu dicatat dari pertemuan tersebut :

1. Daftar produsen minyak goreng di wilayah Provinsi Sumatera Barat adalah sebagai berikut :

No	Nama	Alamat	Produksi
1.	PT Incasi Raya	Jl. Diponegoro No. 7 Padang, Sumatera Barat 25117	CPO, Minyak Goreng Curah dan Kemasan

Di Sumatera Barat, hanya terdapat 1 perusahaan minyak goreng yaitu PT Incasi Raya yang mempunyai perkebunan kelapa sawit sendiri dan memproduksi minyak goreng berbahan baku kelapa sawit. Selebihnya, perusahaan lain memproduksi minyak goreng berbahan dasar kopra. Dari perkebunan tersebut, perusahaan memproduksi CPO dan minyak goreng curah serta minyak goreng kemasan.

2. Estimasi kebutuhan minyak goreng di Sumatera Barat adalah 6.000-8.000 ton/bulan. Kebutuhan tersebut belum dapat dipenuhi oleh satu-satunya perusahaan minyak goreng yang ada di Sumatera Barat. Oleh sebab itu, kebutuhan dipenuhi dari produksi perusahaan minyak goreng dari daerah lain seperti Medan dan Jakarta.
3. Data pergerakan harga minyak goreng di Sumatera Barat untuk periode tahun 2006 s/d 2008 adalah sebagai berikut :

Bulan	2006 (Rp)		2007 (Rp)		2008 (Rp)	
	Bimoli Botol Biasa 1 Lt	Curah (Kg)	Bimoli Botol Biasa 1 Lt	Curah (Kg)	Bimoli Botol Biasa 1 Lt	Curah (Kg)
Januari	8000	4800	8132	6071	12145	9603
Februari	8000	4800	8871	6268	12983	10031
Maret	4500	4727	9300	6563	13000	11774
April	7567	4607	9367	7227	13600	10560
Mei	7500	4565	10000	7626	14371	10745
Juni	7500	4600	10733	8297	14500	10870
Juli	7500	4655	11210	8006	14500	10226
Agustus	7500	5310	11500	8613	14500	8974
September	7500	5383	11683	8310	14500	8173
Oktober	7500	5113	12371	8203	14500	7284

November	7883	5487	12500	8387	12500	6500
Desember	8210	6032	12500	8464	13210	7103

4. Jalur distribusi minyak goreng di Sumatera Barat adalah sebagai berikut :

- Produsen CPO → Prosesor Minyak Goreng → Distributor → Sub Distributor → Pengecer → Konsumen
- Produsen CPO → Prosesor Minyak Goreng → Pengecer → Konsumen
- Produsen CPO → Prosesor Minyak Goreng → Konsumen
- Produsen CPO → Koperasi → Konsumen
- Produsen CPO → Koperasi → Pengecer → Konsumen
- Produsen CPO → Prosesor Minyak Goreng → Industri

5. Gambaran pengaruh penurunan variabel harga input bahan baku (CPO) terhadap biaya produksi dan harga penjualan minyak goreng di Sumatera Barat, menurut narasumber tidak ada korelasi positif antara keduanya, dimana ketika ada penurunan harga CPO, tidak serta merta segera menurunkan harga minyak goreng.

6. Mengenai kebijakan Minyakita, di Sumatera Barat belum berjalan. Kebijakan minyak goreng murah hanya sebatas bila ada bazaar atau event tertentu seperti sembako murah yang diadakan oleh disperindag bekerjasama dengan perusahaan minyak goreng tertentu. Dahulu, ada kebijakan subsidi harga minyak goreng sebesar Rp. 2500/lit namun saat ini kebijakan subsidi tersebut telah dihapuskan karena dinilai tidak efektif. Apabila ada kebijakan minyakita di Sumatera Barat, Diskoperindag akan bekerjasama dengan PT Incasi Raya.

7. Langkah untuk stabilisasi dari disperindag adalah adanya consumer social responsibility (CSR) dari produsen minyak goreng di Sumatera Barat, dimana ada event untuk menggelar sembako murah, diantaranya termasuk komoditi minyak goreng dengan harga yang lebih murah daripada di pasar. Selain itu, ada program monitoring pada distributor, dan survey pada daerah agar menjamin ketersediaan minyak goreng dan mencegah kelangkaan.

Selanjutnya, tim berdiskusi dengan Pelaku Usaha Minyak Goreng yaitu PT Incasi Raya. Diskusi diselenggarakan pada Hari Selasa, tanggal 23 Juni 2009 pukul 10.00-12.00 WIB bertempat di Ruang Rapat PT Incasi

Raya. Dari PT Incasi Raya, yang bertindak sebagai narasumber adalah Bpk. Zainal Arifin selaku Direktur Utama PT Incasi Raya. (*data dan informasi lengkap terdokumentasi hanya untuk kepentingan analisis tim*)

Pada hari Selasa 23 Juni 2009 pukul 12.00-17.00, tim melakukan survey harga minyak goreng curah dan kemasan di Plaza Andalas dan Pasar Raya Padang. Setelah itu, tim melanjutkan survey harga pasar minyak goreng curah dan kemasan di Kabupaten Padang Panjang. Untuk hari selanjutnya, yaitu hari Rabu 24 Juni 2009, tim melakukan survey harga pasar minyak goreng curah dan kemasan di Kota Padang Panjang. Disana, tim mewawancarai penjual minyak goreng dan konsumen pembeli minyak goreng berdasarkan peranyaan pada kuesioner yang telah dirancang oleh tim. Hasil survey akan diproses lebih lanjut oleh tim. Tim mencatat harga minyak goreng per 23-24 Juni 2009. Berikut laporannya:

Merk Minyak Goreng	Kemasan	Harga
Madina	Plastik 2 lt	Rp. 18.400
Bimoli	Plastik 2 lt	Rp. 20.500
Sania	Plastik 2 lt	Rp. 18.500
Kunci Mas	Plastik 2 lt	Rp. 19.200
Rose Brand	Plastik 2 lt	Rp. 18.975
Rose Brand	Botol 1 lt	Rp. 11.650
Rose Brand	Botol 2 lt	Rp. 22.700
Rose Brand	Jerigen 5 lt	Rp. 55.200
Mitra	Plastik 2 Lt	Rp. 18.750

\* Hasil survey di Supermarket Plaza Andalas Padang, 23 Juni 2009

Merk Minyak Goreng	Kemasan	Harga
Bimoli	Plastik 2 lt	Rp. 23.000
Kunci Mas	Plastik 1 lt	Rp. 11.000
Filma	Plastik 2 lt	Rp. 23.000
Curah	½ kg	Rp. 4.300
Curah	1 kg	Rp. 8.500

\* Hasil survey di Pasar Raya Padang, 23 Juni 2009

Merk Minyak Goreng	Kemasan	Harga
Bimoli	Plastik 2 lt	Rp. 23.500
Kunci Mas	Plastik 1 lt	Rp. 12.000
Filma	Plastik 2 lt	Rp. 23.500
Curah	½ kg	Rp. 4.500
Curah	1 kg	Rp. 8.750

\* Hasil survey di Pasar Kabupaten Padang Pariaman, 23 Juni 2009

Merk Minyak Goreng	Kemasan	Harga
Bimoli	Plastik 2 lt	Rp. 24.000
Kunci Mas	Plastik 1 lt	Rp. 12.000
Filma	Plastik 2 lt	Rp. 23.500
Curah	½ kg	Rp. 4.400
Curah	1 kg	Rp. 8.600

\* Hasil survey di Pasar Kota Padang Panjang, 24 Juni 2009

Berdasarkan hasil survey diatas, untuk minyak goreng kemasan, harga di pasar modern lebih murah daripada di pasar tradisional dikarenakan pada waktu tersebut, supermarket memberikan diskon untuk merek tertentu. Untuk minyak goreng curah, harga berkisar antara 8000-9000/kg, Harga

lebih murah di Kota daripada di Kabupaten. Hal tersebut karena biaya transportasi yang lebih mahal untuk distribusi di daerah kabupaten.

### 3.5.8. Makassar, Sulawesi Selatan

Dalam penelitian lapangan kegiatan Evaluasi dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Usaha pada Komoditas Minyak Goreng yang diwakili oleh Firdausy Yustiningsih dan Sandra Destriani melakukan diskusi dan survey pasar dengan agenda sebagai berikut : Survey pasar modern, pada Rabu 22 Juli 2009 pukul 10.00 WITA – 13.00 WITA, Diskusi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sulawesi Selatan, pada Rabu 22 Juli 2009 pukul 14.00 WITA – 16.30 WITA, dan Survey pasar tradisional, pada Jumat 23 Juli 2009 pukul 09.00 WITA – 11.00 WITA

Tim melakukan survey pasar modern ke dua lokasi, yaitu Karebosi Link dan MTC Karebosi. Dari hasil survey di kedua lokasi tersebut, hasil yang didapatkan tim adalah sebagai berikut:

(1) Jenis dan merek minyak goreng yang terdapat di Makassar adalah :

- o Fortune (PT Sinar Alam Permai – Wilmar Grup)
- o Sania (PT Multimas Nabati Asahan – Wilmar Grup)
- o Sari Murni (PT Incasi Raya)
- o Sun Co (PT Mikie Oleo Nabati – Musim Mas Grup)
- o ForVita (PT Bina Karya Prima)
- o Tropical (PT Bina Karya Prima)
- o Frais Well (PT Bina Karya Prima)
- o Mitra (PT SMART)
- o Kunci Mas (PT SMART)
- o Filma (PT SMART)
- o Bimoli Classic (PT Salim Grup)
- o Bimoli Spesial (PT Salim Grup)
- o Rose Brand (PT Tunas Baru Lampung)
- o Minyak goreng Carefour (PT Asian Agro Agung Jaya)

(2) Harga minyak goreng di kedua pasar modern tersebut adalah :

Merek	Kemasan	Karebosi Link	MTC Karebosi
Fortune	Plastik 1 liter	-	-
	Plastik 2 liter	Rp 23.880 (normal) Rp 19.375 (stlh discount)	Rp 23.880 (normal) Rp 19.375 (stlh discount)
	Botol 1 liter	-	-
	Botol 2 liter	-	-
	Jirigen 5 liter	-	-
Sania	Plastik 1 liter	Rp 11.620 (normal) Rp 10.275 (stlh discount)	Rp 11.620 (normal) Rp 10.275 (stlh discount)
	Plastik 2 liter	Rp 29.000 (normal) Rp 19.975 (stlh discount)	Rp 29.000 (normal) Rp 19.775 (stlh discount)

Merek	Kemasan	Karebosi Link	MTC Karebosi
	Botol 1 liter	Rp 13.100	Rp 13.100
	Botol 2 liter	Rp 27.300	Rp 27.300
	Botol 5 liter	Rp. 74.290	Rp. 74.290
	Jirigen 5 liter	Rp. 64.690	Rp. 64.690
Tropical	Plastik 1 liter	Rp 14.600 (normal) Rp 10.475 (stlh discount)	-
	Plastik 2 liter	Rp 19.575	Rp 28.500 (normal) Rp 19.575 (stlh discount)
	Botol 1 liter	-	Rp 15.200 (normal) Rp 10.375 (stlh discount)
	Botol 2 liter	Rp 30.050 (normal) Rp 21.575 (stlh discount)	Rp 30.050 (normal) Rp 21.575 (stlh discount)
	Jirigen 5 liter	Rp 59.700 (normal) Rp 50.975 (stlh discount)	Rp 75.150 (normal) Rp 51.575 (stlh discount)
Kunci Mas	Plastik 1 liter	Rp 12.750 (normal) Rp 10.975 (stlh discount)	Rp 12.750 (normal) Rp 10.975 (stlh discount)
	Plastik 2 liter	Rp 24.090 (normal) Rp 19.875 (stlh discount)	Rp 24.090 (normal) Rp 19.875 (stlh discount)
	Botol 950 ml	Rp 13.230 (normal) Rp 11.475 (stlh discount)	Rp 13.230 (normal) Rp 11.475 (stlh discount)
	Botol 1.9 liter	Rp 25.740 (normal) Rp 21.875 (stlh discount)	Rp 25.740 (normal) Rp 21.875 (stlh discount)
	Jirigen 5 liter	Rp 61.680 (normal) Rp 52.475 (stlh discount)	Rp 61.680 (normal) Rp 52.475 (stlh discount)
Filma	Plastik 1 liter	Rp 12.900 (normal) Rp 11.275 (stlh discount)	Rp 12.900 (normal) Rp 11.275 (stlh discount)
	Plastik 2 liter	Rp 23.350	Rp 21.770
	Botol 1 liter	Rp 13.370 (normal) Rp 11.975 (stlh discount)	Rp 13.370 (normal) Rp 11.975 (stlh discount)
	Botol 2 liter	Rp 25.800 (normal) Rp 22.475 (stlh discount)	Rp 25.800 (normal) Rp 22.475 (stlh discount)
	Jirigen 5 liter	-	Rp 59.700 (normal) Rp 50.975 (stlh discount)
Bimoli Classic	Plastik 1 liter	Rp 12.500 (normal) Rp 10.580 (stlh discount)	Rp 10.280
	Plastik 2 liter	Rp 21.270	Rp 19.910
Bimoli	Botol 1 liter	Rp 13.000	Rp 13.000
	Botol 2 liter	Rp 25.200	Rp 25.200
	Jirigen 5 liter	Rp 58.930	Rp 58.930
Bimoli Special	Plastik 1 liter	Rp 11.770	Rp 10.960
	Plastik 2 liter	Rp 24.350	Rp 21.100
	Botol 1 liter	Rp 13.490	Rp 13.200
	Botol 2 liter	Rp 25.600	Rp 26.450
	Jirigen 5 liter	Rp 61.820	Rp 61.820
Sun Co	Plastik 1 liter	Rp 13.010 (normal) Rp 11.475 (stlh discount)	Rp 13.010 (normal) Rp 11.475 (stlh discount)
	Plastik 2 liter	Rp 30.570 (normal) Rp 20.675 (stlh discount)	Rp 30.570 (normal) Rp 20.675 (stlh discount)
	Botol 1 liter	Rp 18.100	Rp 18.100
	Botol 2 liter	Rp 35.560 (normal) Rp 23.475 (stlh discount)	Rp 35.500 (normal) Rp 23.475 (stlh discount)
	Jirigen 5 liter	-	-
Sari Murni	Plastik 1 liter	-	Rp 15.890 (normal) Rp 9.875 (stlh discount)
	Plastik 2 liter	Rp 31.900 (normal) Rp 19.875 (stlh discount)	Rp 31.350 (normal) Rp 19.275 (stlh discount)
	Botol 1 liter	-	-
	Botol 2 liter	-	-
	Jirigen 5 liter	-	-
Frais well	Plastik 1 liter	-	-
	Plastik 2 liter	-	Rp 32.175 (normal) Rp 19.975 (stlh discount)
	Botol 1 liter	-	-
	Botol 2 liter	-	-
	Jirigen 5 liter	-	-
Mitra	Plastik 1 liter	-	-
	Plastik 2 liter	Rp 19.670	Rp 19.670 (normal) Rp 18.900 (stlh discount)

Merek	Kemasan	Karebosi Link	MTC Karebosi
	Botol 1 liter	-	-
	Botol 2 liter	-	-
	Jirigen 5 liter	-	-
ForVita	Plastik 1 liter	-	-
	Plastik 2 liter	Rp 19.275	Rp 26.990 (normal) Rp 19.275 (stlh discount)
	Botol 1 liter	-	-
	Botol 2 liter	-	-
	Jirigen 5 liter	-	-
Rose Brand	Plastik 1 liter	Rp 10.975 (normal) Rp 9.075 (stlh discount)	Rp 9.800
	Plastik 2 liter	-	Rp 19.700 (normal) Rp 17.975 (stlh discount)
	Botol 1 liter	-	-
	Botol 2 liter	-	-
	Jirigen 5 liter	-	-
Minyak goreng Carefour	Plastik 1 liter	-	-
	Plastik 2 liter	Rp 17.950	Rp 17.950
	Botol 1 liter	-	-
	Botol 2 liter	-	-
	Jirigen 5 liter	-	-

(3) Dari point (3) dapat dilihat bahwa, sebagian besar minyak goreng kemasan yang dijual di kedua pasar modern tersebut mengalami potongan harga (discount). Potongan harga tersebut kemungkinan besar menunjukkan bahwa produsen minyak goreng kemasan sudah mulai melakukan penyesuaian harga minyak goreng atas penurunan harga CPO beberapa waktu yang lalu.

Adapun hasil diskusi tim dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sulawesi Selatan, menginformasikan hal-hal sebagai berikut

1. Konsumsi minyak goreng masyarakat Sulawesi Selatan tahun 2007 diperkirakan mencapai 57.075, 24 ton per tahun<sup>9</sup>.
2. Pemenuhan kebutuhan minyak goreng tersebut sebagian besar (80%) dipenuhi dari minyak goreng sawit, sementara sisanya (20%) dipenuhi dari minyak goreng kelapa.
3. Sama halnya dengan pola konsumsi di daerah lain, pola konsumsi minyak goreng sawit di Sulawesi Selatan juga didominasi oleh minyak goreng curah, yaitu sebesar 80%, dan sisanya minyak goreng kemasan.
4. Pasokan minyak goreng sawit di Sulawesi Selatan, baik curah maupun kemasan, didatangkan dari Surabaya, Kalimantan, dan Bitung oleh 10 distributor besar. Hal ini dikarenakan tidak adanya pabrik pengolahan (refinery) minyak goreng di Sulawesi Selatan. Berikut adalah daftar distributor tersebut.

<sup>9</sup> Jumlah penduduk Sulawesi Selatan tahun 2007 = 7.610.032 jiwa dan asumsi konsumsi minyak goreng per kapita = 7.5 kg/tahun

No	Nama	Alamat	Telp/Fax	Pimpinan
1.	PT Mahameru	Sultan Dg Raja No.28	448448/448593	Honga Witono
2.	PT Indo Marco Adi Prima	Galangan Kapal No.22	458455/458460	Yohan
3.	PT Smart Cooperation	Toll Raya	518682/514286	Rady/Otje
4.	PT Kilat Agrotama Unggul	Sultan Abdullah	45635/451283	Robert/Albert
5.	PT Sampurna	Urip Sumoharjo Ir 3/2	449619	Alfari/Alfian
6.	PT Star	Pelabuhan Sukarno	322111/321616	Mike
7.	UD Cahaya Terbit	Gowa Sungguminasa	-	-
8.	PT Sari Agro Tama	Pelabuhan Sukarno	327421/327491	Tan
9.	Toko Sampurna	Pasar Baeng-Baeng	871303	Erwin
10.	Toko Sumatera	Pasar Baeng-Baeng	874171	Jimmy

5. Dari 10 distributor tersebut, tim hanya berhasil mendapatkan data

kapasitas produksi untuk 4 distributor, yaitu :

- o UD Cahaya Terbit = 1.300 ton per tahun
- o PT Sampurna = 1.500 ton per tahun
- o PT Kilat Agrotama Unggul = 1.100 ton per tahun
- o PT Star = 6.000 ton per tahun

6. Jika dibandingkan antara data kebutuhan/demand (point (1) dan (2)) dengan data kapasitas distributor/supply (point (5)), diketahui bahwa jumlah demand minyak goreng lebih tinggi dibandingkan jumlah supply. Kondisi ini akan menyebabkan harga minyak goreng di pasar Sulawesi Selatan tetap berada pada level yang tinggi.

(1) Berikut adalah perkembangan harga rata-rata minyak goreng di pasar tradisional Sulawesi Selatan (terlampir), untuk minyak goreng curah dan kemasan. sampling dilakukan di 4 pasar tradisional, yaitu pasar Sampu Jawa, pasar Panampu, pasar Terong, dan pasar Baeng-Baeng.

(2) Dari data perkembangan harga dapat dilihat bahwa fenomena asimetris harga minyak goreng terhadap harga CPO juga terjadi di wilayah Sulawesi Selatan. Pada saat terjadi penurunan harga CPO (periode Maret – Oktober 2008), harga minyak goreng curah maupun kemasan justru menunjukkan trend harga yang meningkat. Bahkan untuk minyak goreng kemasan, sampai dengan bulan Maret 2009 harganya masih stabil pada level tinggi. Dengan demikian secara kualitatif (berdasarkan pergerakan harga dalam Grafik) dapat disimpulkan bahwa pergerakan harga minyak goreng tidak simetris dengan pergerakan harga CPO.

Tim melakukan survey pasar tradisional ke satu lokasi, yaitu pasar Terong. Pemilihan pasar Terong sebagai sampel adalah berdasarkan informasi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sulawesi Selatan yang menyatakan bahwa pasar Terong merupakan pasar tradisional dengan aktivitas paling ramai di Makassar. Merek yang



dipasarkan di pasar tradisional lebih beragam, khususnya untuk minyak goreng kemasan yang berkualitas standar. Dari hasil survey di lokasi tersebut, hasil yang didapatkan tim adalah sebagai berikut:

1. Jenis dan merek minyak goreng yang tersedia di pasar Terong adalah:

- Minyak goreng curah
- Bimoli Classic (PT Salim Grup)
- Bimoli Special (PT Salim Grup)
- Filma (PT SMART)
- Kunci Mas (PT SMART)
- Sun Co (PT Mikie Oleo Nabati – Musim Mas Grup)
- Fortune (PT Sinar Alam Permai – Wilmar Grup)
- Sania (PT Multimas Nabati Asahan – Wilmar Grup)
- Tropical (PT Bina Karya Prima)
- Alibaba (PT Megasurya Mas – Musim Mas Grup)
- Fitri (PT Bina Karya Prima)
- Avena (PT Pacific Indomas)
- Mitra (PT SMART)
- Masku
- Palmeco (PT Astra Gro Lestari)

2. Perkembangan harga minyak goreng di pasar Terong pada hari Kamis, 23 Juli 2009 adalah sebagai berikut<sup>10</sup>.

Toko	Merek Minyak Goreng	Harga	Keterangan
1.	Curah 1 Lt Curah 1 Kg Bimoli Classic 1 Lt Filma 1 Lt Kunci Mas 2 Lt Alibaba 5 Lt (Jerigen)	Rp. 7.500 Rp. 8.000 Rp. 13.000 Rp. 13.000 Rp. 23.000 Rp. 53.000	Pedagang toko 1 mendapatkan pasokan minyak goreng dari PT Kilat.
2.	Curah 1 Lt Curah 1 Kg Bimoli Classic 2 Lt Fitri 2 Lt	Rp. 7.000 Rp. 7.500 Rp. 22.000 Rp. 22.000	Pedagang toko 2, mendapatkan sumber pasokan minyak goreng dari Toko Terong.
3.	Curah 1 Lt Curah 1 Kg Bimoli Spesial 2 Lt Filma 1 Lt Filma 2 Lt Fortune 1 Lt Fortune 2 Lt Kunci Mas 2 Lt	Rp. 7.000 Rp. 7.500 Rp. 23.000 Rp. 12.000 Rp. 20.500 Rp. 10.000 Rp. 19.000 Rp. 19.500	Pedagang toko 2 menyebutkan, modal minyak goreng fortune 1 lt sebesar Rp. 9.300 (margin keuntungan sebesar Rp. 700) dan modal untuk modal minyak goreng fortune 2 lt sebesar Rp. 17.200 (margin keuntungan sebesar Rp. 1.800).
4.	Bimoli Special 1 Lt Mitra 1 lt Avena 1 Lt Masku 5 Lt	Rp. 12.000 Rp. 10.000 Rp. 10.000 Rp. 50.000	
5.	Curah 1 Lt Curah 1 Kg Fitri 1 Lt Tropical 1 Lt Fortune 1 Lt Palmeco	Rp. 8.500 Rp. 9.000 Rp. 10.000 Rp. 13.000 Rp. 10.000 Rp. 13.000	

<sup>10</sup> sampling dilakukan terhadap 10 toko di pasar Terong

	Kunci Mas 1 Lt Bimoli Spesial 2 Lt	Rp. 10.000 Rp. 23.000	
6.	Curah 1 Lt Curah 1 Kg	Rp. 7.500 Rp. 8.000	Pedagang toko 6 menyebutkan, harga minyak goreng curah tertinggi pernah mencapai Rp. 9.000 di awal tahun 2009.
7.	Curah 1 Lt Curah 1 Kg	Rp. 7.500 Rp. 9.000	Pedagang toko 7 mendapatkan sumber pasokan minyak goreng dari pengecer.
8.	Curah 1 Lt Curah 1 Kg Sania 1 Lt Avena 1 Lt Mitra 2 Lt	Rp. 8.000 Rp. 8.000 Rp. 11.000 Rp. 10.500 Rp. 20.000	Menurut pedagang di toko 8, masyarakat lebih cenderung membeli kemasan daripada curah.
9.	Bimoli Classic 1 Lt Bimoli Classic 2 Lt	Rp. 13.000 Rp. 23.000	
10.	Curah 1 Lt Curah 1 Kg Fortune 1 Lt Bimoli 1 Lt Sunco 2 Lt Fortune 2 Lt	Rp. 7.500 Rp. 8.500 Rp. 10.000 Rp. 12.000 Rp. 22.000 Rp. 18.000	Pedagang 10 mengatakan selera pembeli mempengaruhi masyarakat untuk membeli merek minyak goreng tertentu di toko 10.

3. Tim juga melakukan diskusi dengan Toko Terong, yang merupakan distributor besar minyak goreng curah di pasar Terong. Berikut adalah data yang didapat :

- Toko Terong mendapatkan pasokan minyak goreng curah dari PT Star dan PT Sari Agro Tama yang terdapat di pelabuhan Makassar.
- Frekuensi Toko Terong membeli minyak goreng curah dari kedua distributor utama tersebut sangat tergantung permintaan di pasar dan jumlah stok yang tersedia di tokonya.
- Menurut keterangan Toko Terong, distributor utama minyak goreng mendapatkan pasokan minyak goreng dari Surabaya, Bitung dan Medan.
- Harga jual minyak goreng curah yang ditetapkan oleh PT Terong pada tanggal 23 Juli 2009 adalah Rp. 150.000 per 20 kg (1 jerigen), atau jika dibagi per kg maka harganya sekitar Rp. 7.500 per kg. Harga tersebut dapat lebih rendah apabila pedagang eceran membeli dalam volume yang cukup besar.
- Apabila dibandingkan dengan harga jual di tingkat pedagang eceran, yaitu Rp 7.500 – Rp. 9.000 per kg, maka besaran margin keuntungan yang diperoleh pedagang eceran berkisar antara Rp.500 – Rp.1.500 per kg.
- Harga minyak goreng curah terendah yang pernah ditawarkan oleh Toko Terong mencapai Rp. 130.000 per 20 kg, atau sekitar Rp 6.500 per kg. Sementara harga tertinggi pernah mencapai Rp. 180.000 per 20 kg, atau sekitar Rp 9.000 per kg.
- Selain menjual minyak goreng curah, Toko Terong juga menjual minyak goreng kemasan dengan merek Sun Co. Harga yang ditawarkan Toko Terong adalah Rp 11.500 untuk Sun Co

kemasan plastik 1 lt dan Rp 53.500 untuk Sun Co kemasan jerigen 5 lt.

### 3.5.9 Balikpapan, Kalimantan Timur

Dalam penelitian lapangan kegiatan Evaluasi dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Usaha pada Komoditas Minyak Goreng yang diwakili oleh Dedy Sani Ardi melakukan diskusi dan survey pasar dengan agenda sebagai berikut: Diskusi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Kalimantan Timur, pada Rabu 22 Juli 2009 pukul 10.00-12.00 WITA, dan Survey pasar tradisional dan pasar tradisional pada Kamis 23 Juli 2009 pukul 09.00 WITA – 11.00 WITA

Estimasi kebutuhan minyak goreng serta realisasi volume penjualan minyak goreng dalam periode 2006 sampai dengan saat ini untuk wilayah Kota Balikpapan adalah stabil dan menurut data statistik yang diperolehnya melalui survey lapangan bahwa kenaikan harga minyak goreng tersebut tidak terlalu signifikan, dan pihaknya hanya dapat memberikan data harga rata-rata pada bulan februari, maret, April, dan Mei 2009. Sumber pasokan minyak goreng untuk memnuhi kebutuhan konsumsi di wilayah Kota Balikpapan adalah hampir seluruh distributor minyak goreng di Kota Balikpapan menerima pasokan dari luar daerah Kota Balikpapan yaitu Surabaya, dan presentasi jumlah minyak goreng impor pihaknya tidak dapat memberikan data spesifik karena disperindagkop hanya ada 2 orang dibidang perdagangan yang menurutnya tidak imbang dengan tuntutan tugas yang dilaksanakan.

Daftar perusahaan minyak goreng di Kota Balikpapan ada beberapa dan yang terdata ada 13 perusahaan beberapa diantaranya merupakan anak perusahaan ataupun cabang dari produsen minyak goreng yang berooperasi di Surabaya. Ketiga belas perusahaan tersebut adalah sebagai berikut:

No.	Nama Perusahaan	Jenis Minyak Goreng yang didistribusikan	Person In charge (PIC)	Alamat
1	CV Rahmat	Curah	Ida/Andi S	Jl. Pandan Sari Balikpapan; telp. 8879410
2	CV Hasil Jaya	MADINAH	Acin	Jl. Soekarno Hatta; telp 421083
3	UD Makmur Jaya Putra	BIMOLI	Ok-ok	Jl.MayJen Sutoyo Balikpapan; telp. 442535
4	PT Artam Kumala Jaya	KUNCI MAS	Pak Joko	Jl Letjen Suprpto Balikpapan; telp. 421953
5	PT Indomarco Adi Prima	BIMOLI	Pak Kris	jl. Mayjen Suprpto Balikpapan; telp. 415406
6	UD Perdana Jaya Abadi	Curah	-	Jl. Pattimura Balikpapan; telp. 7624989

7	PT Gunung Mas	TROPICAL	Henri	jl. Jend Sudirman Damai Balikpapan; telp. 761188
8	UD Suzana Baru	TROPICAL; HEMAT	-	Jl. Jend Sudirman/Terminal Rasa Balikpapan; telp.421845/422972
9	PT Jefrindo Eka Putra	PALMA	Fery	JL.MayJen Sutoyo Balikpapan; telp. 422293
10	UD Lima Satu	Curah	Tanto	Jl. Pandansari Balikpapan; telp.425862
11	Toko Sejati Raya	Curah	-	jl. Jend Sudirman Damai Balikpapan; telp. 421972
12	PT Intermas Tata Trading	FILMA	-	Jl. A Wahab Syahrani Balikpapan; telp. 748646
13	Semesta Raya Karang Jati	CAMAR	Heri/Tenty	Karang Jati; telp 419143

Konsumsi minyak goreng untuk Balikpapan sendiri dapat dihitung dengan menggunakan pendekatan data pola konsumsi minyak goreng nasional (dimana per kapita diestimasikan mengkonsumsi 1,23 kg minyak goreng per bulan) sehingga dengan menggunakan data populasi penduduk Balikpapan yang berjumlah 635.000 jiwa diperkirakan total konsumsinya mencapai 700.000 liter per bulan.

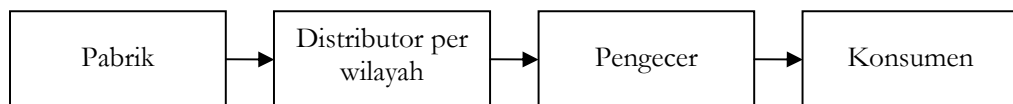
### 3.5.10 Manado, Sulawesi Utara

Dalam penelitian lapangan kegiatan Evaluasi dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Usaha pada Komoditas Minyak Goreng yang diwakili oleh Dedy Sani Ardi, Sandra Destriani, dan Firdausy, tim melakukan diskusi dengan agenda sebagai berikut : Diskusi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sulawesi Utara serta beberapa distributor minyak goreng di Sulawesi Utara, pada Kamis 30 Juli 2009 pukul 14.00 WITA, dan Diskusi dengan PT Agro Makmur Raya, pada Jumat 31 Juli 2009 pukul 09.00 WITA

Pertemuan dan diskusi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sulawesi Utara (yang diwakili oleh Bpk Janny Rembet (Kepala Bagian Perdagangan Dalam Negeri) dan Ibu Johana Maweikere (Kepala Seksi Pasar dan Distribusi), menginformasikan hal-hal sebagai berikut:

- Terdapat 3 perusahaan minyak goreng di Sulawesi Utara, yang seluruhnya terkonsentrasi di Kota Bitung. Perusahaan-perusahaan tersebut adalah :
  - PT Bimoli
  - PT Multi Nabati Sulawesi
  - PT Agro Makmur Raya

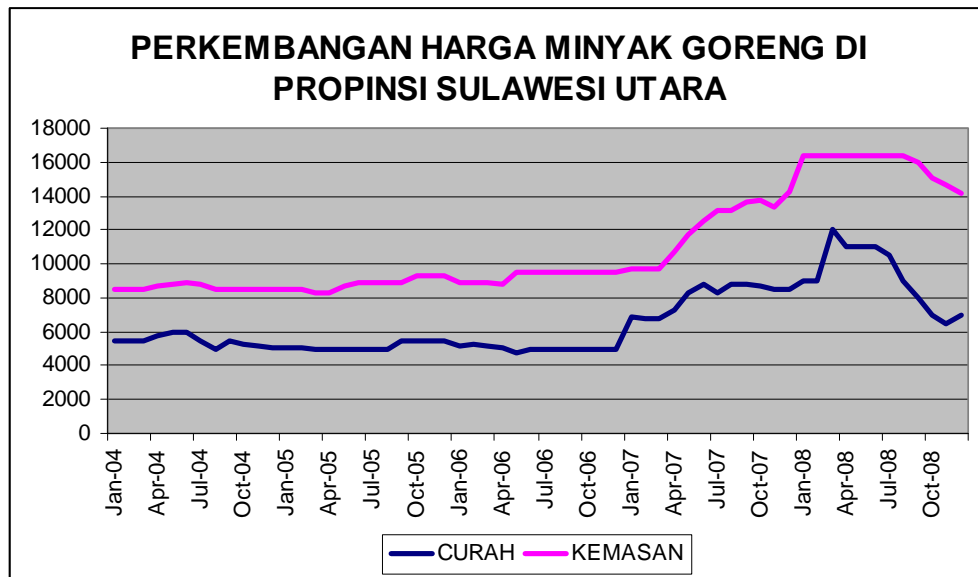
- Ketiga perusahaan tersebut hanya memproduksi minyak goreng curah, dengan total kapasitas terpasang sekitar 750 ton minyak goreng per hari (untuk ketiga perusahaan).
- Sulawesi Utara tidak memiliki perkebunan kelapa sawit maupun perusahaan CPO, sehingga kebutuhan input dipenuhi dari laur propinsi seperti Papu, Kalimantan Timur, dan Sulawesi Tengah.
- Kebutuhan minyak goreng di propinsi Sulawesi Utara adalah 2.500 ton per bulan, atau sekitar 100 ton per hari. Kelebihan supply minyak goreng di Propinsi Sulawesi Utara dilimpahkan ke Propinsi lain, seperti Sulawesi Selatan, Gorontalo, dan beberapa propinsi di wilayah Indonesia Timur lainnya.
- Pola distribusi minyak goreng di Sulawesi Utara adalah sebagai berikut.



di Kota Manado terdapat  
3-4 distributor curah

- Untuk minyak goreng curah, tidak terdapat distributor eksklusif yang hanya menangani 1 produsen minyak goreng saja. Kecenderungan yang terjadi di Sulawesi Utara, distributor mendapatkan supply minyak goreng curah dari 3 perusahaan, baik secara berganti-gantian maupun sekaligus dalam satu waktu.
- Dari sisi harga, harga minyak goreng curah di Sulawesi Utara sangat tergantung oleh harga CPO internasional serta supply minyak goreng di propinsi Sulawesi Utara.
- Perkembangan harga rata-rata bulanan minyak goreng di Sulawesi Utara untuk periode 2004 – 2008 adalah sebagai berikut<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> Data diperoleh menggunakan metode sampling pada tiga pasar tradisional di Kota Manado, yaitu pasar Bersehati, Pasar Orde Baru, dan Pasar Pinasungkulan



- Pada saat terjadi kenaikan harga CPO pada tahun 2008, pemerintah propinsi Sulawesi Utara memberikan subsidi minyak goreng sebagai upaya stabilisasi harga minyak goreng.
- Untuk program CSR Minyakita di propinsi Sulawesi Utara baru terealisasi di 5 kabupaten/ kotamadya, yaitu Kota Bitung, Kota Tomohon, Kabupaten Minahasa Utara, Kabupaten Minahasa Selatan, dan Kabupaten Minahasa Tenggara.
- Program CSR Minyakita hanya diikuti oleh 2 perusahaan, yaitu PT Bimoli dan PT Multi Nabati Sulawesi, dengan pembagian sebagai berikut :
  - PT Bimoli : Kabupaten Minahasa Utara, Kabupaten Minahasa Selatan, dan Kabupaten Minahasa Tenggara
  - PT Multi Nabati Sulawesi : Kota Bitung dan Kota Tomohon

Pertemuan dengan PT Agro Makmur Raya (yang diwakili oleh Bpk Sudi (Direktur Utama), Bpk Andi (Direktur Produksi), dan Bpk Hasianto (Kepala Bagian Humas), pada intinya mendiskusikan mengenai profil perusahaan dan situasi persaingan dalam perdagangan minyak goerng dalam lingup wilayah pemasaran PT AMR. *(data dan informasi lengkap terdokumentasi hanya untuk kepentingan analisis tim)*

## **BAB IV**

### **KEBIJAKAN STABILISASI HARGA MINYAK GORENG**

Sebagai salah satu komoditas pokok, pemerintah berkepentingan agar supaya harga minyak goreng tetap terjangkau oleh masyarakat luas, dan langkah yang umumnya diambil oleh pemerintah adalah melalui Kebijakan Stabilisasi Harga. Beberapa kebijakan stabilisasi harga minyak goreng yang telah diambil pemerintah diantaranya melalui pengendalian sisi hulu (input) berupa kebijakan Domestic Market Obligation (DMO) untuk komoditi CPO serta kebijakan Pajak Ekspor (PE) Progressive. Pada sisi hilirnya (output) pemerintah menerbitkan kebijakan stabilisasi harga minyak goreng secara langsung melalui operasi pasar (OP) minyak goreng bersubsidi dan pembebasan PPN untuk penjualan minyak goreng curah (PPN-DTP). Di samping kebijakan-kebijakan tersebut, yang terbaru pemerintah menerbitkan kebijakan yang dikenal dengan PROGRAM MINYAKITA pada awal tahun 2009.

#### **4.1 Intervensi Kebijakan Pemerintah Pada Sisi Input**

##### **4.1.1. Domestic Market Obligation**

Domestic Market Obligation (selanjutnya disingkat DMO) secara harfiah merupakan kebijakan pemerintah dalam upaya stabilisasi harga minyak goreng secara tidak langsung dengan mewajibkan produsen CPO untuk memasok kebutuhan bahan baku industri minyak goreng. Pada mulanya DMO hanya didasarkan melalui komitmen ataupun kesepakatan diantara para produsen CPO pada tanggal 16 Mei 2007. Namun kemudian kesepakatan tersebut diwadahi dalam bentuk kebijakan pemerintah melalui SK Menteri Pertanian No. 339/Kpts/PD.300/5/2007.

Pasokan CPO yang wajib dipenuhi oleh produsen CPO untuk bulan Mei 2007 sebesar 97.525 ton dan bulan Juni sebesar 102.800 ton. Pasokan minyak goreng tersebut dikirim ke pabrik minyak goreng di Medan, Jakarta, Semarang dan Surabaya. Harga CPO yang dipasok tersebut menurun secara bertahap sampai harga akhir Rp. 5.700 per kg (termasuk PPN 10%) sampai di lokasi pabrik minyak goreng yang telah ditentukan. Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia (GAPKI) bertugas mengkoordinasikan, mengawasi jumlah dan jadwal penyerahan CPO dari perusahaan perkebunan ke pabrik minyak goreng.

Dalam pelaksanaannya komitmen-komitmen perusahaan-perusahaan dalam memenuhi alokasi pasokan yang ditetapkan dalam DMO tidak terealisasi sepenuhnya. Bulan Mei 2007 hanya terealisasi 59% (dari komitmen DMO CPO berjumlah 97.525 ton), sedangkan sampai dengan 12 Juni hanya terealisasi 10% (dari komitmen Juni dan *carry over* bulan Mei sebesar 142.781 ton). Sampai waktu tersebut kebijakan DMO tidak berlanjut.

#### **4.1.2. Pajak Ekspor Progresif**

Sejak tanggal 3 September 2007, formulasi pengenaan Pajak Ekspor (selanjutnya disingkat PE) mengalami perubahan dari yang sebelumnya *single rate* menjadi progresif mengikuti perkembangan harga internasional. Tarif PE CPO dan produk lainnya sesuai Peraturan Menteri Keuangan adalah sebagai berikut: Jika harga CPO di pasar internasional di bawah US\$ 550 per ton, tarif PE sebesar 0%. Jika harga CPO US\$ 550–649 per ton, tarif PE 2,5%. Harga CPO mencapai US\$ 650–749 per ton, maka PE ditetapkan 5% dan jika harga CPO mencapai US\$ 750–849 per ton, diberlakukan PE 7,5%. Kemudian jika harga melampaui US\$ 850, PE sebesar 10%. PE untuk produk turunan CPO seperti minyak goreng curah (*crude olein*), *refined bleached deodorized (RBD) olein* (minyak goreng kemasan), RBD PKO serta stearin, kernel stearin, olein, dan RBD palm oil ditetapkan 0% pada harga US\$ 550 per ton, 1,5% pada harga US\$ 550–649 per ton, 4% pada harga US\$ 650–749 per ton, dan 6,5% pada harga US\$ 750–849 per ton. Kemudian mulai harga US\$ 850 per ton ditetapkan PE 9%. Sementara untuk TBS dan IS dikenai 40%.

### **4.2 Intervensi Kebijakan Pemerintah Pada Sisi Output**

#### **4.2.1. Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah**

Melalui Keputusan Menteri Keuangan nomor 188/011/2007 tanggal 24 September 2007, Pemerintah memberikan fasilitas **pembebasan PPN** (atau PPN ditanggung pemerintah selanjutnya disebut PPN-DTP) untuk jenis minyak goreng curah dan tidak bermerek ditingkat produsen terhitung mulai tanggal 25 September 2007. Dalam pelaksanaannya, setiap faktur Pajak Keluaran produsen dan penjual minyak goreng di-cap "DTP".

PPN sendiri merupakan pajak yang dikenakan atas setiap pertambahan nilai dari barang dan atau jasa dalam peredarannya dari produsen ke



konsumen. Indonesia menganut sistem tarif tunggal PPN yaitu sebesar 10%.

Dengan demikian secara definitif dapat dikemukakan bahwa PPN-DTP adalah pajak terutang suatu perusahaan, baik swasta maupun BUMN yang ditanggung pemerintah melalui penyediaan pagu anggaran dalam subsidi pajak. Kebijakan tersebut diadopsi pemerintah dalam rangka mendorong investasi dan melakukan stabilisasi harga pada saat perekonomian global melambat dan harga komoditas meningkat.

Melalui mekanisme ini, PPN 10% (yang lazimnya termasuk komponen harga minyak goreng dari produsen ke distributor) akan disubsidi dalam bentuk Di-Tanggung-Pemerintah (DTP) memanfaatkan dana "Subsidi Minyak Goreng" yang sudah dialokasikan. Berdasarkan data APBN-P 2007 Pemerintah menentukan subsidi untuk PPN-DTP sebesar Rp 325 milyar. Sedangkan untuk tahun anggaran 2008 DPR telah menyetujui anggaran subsidi khusus minyak goreng senilai Rp 600 miliar atau Rp 275 miliar lebih tinggi dibandingkan anggaran serupa di 2007.

Pada tahun anggaran 2009 pemerintah melalui Peraturan Menteri Keuangan menerbitkan Permenkeu No.231/PMK.011/2008 yang mengatur mengenai Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah Atas Penyerahan Minyak Goreng Sawit Dalam Negeri Untuk Tahun Anggaran 2009. Dalam Peraturan tersebut disebutkan bahwa pemerintah telah mengalokasikan anggaran sebesar Rp 800 miliar untuk memberikan fasilitas Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah (PPN DTP) minyak goreng sawit.<sup>12</sup> Fasilitas PPN-DTP diberikan kepada produsen minyak goreng sawit yang memproduksi<sup>13</sup> :

1. minyak goreng curah, dan/atau
2. minyak goreng kemasan sederhana yang dijual dengan merek MINYAKITA.

Fasilitas PPN-DTP untuk minyak goreng kemasan sederhana hanya diberikan kepada perusahaan yang mengikuti ketentuan sebagaimana

---

<sup>12</sup> Diatur dalam Pasal 1 ayat (2) Peraturan Menteri Keuangan No 231/PMK.011/2008

<sup>13</sup> Diatur dalam Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Keuangan No 231/PMK.011/2008

yang ditetapkan oleh Departemen Perdagangan melalui Peraturan Menteri Perdagangan No. 02/M-DAG/PER/1/2009<sup>14</sup>.

#### 4.2.2. Kebijakan Minyakita

Kebijakan Minyakita (selanjutnya disebut Program Minyakita) diatur melalui dua kebijakan teknis, yaitu Peraturan Menteri Keuangan No. 231/PMK.011/2008 tentang Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah Atas Penyerahan Minyak Goreng Sawit Dalam Negeri Untuk Tahun Anggaran 2009 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 02/M-DAG/PER/1/2009 tentang Minyak Goreng Kemasan Sederhana.

Program Minyakita merupakan program kerjasama antara pemerintah dengan produsen minyak goreng nasional untuk menyediakan produk minyak goreng kemasan sederhana yang higienis dan terjangkau bagi masyarakat. Latar belakang pemerintah melaksanakan program minyakita adalah masih banyaknya perdagangan minyak goreng yang dilakukan dalam keadaan curah<sup>15</sup>, dimana kondisi sanitasi, higienitas, dan keamanannya masih sangat rendah. Selain itu, jika dilihat dari sisi harga, fluktuasi harga minyak goreng curah di pasar domestik dianggap tidak menguntungkan konsumen dalam negeri, khususnya pada saat harga minyak goreng tinggi seperti saat ini. Atas dasar tersebut pemerintah menetapkan kebijakan program minyakita untuk mencapai dua tujuan utama, yaitu meningkatkan keamanan pangan serta menjaga stabilisasi harga minyak goreng di pasar domestik.

Dalam Pasal 1 ayat (1) Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 disebutkan bahwa MINYAKITA merupakan merek untuk minyak goreng sawit berkualitas curah yang dikemas menggunakan kemasan plastik sederhana dalam bentuk bantal (*pillow pack*) ukuran 1 liter. Merek Minyakita adalah merek yang dimiliki oleh Pemerintah (Departemen Perdagangan cq Ditjen Perdagangan Dalam Negeri)<sup>16</sup> dan dapat digunakan secara sukarela oleh seluruh produsen minyak goreng.

Untuk dapat memproduksi dan memasarkan minyak goreng dengan merek Minyakita, perusahaan minyak goreng perlu mengikuti prosedur

---

<sup>14</sup> Diatur dalam Pasal 2 ayat (2) Peraturan Menteri Keuangan No 231/PMK.011/2008

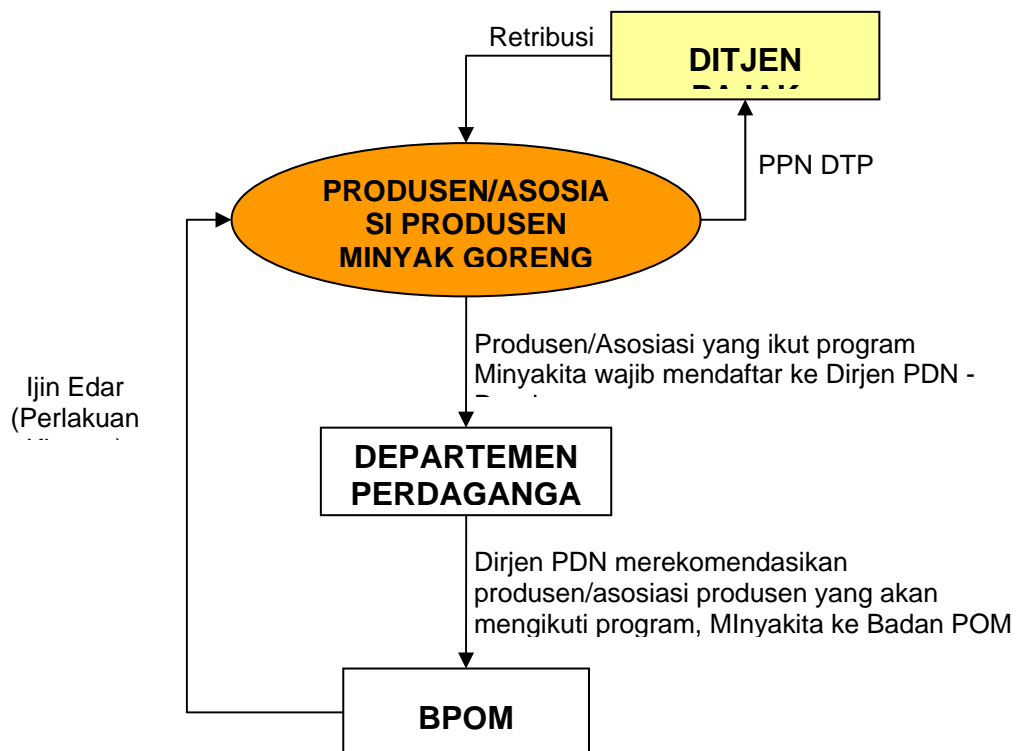
<sup>15</sup> Dari hasil diskusi dengan Departemen Perdagangan pada 20 April 2009 diketahui bahwa sebanyak 80% konsumsi minyak goreng sawit di Indonesia adalah minyak goreng curah

<sup>16</sup> Diatur dalam Pasal 1 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan No 02/M-DAG/PER/1/2009

yang terdapat dalam Peraturan Menteri Keuangan No 231/PMK.011/2008 dan Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 sebagai berikut :

1. Setiap produsen minyak goreng sawit yang akan menggunakan merek Minyakita wajib mendaftarkan diri terlebih dahulu di Departemen Perdagangan cq Ditjen Perdagangan Dalam Negeri.<sup>17</sup> Bagi produsen yang tergabung dalam asosiasi (GIMNI dan AIMMI) akan dikoordinir oleh masing-masing asosiasi, sedangkan bagi produsen yang belum tergabung dalam asosiasi dapat mendaftar langsung kepada Departemen Perdagangan.<sup>18</sup>
2. Sebelum menyalurkan minyakita ke konsumen, produsen wajib mendapatkan ijin edar berupa nomor MD dari Badan POM.<sup>19</sup>
3. Untuk mendapatkan ijin edar dari Badan POM, Departemen Perdagangan akan memberikan rekomendasi kepada produsen. Kemudian Badan POM akan memproses permohonan ijin edar tersebut dengan perlakuan khusus (target waktu).<sup>20</sup>

**Gambar 4.**  
**Prosedur Pendaftaran Program Minyakita**



<sup>17</sup> Diatur dalam Pasal 2 ayat (2) Peraturan Menteri Keuangan No 231/PMK.011/2008 dan Pasal 1 ayat (4) Peraturan Menteri Perdagangan No 02/M-DAG/PER/1/2009

<sup>18</sup> Hasil diskusi dengan Direktur Bina Pasar - Departemen Perdagangan, 20 April 2009

<sup>19</sup> Diatur dalam Pasal 2 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan No 02/M-DAG/PER/1/2009

<sup>20</sup> Hasil diskusi dengan Direktur Bina Pasar - Departemen Perdagangan, 20 April 2009

Selain prosedur tersebut, perusahaan minyak goreng yang ingin menggunakan merek Minyakita diwajibkan untuk mengikuti desain dan spesifikasi produk sebagaimana ditetapkan dalam Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 sebagai berikut :

1. Bahan plastik yang digunakan sebagai kemasan minyakita adalah *poly ethelene (Mono Layer)*
2. Pada kemasan minyakita harus memuat :
  1. nama produk;
  2. daftar bahan yang digunakan;
  3. berat bersih atau isi bersih;
  4. nama dan alamat yang memproduksi atau memasukan pangan;
  5. keterangan tentang halal dan nomor MD dari Badan POM;
  6. tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa.

Dengan desain kemasan sebagai berikut :



3. Sampai dengan saat ini, pemerintah belum menetapkan kewajiban SNI terhadap produk Minyakita, namun dianjurkan agar Minyakita berpedoman pada standar yang ada.<sup>21</sup>

Dalam Pasal 2 ayat (1) Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 disebutkan bahwa produsen dapat menjual minyakita melalui dua mekanisme, yaitu 1) penjualan langsung melalui program KSP, atau 2) penjualan secara komersial melalui distributor/pengecer.

#### 1. Penjualan langsung melalui program KSP

Penjualan langsung melalui program Kepedulian Sosial Perusahaan (KSP) merupakan penjualan minyakita langsung ke pemukiman-pemukiman masyarakat dengan harga jual pabrik. Program KSP minyakita ini identik dengan program operasi pasar minyak goreng bersubsidi yang pernah dilakukan pemerintah pada tahun 2007 – 2008, yang membedakan adalah penjualannya dilakukan di pemukiman masyarakat dan “subsidi” yang diberikan bukan berasal dari pemerintah melainkan dari produsen minyak goreng. Oleh sebab itulah program ini dinamakan program kepedulian sosial perusahaan (KSP/CSR).

---

<sup>21</sup> Hasil diskusi dengan Direktur Bina Pasar - Departemen Perdagangan, 20 April 2009

Target pemerintah untuk penjualan minyakita melalui program KSP adalah 1.000 ton per bulan, sesuai kesanggupan dari masing-masing produsen. Sampai dengan saat ini, dari 24 perusahaan minyak goreng yang sudah terdaftar di Departemen Perdagangan, 10 perusahaan minyak goreng sudah aktif mengikuti program KSP minyakita<sup>22</sup>. Berikut adalah daftar perusahaan minyakita yang mengikuti program KSP berikut target volume produksi setiap bulannya.

**Tabel 4.**  
**Daftar Perusahaan Yang Mengikuti Program CSR Minyakita**

No.	Nama Perusahaan	Target per Bulan (dlm Ton)
1	Wilmar Internasional	150
2	PT Musim Mas Group	150
3	Permata Hijau Group	150
4	SMART, Tbk	100
5	PT Asian Agri	150
6	BEST	55
7	PT Astra Agro Lestari, Tbk	35
8	PT Salim Ivomas Pratama	85
9	Darmex Oil & Fats	55
10	PT Kurnia Tunggal Nugraha	70
<b>JUMLAH</b>		1.000

*Sumber: Departemen Perdagangan*

Dalam prakteknya, penjualan minyakita melalui program KSP dilakukan di bawah koordinasi pemerintah, khususnya pemerintah Propinsi atau pemerintah Kabupaten/Kotamadya. Berdasarkan hasil survey tim ke beberapa kota pelaksanaan program KSP minyakita, umumnya pemerintah akan menentukan terlebih dahulu titik-titik pemukiman untuk penjualan minyakita, barulah kemudian produsen menjual minyakita sesuai dengan jumlah volume yang telah

<sup>22</sup> Hasil diskusi dengan Direktur Bina Pasar - Departemen Perdagangan, 20 April 2009

disepakati. Selain itu, masyarakat yang dapat membeli minyakita hanya masyarakat rumah tangga sasaran (RTS) berpendapatan rendah yang telah diidentifikasi oleh Pemerintah dan memiliki kupon yang telah dibagikan oleh Ketua RT/RW setempat. Realisasi penjualan minyakita melalui program KSR sampai dengan bulan Maret 2009 adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.**  
**Realisasi Pelaksanaan Program CSR Minyakita**

No	Nama Perusahaan	Realisasi/Itr	Daerah Penyaluran	Keterangan
1.	SMART, Tbk	198.148	DKI Jakarta Jawa Tengah Jawa Barat	
2.	Wilmar Internasional	72.500	DKI Jakarta Jawa Tengah Pekanbaru	
3.	PT Musim Mas Group	150.000	DKI Jakarta Surabaya Medan Bekasi Banten	
4.	PT Salim Ivomas Pratama	47.500	DKI Jakarta Medan Manado Cirebon	
5.	PT Panca Nabati Perkasa	20.000	DKI Jakarta	
6.	PT Asian Agri	185.000	DKI Jakarta Sumatera Utara Riau	
<b>Jumlah</b>		<b>673.148</b>		Ekuivalen 740.5 ton

Sumber : Departemen Perdagangan (realisasi Januari s/d 17 Maret 2009)

## 2. Penjualan secara komersial

Penjualan minyakita secara komersial merupakan penjualan minyakita ke pasar melalui distributor dan/atau pengecer. Penjualan secara komersial pada awalnya akan dilaksanakan pada bulan Mei 2009, tiga bulan setelah peluncuran program KSP minyakita. Strategi ini dilakukan guna membangun terlebih dahulu *brand building* minyakita, yaitu sebagai minyak goreng kemasan sederhana yang higienis dan terjangkau oleh masyarakat. Namun sampai dengan saat ini, penjualan secara minyakita secara komersial belum terlaksana.

Berbeda dengan program KSP yang wilayah penjualannya ditentukan oleh pemerintah, pada penjualan minyakita secara komersial ini produsen minyak goreng diberikan kebebasan untuk menentukan wilayah penjualannya sendiri. Pemerintah hanya menghimbau produsen minyak goreng untuk melaporkan rencana wilayah pemasaran minyakita komersial kepada Departemen Perdagangan.

Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa penjualan minyakita secara komersial tersebar di seluruh Indonesia.

Terkait harga penjualan minyakita (baik melalui program KSP maupun penjualan komersial), dalam Peraturan Menteri Keuangan No 231/PMK.011/2008 dan Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 tidak terdapat pasal yang mengatur mengenai harga penjualan minyakita. Akan tetapi, mengingat salah satu tujuan awal program minyakita adalah untuk melakukan stabilisasi harga minyak goreng di dalam negeri maka pemerintah hanya sebatas *menghimbau* supaya harga jual minyakita lebih murah daripada harga minyak goreng kemasan yang beredar di pasaran.

Pada awal peluncuran minyakita, pemerintah menghimbau agar harga minyakita yang dijual melalui program KSP adalah Rp 6.000 per liter<sup>23</sup>. Sementara untuk minyakita yang dijual secara komersial pemerintah menyatakan bahwa harga akan diserahkan kepada mekanisme pasar, dengan catatan harga minyakita berada diantara harga minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan premium<sup>24</sup>. Pada saat ini, pemerintah melakukan revisi harga jual minyakita menjadi Rp 7.000 per liter untuk minyakita yang dijual melalui program KSP dan Rp 9.000 per liter<sup>25</sup> (untuk yang dijual secara komersil). Harga tersebut merupakan harga jual minyakita untuk periode 10 Mei – 9 Juni 2009. Harga tersebut akan dievaluasi setiap bulan melalui mekanisme penyesuaian harga setiap tanggal 5, dan berlaku mulai tanggal 10 bulan berjalan sampai tanggal 9 bulan selanjutnya<sup>26</sup>.

---

<sup>23</sup> Siaran Pers Departemen Perdagangan “Pemerintah Luncurkan Secara Resmi Minyakita”, 28 Januari 2009

<sup>24</sup> Pemerintah hanya menargetkan harga minyakita komersial adalah Rp 300-500 per liter di atas minyak goreng curah dan Rp 2.000-3.000 per liter di bawah minyak goreng kemasan premium

<sup>25</sup> Artikel “Harga Minyakita Ditetapkan 2 Versi”, harian Bisnis Indonesia edisi 8 Mei 2009

<sup>26</sup> Artikel “Harga Minyakita Berubah Tiap Bulan”, harian Kompas edisi 7 Mei 2009

## BAB V ANALISIS

### 5.1 Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pasar

#### 5.3.1. Struktur Pasar

Secara umum permasalahan yang akan difokuskan dalam pengkajian sektor industri minyak goreng sawit kali ini adalah mengenai gambaran struktur, perilaku dan kinerja pasar minyak goreng di pasar domestik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan metode pemdekatan S-C-P atau Structure Conduct Performance.

Prinsip dasar S-C-P adalah bahwa kinerja ekonomi industri adalah fungsi perilaku pembeli dan penjual yang merupakan fungsi struktur industri (Mason, 1939; Bain, 1956). Perilaku pasar diukur dari syarat-syarat untuk memaksimalkan kesejahteraan. Kinerja pasar merujuk pada aktivitas pembeli dan penjual dalam industri yang bersangkutan. Aktivitas penjual termasuk instalasi dan penggunaan kapasitas, kebijakan promosi dan penetapan harga, penelitian dan perkembangan, dan strategi persaingan atau kerjasama antar perusahaan. Struktur industri (penentu kinerja) dilihat dari variabel tersebut yaitu jumlah dan ukuran pembeli dan penjual, teknologi, tingkat perbedaan produk, banyak sedikitnya integrasi vertikal, dan *entry barrier* (Scherer, 1980:4).

Struktur pasar industri minyak goreng adalah oligopolistik, dengan jumlah pelaku usaha yang relatif banyak dengan karakteristik industri dimana hampir 68%nya memiliki karakteristik perusahaan yang mengintegrasikan usaha hulu (perkebunan) dan usaha hilir (pengolahan). Berikut disajikan data 10 pelaku usaha terbesar beserta kapasitas produksi dan market share masing-masing perusahaan minyak goreng di Indonesia :

**Tabel 6.**  
**Penguasaan Pasar (berdasarkan kapasitas terpasang) dari 10 Pelaku Usaha**  
**di Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia**

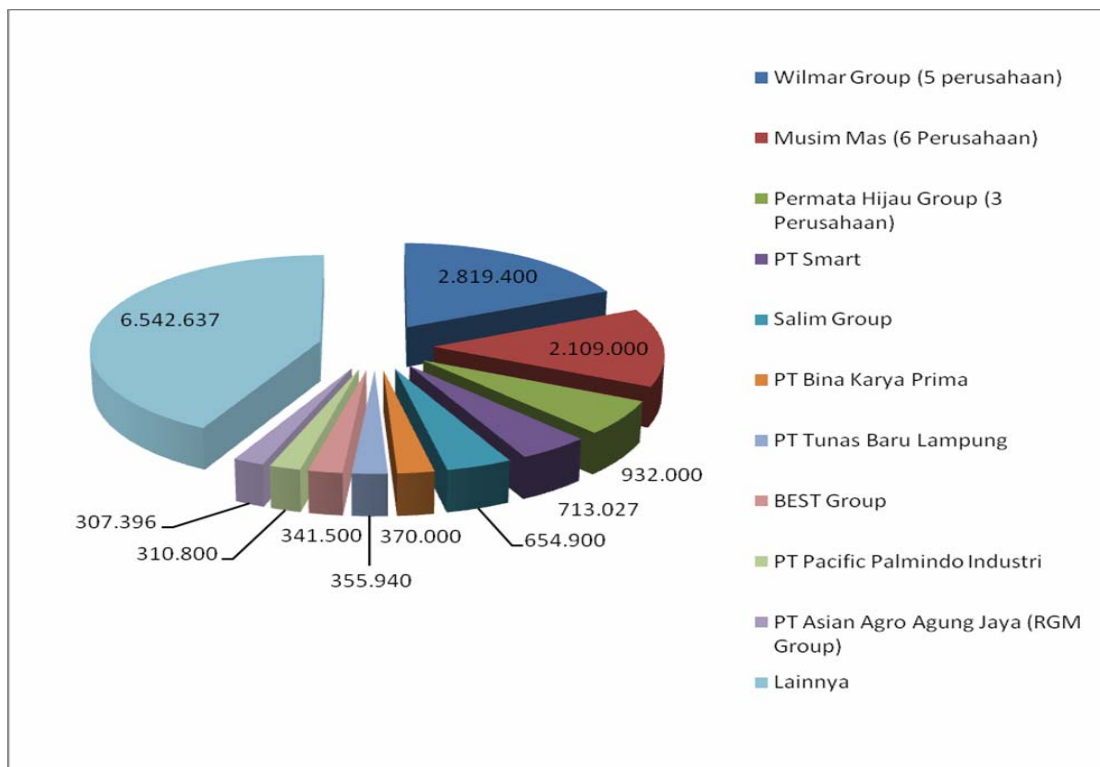
No.	Pelaku Usaha	Kapasitas Produksi (Ton/thn)	Market Share
1	Wilmar Group (5 perusahaan)	2.819.400	18.27%
2	Musim Mas (6 Perusahaan)	2.109.000	13.67%
3	Permata Hijau Group (3 Perusahaan)	932.000	6.04%
4	PT Smart	713.027	4.62%
5	Salim Group	654.900	4.24%



No.	Pelaku Usaha	Kapasitas Produksi (Ton/thn)	Market Share
6	PT Bina Karya Prima	370.000	2.40%
7	PT Tunas Baru Lampung (Sungai Budi Group)	355.940	2.31%
8	BEST Group	341.500	2.04%
9	PT Pacific Palmindo Industri	310.800	2.01%
10	PT Asian Agro Agung Jaya (RGM Group)	307.396	1.99%
11	Lainnya	6.542.637	42.40%
TOTAL		15.430.000	100.00%

Sumber : berbagai sumber, diolah

**Grafik 2.**  
**Pangsa Pasar 10 Perusahaan Minyak Goreng Terbesar**



Sumber : berbagai sumber, diolah

Pengukuran Konsentrasi pasar dapat diukur dengan menggunakan  $CR_{(n)}$ , dimana (n) merupakan jumlah pangsa pasar beberapa pelaku usaha dengan pangsa pasar terbesar. Apabila kita menggunakan pendekatan penghitungan *market share* berdasarkan kapasitas produksi terpasangnya, maka *market share* dari 4 pelaku usaha minyak goreng di Indonesia, didapatkan nilai CR4 sebagai berikut :

$$CR4 = 18.27\% + 13.67\% + 6.04\% + 4.62\% = 42.60\%$$

Nilai CR4 sebesar 42.60 persen mengandung arti bahwa 42,60 persen pangsa pasar terkonsentrasi pada 4 perusahaan minyak goreng (yaitu Wilmar Group, Musim Mas Group, Permata Hijau Group, dan PT Smart).

Disamping menggunakan instrumen CR(n), dalam pengukuran konsentrasi pasar juga kerap digunakan pendekatan dengan menggunakan instrumen Hirschman Herfindal Index (HHI) dengan formula :

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2$$

Apabila kita menggunakan market share 10 pelaku usaha minyak goreng terbesar diatas (Tabel 6), maka didapatkan pengukuran HHI sebagai berikut :

$$\begin{aligned} HHI &= 0.1827^2 + 0.1367^2 + 0.0604^2 + 0.04620^2 + 0.04240^2 + \\ &0.02400^2 + 0.02310^2 + 0.02040^2 + 0.02010^2 + 0.00199^2 + \\ &(42*(0.01009^2))^{27} \\ &= 0.06624 \text{ atau } 662,4 \end{aligned}$$

Dengan mencermati CR4 sebesar 42.60 persen dan Nilai HHI sebesar 662,4 tersebut maka struktur pasar industri minyak goreng di Indonesia memiliki karakteristik oligopoli longgar (*loose oligopoly*), karena nilainya masih di bawah dari karakteristik pasar dengan struktur oligopoli ketat (*tight oligopoly*) yang dipatok pada nilai HHI di atas 1800 dan konsentrasi di atas 60% (Sheperd, 1990).

### 5.3.2. Perilaku Pasar

Sebagaimana yang sudah disebutkan sebelumnya, aktivitas penjual (perilaku pasar) dapat dilihat melalui beberapa indikator, seperti instalasi dan penggunaan kapasitas, kebijakan promosi dan penetapan harga, penelitian dan perkembangan, dan strategi persaingan atau kerjasama antar perusahaan. Guna mendapatkan gambaran yang lebih detail mengenai perilaku pasar yang terjadi di industri minyak goreng di Indonesia berikut akan dijabarkan lebih rinci dengan menggunakan indikator utilisasi kapasitas pabrik dan strategi penetapan harga.

---

<sup>27</sup> Simplifikasi perhitungan pangsa pasar perusahaan minyak goreng yang kecil, yang berjumlah sebanyak 42 perusahaan

### 5.1.2.1. Utilisasi Kapasitas Pabrik

Tingkat pemakaian atau utilisasi kapasitas pabrik dapat mencerminkan tingkat permintaan maupun strategi pelaku usaha dalam menjaga harga. Sebagaimana yang sudah dijabarkan pada sub bab sebelumnya, total kapasitas terpasang pabrik minyak goreng di Indonesia adalah 15.430.000 ton per tahun<sup>28</sup>. Pada tahun 2008, utilisasi pabrik minyak goreng di Indonesia baru mencapai 8.328.000 ton, atau 53.97% dari total kapasitas terpasang (Lihat Tabel 2).

Dengan asumsi estimasi kebutuhan konsumsi minyak goreng sebesar 10.4 kg/kapita/tahun<sup>29</sup>, dengan jumlah penduduk Indonesia berjumlah 225 juta jiwa, maka total permintaan minyak goreng di dalam negeri hanya mencapai :

$$\begin{aligned} &= 10.4 \text{ kg/kapita/tahun} \times 225.000.000 \text{ kapita} \\ &= 2.340.000.000 \text{ kg/tahun} \\ &= 2.340.000 \text{ ton/tahun} \end{aligned}$$

Dengan memperhatikan data perkiraan jumlah kebutuhan minyak goreng per tahun dengan jumlah produksi minyak goreng di Indonesia maka sebenarnya terjadi *over supply* minyak goreng di pasar domestik. Yang kemudian menjadi pertanyaan adalah, mengapa harga minyak goreng masih berada pada level harga yang tinggi, karena apabila hukum keseimbangan harga berlaku maka seharusnya harga minyak goreng dapat terdorong pada level yang lebih rendah.

Namun dari sudut pandang yang berbeda, terutama yang dikemukakan para pelaku usaha hal tersebut menjelaskan fenomena terjadinya mekanisme pasar yang wajar, karena permintaan pasar minyak domestik telah berada pada titik jenuh (dengan jumlah konsumsi sebesar 2,3 jt ton per tahun) padahal total kapasitas produksi terpasang industri minyak goreng sawit nasional jauh lebih besar dari itu (15 juta ton per tahun). Hal inilah yang kemudian digunakan sebagai argumentasi (pelaku usaha) untuk menjelaskan fakta relatif rendahnya utilisasi produksi industri minyak goreng sawit domestik akibat ketatnya persaingan.

---

<sup>28</sup> Sumber : Departemen Perindustrian

<sup>29</sup> Dari hasil diskusi dengan Bambang Dradjat sebagai peneliti di Departemen Pertanian

Dalam kegiatan ini, Tim belum mendapatkan informasi yang lengkap untuk menjelaskan determinasi fakta masih relatif rendahnya utilisasi kapasitas produksi industri minyak goreng sawit domestik, apakah disebabkan karena faktor kesengajaan melalui perilaku koordinasi diantara pelaku usaha di pasar bersangkutan untuk mengatur kuota produksi atau dikarenakan mekanisme pasar yang wajar akibat masih relatif rendahnya permintaan pasar domestik.

#### 5.1.2.2. Strategi Penetapan Harga

Meskipun demikian, mengingat tidak adanya kebijakan pemerintah yang mengatur mengenai harga minyak goreng di pasar domestik, tim memiliki pandangan bahwa dalam perdagangan minyak goreng sawit di pasar domestik terdapat suatu kekuatan pasar yang mendistorsi mekanisme perdagangan (pasar) yang wajar yang dikontribusikan dari perilaku pelaku usaha dalam menjalankan strategi penetapan harganya.

Hal itu dapat dijelaskan dengan argumentasi sebagai berikut:

1. Sebagai produk yang berbahan baku CPO, maka merupakan hal yang wajar jika porsi terbesar yang menyusun struktur harga jual minyak goreng merupakan harga CPO.
2. Namun dalam prakteknya, pelaku usaha minyak goreng menjadikan referensi harga CPO internasional (baik harga Rotterdam maupun harga Malaysia) sebagai acuan dalam menetapkan harga jual minyak goreng. Sehingga harga riil perolehan CPO untuk setiap perusahaan menjadi tersamarkan. Perilaku ini khususnya terjadi pada saat harga CPO di pasar internasional mengalami *trend* kenaikan.

**Tabel 7.**  
**Struktur Biaya Produksi Minyak Goreng**

No	Komposisi	Persentase (%)
1.	Bahan Baku (CPO)	87
2.	Bahan Pembantu	6
3.	Biaya Produksi Lainnya	7

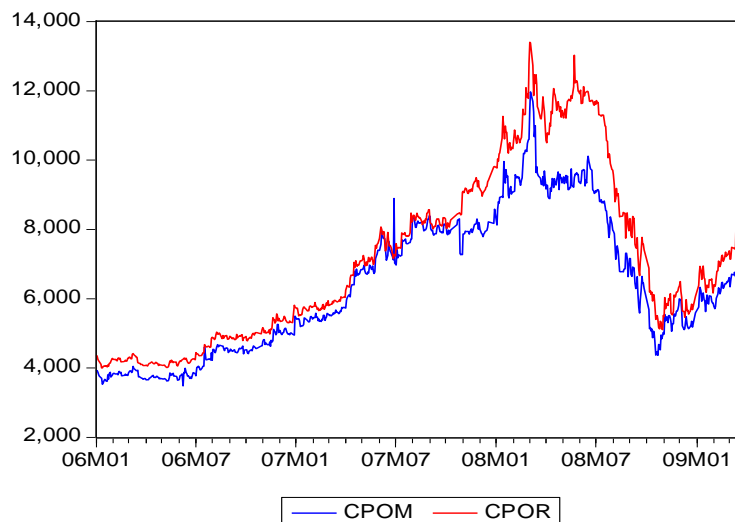
Sumber : GIMNI

Perilaku kesadaran paralel antar pesaing yang menjadikan harga CPO internasional sebagai referensi untuk menaikkan harga minyak goreng mengindikasikan terjadinya *conscious parallelism* pada pasar minyak

goreng di pasar domestik. Dalam banyak negara, perilaku *conscious parallelism*<sup>30</sup> tidak termasuk dalam perilaku ilegal, hanya saja praktek tersebut dinilai dapat merugikan konsumen.

Secara umum pergerakan harga CPO Rotterdam (CPOR) dan CPO Medan (CPOM) tidak jauh berbeda secara signifikan. Hipotesis yang kemudian diambil adalah adanya kointegrasi antara harga CPO di Rotterdam dengan di Medan. Berikut adalah grafik yang menggambarkan data pergerakan harga produk input CPO (FOB Belawan) dan input CPO di pasar komoditi Rotterdam pada periode Januari 2006 s/d Maret 2009.

**Grafik 3.**  
**Pergerakan Harga CPO Rotterdam dan CPO Domestik (FOB Belawan)**  
**Pada Periode Januari 2006 s/d Maret 2009**



Keterangan:

CPOM : Harga CPO Indonesia (harga di Pelabuhan Belawan, Medan fob dalam Rp/kg)

CPOR : Harga CPO Rotterdam (telah disesuaikan dalam satuan Rp/kg)

Sumber : Bappebti, 2009

Hasil *plotting* data antara harga CPO Rotterdam dengan harga CPO Domestik terlihat adanya pergerakan yang serasi. Namun demikian untuk membuktikan bahwa ada integrasi antara pasar CPO di Indonesia dan di Rotterdam perlu dibuktikan dengan menggunakan alat uji ekonometri.

<sup>30</sup> *conscious parallelism* merupakan perilaku penetapan harga antar pesaing tanpa disertai diskusi atau perjanjian dari para pihak

Sebelum melaksanakan pemodelan ECM perlu ada beberapa prosedur yang harus dilewati antara lain perlu adanya uji stasionaritas untuk menguji bahwa kedua data harga telah stasioner pada derajat integrasi yang sama. Untuk itu uji stasioneritas diujikan pada variabel yang menggambarkan rantai produksi. Untuk masuk ke dalam prosedur *Error Correction Model*, variabel-variabel harus berada pada level integrasi yang sama<sup>31</sup>.

Variabel CPOM merupakan pergerakan harga CPO Domestik yang menggambarkan pergerakan harga bahan baku minyak goreng. Dari nilai ADF dapat disimpulkan bahwa variabel CPOM stasioner pada derajat satu (*first difference*). Uji stasionaritas untuk variabel MGSC dan MGSK juga menunjukkan hasil bahwa kedua variabel tersebut stasioner pada derajat satu. Sehingga dari ketiga variabel tersebut dapat dilakukan uji kointegrasi. Uji kointegrasi yang akan dilakukan adalah dengan metode Johansen yaitu dengan melihat nilai *trace* dan *maximum eigenvalue*.

Dengan melakukan uji kointegrasi antara hubungan CPO domestik dengan CPO Rotterdam diperoleh hasil:

Sample(adjusted): 1/09/2006 3/31/2009  
 Included observations: 842 after adjusting endpoints  
 Trend assumption: Linear deterministic trend  
 Series: CPOD CPOR  
 Lags interval (in first differences): 1 to 4

Unrestricted Cointegration Rank Test

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	5 Percent Critical Value	1 Percent Critical Value
None **	0.026667	25.18603	15.41	20.04
At most 1	0.002879	2.427608	3.76	6.65

Dari hasil regresi diatas menunjukkan bahwa harga CPO domestik terkointegrasi dengan harga CPO Rotterdam, dengan tingkat kepercayaan sebesar 99%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan jangka panjang antara harga CPO domestik dengan CPO Rotterdam. Untuk itu kita bisa melakukan uji hubungan kausalitas antara harga CPO domestik dengan harga CPO Rotterdam:

Pairwise Granger Causality Tests  
 Sample: 1/02/2006 3/31/2009  
 Lags: 5

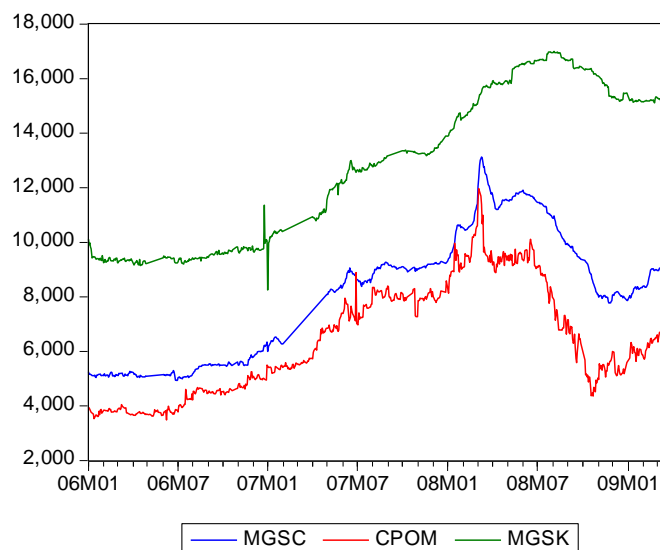
Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Probability
CPOR does not Granger Cause CPOD	842	22.2678	0.00000
CPOD does not Granger Cause CPOR		5.14240	0.00012

<sup>31</sup> Hasil pengujian stasionaritas untuk variabel CPOM, MGSC, dan MGSK dapat dilihat pada lampiran

Dari hasil uji dengan menggunakan *granger causality test* diperoleh bahwa harga CPO domestik mempengaruhi harga CPO Rotterdam dan begitu juga sebaliknya. Sehingga terdapat hubungan kausalitas dua arah antara harga CPO domestik dan harga CPO Rotterdam.

Setelah membahas mengenai pergerakan harga CPO domestik (FOB Belawan) dengan pergerakan harga CPO internasional (Rotterdam), berikut akan diuraikan pembahasan mengenai hubungan pergerakan harga CPO domestik (dengan pendekatan data harga CPOM-FOB Belawan) dengan pergerakan harga minyak goreng sawit curah (MGSC) dan pergerakan harga minyak goreng sawit kemasan (MGSK) di pasar domestik. Berikut adalah grafik yang menggambarkan pergerakan harga CPOM, MGSC dan MGSK:

**Grafik 4.**  
Pergerakan Harga CPO, Minyak Goreng Curah, dan Minyak Goreng Kemasan di Indonesia Pada Periode Januari 2006 s/d Maret 2009



Keterangan :  
 CPOM = Harga CPO Medan  
 MGSC = Harga Minyak Goreng Curah Indonesia  
 MGSK = Harga Minyak Goreng Kemasan (Referensi harga merk Bimoli rata-rata seluruh wilayah di Indonesia)  
 Sumber : Departemen Perdagangan, 2009

Pengujian persamaan kointegrasi menggunakan metode Johansen yaitu dengan melihat nilai *trace statistic* dan *maximum eigenvalue*. Dari hasil uji kointegrasi pengujian persamaan kointegrasi untuk CPOM dan MGSC diperoleh hasil bahwa terdapat satu persamaan kointegrasi yang berarti terdapat keseimbangan jangka panjang pada persamaan

MGSC yang dipengaruhi oleh CPOM<sup>32</sup>. Pengujian persamaan kointegrasi antara CPOM dan MGSK memberikan hasil bahwa tidak terdapat hubungan jangka panjang antara pergerakan harga CPOM dan MGSK. Sedangkan pengujian kointegrasi untuk variabel MGSC dan MGSK juga tidak menunjukkan adanya kointegrasi yang diartikan sebagai hubungan jangka panjang dari dua variabel tersebut<sup>33</sup>, sehingga untuk pergerakan harga MGSC dan MGSK tidak dapat dilakukan uji *asymmetric price transmission* dengan pendekatan ECM.

Persamaan kointegrasi dalam kerangka APT hanya dapat dilakukan pada variabel yang memiliki kointegrasi, dengan demikian hanya dapat dilakukan untuk harga CPOM<sup>34</sup> dan MGSC. Berikut adalah spesifikasi model simetrik dalam persamaan ECM untuk pemodelan harga CPOM dan MGSC:

$$D(MGSC) = C(1)*D(CPOM) + C(2)*D(CPOM(-1)) + C(3)*D(MGSC(-1)) + C(4)*RESCOINT$$

Untuk melihat kesimetrisan harga CPOM dan MGSC, perlu *digenerate* antara pergerakan harga positif dan negatif terhadap seluruh variabel independen pada persamaan simetrik ECM di atas, sehingga persamaan ECM asimetriknya adalah sebagai berikut:

$$DMGSC = C(1)*DCPOMP + C(2)*DCPOMM + C(3)*DCPOM1P + C(4)*DCPOM1M + C(5)*DMGSC1P + C(6)*DMGSC1M + C(7)*RESCOINTP + C(8)*RESCOINTM$$

DCPOMP dan DCPOMM adalah *difference* dari harga CPO Medan positif (P) dan negatif (M) secara berurutan (*respectively*) pada periode t. DCPOM1P dan DCPOM1M adalah *difference* harga CPO Medan positif dan negatif pada periode t-1 secara berurutan. DMGSC1P dan DMGSC1M adalah *difference* pergerakan harga Minyak Goreng Curah positif dan negatif secara berurutan. Pembentukan variabel positif dan negatif untuk seluruh variabel independen termasuk RESCOINTP dan RESCOINTM adalah dengan menghilangkan pergerakan harga negatif untuk memperoleh variabel pergerakan harga positif dan sebaliknya

<sup>32</sup> Hasil pengujian kointegrasi dapat dilihat pada lampiran

<sup>33</sup> Hasil pengujian kointegrasi untuk variabel CPOM-MGSK dan MGSC-MGSK dapat dilihat pada lampiran

<sup>34</sup> Harga CPO FOB Belawan digunakan juga sebagai pendekatan untuk mencerminkan harga CPO di pasar domestik. Hal ini dikarenakan tim tidak mendapatkan data yang cukup dari harga lelang CPO di pasar domestik untuk series data dimaksud



menghilangkan harga positif untuk memperoleh variabel pergerakan harga negatif.

Hasil pemodelan persamaan ECM simetrik adalah sebagai berikut:

$$D(MGSC) = 0.0295363946179 * D(CPOM) + 0.027025988028 * D(CPOM(-1)) + 0.213790871647 * D(MGSC(-1)) - 0.0153018123622 * RESCOINT$$

Variabel Dependen: D(MGSC)

Variable	Coefficient	Std. Error	Prob.
D(CPOM)	0.029536	0.012118	0.0151
D(CPOM(-1))	0.027026	0.011846	0.0229
D(MGSC(-1))	0.213791	0.041362	0.0000
RESCOINT	-0.015302	0.003097	0.0000
R-squared	0.150313		
Adjusted R-squared	0.145918		
Durbin-Watson stat	2.144534		

Sedangkan hasil pemodelan dengan menggunakan persamaan asimetrik yang diturunkan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

$$DMGSC = 0.048981 * DCPOMP + 0.027148 * DCPOMM + 0.051517 * DCPOM1P + 0.030960 * DCPOM1M + 0.088228 * DMGSC1P + 0.605052 * DMGSC1M - 0.020696 * RESCOINTP - 0.057648 * RESCOINTM$$

Dependent Variable: DMGSC

Method: Least Squares

Sample(adjusted): 1/04/2006 3/31/2009

Included observations: 839

Excluded observations: 6 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DCPOMP	0.048981	0.034728	1.410412	0.1588
DCPOMM	0.027148	0.038170	0.711231	0.4771
DCPOM1P	-0.051517	0.037989	-1.356095	0.1754
DCPOM1M	0.030960	0.035295	0.877193	0.3806
DMGSC1P	-0.088228	0.041683	-2.116626	0.0346
DMGSC1M	-0.605052	0.051469	-11.75561	0.0000
RESCOINTP	-0.020696	0.008583	-2.411320	0.0161
RESCOINTM	-0.057648	0.007854	-7.340109	0.0000
R-squared	0.202176	Mean dependent var		4.446758
Adjusted R-squared	0.195455	S.D. dependent var		152.7331
S.E. of regression	136.9961	Akaike info criterion		12.68727
Sum squared resid	15596151	Schwarz criterion		12.73239
Log likelihood	-5314.310	Durbin-Watson stat		2.053854

Spesifikasi model ECM baik yang simetrik maupun asimetrik merupakan model yang valid dilihat dari nilai Error Correction Term (ECT) yaitu variabel RESCOINT pada persamaan simetrik dan RESCOINTP dan RESCOINTM pada persamaan asimetrik yang bernilai

negatif dan signifikan. Untuk melihat kesimetrisan pergerakan harga CPOM dan MGSC dilakukan uji koefisien Wald dengan restriksi  $DCPOMP = DCPOMM$ ,  $DCPOM1P = DCPOM1M$ ,  $DMGSC1P = DMGSC1M$ , serta  $RESCOINTP = RESCOINTM$ .

Selanjutnya, dilakukan uji Wald Test dengan hasil sebagaimana ditunjukkan sebagai berikut:

Wald Test:  
Equation: ASIMETRIK1

Test Statistic	Value	df	Probability
F-statistic	1.170871	(2, 831)	0.3106
Chi-square	2.341742	2	0.3101

Dari hasil diatas dapat diartikan bahwa menolak  $H_0$  dimana terdapat keasimetrisan pada harga CPO.

Wald Test:  
Equation: ASIMETRIK1

Test Statistic	Value	df	Probability
F-statistic	33.31950	(2, 831)	0.0000
Chi-square	66.63899	2	0.0000

Dari hasil diatas dapat kita diartikan bahwa menerima  $H_0$  dimana menunjukkan **tidak simetrisnya** harga minyak goreng curah.

### 5.3.3. Kinerja Pasar

Dengan mencermati perbandingan margin antara input CPO dengan output MGS pada dua pasar yang berbeda (Indonesia dan Malaysia) mengindikasikan kinerja industri MGS di Indonesia lebih tidak efisien dibandingkan dengan industri MGS di Malaysia.

Ketika terjadi kenaikan harga input, perusahaan MGS di Indonesia cenderung menggunakan informasi pasar pergerakan harga input (CPO) internasional dalam menetapkan harga jual MGS di pasar domestik, atau dapat dikatakan melakukan *conscious parallelisme*.

Namun ketika terjadi penurunan harga input, perusahaan MGS Indonesia relatif tidak seketika merespon dengan cepat. Hal ini mengindikasikan adanya informasi yang asimetris.

Upaya stabilisasi harga minyak goreng dapat dilakukan secara tidak langsung dengan mendorong iklim kompetisi (mencegah dan meminimalisir praktek-praktek *conscious paralelisme* atau sekadar masif

mengikuti pergerakan harga pasar dunia) dalam perdagangan CPO di pasar domestik. Oleh sebab itu pemerintah perlu membenahi kelembagaan pasar input CPO di pasar domestik melalui kebijakan revitalisasi bursa berjangka komoditi di pasar domestik. Di samping itu, guna lebih mendorong peningkatan efisiensi industri minyak goreng sawit, pemerintah perlu memfasilitasi kebijakan yang mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan utilisasi kapasitas pabrik terpasangnya secara progresif sekaligus meningkatkan daya saing produk turunan CPO di pasar dunia.

Pemerintah perlu memfasilitasi regulasi guna memperbaiki kelembagaan pasar (domestik), sehingga meminimalisir perilaku conscious parallelisme (dengan selalu mengacu pada harga pasar internasional) dari para produsen input CPO untuk pengolahan MGS. Hal ini memungkinkan untuk dapat dilakukan mengingat Indonesia merupakan produsen utama dan terbesar CPO dunia. Oleh sebab itu, peran bursa berjangka komoditi perlu diefektifkan.

Kondisi adanya informasi yang asimetris pada saat terjadi penurunan harga input (yang relatif tidak berpengaruh terhadap harga output) mengindikasikan adanya market power dari para produsen minyak goreng, khususnya yang terintegrasi dgn perkebunan, yang perlu didalami lebih lanjut.

#### **5.1.3.1. Pergerakan Harga Input (CPO) dan Output (Minyak Goreng)**

##### **5.1.3.1.1. Perdagangan Di Pasar Domestik**

Berikut akan diuraikan analisis pengaruh kenaikan dan penurunan harga CPO terhadap kenaikan dan penurunan harga minyak goreng, baik curah maupun kemasan, di pasar domestik. Untuk menganalisis hal tersebut tim menggunakan pendekatan data harga harian CPO<sup>35</sup> (eks.Medan/FOB) dan harga harian rata-rata nasional, baik minyak goreng curah<sup>36</sup> maupun minyak goreng kemasan<sup>37</sup> ditingkat retail/konsumen selama periode Januari 2006 s/d Maret 2009.

---

<sup>35</sup> Harga harian CPO Medan, Sumber : Bappebti

<sup>36</sup> Harga rata-rata harian minyak goreng curah nasional, Sumber : Departemen Perdagangan

<sup>37</sup> Harga rata-rata harian minyak goreng kemasan nasional, Sumber : Departemen Perdagangan

Pada periodisasi tersebut, kecenderungan pergerakan harga CPO dapat dibagi menjadi tiga periode, yaitu:

1. *Periode Januari 2006 – Maret 2008*

Pada periode ini pergerakan harga CPO menunjukkan adanya trend kenaikan (terjadi peningkatan harga sebesar 204.55% dari Rp 3.930/kg<sup>38</sup> ke Rp 11.969/kg<sup>39</sup>).

2. *Periode Maret – Oktober 2008*

Pada periode ini pergerakan harga CPO menunjukkan trend penurunan yang cukup tajam (terjadi penurunan harga sebesar 63.78% dari Rp 11.969/kg<sup>40</sup> ke Rp 4.365/kg<sup>41</sup>). Dengan kata lain, di bulan Oktober 2008 harga CPO turun mendekati titik harga pada bulan Januari 2006.

3. *Periode Oktober 2008 – Maret 2009*

Pada periode ini harga CPO mulai kembali menunjukkan adanya trend kenaikan, dari Rp 4.365/kg menjadi Rp 6.648/kg<sup>42</sup>. Kenaikan harga tersebut masih terjadi sampai dengan saat ini<sup>43</sup> dan diprediksi kecenderungannya akan terus meningkat.

Kenaikan maupun penurunan harga CPO berdasarkan pembagian tiga periodisasi tersebut, berpengaruh terhadap harga minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan. Untuk melihat tingkat pengaruhnya dari masing-masing kenaikan dan penurunan harga CPO tersebut maka analisisnya akan dibagi menjadi 3 bagian sesuai dengan periodisasi kecenderungan pergerakan harga CPO di atas.

#### **5.1.3.1.1.1. Periode Januari 2006 – Maret 2008**

Pada periode Januari 2006 s/d Maret 2008 pergerakan harga minyak goreng, baik curah maupun kemasan, berkorelasi positif dengan pergerakan harga CPO. Hal ini

---

<sup>38</sup> Harga CPO Medan pada 2 Januari 2006, sumber : Bappebti

<sup>39</sup> Harga CPO Medan pada 4 Maret 2008, sumber : Bappebti

<sup>40</sup> Harga CPO Medan pada 4 Maret 2008, sumber : Bappebti

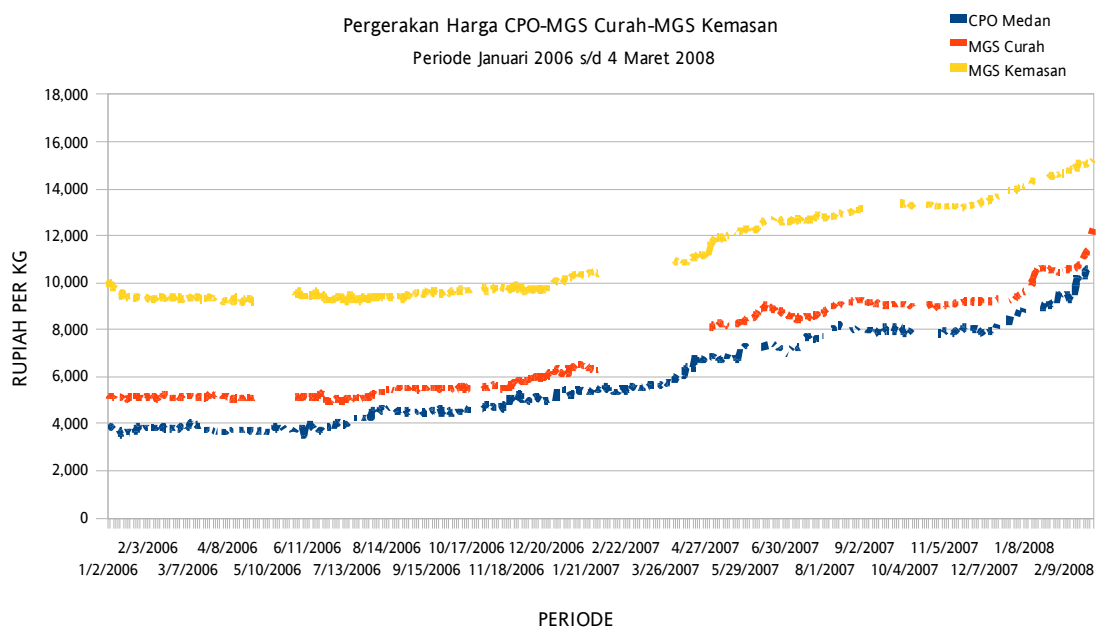
<sup>41</sup> Harga CPO Medan pada 22 Oktober 2008, sumber : Bappebti

<sup>42</sup> Harga CPO Medan pada 31 Maret 2009, sumber : Bappebti

<sup>43</sup> Harga CPO Medan pada 14 Mei 2009 adalah Rp 8.568/kg, sumber : Bappebti

dapat ditunjukkan dengan mencermati hasil uji korelasinya. Korelasi antara CPO dengan minyak goreng curah menginformasikan nilai sebesar 0.9980 sedangkan korelasi antara CPO dengan minyak goreng kemasan senilai 0.8665. Nilai korelasi antara CPO dengan minyak goreng kemasan lebih rendah daripada nilai korelasi antara CPO dengan minyak goreng curah, namun secara umum nilai-nilai korelasi tersebut dapat dikategorisasikan sebagai tingkat hubungan ataupun korelasi yang sangat kuat.

**Grafik 5.**



Sumber: Depdag, Bapebti, diolah

Margin (selisih) harga baik antara CPO dengan minyak goreng curah maupun CPO dengan minyak goreng kemasan, pada periode Januari 2006 s/d Maret 2008, relatif stabil dengan selisih harga rata-rata sebesar Rp 1.297/kg (antara CPO dengan minyak goreng curah) dan sebesar Rp 5.220/kg (antara CPO dengan minyak goreng kemasan).

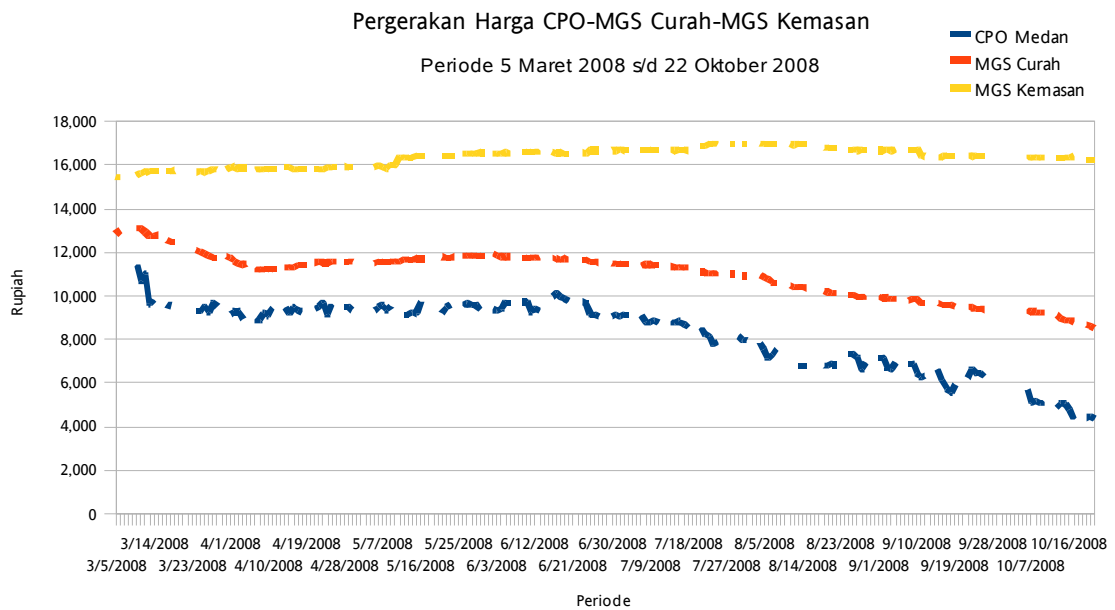
**Tabel 8.**  
**Rata-rata Selisih Harga CPO-Minyak Goreng Curah-Minyak Goreng Kemasan Pada Periode Januari 2006 s/d 4 Maret 2008**

Periode Januari 2006 s/d 4 Maret 2008			
	Rerata Harga (Rp per Kg)	Rata-rata Margin (selisih) terhadap INPUT	Rata-rata Margin (selisih) MGS Kemasan dan MGS Curah
Input (CPO)	5,735		
MGS Curah	7,032	1,297	3,923
MGS Kemasan	10,955	5,220	

### 5.1.3.1.1.2. Periode Maret – Oktober 2008

Ketika harga input (CPO) menunjukkan kecenderungan pergerakan menurun, pergerakan harga rata-rata MGS Curah dan MGS Kemasan menunjukkan respon yang relatif berbeda. Hal ini setidaknya dapat ditunjukkan dengan data pergerakan harga CPO dan harga minyak goreng sawit di pasar domestik pada kurun waktu 5 Maret 2008 s/d 22 Oktober 2008 berikut ini:

Grafik 6.



Sumber: Depdag, Bapebti, diolah

Harga minyak goreng curah menunjukkan respon yang positif terhadap penurunan harga CPO yang dapat ditunjukkan dari nilai korelasinya yang tinggi, yaitu sebesar 0.9677.

Meskipun demikian penurunan harga minyak goreng curah yang diakibatkan karena penurunan harga input bahan baku CPO relatif belum proporsional. Hal ini dapat dijelaskan melalui pendekatan struktur biaya produksi pengolahan minyak goreng, dimana proporsi biaya input bahan baku CPO mengambil porsi yang sangat besar yaitu sebesar 80% dari total biaya. Dengan demikian apabila dalam periode Maret-Oktober 2008 terjadi penurunan harga CPO sebesar 63.78%, dalam kondisi normal seharusnya porsi penurunan harga minyak goreng curah

dapat turun sebesar 51.02% (kenyataannya minyak goreng curah hanya mengalami penurunan sebesar 31.38%).

Tidak proporsionalnya penurunan harga minyak goreng curah terhadap harga CPO juga dapat dijelaskan melalui *Grafik-2* yang menggambarkan bahwa selisih harga antara CPO dengan minyak goreng curah pada periode Maret – Oktober 2008 lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya. Rata-rata selisih harga CPO dengan minyak goreng curah pada periode tersebut sebesar Rp 2.778/kg, padahal pada periode sebelumnya hanya sebesar Rp 1.297/kg.

**Tabel 9.**  
Rata-rata Selisih Harga CPO-Minyak Goreng Curah-Minyak Goreng Kemasan Pada Periode 5 Maret 2008 s/d 22 Oktober 2008

Periode 5 Maret 2008 s/d 22 Oktober 2008			
	Rerata Harga (Rp per Kg)	Rata-rata Margin (selisih) terhadap INPUT	Rata-rata Margin (selisih) MGS Kemasan dan MGS Curah
Input (CPO)	8,299		
MGS Curah	11,077	2,778	
MGS Kemasan	16,347	8,048	5,270

Sementara itu, pada periode yang sama pergerakan harga CPO dengan minyak goreng kemasan menunjukkan nilai korelasi yang negatif (-0.3480). *Grafik-1* menggambarkan bahwa ketika terjadi penurunan harga CPO, harga minyak goreng kemasan justru mengalami kenaikan sebesar 5.6% dari Rp 15.257/kg<sup>44</sup> ke Rp 16.159/kg<sup>45</sup>. Terjadinya peningkatan harga minyak goreng kemasan di satu sisi, dan penurunan harga CPO pada periode yang relatif bersamaan mengakibatkan selisih harga (yang juga relatif menggambarkan margin) diantara keduanya semakin melebar sebagaimana ditunjukkan dalam *grafik-2*. Pada periode Maret–Oktober 2008, selisih harga CPO dengan minyak goreng kemasan meningkat 62.33% dibandingkan periode sebelumnya, dengan selisih rata-rata sebesar Rp 8.100/kg (padahal sebelumnya hanya sebesar Rp 4.990/kg).

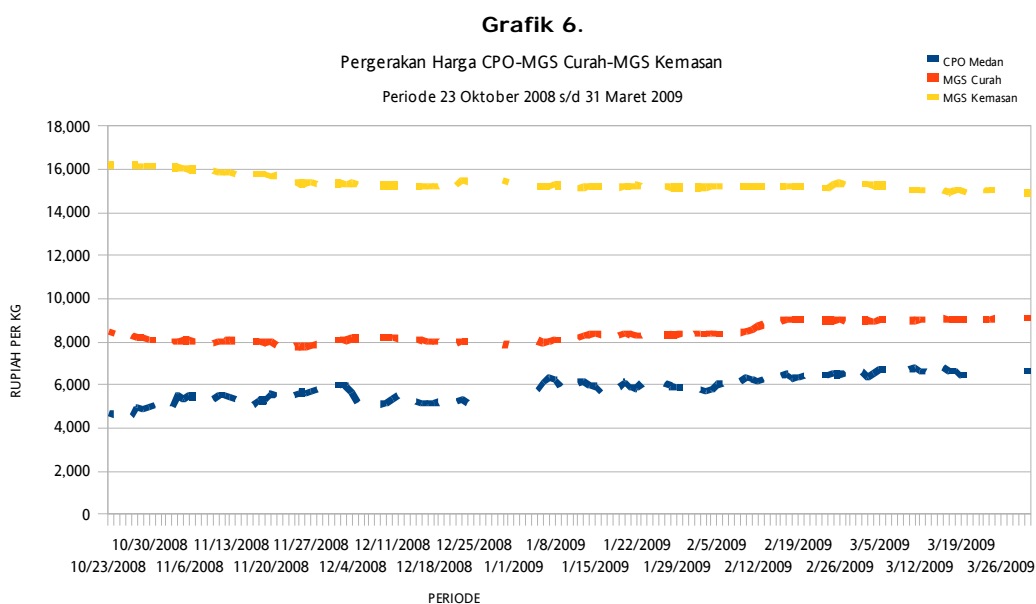
<sup>44</sup> Harga Rata-Rata Minyak Goreng Kemasan Nasional pada 4 Maret 2008, sumber : Departemen Perdagangan

<sup>45</sup> Harga Rata-Rata Minyak Goreng Kemasan Nasional pada 23 Oktober 2008, sumber : Departemen Perdagangan

Fenomena tidak proporsionalnya penurunan harga minyak goreng curah akibat penurunan harga input CPO serta tidak responsifnya harga minyak goreng kemasan ketika terjadi penurunan harga input CPO menggambarkan karakteristik pasar yang menarik.

### 5.1.3.1.1.3. Periode Oktober 2008 – Maret 2009

Setelah harga input (CPO) menyentuh titik terendahnya pada tanggal 22 Oktober 2008, selanjutnya harga input (CPO) kembali menunjukkan kecenderungan naik. Pergerakan harga rata-rata MGS Curah dan MGS Kemasan pada saat harga input (CPO) kembali naik dapat ditunjukkan melalui grafik berikut:



Sumber: Depdag, Bapebti, diolah

Per 23 Oktober 2008 sampai dengan 31 Maret 2009 harga CPO berkecenderungan kembali bergerak naik, yaitu dari Rp 4.365/kg<sup>46</sup> menjadi Rp 6.648/kg<sup>47</sup> atau naik sebesar 52.30%. Kenaikan harga CPO, pada satu sisi mengakibatkan kenaikan harga minyak goreng curah sebesar 47.96%. Namun pada sisi yang lain harga minyak goreng kemasan justru mengalami penurunan sebesar 8.50% (lihat *grafik-1*). Dengan kata lain, pada periode ini harga minyak goreng curah berkorelasi positif (0.7736)

<sup>46</sup> Harga CPO Medan pada 22 Oktober 2008, sumber : Bappebti

<sup>47</sup> Harga CPO Medan pada 31 Maret 2009, sumber : Bappebti



terhadap penurunan harga CPO dan harga minyak goreng kemasan berkorelasi negatif (-0.7220) terhadap penurunan harga CPO.

Namun demikian apabila dicermati dari selisih harga CPO dengan harga minyak goreng kemasan justru menunjukkan angka yang lebih besar dibandingkan dengan periode sebelumnya. Jika pada periode sebelumnya, rata-rata selisih harga CPO dengan minyak goreng kemasan sebesar Rp 8.048/kg<sup>48</sup> maka pada periode saat ini selisih harga tersebut naik menjadi Rp 9.497/kg<sup>49</sup> (meningkat 17,63% dari periode sebelumnya). Sedangkan rata-rata selisih harga CPO dengan harga minyak goreng curah pada periode ini adalah Rp 2.543/kg atau turun 5.62% dari rata-rata selisih harga pada periode sebelumnya.

**Tabel 10.**  
**Rata-rata Selisih Harga CPO-Minyak Goreng Curah-Minyak Goreng Kemasan Pada Periode 23 Oktober 2008 s/d 31 Maret 2009**

Periode 23 Oktober 2008 s/d 31 Maret 2009			
	Rerata Harga (Rp per Kg)	Rata-rata Margin (selisih) terhadap INPUT	Rata-rata Margin (selisih) MGS Kemasan dan MGS Curah
Input (CPO)	5,855		
MGS Curah	8,398	2,543	
MGS Kemasan	15,352	9,497	6,954

Berdasarkan uraian analisis data sebagaimana dikemukakan tersebut diatas, menunjukkan adanya *market power* dari produsen minyak goreng, baik yang memproduksi kemasan maupun curah (meskipun dengan tingkat *market power* yang berbeda, dimana *market power* produsen kemasan lebih besar dibandingkan dengan produsen curah).

#### 5.1.3.1.2. Perdagangan Di Pasar Malaysia (Best Practice)

Bagaimanakah kecenderungan pergerakan harga input (CPO) dan minyak goreng curah (olein) di negara produsen CPO lain seperti Malaysia? Pertanyaan tersebut akan dijelaskan berdasarkan pendekatan data series yang sama dan pembagian 3 periodisasi (yaitu ketika kecenderungan harga CPO naik, harga input CPO mengalami kecenderungan turun dan periode kembali naiknya

<sup>48</sup> Rata-rata selisih harga CPO-minyak goreng kemasan pada periode Maret – Oktober 2008

<sup>49</sup> Rata-rata selisih harga CPO-minyak goreng kemasan pada periode Oktober 2008 – Maret 2009

harga CPO) pada rentang waktu 2006 s/d 2008. Berdasarkan data series tersebut, maka performance pergerakan harga input CPO dan harga output olein/minyak goreng curah di pasar Malaysia menginformasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Pada rentang periode Januari 2006 s/d Maret 2008 rata-rata selisih antara harga output dengan harga input sebesar RM 125.13 per ton atau equivalen sebesar Rp 327 per kg (nilai rata-rata kurs periode tersebut: RM 1,- = Rp 2.616,22).
2. Pada rentang waktu periodisasi Maret 2008 s/d Oktober 2008 rata-rata selisih antara harga output dengan harga input sebesar RM 343.73 per ton atau equivalen sebesar Rp 976,- per kg (nilai rata-rata kurs periode tersebut: RM 1,- = Rp 2.840,39). Apabila dibandingkan dengan periode Januari 2006 s/d Maret 2008 selisih rata-rata antara harga input (CPO) dengan output (olein) mengalami kenaikan sebesar 174.70%.
3. Pada rentang waktu periodisasi Oktober 2008 s/d Maret 2009 rata-rata selisih antara harga output dengan harga input sebesar RM 219.36 per ton atau equivalen sebesar Rp 705,- per kg (nilai rata-rata kurs periode tersebut: RM 1,- = Rp 3.212,61). Dengan demikian apabila dibandingkan dengan periode Maret s/d Oktober 2008, selisih rata-rata antara harga input (CPO) dengan output (Olein) mengalami penurunan sebesar 36.18%.

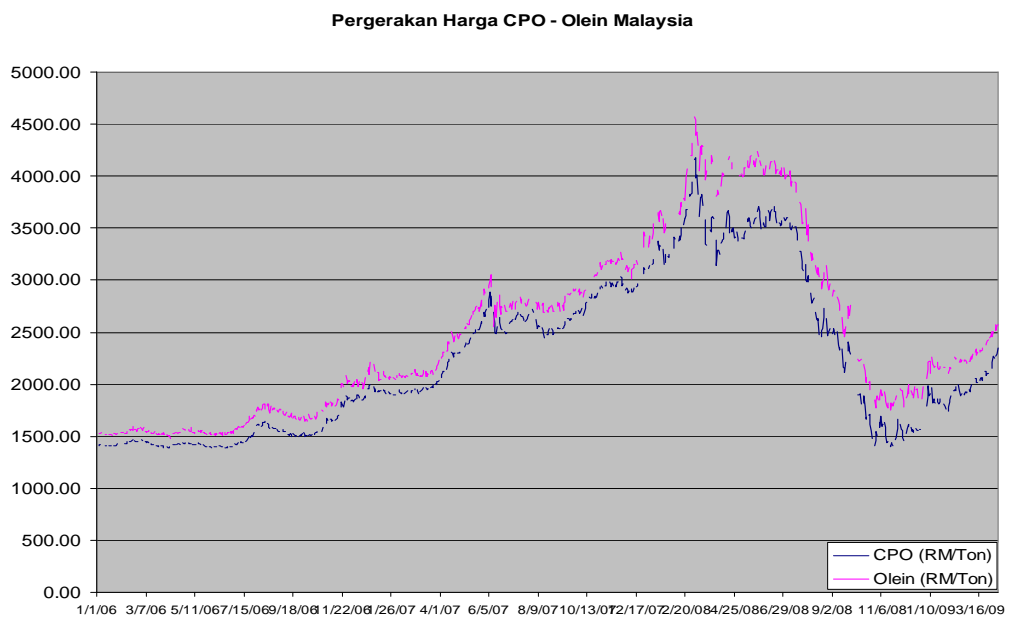
Mencermati informasi tersebut di atas, maka secara garis besar perbandingan pergerakan harga input dengan harga output yang terjadi antara pasar domestik dengan pasar Malaysia dapat diuraikan secara nominal *spread* ataupun selisih harga antara input (CPO) dengan harga output berupa minyak goreng curah/olein pada pasar domestik dibandingkan yang terjadi di pasar Malaysia relatif besar. Nilai selisih harga input (CPO) dengan harga output (Olein) di pasar Malaysia jauh lebih kecil dibandingkan dengan selisih harga input (CPO) dengan harga output (minyak goreng curah) di pasar domestik.

Tabel 11.

Selisih Rata-rata Harga Input (CPO) dengan harga output (Olein/Minyak goreng Curah) di Pasar Domestik v.s di Pasar Malaysia			
	Periode-1 Jan 2006 s/d Maret 2008	Periode-2 Maret s/d Oktober 2008	Periode-3 Okt 2008 s/d Maret 2009
Kurs RM Rata-rata*)	Rp 2.616,22	Rp 2.840,39	Rp 3.212,61
Domestik	Rp 1.088,- per kg	Rp 2.704,- per kg	Rp 2.552,- per kg
Malaysia	Rp 327,- per kg	Rp 976,- per kg	Rp 705,- per kg
Selisih	Rp 761,- per kg	Rp 1.728,- per kg	Rp 1.847,- per kg

Sumber: berbagai sumber, diolah

Grafik 8.  
Pergerakan Harga CPO – Olein Malaysia  
Periode Januari 2006 s/d Maret 2009



Sumber: MPOB

## 5.2 Analisis Kebijakan Stabilisasi Harga

### 5.3.1. Intervensi Kebijakan Pada Sisi Input (CPO)

#### 5.2.1.1. Kebijakan Domestic Market Obligation (DMO)

Mencermati implementasi dan efektifitas kebijakan DMO atas input CPO untuk industri pengolahan minyak goreng sawit domestik, menunjukkan bahwa dalam pelaksanaannya komitmen-komitmen perusahaan-perusahaan dalam memenuhi alokasi pasokan yang ditetapkan dalam DMO tidak terealisasi sepenuhnya. Hal ini dapat ditunjukkan dari keterangan yang disampaikan oleh Bambang Dradjat, yaitu salah seorang peneliti dari Departemen Pertanian, kepada tim bahwa pada bulan Mei 2007 hanya terealisasi 59% (dari komitmen DMO CPO berjumlah 97.525 ton), sedangkan sampai dengan 14 Juni

hanya terealisasi 10% (dari komitmen Juni dan *carry over* bulan Mei sebesar 142.781 ton). Sampai waktu tersebut kebijakan DMO tidak berlanjut.

#### **5.2.1.2. Kebijakan Pajak Ekspor (PE)**

Kebijakan Pajak Ekspor yang progresif merupakan kebijakan yang diatas kertas efektif untuk menghambat laju ekportasi CPO ke luar negeri melalui penambahan beban pajak yang harus ditanggung eksportir ketika harga CPO menyentuh harga jual tertentu. Potensi terjadinya penurunan devisa akibat menurunnya laju eksportasi CPO diharapkan dapat terkompensasi dari perolehan besaran pajak ekspor yang dikenakan. Dalam implementasinya, kebijakan tersebut menimbulkan permasalahan yang tidak menguntungkan kepentingan pekebun kelapa sawit karena peningkatan beban PE secara langsung akan ditransfer produsen CPO kepada pekebun melalui penurunan harga beli TBS yang diproduksi pekebun. Pengenaan PE progresif justru semakin memicu terjadinya kenaikan harga CPO di pasar dunia akibat berkurangnya pasokan CPO (mengingat saat ini Indonesia merupakan produsen CPO dan eksportir terbesar dunia).

Kebijakan PE progresif bukan merupakan kebijakan yang tepat untuk mengatasi permasalahan fluktuasi harga CPO guna menjamin stabilisasi harga bahan baku (input DPO) bagi industri pengolahan minyak goreng. PE progresif lebih merupakan alternatif kebijakan Pemerintah dalam memanfaatkan kecenderungan tingginya harga CPO dunia sehingga lebih banyak berkontribusi lagi bagi pendapatan negara.

### **5.3.2. Intervensi Kebijakan Pada Sisi Output (Minyak Goreng)**

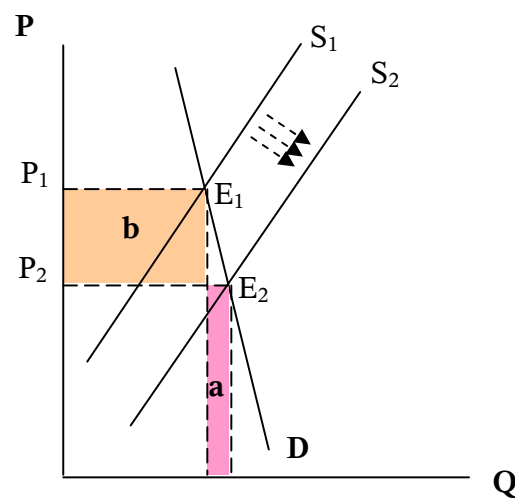
#### **5.2.2.1. Kebijakan PPN-DTP Terhadap Stabilisasi Harga**

Dengan ditanggungnya beban pajak pertambahan nilai oleh pemerintah, diharapkan dapat mendorong harga penjualan minyak goreng pada level yang lebih rendah. Asumsi inilah yang mendasari pemerintah untuk menggunakan *tools* PPN-DTP guna meredam gejala kenaikan harga minyak goreng di pasar domestik.

Akan tetapi jika dilihat dari pendekatan supply-demand produk minyak goreng, kebijakan PPN-DTP nampaknya menjadi kurang efektif dalam

upaya stabilisasi harga minyak goreng. Pada satu sisi, hal ini dikarenakan produk minyak goreng merupakan salah satu bahan pokok bagi masyarakat, sehingga memiliki karakteristik permintaan yang bersifat inelastis. Pada sisi yang lain, PPN-DTP bukan merupakan variabel biaya langsung yang berpengaruh terhadap biaya produksi minyak goreng melainkan hanya merupakan variabel biaya paska produksi, sehingga penghapusan PPN-DTP tidak berdampak pada pergeseran kurva supply.

Gambar 5.  
 Simulasi Dampak Kebijakan PPN DTP  
 Terhadap Keseimbangan Kurva Supply-Demand



Keterangan: Karakteristik permintaan minyak goreng bersifat inelastik dapat digambarkan dengan kurva D yang relatif curam. Pengaruh pajak akan mengakibatkan kurva *supply* mengalami pergeseran. Kurva S1 menggambarkan kondisi penawaran ketika pemerintah menerapkan pajak sebesar T. Dalam hal penghapusan pajak sebesar T, kurva supply akan bergeser ke kanan yaitu dari S1 ke S2, sehingga harga (penjualan minyak goreng) pun akan bergerak dari P1 ke P2. Namun dengan memahami karakteristik permintaan minyak goreng yang inelastik, pengaruh penghapusan pajak relatif tidak akan mendorong pergerakan harga ke titik P2. Hal ini dapat terjadi karena implikasi penurunan pajak hanya memberikan potensi tambahan *revenue* sebesar luasan 'a' dengan kehilangan potensi revenue sebesar luasan 'b'. Secara logis pelaku usaha hanya akan mempertukarkan dua alternatif yang minimal sama-sama menguntungkan. Oleh sebab itu, ketika pemerintah berkebijakan untuk menghapuskan pajak (misalnya dengan Progran PPn-DTP pada minyak goreng curah) maka harga produk tersebut akan turun minimal sebesar nilai pajak yang dikenakan. Dengan terjadinya penurunan harga maka secara

teoritis jumlah output yang dimintapun akan bertambah. Namun seiring dengan potensi bertambahnya jumlah output yang diminta, pelaku usaha tidak serta merta akan menambah produksinya untuk kemudian dijual ke pasar. Mereka akan meningkatkan produksinya jika dan hanya jika nilai tambahan revenue yang akan mereka peroleh lebih besar daripada nilai tambahan revenue sebelumnya (ketika masih dikenakan pajak).

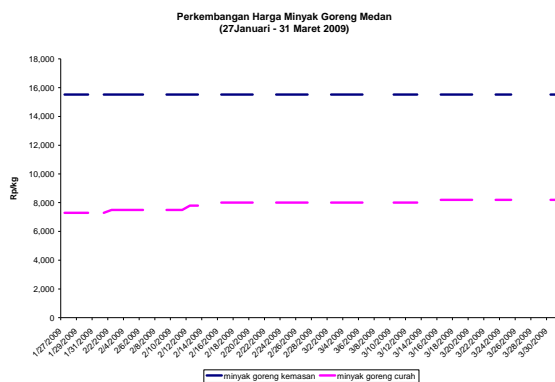
Secara lebih lugas dapat dikatakan bahwa program PPN-DTP minyak goreng yang mulai diterapkan pemerintah sejak tahun 2007 relatif tidak mempengaruhi pergerakan harga minyak goreng di pasar domestik.

### 5.2.2.2. Kebijakan Minyakita Terhadap Stabilisasi Harga

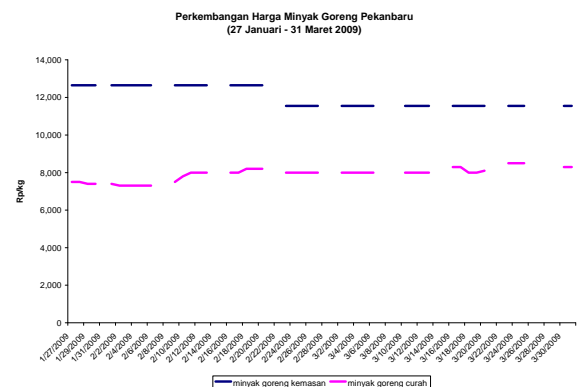
Efektifitas pelaksanaan program minyakita dalam upaya melakukan stabilisasi harga minyak goreng dapat dilihat dengan menggunakan pendekatan pergerakan harga minyak goreng di pasar domestik setelah dilakukannya pendistribusian minyakita (28 Januari 2009) s/d Maret 2009, terutama di 6 wilayah kota yaitu Medan, Pekanbaru, Jakarta, Bandung, Semarang, dan Manado. Berikut adalah perkembangan harga di kota-kota tersebut pasca peluncuran minyakita.

**Grafik 9.**  
Pengaruh Kebijakan Minyakita Terhadap Pergerakan Harga Minyak Goreng di 6 Kota Besar

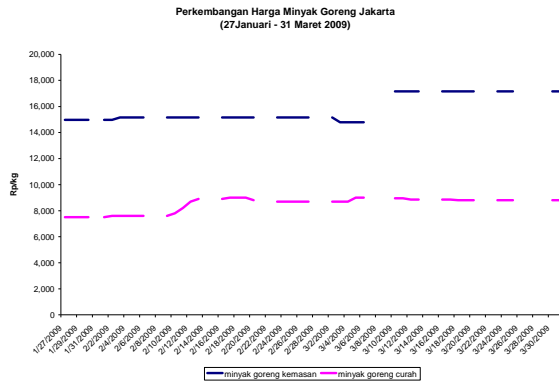
#### Medan



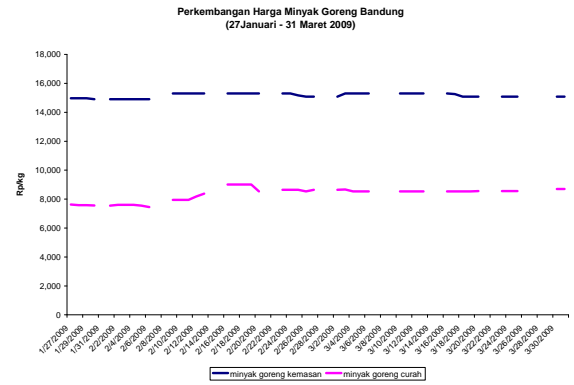
#### Pekanbaru



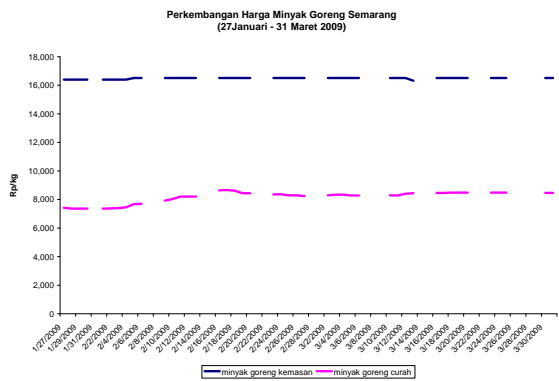
## Jakarta



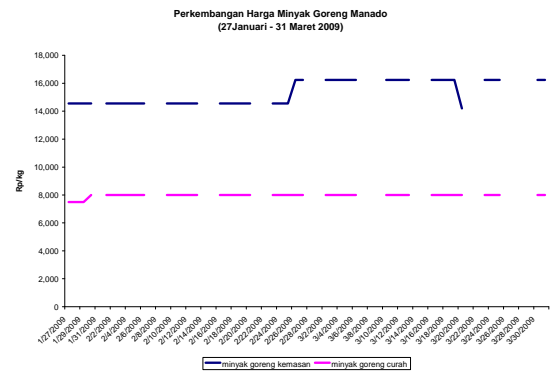
## Bandung



## Semarang



## Manado



Sumber : Departemen Perdagangan, diolah (satuan Rp/kg)

Berdasarkan tabel - tabel di atas dapat dilihat bahwa pasca peluncuran minyak kita pada tanggal 28 Januari 2009, harga minyak goreng di dalam negeri tidak mengalami penurunan, bahkan untuk minyak goreng curah justru mengalami kenaikan harga. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tujuan program minyak kita untuk stabilisasi harga minyak goreng di pasar dalam negeri belum tercapai.

### 5.3 Analisis Dampak Persaingan

Dari hasil evaluasi awal tim ditemukan beberapa pasal dalam Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 dan Permenkeu 231/PMK.011/2008 yang memenuhi beberapa poin dalam *checklist competition assessment* di atas. Hasil evaluasi tahap awal tim terhadap regulasi Program Minyak Kita adalah sebagai berikut.

#### 5.3.1. Membatasi Jumlah Atau Lingkup Pemasok

No	Checklist Competition Assessment	Ya/ Tidak	Pasal Terkait
1.	Memberikan hak eksklusif kepada satu pemasok untuk menyediakan barang atau jasa	X	

No	Checklist Competition Assessment	Ya/ Tidak	Pasal Terkait
2.	Membuat lisensi, ijin atau proses otorisasi sebagai persyaratan operasi	√	<p>Untuk membuat dan memperdagangkan Minyakita, maka produsen diwajibkan untuk :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendaftar ke Departemen Perdagangan <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasal 1 ayat (4) Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009  <i>"Setiap Produsen minyak goreng sawit yang akan menggunakan merek MINYAKITA sebagaimana dimaksud ayat (2) <b>wajib mendaftarkan kepada Departemen Perdagangan</b>"</i></li> <li>2. Pasal 2 ayat (2) Permenkeu No 231/PMK.011/2008  <i>"Minyak Goreng sawit kemasan sederhana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b adalah minyak goreng sawit curah yang dikemas dengan merek MINYAKITA, <b>diproduksi oleh produsen yang didaftarkan di Departemen Perdagangan</b> dengan modal disain dan spesifikasi kemasan yang ditetapkan oleh Menteri Perdagangan"</i></li> </ol> </li> <li>2. Mendapatkan ijin edar dari Badan POM <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasal 2 ayat (2) Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009  <i>"Sebelum menyalurkan minyak goreng sawit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) , <b>produsen wajib mendapatkan ijin edar berupa nomor MD dari Badan Pengawas Obat dan Makanan</b>"</i></li> </ol> </li> <li>3. Mendapatkan standarisasi halal dari MUI<sup>50</sup>, namun <b>tidak diatur secara tertulis dalam Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 dan Permenkeu No 231/PMK.011/2008.</b></li> </ol>
3.	Membatasi kemampuan beberapa jenis pemasok untuk menyediakan barang atau jasa	X	
4.	Secara signifikan menaikkan biaya masuk atau keluar dari pasar oleh pemasok tertentu	X	
5.	Menciptakan halangan geografis bagi kemampuan perusahaan untuk menyediakan barang atau jasa, menginvestasikan modal atau menyediakan tenaga kerja	X	

Dalam Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 dan Permenkeu 231/PMK.011/ 2008 disebutkan bahwa untuk dapat mengikuti program minyakita maka setiap pelaku usaha :

<sup>50</sup> Hasil Diskusi dengan Direktorat Perdagangan Dalam Negeri-Departemen Perdagangan pada 20 April 2009



1. wajib mendaftarkan ke Departemen Perdagangan<sup>51</sup>
2. wajib mendapatkan ijin edar dari Badan POM<sup>52</sup>
3. mendapatkan standarisasi halal dari MUI<sup>53</sup>

Kewajiban memiliki ijin edar dan lisensi halal bagi pelaku usaha tersebut dapat dikaji melalui dua sisi. Di satu sisi, sistem ijin dan lisensi merupakan suatu upaya regulator untuk menyaring pelaku usaha. Melalui sistem ijin dan lisensi tersebut diharapkan hanya pelaku usaha yang memenuhi standar tertentu yang dapat memasuki suatu industri, dan pada akhirnya diharapkan konsumen akan mendapatkan keuntungan berupa produk/jasa yang berkualitas dan harga produk yang kompetitif (upaya perlindungan konsumen). Sementara dari sisi lain, persyaratan ijin dan lisensi seringkali lebih ketat dibandingkan dengan "perlindungan" yang konsumen perlukan. Persyaratan ijin dan lisensi yang tinggi secara substansial justru akan lebih menguntungkan produsen karena mengurangi pendatang baru dan persaingan di industri tersebut.

Untuk program Minyakita, sebagai produk yang akan dikonsumsi oleh masyarakat luas maka persyaratan ijin dan lisensi memang diperlukan dan wajib ditaati oleh para pelaku usaha. Selain itu, kewajiban memiliki ijin edar dan sertifikat halal untuk program Minyakita diberlakukan kepada setiap pelaku usaha (equal atau tidak diskriminatif), sehingga tidak ada pelaku usaha tertentu yang dirugikan atau dihambat dari peraturan tersebut. Dengan demikian, ketentuan tersebut dapat ditoleransi dan relatif tidak menimbulkan dampak negatif terhadap persaingan pada industri tersebut.

### 5.3.2. Membatasi Kemampuan Pemasok Untuk Bersaing

No	Checklist Competition Assessment	Ya/ Tidak	Pasal Terkait
1	Mengendalikan atau secara substansial mempengaruhi harga barang atau jasa	X	
2	Membatasi kebebasan pemasok untuk mengiklankan atau	X	

<sup>51</sup> Diatur dalam Pasal 1 ayat (4) Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 dan Pasal 2 ayat (2) Permenkeu No 231/PMK.011/2008

<sup>52</sup> Diatur dalam Pasal 2 ayat (2) Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009

<sup>53</sup> Hasil Diskusi dengan Direktorat Perdagangan Dalam Negeri-Departemen Perdagangan pada 20 April 2009

No	Checklist Competition Assessment	Ya/ Tidak	Pasal Terkait
	memasarkan barang atau jasa		
3	Menentukan standar mutu produk yang memberikan suatu keuntungan bagi beberapa pemasok atau di atas tingkat yang akan dipilih oleh konsumen yang berwawasan luas	√	Standar Mutu Produk Minyakita 1. Standarisasi untuk minyak goreng Pemerintah hanya menetapkan bahwa minyakita merupakan minyak goreng curah <sup>54</sup> . Pemerintah <b>belum menetapkan standar kualitas (SNI) minyakita</b> dan saat ini produsen dihimbau untuk mengikuti standar kualitas SNI yang sudah ada. 2. Standarisasi untuk kemasan Pasal 1 ayat (3) Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 <i>"Disain dan spesifikasi kemasan minyak goreng sawit sederhana dengan menggunakan merek MINYAKITA, sebagaimana tercantum dalam Lampiran Peraturan Menteri ini"</i> Pasal 2 ayat (2) Permenkeu No 231/PMK.011/2008 <i>"Minyak Goreng sawit kemasan sederhana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b adalah minyak goreng sawit curah yang dikemas dengan merek MINYAKITA, diproduksi oleh produsen yang didaftarkan di Departemen Perdagangan dengan modal disain dan spesifikasi kemasan yang ditetapkan oleh Menteri Perdagangan"</i>
4	Secara signifikan menaikkan biaya produksi bagi beberapa pemasok (khususnya dengan memperlakukan pelaku usaha lama dengan cara yang berbeda dari pendatang baru)	X	

Untuk produk Minyakita, pemerintah menetapkan 2 (dua) standar kualitas<sup>55</sup> yang wajib dipenuhi oleh produsen minyak goreng, yaitu :

1. standar kualitas untuk minyak goreng, serta
2. standar kualitas untuk kemasan.

Dalam Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009 sebenarnya hanya mengatur mengenai standar desain dan spesifikasi kemasan<sup>56</sup>, sedangkan untuk standar minyak goreng tidak ada pasal yang mengaturnya. Akan tetapi berdasarkan hasil klarifikasi dengan Departemen Perdagangan,

<sup>54</sup> Diatur dalam Pasal 1 ayat (1) Permendag No 02/M-DAG/PER/1/2009

<sup>55</sup> Hasil Diskusi dengan Direktorat Perdagangan Dalam Negeri-Departemen Perdagangan pada 20 April 2009

<sup>56</sup> Spesifikasi kemasan Minyakita tidak secara eksplisit ditentukan dalam Permendag No 02/M-DAG/PER/1/ 2009. Dari hasil diskusi dengan Departemen Perdagangan diketahui bahwa spesifikasi yang digunakan sebagai bahan plastik Minyakita adalah *poly ethelene (Mono Layer)*

pemerintah menghimbau produsen minyakita untuk memproduksi minyak goreng yang sesuai dengan standar minyak goreng yang ada, yaitu SNI 01-3741-2002.

Standar kualitas minimal umumnya ditentukan untuk mencapai sasaran perlindungan konsumen dalam pasar yang gagal karena adanya ketimpangan informasi. Akan tetapi, apabila standar kualitas yang ditentukan terlalu tinggi dikhawatirkan standar tersebut hanya akan mengurangi kesejahteraan konsumen, karena konsumen yang berdaya kemampuan rendah tidak memiliki pilihan produk yang lebih murah dengan kualitas yang lebih rendah. Selain itu, standar kualitas yang terlalu tinggi dari praktek pasar yang ada juga berpotensi menjadi *barrier* bagi pelaku usaha karena pelaku usaha menganggap standar tersebut terlalu sulit dan tidak mungkin untuk dicapai. Namun pada kebijakan program MINYAKITA, standarisasi yang diatur hanya mengenai desain dan spesifikasi kemasannya dan tidak diperlakukan secara diskriminatif, sehingga relatif tidak menimbulkan permasalahan persaingan yang tidak sehat.

### 5.3.3. Mengurangi Dorongan Pemasok Untuk Bersaing Secara Ketat

No	Checklist Competition Assessment	Ya/ Tidak	Pasal Terkait
1.	Menciptakan suatu rezim swa-regulasi atau regulasi bersama	X	
2.	Mensyaratkan atau meminta informasi mengenai output, harga, penjualan atau biaya pemasok untuk kepentingan publikasi	X	
3.	Membebaskan aktifitas industri atau kelompok pemasok tertentu dari pelaksanaan hukum persaingan umum	X	
4.	Mengurangi mobilitas konsumen di antara pemasok barang atau jasa dengan meningkatkan biaya eksplisit maupun implisit untuk pindah pemasok	X	

Berdasarkan analisis awal tersebut diketahui bahwa secara substansial kebijakan minyakita tidak bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat. Meskipun pemerintah memberikan persyaratan ijin edar,

sertifikasi halal, dan standar kualitas yang perlu dipenuhi oleh produsen minyak goreng, namun tim memandang persyaratan-persyaratan bahwa persyaratan tersebut merupakan suatu hal yang wajar khususnya jika dikaitkan dengan produk Minyakita yang merupakan produk pangan dan perlu dijaminan tingkat keamanannya. Dengan demikian, analisis tidak perlu dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 6.1. Kesimpulan

1. Struktur pasar industri minyak goreng di Indonesia memiliki karakteristik oligopoli longgar (*loose oligopoly*) yang dapat ditunjukkan dengan mencermati nilai CR4 (42.60%) dan nilai HHI (662,4). Nilai tersebut masih di bawah dari karakteristik pasar dengan struktur oligopoli ketat (*tight oligopoly*) yang dipatok pada nilai HHI di atas 1800 dan konsentrasi di atas 60%.
2. Meskipun struktur pasar memiliki karakteristik oligopoli longgar (mendekati persaingan) namun dengan mencermati data pergerakan harga minyak goreng di tingkat konsumen periode Januari 2006 – Maret 2009, mengindikasikan bahwa harga perdagangan minyak goreng di pasar domestik lebih ditentukan oleh kemampuan perusahaan-perusahaan minyak goreng. Hal ini tercermin dari dua perilaku sebagai berikut :
  1. Pada saat terjadi kenaikan harga CPO di pasar dunia, perusahaan minyak goreng di Indonesia diduga melakukan *conscious parallelisme*, dengan cara menggunakan informasi pasar pergerakan harga input (CPO) internasional dalam menetapkan harga jual minyak goreng di pasar domestik.
  2. Pada saat terjadi penurunan harga CPO di pasar dunia, diduga terjadi *asymetric price transmission*, yang terlihat dari semakin melebarnya selisih antara harga CPO dengan harga minyak goreng.
3. Terkait dengan kinerja industri minyak goreng sawit di Indonesia menunjukkan fakta masih rendahnya utilisasi kapasitas produksi rata-rata masih sebesar 53.97%. Hal ini berpengaruh terhadap tingginya harga jual produk per satuan unitnya. Kondisi ini jauh berbeda dengan kinerja pasar (input CPO dan olein) di Malaysia. Selisih antara input CPO dengan output minyak goreng di Malaysia jauh lebih rendah dibandingkan dengan di Indonesia.
4. Terkait dengan kebijakan stabilisasi harga minyak goreng, intervensi kebijakan dari sisi input CPO melalui kebijakan DMO dan PE Progresif belum mampu mendorong terjadinya penurunan harga minyak goreng di pasar domestik. Hal ini diduga disebabkan oleh karena hampir 70%

industri minyak goreng sawit di Indonesia memiliki karakteristik pola pengusahaan yang terintegrasi secara vertikal. Sehingga kebijakan yang menghambat pemasaran produk pada lini hulu (output berupa CPO) akan dialihkan sebagai beban (bahan baku/input) pada proses produksi berikutnya sehingga akan mempengaruhi kenaikan harga produk pada lini hilir (output berupa minyak goreng). Dengan kata lain, secara kumulatif potensi penurunan margin keuntungan yang ditimbulkan akibat dari implementasi kebijakan pemerintah pada lini produksi hulu dapat dikompensasikan dengan sempurna oleh pelaku usaha melalui kenaikan harga produk yang dihasilkan lini produksi hilir;

5. Selain itu, intervensi kebijakan dari sisi output MGS melalui kebijakan PPN DTP dan program Minyakita pun relatif tidak berpengaruh terhadap penurunan harga minyak goreng di dalam negeri. Hal ini diduga disebabkan oleh :
  1. Implementasi PPN-DTP tidak mengakibatkan bertambahnya output di pasar karena bukan merupakan variabel yang dapat mempengaruhi penurunan biaya produksi perusahaan;
  2. Implementasi kebijakan MINYAKITA relatif belum menurunkan harga minyak goreng (terutama kemasan) di pasar domestik dikarenakan substansi kebijakan tersebut praktis hanya akan dimanfaatkan para pelaku usaha dalam industri bersangkutan dalam mendeferensiasi produknya di pasar.

## **6.2. Rekomendasi**

1. Guna lebih mendorong peningkatan efisiensi industri minyak goreng sawit, pemerintah perlu memfasilitasi kebijakan yang mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan utilisasi kapasitas pabrik terpasangnya secara progresif sekaligus meningkatkan daya saing produk turunan CPO di pasar dunia;
2. Pemerintah perlu memfasilitasi regulasi guna memperbaiki kelembagaan pasar (domestik), sehingga meminimalisir perilaku *conscious parallelisme* (dengan selalu mengacu pada harga pasar internasional) dari para produsen input CPO untuk pengolahan MGS. Hal ini memungkinkan untuk dapat dilakukan mengingat Indonesia merupakan produsen utama dan terbesar CPO dunia. Oleh sebab itu, peran bursa berjangka komoditi perlu diefektifkan;

3. Terkait inefisiensi yang terjadi di industri minyak goreng sawit dalam negeri khususnya jika dikaitkan dengan karakteristik industri yang sebagian besar melakukan pola pengelolaan yang terintegrasi secara vertikal, maka direkomendasikan agar KPPU tetap melakukan penelitian di sektor ini secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bailey, D dan Brorsen, BW. (1989), *Price Asymmetry in Spatial Fed Cattle Markets*, Western Journal of Agricultural Economics, Vol. 14, Hal. 246–252
- Capps, Jr., Oral dan Pablo Sherwell (2005), *Spatial Asymmetry in Farm-Retail Price Transmission Associated with Fluid Milk Product*, Department of Agriculture Texas A&M University, diunduh dari [http://future.aae.wisc.edu/publications/asymmetryAAEA05\\_capps\\_paper\\_final\\_version.pdf](http://future.aae.wisc.edu/publications/asymmetryAAEA05_capps_paper_final_version.pdf)
- Gujarati, Damodar N. (2005), *Basic Econometrics 4<sup>th</sup> ed.*, Singapore: McGraw-Hill
- Komisi Pengawas persaingan Usaha (2007), *Laporan Evaluasi dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Terkait Dengan Industri Minyak Goreng Sawit*
- Komisi Pengawas persaingan Usaha (2007), *Laporan Evaluasi dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Terkait Perkebunan Kelapa Sawit*
- Manera, Matteo dan Grasso, Margherita (2005), *Asymmetric Error Correction Models for the Oil-Gasoline Price Relationship*, FEEM Working Paper No. 75.05. Dapat diperoleh di SSRN: <http://ssrn.com/abstract=731524>
- Meyer, Jochen dan Stephan von Cramon-Taubadel (2004), *Asymmetric Price Transmission: A Survey*, Journal of Agricultural Economics Vol. 55 Tahun 2004, Halaman 581 – 611
- Shepherd, William, G. (1990), *The Economics of Industrial Organization*, 3rd edition, Prentice-Hall, Inc
- Vavra, P dan B.K. Goodwin (2005), *Analysis of Price Transmission Along the Food Chain*, OECD Food, Agriculture and Fisheries Working Papers, No. 3, OECD Publishing
- Ward, RW (1982), *Asymmetry in Retail, Wholesale, and Shipping Point Pricing for Fresh Vegetables*, American Journal of Agricultural Economics, Vol. 62, hal. 205–212