

PENGANTAR AGRIBISNIS

Pertanian berperan penting dalam kehidupan masyarakat karena dapat menyediakan pangan, gizi, lapangan kerja, perolehan devisa, dan sumber pendapatan, khususnya bagi masyarakat pedesaan. Pertanian merupakan kegiatan yang memerlukan tempat dan lingkungan dalam rangka budidaya sumber daya alam yang diolah secara biologis. Kegiatan bidang pertanian dilakukan untuk mencapai swasembada pangan maupun kebutuhan gizi bagi masyarakat. Agar dapat menjamin kebutuhan swasembada pangan serta gizi, maka model kegiatan pertanian seperti ekstensifikasi, intensifikasi, keragaman, restorasi serta konservasi perlu diimplementasikan.

Sebagai sebuah pengantar, buku ini memuat penjelasan-penjelasan tentang dasar-dasar bisnis di bidang pertanian. Buku ini disusun secara lengkap dengan tujuan untuk memudahkan para pembaca memahami isi buku ini. Pembahasan yang termuat dalam buku ini meliputi sejarah agribisnis, bagaimana membangun kemitraan agribisnis, apa itu perusahaan agribisnis, produk-produk dalam agribisnis dan pemasarannya, manajemen agribisnis, serta bagaimana mengembangkan agribisnis di era digital seperti sekarang ini.



PENERBIT LAKEISHA

Jl. Jatirum Boyolali,
Srikaton, Rt.003, Rw.001,
Pucangmiliran - Tullung
Klaten, Jateng, Indonesia 57482
Email : penerbit_lakeisha@yahoo.com
HP/WA : 0898980852
Website : <http://www.penerbitlakeisha.com/>



SCAN ME

ISBN 978-623-420-697-5



9 786234 206975

PENGANTAR
AGRIBISNIS

Editor: Andi Asari, M.A PENGANTAR AGRIBISNIS

Penerbit
LAKEISHA

Karma | Mariam | Mutmainna | Siti Azizah | Yoseph Yakob Da Rato
Gabriel Otan Apelabi | Suhaeni | Aisyah | Megawati
Muhammad Reza Aulia | Rokhman Permadi

Pengantar
AGRIBISNIS

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Pasal 1:

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

Pasal 9:

2. Pencipta atau Pengarang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan a. Penerbitan Ciptaan; b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya; c. Penerjemahan Ciptaan; d. Pengadaptasian, pengaransemen, atau pentransformasian Ciptaan; e. Pendistribusian Ciptaan atau salinan; f. Pertunjukan Ciptaan; g. Pengumuman Ciptaan; h. Komunikasi Ciptaan; dan i. Penyewaan Ciptaan.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Karma, Mariam, Mutmainna, Siti Azizah, Yoseph Yakob Da Rato,
Gabriel Otan Apelabi, Suhaeni, Aisyah, Megawati, Muhammad
Reza Aulia, Rokhman Permadi

Pengantar
AGRIBISNIS



Penerbit Lakeisha
2023

PENGANTAR AGRIBISNIS

Penulis:

**Karma, Mariam, Mutmainna, Siti Azizah, Yoseph Yakob Da Rato,
Gabriel Otan Apelabi, Suhaeni, Aisyah, Megawati, Muhammad Reza
Aulia, Rokhman Permadi**

Editor : Andi Asari, M.A.
Layout : Yusuf Deni Kristanto, S.Pd.
Desain Cover : Tim Lakeisha

Cetak I April 2023
15,5 cm × 23 cm, 187 Halaman
ISBN: 978-623-420-697-5

Diterbitkan oleh Penerbit Lakeisha
(**Anggota IKAPI No.181/JTE/2019**)

Redaksi
Srikaton, RT 003, RW 001, Pucangmiliran, Tulung, Klaten, Jawa Tengah
Hp. 08989880852, Email: penerbit_lakeisha@yahoo.com
Website: www.penerbitlakeisha.com

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan yang maha Esa, karena atas pertolongan dan limpahan rahmatnya sehingga penulis bisa menyelesaikan buku yang berjudul Pengantar Agribisnis. Buku ini di susun secara lengkap dengan tujuan untuk memudahkan para pembaca memahami isi buku ini. Kami menyadari bahwa buku yang ada ditangan pembaca ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu kami sangat mengharapkan saran untuk perbaikan buku ini dimasa yang akan datang. Dan tidak lupa kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penerbitan buku ini. Semoga buku ini dapat membawa manfaat dan dampak positif bagi para pembaca.

Malang, 28 Maret 2023

Penulis,



DAFTAR ISI



KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
PENGANTAR AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Karma</i>	1
SEJARAH AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Mariam</i>	22
TEORI DAN PERKEMBANGAN AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Mutmainna</i>	39
KEMITRAAN AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Siti Azizah</i>	58
PERUSAHAAN AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Yoseph Yakob Da Rato</i>	70
PRODUKSI PRODUK AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Gabriel Otan Apelabi</i>	87
PEMASARAN PRODUK AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Suhaeni</i>	107
STRUKTUR BIAYA AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Aisyah</i>	118

LAYANAN AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Megawati</i>	136
MANAJEMEN AGRIBISNIS	
<i>Oleh: Muhammad Reza Aulia</i>	151
WIRUSAHA AGRIBISNIS DI ERA DIGITAL	
<i>Oleh: Rokhman Permadi</i>	169
SINOPSIS	187



PENGANTAR AGRIBISNIS

Oleh: Karma



1.1 Pendahuluan

Kita mengetahui bahwa agribisnis terkait dengan sektor pertanian. Agribisnis (*Agribusiness*) berasal dari gabungan kata *Agriculture* (pertanian) dan *Business* (bisnis) (Candra Nuraini, 2021). Dengan demikian pengetahuan tentang agribisnis mengacu pada sektor pertanian. Pertanian berperan penting dalam kehidupan masyarakat karena dapat menyediakan pangan, gizi, lapangan kerja, perolehan devisa, dan sumber pendapatan, khususnya bagi masyarakat pedesaan. Pertanian merupakan kegiatan yang memerlukan tempat dan lingkungan dalam rangka budidaya sumber daya alam yang diolah secara biologis. Kegiatan bidang pertanian dilakukan untuk mencapai swasembada pangan maupun kebutuhan gizi bagi masyarakat. Agar dapat menjamin kebutuhan swasembada pangan serta gizi, maka model kegiatan pertanian seperti ekstensifikasi, intensifikasi, keragaman, restorasi serta konservasi perlu diimplementasikan (Karmini, 2020).

Ekstensifikasi dibidang pertanian meliputi strategi yang dapat mendorong hasil pertanian dengan cara menambah luas tanam, misalnya mencetak lahan pertanian baru dari lahan pertanian kering, kawasan hutan, daerah pasang surut atau wilayah rawa yang bertujuan agar mampu mempengaruhi peningkatan luas produksi. Kegiatan

selanjutnya adalah intensifikasi atau produksi persatuan luas yaitu strategi dalam peningkatan hasil pertanian melalui perbaikan pola dan teknik kultur, misalnya intensifikasi khusus, operasi khusus dan lain-lain. Intensifikasi dapat dilakukan dengan cara panca usaha tani yaitu: 1) pengolahan tanah dan pengaturan jarak tanaman, 2) penggunaan varietas/bibit unggul, 3) pengairan yang baik, 4) pemupukan yang tepat/berimbang, 5) pengendalian hama, penyakit dan gulma secara terpadu. Selain panca usaha tani, dua cara sebagai tambahan adalah penanganan pasca panen dan pemasaran yang dirangkum secara keseluruhan sebagai sapta (tujuh) usaha tani. Disamping kegiatan ekstensifikasi dan intensifikasi, kegiatan diversifikasi juga penting dilakukan sebagai upaya peningkatan produksi pertanian (Karmini, 2020).

Diversifikasi dilakukan dengan cara menambahkan tanaman lain disela-sela tanaman utama dalam suatu areal perkebunan misalnya tanaman gogo disela-sela tanaman karet. Cara yang lain juga misalnya sebuah jenis tanaman yang dapat menghasilkan beberapa jenis sumber bahan baku misalnya tanaman padi yang batangnya dapat menjadi bahan baku kertas, menirnya untuk bahan tepung makanan bayi, kulit gabah untuk bahan bakar dan lain-lain. Selanjutnya adalah kegiatan rehabilitasi yang berperan sebagai pembenahan infrastruktur pertanian misalnya perbaikan irigasi dan lain-lain untuk dapat menjamin keberlangsungan usaha tani. Kegiatan penting lainnya dalam menjamin swasembada hasil pertanian adalah konservasi atau pelestarian alam. Seluruh kegiatan dalam upaya meningkatkan hasil usaha tani harus memperhatikan konservasi lingkungan pertanian agar supaya kegiatan-kegiatan tersebut dapat secara terpadu sehingga memberikan hasil yang maksimal. Kegiatan pertanian yang dilakukan oleh masyarakat tidak hanya mampu meningkatkan swasembada pangan namun sektor pertanian ini juga dapat berfungsi sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Karmini, 2020).

Membangun sektor pertanian merupakan solusi bagi ketersediaan lapangan pekerjaan, peningkatan pada produk domestik bruto (PDB) sektor pertanian memiliki pengaruh positif terhadap

penyerapan tenaga kerja sektor pertanian (Yasrizal and Hasan, 2016). Demikian halnya tingkat pengangguran mampu tertekan oleh pembangunan sektor pertanian, sehingga angka kemiskinan juga dapat menurun (Hanifawati, Suryantini and Mulyo, 2019). Untuk mendukung pembangunan pertanian, maka produktifitas tenaga kerja sektor tersebut harus dilakukan melalui penguatan insentif bagi tenaga kerja, penggunaan teknologi yang efektif dan efisien, pendidikan dan pelatihan bagi tenaga kerja, peningkatan peran organisasi/kelompok petani dan spesialisasi dalam bidang pertanian (Abidin, 2021). Perihal tenaga kerja merupakan masalah sangat penting bagi sektor ini, sebab mata pencaharian utama penduduk Indonesia pada sektor pertanian, khususnya penduduk yang ada di pedesaan (Adriani and Wildayana, 2015). Dengan demikian berarti bahwa sektor ini memberi andil dalam penyerapan tenaga kerja yang cukup dominan.

Dominasi dalam penyerapan tenaga kerja dapat diartikan bahwa sektor tersebut berpengaruh dalam mengatasi permasalahan kemiskinan, karena masyarakat miskin lebih banyak bekerja disektor pertanian sebagai petani yang berada di wilayah pedesaan dan merupakan sumber penghasilan utamanya. Sehingga ketika sektor ini mendapatkan penguatan, maka angka kemiskinan dapat berkurang. Namun demikian, realitas menunjukkan bahwa daerah pedesaan mengalami pengurangan kemiskinan lebih lambat daripada daerah perkotaan. Karena mayoritas penduduk di daerah tersebut bekerja sebagai petani. Jadi, meskipun laju perluasan pertanian tinggi, jumlah tenaga kerja pertanian yang tinggi akan menyebabkan penurunan kemiskinan di daerah berbasis pertanian lebih lambat daripada di daerah industri (daerah nonpertanian). Sebaliknya, ada lebih banyak prospek pekerjaan di daerah non-pertanian, yang mengarah ke tenaga kerja yang besar.

Oleh karena itu, transformasi ekonomi di daerah yang bergantung pada pertanian harus dilakukan dan perlu ada koordinasi antara sektor pertanian dan non pertanian. Untuk mencapai hal ini, industri yang mengolah sumber daya primer pertanian, seperti makanan, tekstil, minuman, atau industri lainnya dapat dikembangkan

serta penyediaan input pertanian yang sangat penting, seperti sektor pupuk dan pestisida, dapat dikembangkan. Tahapan yang tepat dalam melaksanakan proses transformasi ekonomi adalah industrialisasi pertanian atau agroindustri karena dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya penduduk pedesaan. Agroindustri diharapkan mampu mendorong industrialisasi pedesaan, mampu menghasilkan pasar bagi berbagai barang pertanian dan hasil olahannya, serta mampu meningkatkan lapangan kerja dan pendapatan masyarakat pedesaan sebagai motor penggerak pertumbuhan pertanian. Selain itu, agroindustri akan meningkatkan keragaman penggunaan produk pertanian (Nela Agustin Kurnianingsih, 2014).

Agroindustri berasal dari kata pertanian dan industri dan mengacu pada sektor ekonomi yang mempekerjakan barang-barang pertanian sebagai sumber bahan baku utama atau yang menghasilkan barang yang digunakan sebagai alat atau input di sektor pertanian. Agroindustri didefinisikan sebagai kegiatan industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan dan jasa untuk kegiatan tersebut. Dengan demikian, agroindustri meliputi industri yang mengolah hasil pertanian, usaha yang membuat mesin dan peralatan pertanian, usaha yang menghasilkan input pertanian (pupuk, pestisida, herbisida, dan produk lainnya), dan usaha yang memberikan jasa pada sektor pertanian. Di pandang dari perspektif sistem agribisnis maka, agroindustri merupakan komponen (subsistem) agribisnis yang mengolah dan mengubah bahan hasil pertanian (bahan pangan, kayu, serat dan lain-lain) menjadi barang setengah jadi yang dapat dikonsumsi langsung atau bahan produksi industri yang digunakan dalam proses produksi, seperti traktor, pupuk, pestisida, mesin pertanian, dan lain-lain. Oleh karena itu, agroindustri merupakan instrumen pendukung dan merupakan bagian subsektor agribisnis yang mencakup segala hal mulai dari sektor pertanian hulu hingga usaha hilir (Udayana, 2011).

1.2 Ruang Lingkup Agribisnis

Salah satu upaya yang dapat digunakan dalam pembangunan pertanian adalah agribisnis. Wawasan agribisnis mencakup mega sector dan mendapatkan banyak perhatian. Wawasan tersebut terkait dengan sistem usaha pertanian yang dimulai dengan penyediaan faktor produksi (lahan, tenaga kerja, modal (sarana produksi dan alat pertanian), serta keterampilan, terkait juga dengan budidaya tanaman atau peternakan, tentang pengolahan (agroindustri), pemasarannya, serta prasarana. Hal ini merupakan kerangka berpikir holistik tentang proses pertanian, mulai dari penyiapan, pengolahan, pemasaran dan prasarana (Karmini, 2020). Dengan demikian maka kita dapat memaknai sebagai kegiatan usaha atau operasi bisnis yang mendukung kegiatan pertanian secara keseluruhan.

Sebagai suatu kegiatan yang menyeluruh, maka agribisnis dipandang sebagai suatu sistem atau disebut sebagai sistem agribisnis. Kita mengetahui bahwa suatu sistem merupakan sekelompok atau kumpulan komponen yang bekerja sama untuk menciptakan keseluruhan kompleksitas. Sistem ini terdiri dari komponen, maupun atribut yang melekat serta hubungannya. Input, proses dan output merupakan komponen suatu sistem yang mewakili serangkaian tindakan kontrol atau pembatasan. Sedangkan atribut merupakan karakteristik yang menjadi tolak ukur suatu komponen. Untuk hubungan dalam sistem yang dimaksudkan adalah saling keterkaitan pada seluruh komponen yang ada (Nurmalina, 2017). Oleh karena itu kegiatan ini memandang pertanian sebagai suatu system yang terdiri dari sub system yang saling terkait satu sama lain.

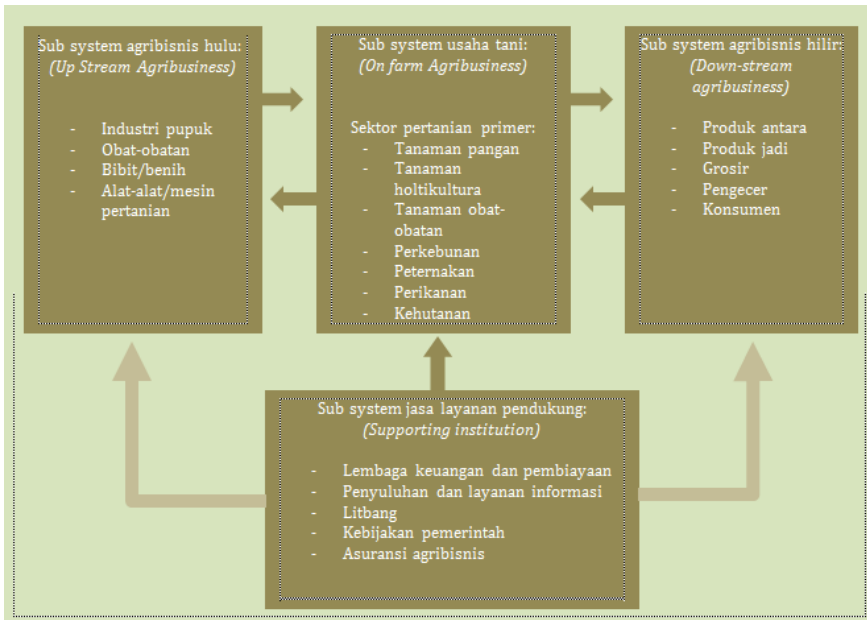
Keterkaitan dalam kegiatan/operasi bisnis sektor pertanian secara keseluruhan serta tersistem maka agribisnis dipandang mampu memiliki daya saing. Agribisnis sebagai system memerlukan dukungan kelancaran bekerjanya seluruh sub system yang ada agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Sistem agribisnis akan mengintegrasikan pengembangan sector pertanian dari seluruh komponen atau sub sistem pendukungnya. Kegiatan ini merupakan serangkaian usaha yang dimulai dari sarana produksi pertanian, usaha

tani, usaha pasca panen, usaha sortasi, penyimpanan dan pengemasan produk pertanian, usaha industri pengolahan produk pertanian dan berbagai usaha menghantarkan produk (berbasis) pertanian sampai ke konsumen serta sejumlah kegiatan penunjang yang melayani system rangkaian usaha itu seperti lembaga pelayanan pembiayaan, lembaga pelayanan informasi dan Lembaga pemerintah yang mengeluarkan kebijakan dan peraturan yang terkait (Krisnamurthi, 2020). Sistem agribisnis seperti yang terlihat pada gambar 1.1 adalah terdiri dari sub system agribisnis hulu (*up-stream agribusiness*), Sub sistem usaha tani (*on-farm agribusiness*), sub system agribisnis hilir (*down-stream agribusiness*) dan sub system jasa layanan pendukung (*supporting institution*).

Pada sub system agribisnis hulu, kegiatan usaha dilakukan untuk menghasilkan sarana produksi pertanian primer seperti industri pupuk, obat-obatan, benih/bibit, dan alat/mesin pertanian. Pada sub system usaha tani, merupakan sektor pertanian primer. Untuk sub system agribisnis hilir, kegiatan dilakukan untuk mengolah hasil pertanian primer menjadi suatu produk olahan baik dalam bentuk siap untuk di konsumsi maupun dalam bentuk produk antara serta siap untuk diperdagangkan baik secara domestic maupun internasional. Pada sub system layanan pendukung, keterlibatan oleh lembaga-lembaga terkait maupun jasa layanan yang lainnya seperti kelembagaan keuangan, transportasi, penyuluhan atau informasi, penelitian dan pengembangan, lembaga asuransi serta kebijakan pemerintah. Keempat sub sistem ini menjadikan agribisnis sebagai suatu pandangan yang lebih lengkap terhadap pembangunan pertanian. Dengan demikian bahwa pembangunan pertanian tidak terlepas dari pembangunan agribisnis.

Membangun agribisnis cenderung lebih mengutamakan intersektoral daripada secara sektoral, sebab jika hanya secara sektoral maka cita-cita pembangunan agribisnis akan terhambat karena adanya keterbatasan tersebut. Sebaliknya apabila agribisnis dipandang secara intersektoral maka hal ini melibatkan sektor industri, sektor perdagangan, sektor keuangan dan sektor pertanian sehingga sektor-

sektor tersebut berada dalam sistem agribisnis. Dengan demikian maka pandangan intersektoral merupakan pergeseran paradigma yang sebelumnya sekedar berproduksi menjadi paradigma/orientasi bisnis. Oleh sebab itu, agribisnis akan mengarahkan produk-produk pertanian menjadi lebih memiliki nilai tambah dan lebih berkontribusi lagi dalam perekonomian nasional (Agustina, 2016).



Gambar 1.2 SISTEM AGRIBISNIS

(Sumber: Kemenkop dan UKM, 2006)

Sebagai model yang berorientasi pada bisnis, maka pandangan ini lebih menitikberatkan pada usaha dan pelaku usaha yang pengelolaannya mesti di desain sedemikian rupa secara organisasional dan bertujuan untuk peningkatan nilai tambah terhadap produk/layanan yang diberikan ke pasar. Untuk mencapai nilai tambah, maka proses transformasi dibutuhkan pada setiap proses penciptaan produk. Misalnya pada penciptaan produk-produk perikanan, maka nilai tambah diciptakan tidak hanya sampai pada budidaya proses biologinya saja, melainkan proses-proses selanjutnya

seperti pasca panen, pengolahan, pengawetan, pengendalian mutu maupun tata niaga juga dibutuhkan agar dapat menguatkan posisi tawar (*bargaining position*) bagi para pelaku usaha tani di pasar. Demikian halnya bahwa nilai tambah tidak hanya ditujukan pada usaha tani namun mencakup semua kegiatan usaha (bisnis) yang berada dalam proses sistem agribisnis. Sebagaimana kita ketahui bahwa lingkup orientasi agribisnis ini sarasannya adalah usaha atau kegiatan usaha dari berbagai kegiatan seperti pengadaan dan distribusi sarana produksi, usaha tani, pengolahan hingga distribusi dan pemasarannya.

Sebagaimana pandangan agribisnis seperti yang dikemukakan oleh Austin (1992) bahwa komponen agribisnis adalah kegiatan pertanian, pengolahan makanan, input manufaktur, transportasi, perdagangan eceran dan kegiatan lain yang terlibat dalam mentransfer makanan dan serat ke konsumen. Demikian halnya pandangan yang dikemukakan oleh Cramer dan Jansen (1994) bahwa agribisnis meliputi: 1) produksi pertanian dan pengembangbiakan hewan, hasil hewan, hutan, dan hasil hutan; 2) penyediaan layanan yang terkait dengan produksi pertanian dan manufaktur serta distribusi pasokan yang digunakan dalam produksi pertanian; 3) perancangan instalasi, perbaikan, pengoperasian dan pemeliharaan mesin, peralatan dan sumber energi serta pembangunan prasarana yang digunakan untuk keperluan pertanian; 4) kegiatan pemeriksaan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian dan hasil sampingan; 5) pemanfaatan sumber daya alam terbarukan; dan 6) berbagai sumber daya hutan (Krisnamurthi, 2020). Kedua pandangan tersebut memberi gambaran bahwa terdapat sangat banyak unit usaha atau pelaku bisnis pada masing-masing sub sistem agribisnis.

1.3 Pelaku usaha dalam sistem agribisnis

Bekerjanya sistem agribisnis tidak terlepas dari fungsi yang dijalankan oleh unit usaha pada setiap sub sistem agribisnis. Unit bisnis atau pelaku usaha tersebut juga terdiri atas berbagai skala usaha, mulai dari petani gurem, pedagang kecil, perkebunan besar bahkan hingga konglomerat pangan. Sehingga fungsinya memberikan peran

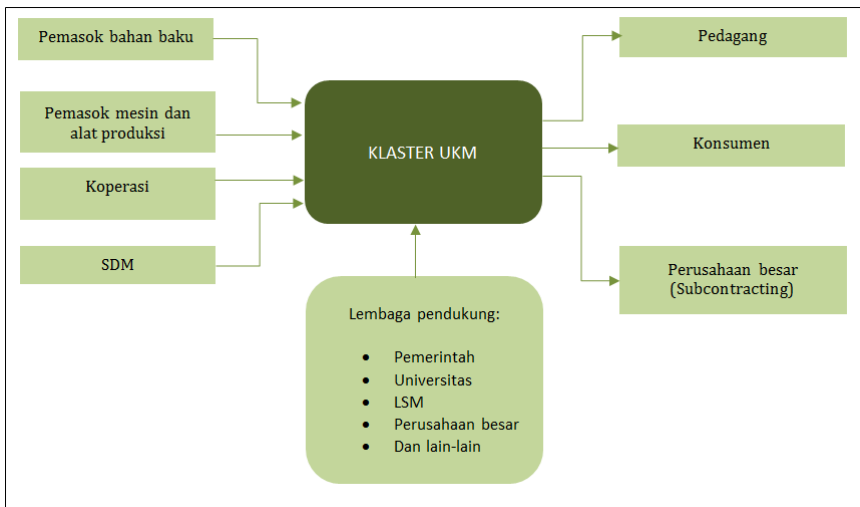
yang strategis dalam pengembangan agribisnis. Dari delapan puluh empat juta (84 juta) pelaku usaha di Indonesia pada tahun 2018, ada sekitar sembilan puluh tujuh persen (97%) diantaranya adalah pelaku usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa yang mendominasi pengusaha kita adalah pelaku usaha kecil. Dan dari sejumlah pelaku usaha kecil tersebut, sekitar delapan puluh empat persen (84%) diantaranya adalah bergerak disektor agribisnis (Krisnamurthi, 2020).

Pelaku usaha kecil dibidang agribisnis sampai pada tahun 2018 ada sekitar tujuh puluh enam persen (76%) diantaranya adalah pelaku usaha tani (petani), pelaku usaha pada pengadaan saran produksi seperti distributor pupuk dan pestisida atau pembibitan sebanyak tiga persen (3%), pedagang produk antara misalnya para pedagang pengumpul yang berada di wilayah kabupaten maupun distributornya sekitar tujuh persen (7%), pelaku industry, eksportir serta agroindustry sekitar dua persen (2%), pelaku usaha atau organisasi yang berada pada sub system penunjang sekitar dua persen (2%), sedangkan para pengecer sebanyak sembilan persen (9%) dan lainnya sebanyak satu persen (1%). Gambaran tersebut menunjukkan bahwa dominasi pelaku usaha kecil sector agribisnis adalah kelompok usaha tani atau kelompok yang berada dalam sub system pertanian primer (on farm agribusiness). Mereka yang berada pada kegiatan pertanian primer ini dimulai dari yang masih sebatas menyediakan keperluan hidup secara langsung dari alam, mengumpulkan sumber daya alam baik di hutan maupun di laut untuk memenuhi keperluan hidup. Pada tingkatan ini, upaya budi daya hasil hutan maupun laut masih sangat kurang bahkan nyaris belum ada (Krisnamurthi, 2020).

Kemudian terdapat juga lapisan pelaku kegiatan pertanian yang telah melakukan proses budidaya hasil alam meski masih sangat sederhana. Kecenderungan pada lapisan seperti ini adalah sangat bergantung kesuburan lahan budidaya pada siklus waktu tertentu. Pada lapisan selanjutnya ada kelompok petani subsisten yang orientasinya untuk kebutuhan sendiri dan mampu memperoleh input produksi. Pada lapisan kelompok ini, mereka berinteraksi dengan pasar untuk melakukan penjualan dari kelebihan produksi (marketable

surplus). Di tingkatan yang lebih maju adalah kelompok pelaku usaha tani yang telah berfungsi komersial, terjadi interaksi sepenuhnya dengan pasar. Pada kelompok pelaku usaha ini telah berorientasi pada keuntungan sehingga harga dan persaingan sangat menentukan keputusan.

Kita telah memperoleh gambaran bahwa kegiatan pertanian primer ini memiliki lapisan kelompok mulai dari yang sangat terbatas hingga yang lebih berkembang. Realitas yang serupa juga demikian bahwa pelaku usaha terdiri dari kelompok usaha mikro, kecil dan menengah yang batasannya memiliki kriteria pada setiap kelompok usaha. Misalnya pada tingkat kekayaan bersih pada usaha perorangan, memiliki hasil penjualan tahunan dengan kriteria besaran tertentu dan lain-lain. Dengan demikian berarti bahwa jenis usaha kecil dan menengah juga berada pada sistem agribisnis. Usaha tersebut ada pada masing-masing sub sektor pertanian (tanaman bahan makanan, perkebunan, peternakan, kehutanan dan sub sektor perikanan). Sehingga secara sederhana sistem agribisnis dalam kelompok usaha kecil dan menengah terlihat seperti pada gambar 1.3



Gambar 1.3 SISTEM AGRIBISNIS KLASTER UKM

(Sumber: Kemenkop dan UKM, 2006)

Keterkaitan usaha kecil dan menengah didalam sistem agribisnis terdapat pada hubungan masing-masing sub sistem pada tiap jenis komoditas. Misalnya pada agribisnis padi organik, pupuk dan pestisida merupakan hal yang sangat krusial di sub input komoditas padi organik ini, sebab sangat diperlukan adanya jaminan kemurnian terhadap kontaminan bahan yang bukan organik. Penyedia pada inputnya adalah para peternak dalam menyediakan bahan baku pupuk dari kotoran ternak tersebut. Disamping itu ada juga pengolah kotoran ternak untuk dibuat jadi pupuk. Ini memperlihatkan bahwa terdapat dua kelompok pelaku usaha yang berfungsi sebagai input atau sub sistem hulu pada usaha padi organik yaitu para peternak dan pengolah kotoran ternak. Pada sub sistem hilirnya, pengusaha ataupun pedagang dan juga pemerintah yang berfungsi dalam menerima hasil usaha padi organik (Kusnandar, Dwiningtyas Padmaningrum, Wiwit Rahayu, 2013). Dengan demikian kita menemukan beberapa gambaran pelaku usaha yang terdapat pada masing-masing sub sistem agribisnis komoditas padi organik.

Selain komoditas padi organik, kita juga dapat mencermati pelaku-pelaku usaha yang terlibat dalam sistem agribisnis komoditas yang lain misalnya ayam petelur. Pelaku usaha yang berfungsi sebagai input (sub sistem hulu) usaha ini misalnya yang menyediakan bibit ayam petelur, pedagang yang menyediakan pakan, pedagang yang menyediakan vaksin serta usaha yang menyediakan peralatan pakan. Kegiatan usaha tersebut berperan sebagai input dalam usaha ayam petelur. Disektor hilir usaha ini, kita dapat menemukan pelaku-pelaku usaha misalnya pedagang besar dan juga terdapat pengecer. Sub sistem penunjang pada komoditas ini adalah lembaga perbankan yang mampu memberikan bantuan untuk modal kerja usaha peternakan ayam petelur ini (Hidayat, Sulaksana and Sumantri, 2016). Untuk jenis komoditas yang lain misalnya pada usaha olah hasil perikanan.

Selain pengolahan ikan yang bersifat industri berskala besar, pengolahan ikan juga terdapat pada kelompok masyarakat nelayan yang memungkinkan untuk dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha mikro ataupun usaha kecil. Pada usaha dalam lapisan

masyarakat nelayan ini, sumber bahan baku yang menjadi input usaha tersebut adalah nelayan itu sendiri sebagai penyedia ikan. Umumnya mereka yang bertindak sebagai kepala rumah tangga yang mencari ikan di laut dan istri-istri mereka yang melakukan pengolahan ikan. Pada bagian sub sistem hilir atau pasca produksi kelompok usaha ini adalah pemasaran yang secara langsung kepada konsumen (Wiryati and , Ade Sunaryo, Tuti Susilawati, 2019). Oleh karena itu, beberapa contoh pelaku usaha kecil tersebut dapat memberikan gambaran tentang proses keterkaitan sebuah sistem agribisnis pada usaha tani dalam komoditas tertentu.

Selain pelaku usaha kecil bidang agribisnis, terdapat juga perusahaan agribisnis yang memiliki skala usaha yang tingkatannya lebih diatas yaitu usaha menengah dan usaha besar. Perusahaan-perusahaan tersebut memungkinkan berada pada setiap subsistem. Bahkan orientasinya tidak hanya keuntungan, namun juga upaya nilai tambah dan lebih berjangka panjang serta berkelanjutan. Bahkan bidang agribisnis ini memiliki investor dan perusahaan-perusahaan multinasional. Oleh karena itu salah satu hal yang penting dan perlu dilakukan adalah upaya untuk mengembangkan usaha-usaha terutama bagi usaha yang berada pada tingkat mikro maupun kecil untuk dapat lebih mengembangkan sector agribisnis. Upaya startegis yang dapat dilakukan salah satu diantaranya adalah memberdayakan kelembagaan-kelembagaan sektor agribisnis.

1.4 Kelembagaan dalam sistem agribisnis

Salah satu kendala dalam pengelolaan sumber daya pertanian adalah kelembagaan khususnya lembaga usaha tani/petani. Pertanian sebagaimana yang kita ketahui bersama adalah membutuhkan sumber daya manusia yang kuat disertai oleh segenap instrumen pendukungnya. Kebutuhan tersebut merupakan landasan bagi pengembangan kelembagaan petani sebab pembinaan kelembagaan petani lebih sulit dibandingkan dengan penatausahaan sumber daya alam yang membutuhkan unsur penunjang dan unit produksi. Kelembagaan harus mampu menerobos sejumlah kegiatan pertanian

khususnya usaha tani, seperti penyiapan bahan baku maupun proses perubahannya menjadi produk melalui tenaga kerja, kemampuan manajerial, dan output/produksi. Oleh karena itu, langkah-langkah di tingkat lokal dan nasional diperlukan untuk mendorong kegiatan agribisnis (Ayesha, Rizal and Gusvita, 2020).

Lembaga petani dapat berupa organisasi petani/kelompok tani atau gabungannya (gabungan kelompok tani/gapoktan), koperasi petani, asosiasi petani, dan lembaga yang memberikan jasa penunjang dan lain-lain. Tujuannya adalah terbangunnya sebuah diskusi tentang masalah yang terkait dengan petani. Melalui upaya kelembagaan tersebut, maka harapan seperti peningkatan skala usaha, efisiensi, pengarahannya, maupun fasilitas dalam rangka peningkatan kesejahteraan seluruhnya dapat terpenuhi. Upaya ini juga cenderung memberikan petani lebih banyak kekuatan negosiasi, baik dengan pemerintah, bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Kecenderungan seperti ini memungkinkan dapat terpenuhi sebab kesepakatan bagi kelompok tani dapat dilanjutkan melalui lembaga-lembaga yang terkait.

Namun demikian, kelembagaan yang ada harus dapat berfungsi sebagaimana mestinya, misalnya koperasi harus dapat memberikan bantuan modal kepada petani. Kedudukan koperasi sangat penting untuk meniadakan ketimpangan dalam akses permodalan. Implementasi kebijakan koperasi dibutuhkan pada kerangka pemerataan seperti tidak membedakan antara kelompok petani kecil (gurem) dengan elite-elite petani dalam akses terhadap permodalan. Demikian juga dengan peranannya dalam memenuhi akses produksi misalnya pupuk, sarana pengangkutan yang dapat menjamin sampai pada pasca produksi. Oleh karena itu koperasi petani tidak hanya sebagai akses permodalan namun juga berperan dalam proses produksi (Lukman effendy, 2020).

Selain koperasi petani sebagai akses modal, terdapat juga lembaga penjamin modal lainnya misalnya lembaga pembiayaan yang dapat memberikan akses kredit bagi usaha tani diantaranya adalah perbankan, koperasi simpan pinjam atau sejenisnya bahkan dapat juga bersumber dari perorangan (tengkulak). Tentunya optimalisasi fungsi

sumber permodalan kelompok petani tersebut diharapkan berjalan sebagaimana mestinya dengan upaya kemudahan dan juga kecepatan bagi akses keuangan. Optimalisasi sumber pembiayaan dapat menghindarkan petani dari kepentingan-kepentingan yang bersifat individu dalam permodalan. Peran yang optimal akan lebih mengedepankan kepentingan bersama dari pada kepentingan individu, sehingga sasaran menuju kesejahteraan dapat tercapai (Yuniati, Susilo and Albayumi, 2017). Agar dapat menjamin penguatan terhadap kepentingan kelompok tani maka, faktor-faktor penghambat perlu dipecahkan sehingga lebih memudahkan akses dalam mencapai keberhasilan.

Faktor-faktor yang memungkinkan sebagai penghambat misalnya tentang manajemen kelembagaan, cara-cara kepemimpinan, tentang kepentingan kolektif/bersama, kepercayaan anggota, ketersediaan sarana dan prasarana dalam kelembagaan, inovasi pada tata kelola kelembagaan dan tentang jaringan kerjasama/mitra dengan lembaga yang lain. Untuk menjamin sejumlah faktor tersebut, maka dibutuhkan komitmen terhadap dukungan petani pada lembaga yang ada. Komitmen dalam mendukung ini sangat penting agar menjadi kekuatan atau energi dalam proses organisasi. Dengan demikian dalam mengoptimalkan kelembagaan usaha tani yang ada sangat dibutuhkan pandangan strategis yang lebih baik. Untuk dapat mencapai sasaran tersebut, model penguatan bagi kelompok tani dapat dilakukan misalnya menata kapasitas kelembagaan (Anantanyu, 2011).

Mengelola kelembagaan petani terkait tentang struktur kelembagaan, gaya kepemimpinan, dan transparansi, faktor seperti ini penting diperhatikan sebagai upaya mengelola kapasitas kelembagaan. Sebagaimana yang biasa kita ketahui, struktur kelembagaan petani kurang memiliki norma-norma yang secara eksplisit mengatur fungsi keanggotaan serta interaksi antara satu sama lain dalam menjalankan kegiatan organisasi atau kelembagaan. Misalnya, kelompok tani belum memiliki peraturan standar tentang otoritas yang mengatur hubungan antar anggota. Kelembagaan seringkali dikelola berdasarkan kesepakatan di antara mereka. Padahal pengelolaan lembaga tidak

boleh terlepas dari prinsip-prinsip manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dapat memandu secara manajerial jalannya lembaga atau organisasi. Meskipun secara struktur dapat tertata dengan baik, namun hal penting yang perlu didesain adalah agar dapat lebih aspiratif.

Model aspiratif akan berkaitan dengan pola komunikasi dan kepemimpinan, sehingga penting dilakukan transformasi model dari atas ke bawah (top down) menjadi model dari bawah ke atas (bottom up). Transformasi ini penting terkait struktur organisasi yang ada, sebab model dari bawah ke atas (bottom up) akan memberikan kesempatan kepada seluruh anggota untuk dapat menyampaikan berbagai kendala yang mungkin ada sehingga menjadi aspirasi kolektif untuk selanjutnya dipecahkan secara organisasi/lembaga. Perubahan dalam memandang pola struktur yang ada juga akan terkait dengan pembatasan terhadap ruang otorisasi tertentu, misalnya membatasi elit-elit dalam kelompok untuk mengambil kebijakan yang mungkin dapat mengesampingkan kepentingan secara kolektif organisasi (Saifuddin Yunus, Suadi, 2017). Oleh karena itu, meskipun setiap anggota dalam struktur organisasi memiliki fungsi masing-masing, namun hal yang lebih penting adalah menempatkan struktur yang ada untuk mencapai cita-cita bersama. Disamping penguatan kapasitas secara kelembagaan, penguatan pada aspek sumber daya manusia juga sangat penting.

Upaya menata aspek sumber daya manusia pada kelembagaan usaha tani bertujuan untuk menciptakan daya saing anggota kelompok. Faktor penghambat daya saing sumberdaya manusia sekiranya dapat dikendalikan. Budaya tentang majikan dan buruh yang mungkin telah menjadi kebiasaan semestinya dapat diretas agar lebih tercipta dinamika perubahan dalam kelembagaan. Otorisasi pada pihak tertentu dalam struktur organisasi cenderung akan membungkam dinamika perubahan. Peran organisasi memberikan kesempatan bagi setiap individu yang memungkinkan lebih berkompeten untuk dapat berperan dalam mengelola organisasi kelompok usaha tani. Hal ini berperan penting sebab akan terkait dengan segala aspek, salah

satunya adalah dukungan terhadap penciptaan layanan yang baik dalam sistem usaha tani (Yuniati, Susilo and Albayumi, 2017).

Meningkatkan kemampuan pelayanan dalam sistem usaha tani selayaknya menitikberatkan pada kepentingan kelompok usaha tani kecil. Keterbatasan bagi kelompok usaha tani kecil membuatnya sulit untuk memperoleh akses yang lebih baik dalam pelayanan. Persoalan ini disebabkan karena aturan dan prosedur pelayanan yang tidak mampu dijangkau oleh kelompok ini, misalnya pada bantuan permodalan. Transformasi pelayanan perlu dilakukan melalui fleksibilitas terhadap aturan yang dibuat oleh lembaga pelayanan yang ada dalam sistem usaha tani tersebut. Sehingga dengan cara seperti ini maka kapasitas kelembagaan dapat berfungsi dengan baik dan mampu meningkatkan pelayanan dalam sistem usaha tani. Agar dapat lebih menjamin peningkatan kapasitas, baik dalam pelayanan, pengelolaan organisasi, maupun daya sumber daya manusia maka dibutuhkan adanya sinergi antara lembaga yang ada dalam sistem agribisnis usaha tani (Yuniati, Susilo and Albayumi, 2017).

Sinergitas dapat terbangun melalui pola-pola kemitraan secara kelembagaan. Kelompok usaha tani terutama usaha tani kecil (gurem) tentu memiliki banyak keterbatasan. Sehingga, semangat kerjasama bagi pihak terkait merupakan faktor penentu menuju peningkatan kapasitas. Sinergi harus terbangun pada seluruh aspek sistem agribisnis terutama pada usaha tani kecil agar dapat menghasilkan usaha tani yang lebih kuat. Pandangan sederhana misalnya tersedianya fasilitas tempat-tempat pertemuan yang dapat memudahkan untuk kegiatan pelatihan atau semacamnya, dapat juga difungsikan sebagai tempat pertemuan rutin bagi kelompok usaha tani. Ketersediaan tempat seperti ini dapat memperlancar akses bagi lembaga penyuluh baik dari pemerintah, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, ataupun dari perusahaan/pihak-pihak swasta.

Kerjasama dengan berbagai pihak berguna untuk dapat mengisi kekurangan yang ada sehingga dapat berkembang sebagaimana mestinya. Kekurangan yang dimiliki akan memungkinkan dapat teratasi sebab pihak-pihak lain berperan

memberikan masukan misalnya penyuluhan-penyuluhan dari pihak pemerintah, kebijakan-kebijakan, sarana penelitian pengembangan dan lain-lain. Selain itu, kerjasama juga dibutuhkan mengingat terbatasnya kemampuan yang dimiliki misalnya keterbatasan terhadap kemampuan manajerial, pengetahuan teknologi, finansial dan juga cara pandang terhadap manfaat keberadaan kelompok tani tersebut, sehingga dibutuhkan upaya berbagi pengetahuan dari berbagai pihak. Dengan demikian maka upaya membangun sinergi dapat tercipta karena fungsinya kelembagaan dalam sistem agribisnis, baik lembaga usaha tani maupun lembaga lembaga terkait lainnya yang berada dalam semua sub sistem agribisnis (Sri Wahyuni Manwan, Martina Sri Lestari, 2022).

Sebagai kesimpulan pada bab ini adalah sektor pertanian sebagai penyedia kebutuhan pangan, meningkatkan produk domestik bruto, mengurangi angka kemiskinan juga turut menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Peran penting sektor ini terutama di wilayah-wilayah yang memiliki basis pertanian yang cukup luas dan berada didaerah pedesaan serta menjadi sumber penghasilan utama bagi penduduknya. Namun demikian fenomena ketenagakerjaan yang berbasis petani didaerah pedesaan semakin berkurang seiring dengan meningkatnya tenaga kerja sektor industri dipertanian. Hal ini tentu merupakan tantangan dalam pembangunan disektor pertanian. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu cara pandang dalam membangun sektor ini.

Agribisnis merupakan cara pandang dalam pembangunan pertanian yang melibatkan berbagai sektor dan terkait dalam suatu sistem. Pandangan ini menyiratkan penciptaan produk yang berbasis pada pertanian dan saling berhubungan dalam proses produksinya. Proses tersebut menjadi kerangka sistematis bagi usaha pertanian dengan keterlibatan penyedia bahan baku (baik yang utama maupun bahan baku pendukung), keterlibatan penyedia layanan pemasaran dan sektor layanan lainnya. Proses yang sistematis tersebut ada pada berbagai level usaha, baik pada tingkat petani kecil (gurem)/usaha berskala kecil, menengah bahkan yang berskala besar. Diantara

lapisan usaha tersebut, jumlah terbanyak adalah jenis usaha tani pada tingkatan kecil, sehingga memungkinkan perhatian juga tertuju bagi kelompok usaha tersebut.

Adanya sejumlah besar kelompok usaha tani kecil yang mendominasi sektor usaha agribisnis menunjukkan bahwa lapisan tersebut memiliki kendala dalam pengembangannya. Oleh sebab itu, upaya strategis penting dilakukan agar terjadi peningkatan skala usaha tani. Salah satu langkah strategisnya adalah penguatan bagi kelompok tersebut secara kelembagaan. Penguatan dapat dilakukan misalnya dengan melalui penataan kelembagaan baik secara struktural, pola-pola kepemimpinan yang diterapkan, dan juga lebih aspiratif. Bentuk penguatan secara kelembagaan dapat juga melalui peningkatan daya saing sumberdaya manusia dan penguatan kelembagaan dalam bentuk sinergitas antara kelembagaan dalam sistem agribisnis. Melalui upaya penguatan secara kelembagaan maka memungkinkan semakin berkembangnya sektor agribisnis khususnya pada kelompok usaha tani.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z. (2021) 'Pemulihan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Produktivitas Tenaga Kerja Sektor Pertanian', *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, 6(2), pp. 117–138. doi: 10.33105/itrev.v6i2.292.
- Adriani, D. and Wildayana, E. (2015) 'Integrasi Pertumbuhan Ekonomi Dan Penciptaan Kesempatan Kerja Sektor Pertanian Di Indonesia', *Sosiohumaniora*, 18(3), pp. 203–211. doi: 10.24198/sosiohumaniora.v17i3.8381.
- Agustina, I. F. (2016) 'Pengentasan Kemiskinan pada Masyarakat Pertambakan sebagai Upaya Pengembangan Kawasan Strategis Agropolitan (Studi di Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo)', *JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik)*, 4(1), pp. 75–88. doi: 10.21070/jkmp.v4i1.200.

- Anantanyu, S. (2011) 'Kelembagaan Petani: Peran Dan Strategi Pengembangan Kapasitasnya', *SEPA*, 7(2), pp. 102–109.
- Ayesha, I., Rizal, A. and Gusvita, H. (2020) 'Analisis Kelembagaan Agribisnis Padi Sawah di Nagari Lubuk Pandan Kecamatan 2X11 Enam Lingkung Kabupaten Padang Pariaman', *Journal of Scientech Research and Development*, 2(1), pp. 7–15. Available at: <http://idm.or.id/JSCR>.
- Hanifawati, T., Suryantini, A. and Mulyo, J. H. (2019) 'Analisis Hubungan Pertumbuhan Pertanian Terhadap Pengangguran di Indonesia', *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, 8(1), pp. 1–6. Available at: <http://dx.doi.org/10.21107/agriekonomika.v7i1.2513%0AABSTRACT>.
- Hidayat, Y. S., Sulaksana, J. and Sumantri, K. (2016) 'Analisis sistem agribisnis ayam petelur', *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian dan Peternakan (Agrivet)*, 4(1).
- Karmini (2020) *Dasar dasar Agribisnis*. pertama. Mulawarman University Press.
- Kemenkop dan UKM (2006) 'Dinamika UKM Dalam Sektor Agribisnis', *Laporan akhir*.
- Krisnamurthi, B. (2020) *Pengertian Agribisnis*. Cetakan I. Puspa Swara dan Departemen Agribisnis Fakultas ekonomi dan manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Kusnandar, Dwiningtyas Padmaningrum, Wiwit Rahayu, dan A. W. (2013) 'Rancang Bangun Model Kelembagaan Agribisnis Padi Organik Dalam Mendukung Ketahanan Pangan', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*., 14(1), pp. 92–101. doi: 10.23917/jep.v14i1.163.
- Lukman effendy, R. M. (2020) 'Model Pengembangan Kelembagaan Petani Menuju Kelembagaan Ekonomi Petani', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(1), pp. 38–47.
- Nela Agustina Kurnianingsih, I. R. (2014) 'Analisis Transformasi Wilayah Peri-Urban pada Aspek Fisik dan Sosial Ekonomi (Kecamatan Kartasura)', *Pembangunan wilayah dan kota*, 10(3), pp. 265–277.

- Nurmalina, R. (2017) *Menuju agribisnis Indonesia yang berdaya saing. Agribusine, Towards a Competitive Indonesian Agribusiness*. Agribusine. Departemen Agribisnis Fakultas ekonomi dan manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Saifuddin Yunus, Suadi, F. (2017) *Model Pemberdayaan masyarakat terpadu*. Cetakan I. Edited by Y. Jamali. Bandar publishing. Available at: <https://repository.unimal.ac.id/5257/>.
- Sri Wahyuni Manwan, Martina Sri Lestari, dan G. P. D. (2022) ‘Potensi, kendala dan peluang pengembangan agribisnis kelapa sawit di Kabupaten Sarmi’, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pertanian*, 41(1), pp. 44–54. doi: 10.21082/jp3.v41n1.2022.p44-54.
- Udayana, I. G. B. (2011) ‘Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian’, *Singhadwala*, 44.
- Wiryati, G. and , Ade Sunaryo, Tuti Susilawati, A. L. (2019) ‘Potret Sistem Agribisnis Pengolahan Hasil Perikanan Di Pesisir Pantai Selatan Kabupaten Garut’, *Jurnal Penyuluhan*, 15(2), pp. 266–274. doi: 10.25015/penyuluhan.v15i2.27735.
- Yasrizal and Hasan, I. (2016) ‘Pengaruh Pembangunan Sektor Pertanian’, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 16(1), pp. 54–64.
- Yuniati, S., Susilo, D. and Albayumi, F. (2017) ‘Penguatan Kelembagaan Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Petani Tebu’, *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis (SNAPER-EBIS 2017)*, pp. 498–505.

BIODATA PENULIS



Karma, SE., M.Si. Dosen Agribisnis Politeknik Pertanian Negeri Pangkep, Penulis lahir di Benteng Kecamatan Baranti Kabupaten Sidrap Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 31 Januari 1975. Penulis adalah dosen di Politeknik Pertanian Negeri Pangkep. Menyelesaikan studi S1 pada jurusan manajemen Universitas Hasanuddin. Melanjutkan S2 pada jurusan agribisnis pasca sarjana Universitas Hasanuddin. Penulis memulai berkarya sebagai dosen pada tahun 2003 hingga saat ini, dan aktif dalam menjalankan tridharma perguruan tinggi (pendidikan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat). Penulis juga aktif mengikuti kegiatan-kegiatan dalam pengembangan profesionalisme dosen. Buku chapter ini disusun atas ide dari berbagai pengalaman mengajar, penelitian dan pengabdian pada masyarakat yang penulis lakukan selama ini.



SEJARAH AGRIBISNIS

Oleh: Mariam



1.1 Pendahuluan

Sejarah Perkembangan Agribisnis, Agribisnis adalah usaha yang berbasis pertanian atau bidang lain yang menunjang pertanian, baik di hulu maupun di hilir. Acuan hulu dan hilir mengacu pada pandangan utama bahwa agribisnis beroperasi dalam rantai pangan (food supply chain). Dengan kata lain, agribisnis adalah perspektif ekonomi dari usaha penyediaan pangan. Sebagai suatu disiplin ilmu, agribisnis mempelajari strategi-strategi untuk memperoleh keuntungan dengan mengatur penanaman, penyediaan bahan baku, pasca panen, pengolahan, tahap pemasaran, dan lain-lain (Rohman, 2013).

Agribisnis adalah kesatuan sistem pengelolaan yang berbasis pada pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan dan sumber daya alam, serta mencapai keuntungan yang diharapkan melalui pengelolaan yang tepat. Agribisnis memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini tergambar dari kontribusi nyata dalam penyediaan pangan, bahan baku industri, pakan dan bioenergi, lapangan kerja, sumber pendapatan dan sumber devisa. Objek agribisnis dapat berupa tumbuhan, hewan, atau makhluk hidup lainnya. Kegiatan bercocok tanam merupakan inti dari agribisnis, meskipun agribisnis tidak harus melakukan sendiri kegiatan tersebut. Jika hasil budidaya (tanaman) dimanfaatkan oleh pelakunya sendiri,

kegiatan ini disebut *subsisten farming* dan merupakan kegiatan agribisnis yang paling primitif. Pemanfaatan sendiri juga bisa berarti menjual atau menukarkan dengan kebutuhan sehari-hari. Dalam perkembangannya saat ini, agribisnis tidak hanya mencakup industri makanan, karena penggunaan produk pertanian sangat erat kaitannya dengan farmasi, teknologi bahan dan penyediaan energi (Rohman, 2013).

Proses perkembangan agribisnis Indonesia hampir sejajar dengan keseluruhan sejarah pembangunan pertanian, mengalami pasang surut dan perlu ditelusuri secara mendalam. Pasang surut periode ini sebenarnya terkait erat dengan kebijakan ekonomi makro dan strategi pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Indonesia sangat berhasil meletakkan dasar pertumbuhan ekonomi yang baik pada tahun 1970-an setelah pembangunan pertanian dan sistem agribisnis terintegrasi dengan baik ke dalam kebijakan ekonomi makro (Fitri, 2014).

Pencapaian signifikan yang dirasakan langsung oleh banyak pihak adalah kemampuan memenuhi kebutuhan pangan secara mandiri (*swasembada*) pada pertengahan tahun 1980-an. Karena basis pertanian dan sumber daya alam yang kuat, perekonomian nasional tumbuh cukup pesat, bahkan melebihi 7% per tahun. Kesempatan kerja berkembang pesat, dan kapasitas sektor ekonomi untuk menyerap pertumbuhan angkatan kerja baru juga sangat besar. Namun, kondisi yang menguntungkan ini harus berakhir secara tragis pada akhir 1980-an dan awal 1990-an, dan ekonomi pertanian dan agribisnis harus menderita cukup parah. Sektor pertanian sedang mengalami fase dekonstruksi dan pertumbuhannya sangat rendah sekitar 3% karena perlindungan sektor industri yang masif dan terjadi melalui konglomerasi yang melemahkan sistem agribisnis dan basis ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Perpindahan tenaga kerja dari pedesaan ke perkotaan yang cukup lancar sebelum krisis ekonomi tidak mungkin terjadi lagi tanpa biaya sosial yang cukup besar. 15 sektor pendukung industri dan jasa yang dapat mengimbangi peningkatan permintaan agregat akibat

pertumbuhan penduduk belum pulih akibat lesunya kegiatan investasi dan produksi yang memperluas kesempatan kerja

Ketika krisis ekonomi menyebabkan pengangguran besar-besaran dan daerah pedesaan tidak dapat menampung tenaga kerja yang melimpah di kota, pertanian dan agribisnis harus menanggung beban politik dan ekonomi yang berat. Ketahanan sektor yang sempat dibanggakan pada puncak krisis mata uang, pada akhirnya tidak dapat bertahan lama, karena pembangunan pertanian dan proses transformasi ekonomi tidak dapat hanya mengandalkan kenaikan harga (inflasi). Agribisnis meliputi fasilitas produksi hulu atau subsistem bahan mentah, proses produksi biologis di tingkat perusahaan atau peternakan, kegiatan transformasi menengah dalam berbagai fungsi dalam bentuk (pengolahan), waktu (penyimpanan atau pengawetan) dan tempat (pergudangan), dan pemasaran tengah dan hilir. dan perdagangan, serta subsistem pendukung seperti jasa, dana, dan bank. Membagi sistem agribisnis menjadi unit-unit yang berbeda hanya akan mengganggu seluruh sirkuit yang ada dan bahkan menciptakan masalah tingkat berikutnya yang lebih merusak.

1.2 Sejarah perkembangan Agribisnis

usaha-usaha yang berhubungan dengan pertanian merupakan referensi penting untuk merekonstruksi sistem usaha-usaha yang berhubungan dengan pertanian dan mempromosikan pembangunan pertanian secara keseluruhan. Dari perspektif mewujudkan wacana terpenting pasca krisis ekonomi, upaya ini sangat penting. Indonesia harus lebih serius membangun basis sumber daya alam dan potensi ekonomi domestik melalui langkah-langkah investasi yang menguntungkan. Struktur artikel ini diawali dengan analisis kondisi perjalanan sistem agribisnis, menggali fenomena di balik pasang surut sektor pertanian Indonesia. Pembagian analisis ke dalam beberapa tahapan diharapkan dapat membedah lebih dalam karakteristik berbagai kebijakan dan kondisi pembangunan ekonomi-politik Indonesia. Pelajaran berharga yang diperoleh dari setiap tahap kemudian dapat digunakan untuk menggariskan langkah-langkah yang

diperlukan ke depan dan menjawab tantangan pengembangan agribisnis Indonesia di masa depan.

Pengertian agribisnis adalah istilah yang berasal dari kata “Agri” yang merupakan singkatan dari agri berarti pertanian dan “komersial” berarti usaha. Jadi yang dimaksud dengan agribisnis adalah usaha yang bergerak di bidang pertanian khususnya penyediaan pangan. Pengertian agribisnis Menurut Gunawan (2013) dan Downey dan Erickson (1987), agribisnis didefinisikan secara luas sebagai kegiatan yang berkaitan dengan penanganan produk pertanian, termasuk rantai produksi, input pengolahan dan hasil produksi (agri-industri), input pemasaran-Output pertanian dan kegiatan dukungan kelembagaan. Terkait mengacu pada kegiatan usaha yang mendukung kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang mendukung kegiatan pertanian.

Menurut definisi agribisnis Austin, agribisnis adalah kegiatan usaha tunggal yang meliputi kegiatan pertanian, pengolahan makanan, operasi sarana dan prasarana produksi pertanian, transportasi, perdagangan, stabilisasi pangan, dan kegiatan lainnya, termasuk distribusi bahan pangan dan serat kepada konsumen. Menurut pemahaman Drillon tentang agribisnis, agribisnis adalah keseluruhan kegiatan yang berkaitan dengan pembuatan dan pendistribusian sarana produksi pertanian, kegiatan yang dilakukan di bidang pertanian, serta penyimpanan, pengolahan, dan pendistribusian hasil pertanian dan produk lain yang dihasilkan dari hasil pertanian. Menurut definisi agribisnis oleh Cramer dan Jensen, agribisnis adalah kegiatan yang sangat kompleks meliputi: industri pertanian, industri pemasaran hasil pertanian dan hasil olahan pertanian, industri manufaktur dan distribusi makanan dan serat (Gunawan, 2013).

Agribisnis adalah usaha yang berbasis pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, termasuk sektor hulu dan hilir sektor pangan (food supply chain). Dengan kata lain, agribisnis adalah perspektif ekonomi dari usaha penyediaan pangan. Agribisnis mempelajari strategi mencari keuntungan dengan mengatur segala aspek budidaya, penyediaan bahan baku, pasca panen, pengolahan

hingga tahap pemasaran. Dalam konteks manajemen agribisnis, setiap unsur produksi dan distribusi pertanian merupakan kegiatan agribisnis. Agribisnis, atau istilahnya agribisnis, merupakan perpaduan antara pertanian dan bisnis. Dalam bahasa Indonesia disebut juga dengan agribisnis. Objek agribisnis dapat berupa tumbuhan, hewan atau makhluk hidup lainnya (Sieva, 2015).

1.3 Unit atau kegiatan usaha Agribisnis

Stiap kegiatan (badan usaha) dalam suatu sistem agribisnis dapat dibagi menjadi lima kelompok (sama dengan komponen sistem). Berikut adalah nama dan fungsi masing-masing unit bisnis (Anonim, 2012).

1. Agribisnis Hulu: Unit usaha yang menghasilkan input untuk komponen lain dari sistem agribisnis, termasuk pertanian, perikanan, dan kehutanan.
2. Jasa pertanian: Unit usaha yang menyediakan jasa (selain jasa komersial). Segmen ini mencakup kegiatan penelitian dan pengembangan, konsultasi, informasi, perkreditan, asuransi, pendidikan dan pelatihan, dll. inframerah
3. Produksi pertanian: Unit usaha yang memproduksi produk primer, sinonim dengan usaha pertanian, perikanan dan kehutanan.
4. Industri hilir pertanian: Unit usaha yang melakukan pengolahan produk primer menjadi produk akhir atau setengah jadi bagi unit usaha lainnya. Contoh produk yang tergolong produk setengah jadi antara lain minyak sawit sebagai bahan baku industri kimia pertanian, tepung terigu sebagai bahan baku industri agribisnis pangan, dll.
5. Agriniaga (pemasaran pertanian): Unit usaha yang fungsinya melakukan proses distribusi barang dan jasa antar unit usaha (atau komponen) dan antara sistem agribisnis dengan konsumen akhir.

Segmen agribisnis digolongkan sebagai usaha jasa, namun terpisah dari segmen jasa pertanian, karena segmen agribisnis dinilai memiliki peran penting dalam kebijakan publik di bidang stabilisasi pasar dan distribusi pendapatan antar pelaku usaha.

Pemisahan ini juga berguna untuk menganalisis dan merumuskan kebijakan pengembangan agribisnis. Subsistem agribisnis adalah bagian dari sistem agribisnis di mana perusahaan secara langsung atau tidak langsung terkait atau dipengaruhi oleh proses produksi biologis (Zainal, 2012).

1.4 Subsistem Agribisnis

Berikut ini adalah pengenalan singkat subsistem agribisnis tersebut beserta pesertanya dari subsistem agribisnis hulu hingga subsistem agribisnis hilir.

1. Subsistem penyediaan input (input pertanian) Subsistem pasokan input atau sektor input ini adalah tempat semua pengusaha kecil, menengah, dan besar yang menyediakan atau memasok input kepada petani di subsistem pertanian (produksi pertanian atau pertanian)
2. Mereka adalah pemasok benih/benih tanaman, ternak dan ikan; produsen pupuk, pestisida, pakan/ikan, alat dan mesin pertanian, vaksin hewan, bahan bakar; pemasok tenaga kerja (hewan dan manusia) dan sektor keuangan, seperti Bank Pertanian, serikat kredit, dll.
3. Subsistem pertanian (produksi pertanian) Merupakan sektor sentral (inti) dari agribisnis. Jika ukuran, tingkat output, dan efisiensi sektor ini meningkat pesat, sektor lain (non-pertanian) juga akan berhasil. Kesehatan sektor tersebut secara langsung akan mempengaruhi kinerja keuangan sektor hulu (sektor input) dan sektor hilir (pengolahan dan distribusi/pemasaran). Di Indonesia, subsistem ini mungkin yang paling banyak menyerap tenaga kerja Subsistem Pasca Panen dan Pengolahan (Industri Aqro) Segmen ini bertanggung jawab atas transformasi bentuk bahan mentah

yang diproduksi di sektor pertanian menjadi produk konsumen akhir di tingkat pengecer. Di Indonesia, sektor ini mungkin terbesar kedua setelah sektor pertanian. Sektor ini menghasilkan nilai tambah terbesar dibandingkan dengan subsistem lainnya. Industri makanan olahan, jamu dan kosmetik Indonesia, serta industri tekstil sebagian besar dikuasai oleh segelintir perusahaan besar, baik dalam negeri maupun asing/multinasional.

4. Subsistem Distribusi dan Pemasaran (Pemasaran Pertanian)
Perlu terciptanya efisiensi distribusi dan pemasaran hasil pertanian. Para pemain di segmen distribusi dan pemasaran meliputi grosir dan pengecer. Pedagang grosir produk primer membeli dari pengepul atau langsung dari petani dan menjualnya kembali ke pedagang eceran atau perusahaan agroindustri.
5. Subsistem Pelayanan Penunjang (Agro Supporting)
Komponen subsistem ini meliputi pelayanan: penelitian dan pengembangan (R&D), pendidikan dan pelatihan (training), penyuluhan, keuangan dan transportasi. Menyediakan berbagai layanan ini diperlukan untuk integritas dan berfungsinya sistem agribisnis dengan baik. Di Indonesia, pemerintah memiliki layanan di atas, sehingga pemerintah dapat berperan sebagai koordinator sistem. Kegiatan R&D dihasilkan dalam bentuk kombinasi benih/bibit unggul teknologi pertanian, input kebijakan, dll., untuk memenuhi kebutuhan pelaku agribisnis

Mengungkapkan konsep bahwa agribisnis merupakan satu kesatuan sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yaitu;

- 1) Subsistem pengadaan sarana produksi (industri pengolahan hasil agro hulu),
- 2) Subsistem produksi pertanian,
- 3) Subsistem Pengolahan dan agroindustri (agroindustri hilir),
- 4) subsistem pemasaran dan perdagangan, dan
- 5) Mendukung subsistem kelembagaan.

Uraian di atas menunjukkan bahwa kegiatan agribisnis adalah Kegiatan yang berbasis pada keunggulan sumber daya alam (agribisnis), penerapan teknologi dan sumber daya manusia untuk memperoleh nilai tambah (non agribisnis), Beragam kegiatan, mulai dari usaha kecil, rumah tangga hingga perusahaan besar.

Saragih, B (2001) menyatakan bahwa untuk mengatasi permasalahan ekonomi yang kompleks tersebut diperlukan strategi pembangunan ekonomi yang dapat memberikan solusi. Strategi pembangunan yang dimaksud harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Memiliki seperangkat kemampuan untuk memecahkan masalah ekonomi dan ketika strategi itu diterapkan, masalah ekonomi akan teratasi,
- 2) Strategi yang dipilih harus dapat menggunakan hasil dari perkembangan permasalahan ekonomi sebelumnya, agar pembangunan sebelumnya tidak sia-sia,
- 3) Strategi yang dipilih harus mampu menjadikan perekonomian Indonesia lebih cerah dan sinergis dengan perekonomian dunia (economic interdependence). Salah satu strategi pengembangan wilayah yang berpotensi untuk diintegrasikan lintas sektor dan wilayah adalah pengembangan agribisnis.

Pendekatan agribisnis merupakan paradigma baru pembangunan ekonomi berbasis pertanian (daerah, nasional). Sistem usaha pertanian dibagi menjadi empat subsistem, yaitu:

- (1) subsistem usaha pertanian hulu,
- (2) subsistem usaha pertanian perkebunan,
- (3) subsistem usaha pertanian hilir,
- (4) subsistem pelayanan penunjang usaha pertanian.

1.5 Paradigma baru Agribisnis

Berdasarkan pemahaman agribisnis, paradigma baru pembangunan ekonomi berbasis pertanian adalah membangun empat subsistem agribisnis secara bersamaan dan mengintegrasikannya secara vertikal dari hulu ke hilir. Dalam rangka mewujudkan pembangunan daerah melalui pendekatan agribisnis yang berpotensi

meningkatkan pendapatan sekaligus menghilangkan kesenjangan ekonomi, maka perlu didukung kemauan politik pemerintah dan masyarakat luas melalui strategi pembangunan daerah yang memasyarakatkan pembangunan agribisnis (Saragih, 2010).: 205

Sistem Pengembangan Agribisnis Davis, HJ dan RA Golberg (1957) menulis dalam artikelnya yang berjudul “The Concept of Agribusiness” bahwa agribisnis berasal dari kata Agribusiness, dimana Agr=Agriculture berarti pertanian dan Business berarti usaha atau kegiatan yang menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, agribisnis adalah kegiatan yang berorientasi pasar dan bernilai tambah yang berkaitan dengan budidaya hewan dan tumbuhan (komoditas pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan). Antara, M (2000)

Sebagai negara agraris, Indonesia terdiri dari masyarakat pedesaan yang sebagian besar masyarakatnya berprofesi sebagai petani. Banyak orang Indonesia menggunakan produk pertanian sebagai sumber makanan utama mereka. Selain itu, penting bagi negara untuk meningkatkan produksi untuk swasembada pangan. Petani berjuang untuk mencapai tujuan mereka karena persaingan dan kurangnya teknologi modern. Selain itu, penyakit dan hama mengganggu tanaman mereka, pertanian berkurang ukurannya karena perubahan iklim, komoditas baru, dan kemajuan teknologi. Akibatnya, kebutuhan produksi beras di Indonesia tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Hal ini disebabkan beberapa daerah di Indonesia terus mengalami kekurangan pangan (Agriculture Sector Review Indonesia, 2003).

Agribisnis adalah kombinasi pertanian dan perdagangan dan mengacu pada pertanian sebagai industri, termasuk budidaya, pengolahan produk pertanian, pergudangan, distribusi dan penjualan. Konsep ini dikemukakan oleh Davis John H. Davis dan Ray A. Goldberg dari Universitas Harvard di Amerika Serikat pada tahun 1957, dan menyebar ke seluruh dunia. Tahapan pengembangan agribisnis di Indonesia adalah sebagai berikut: Tahap konsolidasi (1967-1978) Laju pertumbuhan pertanian sebesar 3,39%, lebih tinggi dari laju pertumbuhan tanaman pangan dan perkebunan sebesar

3,58%. Kebijakan pada tahap ini adalah intensifikasi dan penerapan teknologi, hutan non produktif, diversifikasi agribisnis. Tahap pertumbuhan tinggi (1978-1986) Perkembangan agribisnis meningkat sebesar 5,7%, peningkatan produksi pangan, perkebunan, perikanan, dan peternakan, mencapai 6,8%, mencapai puncak swasembada panga

Selama periode pendokumentasian (1986-1997), sektor pertanian mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 3,4% per tahun, berbeda dengan tahun sebelumnya yang mengalami perkembangan kebijakan karena keberhasilan swasembada pangan sehingga menimbulkan kekhawatiran akan swasembada agribisnis. mengembangkan. Selama fase krisis (1997-2001) pertanian menjadi penyelamat perekonomian Indonesia, dan apresiasi dolar AS menguntungkan komoditas ekspor, terutama sektor pertanian, perkebunan dan industri, namun tidak cukup untuk menahan dampak krisis. dengan menyerap tenaga kerja perkotaan. Fase desentralisasi (2001-2020) Periode desentralisasi ekonomi, transformasi politik yang mengarah pada simpanan administrasi yang berlebihan dan korupsi peraturan daerah.

Menurut Firdaus dan Arsyad (2008:7), agribisnis adalah badan usaha yang mencakup satu atau seluruh mata rantai produksi, pengolahan dan pemasaran produk, yang secara luas berkaitan dengan pertanian. Pertanian dalam arti luas mengacu pada kegiatan komersial yang mendukung kegiatan pertanian dan kegiatan komersial yang didukung oleh kegiatan pertanian. Dalam suatu sistem agribisnis, keterkaitan antar subsistem ikut berperan jika terdapat hubungan yang proporsional antara saling menguntungkan dan saling membantu antar pelaku dalam sistem komoditi yang bersangkutan. Hubungan yang proporsional dan saling menguntungkan ini merupakan dasar yang kokoh untuk memastikan terpenuhinya hak dan kebutuhan peserta dalam sistem agribisnis (Sa'id dan Intan, 2001).

Hortikultura saat ini merupakan salah satu bidang pertanian utama di Indonesia. Hortikultura dapat dipahami sebagai budidaya tanaman kebun. Hortikultura merupakan produk pertanian yang sangat potensial karena nilai ekonominya yang tinggi dan permintaan pasar

yang terus meningkat di dalam dan luar negeri (Dirjen Hortikultura, 2008).

Oleh karena itu akan diupayakan percepatan pengembangan sektor agribisnis yang petani kurang mampu (keterbatasan modal, keterampilan, pengetahuan dan penguasaan lahan) melalui penerapan sistem pengembangan agribisnis. Oleh karena itu, pengembangan sistem agribisnis merupakan suatu bentuk (model, sistem, model) yang mampu memberikan manfaat bagi pelaku agribisnis (petani/peternak/budidaya/nelayan/UKM/koperasi) Peningkatan pendapatan, peningkatan nilai tambah, dan memperluas kesempatan kerja.

1.6 Prospek pengembangan agribisnis Indonesia.

Dari sisi potensi sumber daya dan arah kebijakan pembangunan nasional serta potensi pasar produk agribisnis, Indonesia memiliki prospek pengembangan sistem agribisnis yang didukung oleh:

- a) Keputusan politik yang tertuang dalam GBHN 1999-2004 antara lain memerlukan pengembangan Keunggulan komparatif Indonesia sebagai negara agraris dan maritim,
- b) Amanat konstitusi yaitu UU No. 22 Tahun 1999. Nomor 25 Tahun 1999 dan Nomor 25 Tahun 2000 tentang Pelaksanaan Otonomi Daerah. Esensi otonomi daerah adalah untuk mempercepat pembangunan ekonomi dengan memanfaatkan sumber daya daerah seperti pertanian, saat ini beberapa daerah di Indonesia memiliki struktur ekonomi (pembentukan PDB, peluang usaha, ekspor) 4 disumbangkan oleh pertanian,
- c) keanekaragaman hayati tanah dan air terkaya di dunia. lahan dunia relatif luas dan subur di dunia, dan agroklimat sebagai keunggulan komparatif agribisnis,
- d) Berbasis sumber daya dalam negeri (domestic resources, high local content) tidak memerlukan impor dan pembiayaan luar negeri (hutang luar negeri),

- e) Produk Indonesia keunggulan kompetitif khususnya produk agribisnis seperti produk karet, produk turunan CPO (deterjen, sabun, minyak sawit, dll), (Saragih, B. 2001).

Pengembangan sistem agribisnis berkelanjutan. Dalam rangka memanfaatkan kekuatan Indonesia sebagai negara agraris dan maritim untuk menghadapi tantangan liberalisasi perdagangan, perubahan pasar internasional, pemerintah (kementerian terkait) harus mengembangkan sistem dan usaha agribisnis yang berdaya saing, berpusat pada rakyat dan berkelanjutan.

Pemerintah harus mengkoordinasikan pengembangan sistem agribisnis, meliputi:

- 1) Subsistem agribisnis hulu, yaitu industri yang menghasilkan barang modal pertanian seperti benih/bibit, tanaman, ternak, ikan, industri agrokimia (pupuk, pestisida, obat-obatan, ternak/ikan vaksin), industri alat dan mesin pertanian (pertanian-otomotif);
- 2) Subsistem pertanian primer (farm agribusiness), yaitu produksi produk primer pertanian (budidaya tanaman pangan, hortikultura, tanaman obat, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan);
- 3) Subsistem agribisnis hilir (down-stream agribusiness), yaitu industri yang mengolah hasil pertanian primer menjadi produk olahan seperti makanan/minuman, pakan, produk serat alam, farmasi dan bioenergi, dan
- 4) Subsistem penyedia jasa agribisnis (melayani agribisnis)) seperti kredit, transportasi dan pergudangan, penelitian dan pengembangan, pendidikan sumber daya manusia, dan kebijakan ekonomi (lihat Davis dan Golberg, 1957; Downey dan Steven, 1987).

pertanian berkelanjutan. Turner dkk. (1993) mendefinisikan pembangunan berkelanjutan sebagai upaya untuk memaksimalkan keuntungan bersih dari pembangunan ekonomi dalam kondisi yang mempertahankan dan meningkatkan layanan, kualitas, dan kuantitas sumber daya alam dari waktu ke waktu. Selain itu, Layanan Riset

Pertanian Amerika Serikat (USDA) mendefinisikan pertanian berkelanjutan sebagai pertanian masa depan yang kompetitif, produktif, menguntungkan, melestarikan sumber daya alam, melindungi lingkungan, dan meningkatkan kesehatan, kualitas makanan, dan keamanan. Pembangunan pertanian berkelanjutan dapat melindungi sumber daya genetik tanah, air, tanaman dan hewan tanpa merusak lingkungan, tepat secara teknis, layak secara ekonomi dan dapat diterima secara sosial. Konsep pembangunan berkelanjutan dimulai pada akhir tahun 1980-an sebagai tanggapan atas strategi pembangunan sebelumnya yang menitikberatkan pada sasaran pertumbuhan ekonomi yang tinggi, yang terbukti mengakibatkan penurunan kapasitas produksi dan kualitas lingkungan.

Pertanian berkelanjutan adalah pengelolaan sumber daya alam dengan menggunakan teknologi dan kelembagaan untuk memastikan bahwa kebutuhan manusia terpenuhi dan terpenuhi secara berkelanjutan. Pembangunan pertanian harus melindungi tanah, air, tumbuhan dan hewan, tidak merusak lingkungan, efisien, layak secara ekonomi dan dapat diterima secara sosial.

Dengan demikian berdampak pada proses pembangunan berwawasan lingkungan yang; 1) menjamin terpenuhinya kebutuhan gizi dasar generasi sekarang dan mendatang, 2) membuka kesempatan kerja, 3) menjaga produktivitas pertanian, 4) mengurangi potensi pencemaran lingkungan Dampak pembangunan pertanian kegiatan, 5) Produksi berbagai produk pertanian, baik primer maupun olahan, berkualitas tinggi dan berdaya saing kuat.

Implikasi kebijakan untuk pertanian berkelanjutan dalam sistem agribisnis. Pertanian berkelanjutan kini menjadi gerakan global dan menjadi dasar penerapan “praktik pertanian yang baik” (codes of conduct). Negara, lembaga pembangunan, LSM dan organisasi konsumen internasional juga mendorong dan memantau penerapan prinsip pertanian berkelanjutan. Kepatuhan produsen terhadap standar praktik pertanian berkelanjutan menjadi salah satu acuan bagi konsumen produk pertanian. Oleh karena itu, setiap agribisnis harus berpegang pada prinsip-prinsip Good Agricultural Practices (PPB)

untuk mendapatkan akses pasar, terutama pasar internasional (Saptana dan Ashari, 2007).

Pembangunan pertanian berkelanjutan untuk pengembangan sistem agribisnis. Sanim, B (2006) menyatakan; Pembangunan pertanian berkelanjutan memiliki tiga tujuan: tujuan ekonomi (efisiensi dan pertumbuhan), tujuan sosial (kepemilikan/kesetaraan) dan tujuan ekologis (perlindungan sumber daya alam dan lingkungan). Ketiga tujuan tersebut saling berkaitan, dan apabila ketiga tujuan pembangunan tersebut tercapai maka proses pembangunan pertanian berkelanjutan dapat tercapai. Efisiensi dan pertumbuhan sektor pertanian dapat dipercepat melalui pertumbuhan produksi dan peningkatan pendapatan petani, pembentukan modal dan daya saing.

Pemerataan kepemilikan sumber daya dapat dicapai melalui kebijakan pembaruan agraria (reforma agraria) dan peningkatan akses dan kontrol masyarakat petani terhadap sumber daya pertanian, modal, teknologi, kesejahteraan sosial dan perdamaian. Pada tahun 1970-an, setelah mengembangkan pertanian, Indonesia cukup berhasil meletakkan dasar atau landasan bagi pertumbuhan ekonomi yang baik. Tidak merangsang. Ketahanan sektor yang sempat dibanggakan di tengah puncak krisis mata uang, akhirnya tidak bertahan lama, karena pembangunan pertanian dan proses transformasi ekonomi tidak bisa hanya mengandalkan kenaikan harga (inflasi). Perpindahan tenaga kerja dari pedesaan ke perkotaan - dan sebaliknya - terus berlangsung dan sistem agribisnis terintegrasi dengan baik ke dalam kebijakan ekonomi makro.

Pencapaian signifikan yang dirasakan langsung oleh banyak pihak adalah kemampuan memenuhi kebutuhan pangan secara mandiri (swasembada) pada pertengahan tahun 1980-an. Karena fondasi pertanian dan sumber daya alam yang kuat, perekonomian nasional tumbuh cukup pesat, bahkan melebihi 7% per tahun, kesempatan kerja meningkat pesat, dan kemampuan sektor ekonomi menyerap tenaga kerja baru juga. Namun, kondisi yang menguntungkan ini harus berakhir ketika krisis ekonomi menyebabkan pengangguran massal, upah di sektor perkotaan tidak dapat menampung sektor pedesaan, dan

pertanian serta agribisnis harus menanggung beban ekonomi yang berat.

Krisis ekonomi tidak akan berjalan cukup baik sebelum terjadi tanpa biaya sosial yang tinggi. Industri dan jasa pendukung sejauh ini mampu mengimbangi kenaikan permintaan agregat akibat pertumbuhan penduduk, namun belum pulih karena rendahnya investasi dan aktivitas produksi yang akan memperluas elastisitas sektoral kesempatan kerja. Apa yang pernah dibanggakan di puncak krisis mata uang akhirnya menjadi tidak berkelanjutan karena perkembangan pertanian. Proses transformasi ekonomi tidak bisa hanya mengandalkan kenaikan harga (inflasi). Mendekati pembangunan agribisnis—atau mbingkai ulang agribisnis—sebagian tidak dapat memperhitungkan bahwa agribisnis adalah kumpulan sistem bisnis berbasis pertanian dan sumber daya lainnya, dari hulu ke hilir.

Agribisnis mencakup subsistem alat produksi atau bahan, dan pada akhir 1980-an dan awal 1990-an ekonomi pertanian dan agribisnis juga menderita cukup parah. Sektor pertanian mengalami fase dekonstruksi, dengan pertumbuhan yang sangat rendah sekitar 3% akibat proteksi sektor industri yang masif, dan melalui konglomerasi yang melemahkan sistem agribisnis dan basis ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Bahan baku hulu, proses produksi biologis di tingkat perusahaan atau peternakan, kegiatan transformasi berbagai fungsi seperti bentuk perantara (pemrosesan), waktu (penyimpanan atau pengawetan), lokasi (pergudangan), dan pemasaran dan perdagangan hilir, dan komponen pendukung lainnya Sistem seperti jasa, dana, bank. Menurut Wicaksana (2010) dalam Fathoni (2012), sistem agribisnis, seperti sistem lainnya, memiliki siklus hidup. Agribisnis dipengaruhi oleh daur hidup tanaman dan juga daur hidup manusia, sehingga ada tiga daur hidup dalam agribisnis yaitu daur hidup produsen, daur hidup bisnis dan daur hidup konsumen. Fase siklus hidup sistem agribisnis dimulai dengan fase kelahiran ketika sistem bergantung pada lingkungan. Sistem memiliki fase pertumbuhan/perkembangan ketergantungan dan transisi menuju

kemandirian. Tahap dewasa stabil di mana sistem mandiri dan siap beregenerasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2012. Agribisnis Sebagai Sebuah Sistem. Artikel. http://agricomunindo.blogspot.co.id/2012/09/agribisnis-sebagai-sebuah-sistem_15.html. (Diakses 5 Juni 2016)
- Fitri, EL., 2014. Sejarah Perkembangan Agribisnis. Makalah. <http://makgeng.blogspot.co.id/2014/06/makalah-filsafat-ilmu-sejarah.html>. (Diakses 5 Juni 2016)
- Gunawan, 2013. Pengertian Agribisnis. Artikel. (<http://gunawanadeputra.blogspot.co.id/2013/02/pengertian-agribisnis.html>). (Diakses 13 Februari 2016).
- Rohman, F., 2013. Sejarah Agribisnis. Artikel. <http://agribisnis01.blogspot.co.id/2013/08/sejarah-agribisnis.html>. (Diakses 5 Juni 2016).
- Sieva, A., 2015. Pengertian dan Konsep Agribisnis Pertanian. Makalah. <http://mynewpenyuluhanpertanian.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-dan-konsep-agribisnis.html>. (Diakses 13 Februari 2016).
- Wicaksana, E., 2010. Pengertian Sistem Agribisnis. Artikel. <http://tamanagribisnis.blogspot.co.id/2010/02/bab-v-sistem-agribisnis.html>. (Diakses 15 Juni 2016).
- <https://kotakpintar.com/blog/apa-itu-agribisnis>
- <https://text-id.123dok.com/document/dzx0g53dz-agribisnis-landasan-teori-1-kedelai.html>
- https://www.academia.edu/9001876/MODEL_DAN_STRATEGI_PENGEMBANGAN_PERTANIAN_AGRIBISNIS
- https://www.academia.edu/9022900/DEFINISI_PERTANIAN_DALAM_ARTI_LUAS
- <https://mj-asra.blogspot.com/2011/07/analisis-lingkungan-agribisnis.html>
- <https://www.kudupinter.com/2020/02/pengertian-agribisnis-adalah.html>

BIODATA PENULIS



Mariam, S.Kom., M.Si, Lahir di Kabupaten Pangkep Provinsi Sulawesi selatan pada tanggal 15 Mei 1977. Penulis adalah Dosen tetap pada Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene dan Kepulauan Menyelesaikan studi S1 pada STMIK DP Makassar, Melanjutkan S2 pada jurusan Manajmen Keuangan Universitas Hasanuddin makassar. Penulis memulai berkarya sebagai Dosen pada tahun 2005 hingga saat ini , dan aktif dalam menjalankan tridharma perguruan tinggi (Pendidikan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat).



TEORI DAN PERKEMBANGAN AGRIBISNIS

Oleh: **Mutmainna**



1.1 Usaha Agribisnis Sebagai Suatu Sistem

Sistem pada usaha di bidang pertanian merupakan pengamatan yang ditujukan berdasarkan subsistem dan elemen, Subsistem atau elemen ini agar tidak terjadi kegagalan dalam sistem tersebut maka dibutuhkan aturan atau prosedur yang mengatur hubungan antara subsistem atau elemen tersebut.

Keberadaan usahatani bidang pertanian yang dikenal dengan nama agribisnis telah banyak dimanfaatkan dalam peningkatan jumlah produk dan nilai produk yang dihasilkan melalui pemanfaatan sumberdaya alam dan teknologi yang digunakan. Hal ini dilakukan oleh banyak usaha yang bergerak di bisnis pertanian karena disesuaikan dengan keinginan konsumen sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Menurut (Wicaksana, 2010) usahatani agribisnis mempunyai sistem yang merupakan cakupan dalam pelaksanaan agribisnis secara utuh. Adapun cakupan sistem yang dimaksud yakni: 1) usahatani atau agribisnis mempunyai cakupan pertama terkait komoditi atau sumber bahan baku. Komoditi akan menjadi perbandingan nilai ekonomi jika banyak konsumen yang membutuhkan tetapi jumlah komoditi yang dihasilkan terbatas; 2) cakupan kedua dari agribisnis adalah lokasi

pelaksanaan usahatani tersebut yang akan menghasilkan dan sebagai tempat pemasaran; 3) sistem agribisnis juga terbatas pada jumlah atau banyaknya komoditi yang diproduksi; 4) kualitas menjadi cakupan terakhir dari sistem agribisnis atau usahatani yang dilakukan. Hal ini dikarenakan terdapat faktor alam dan kemampuan komoditi itu sendiri dalam pengembangannya. Contohnya pada komoditi jagung yang memiliki kualitas berbeda dilihat dari seleksi benih, sortasi dan tingkat kualitas (*grading*) sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen jagung tersebut; dan 5) waktu atau periode pelaksanaan kegiatan agribisnis tergantung pada ketersediaan komoditi. Ketersediaan ini berkaitan dengan musim dan iklim di suatu daerah atau wilayah asal komoditi tersebut. Komoditi agribisnis memiliki umur atau masa waktu panen sehingga umur pakainya pun terbatas.

Suatu sistem agribisnis harus selalu berusaha memperbaharui daur hidupnya melalui perbaikan dan inovasi. Tujuannya adalah untuk mempertahankan sistem agribisnis dengan membangun rantai siklus hidup sistem agribisnis agar dapat bertahan seiring berkembangnya kebutuhan konsumen dan menjadi agribisnis yang berkelanjutan. Daur hidup sistem agribisnis dipengaruhi oleh daur hidup tanaman yang dikelola dan daur hidup petani yang mengelolanya, sehingga daur hidup agribisnis terdiri atas daur hidup produsen, daur hidup bisnis dan daur hidup pelanggan. Terdapat empat bagian daur hidup dari sistem agribisnis yakni dimulai dari masa kelahiran, dilanjutkan masa pertumbuhan atau pengembangan, selanjutnya masuk masa dewasa yang perlahan-lahan menurun yang disebut dengan masa kematangan atau penurunan.

(Wicaksana, 2010) menggambarkan daur hidup sistem agribisnis sebagai sebuah daur kehidupan yakni: *Masa Kelahiran* merupakan masa awal lahirnya agribisnis yang penuh dengan ketergantungan, masih memerlukan perlindungan dan keamanan dari semua pihak yang membutuhkannya. *Masa Pertumbuhan* adalah masa memulai mencari sendiri kedudukannya dalam lingkungan bisnis, masa ini menjadikan agribisnis mulai mandiri meskipun belum seutuhnya karena masih memerlukan dukungan dan perlindungan

untuk meningkatkan peluang bisnis yang dimilikinya. *Masa Produktif* merupakan masa selanjutnya yang dilalui oleh sistem agribisnis. Pada masa ini, agribisnis memanfaatkan semua sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan semaksimal mungkin dengan cara mencari posisi yang tepat, mendewasakan diri dan mampu melakukan inovasi secara keseluruhan. *Masa Penurunan* menjadi masa terakhir dari sistem agribisnis dimana masa ini agribisnis telah memiliki ikatan yang kuat antara produsen dan konsumen. Masa ini juga menjadi masa sulit bagi agribisnis karena sistem agribisnis harus mempertahankan kehidupan bisnis melalui peremajaan agar dapat melakukan pengembangan bisnisnya. Masa daur hidup sistem agribisnis digambarkan seperti pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Masa Daur Hidup Agribisnis
(Sumber: Wicaksono, 2010).

Bidang agribisnis sebagai suatu sistem mempunyai peranan yang sangat penting yang menjadikan sistem agribisnis memiliki nilai yang strategis melalui keterlibatan berbagai lembaga ekonomi dan lembaga penunjang seperti kelompok tani dan koperasi masyarakat. Lembaga seperti koperasi akan menunjang subsistem agribisnis, kegiatan usahatani berbagai komoditi, tersedianya informasi pertanian, jasa serta penggunaan teknologi pertanian yang kesemuanya memberikan nilai (*value*) pada bisnis komoditi pertanian.

Sistem agribisnis yang dijalankan secara kontinyu memberikan peningkatan ekonomi bagi masyarakat pertanian yang mampu mengembangkan ekonomi masyarakat tani dan meningkatkan pertumbuhan organisasi kelembagaan bisnis pertanian serta menyerap banyak tenaga kerja dan peningkatan bisnis di bidang pertanian. Kontribusi sistem agribisnis dalam perdagangan internasional akan meningkatkan devisa negara melalui peningkatan jumlah dan nilai ekspor di bisnis pertanian (Kartono, 2013).

1.2 Perkembangan Teori Agribisnis

Arah pengembangan agribisnis merupakan suatu kekuatan yang penting untuk mencapai tujuan sehingga strategi pembangunan yang berwawasan agribisnis dapat tercipta melalui beberapa tindakan diantaranya membantu meningkatkan industri-industri di bidang pertanian, menciptakan nilai tambah, memberikan peluang untuk memperoleh devisa yang lebih besar, membuka lahan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan (Soekartawi, 2001).

Teori Agribisnis dan perkembangannya dimulai dari konsep agribisnis yang dimunculkan pertama kali oleh Davis dan Goldberg (1957) dalam bukunya yang berjudul “A Concept of Agribusiness”, dimana agribisnis digambarkan sebagai kegiatan yang tidak hanya kegiatan pertanian tapi juga mencakup kegiatan industri manufaktur, saluran sarana produksi pertanian, penyimpanan, mengolah serta menyalurkan hasil pertanian ke masyarakat yang membutuhkan. Berdasarkan hal tersebut, maka peningkatan sistem agribisnis harus dilihat sebagai sistem yang saling terkait mulai dari sistem penyalur bahan baku, penghasil (produsen) komoditi pertanian sampai kepada lembaga yang meliputi pengolahan dan pemasaran hasil-hasil pertanian (Kuawo and Assan Jhonson, 2016).

Pada dasarnya Ilmu agribisnis melibatkan banyak disiplin ilmu sehingga agribisnis mempunyai cakupan yang luas jadi agribisnis disebut juga sebagai plural secara ilmiah. Penelitian agribisnis pada umumnya kompleks dan meliputi berbagai masalah dan tingkatan analisis penyelesaiannya baik pada perusahaan, antar perusahaan

bahkan sampai ke rantai nilai pasar. Oleh karena itu, agribisnis membutuhkan teori dan metode berbagai cara untuk memecahkan masalah agribisnis.

Sejak diperkenalkan oleh Davis dan Goldberg (1957), agribisnis memiliki definisi yang berbeda Subsektor industrialisasi pertanian (Boehlje 1999; Cook dan Chaddad 2000), sebagai rantai nilai atau rantai jaringan (Lazzarini, Chaddad & Cook, 2001). Semua definisi menekankan “saling ketergantungan” (mutual tergantung pada) berbagai sektor rantai nilai pertanian dan berkontribusi pada penciptaan makanan yang diproduksi, Manufaktur, distribusi dan pemasaran produk dan jasa Pertanian/Makanan (Boehlje, 1999; Cook dan Chaddad,2000) (Nurmalina, 2020).

Dalam dunia agribisnis, pengembangan forum akademik bersifat visioner. Sistem (makroskopik) dan satuan fisik (mikroskopis) dengan metode ilmiah diversifikasi agribisnis. Sistem agribisnis ini juga mendorong pembangunan terhadap ilmu dan kajian agribisnis yang terbagi menjadi dua kelompok besar yaitu (King et al, 2010): (1) Ekonomi Agribisnis, Koordinator Riset Vertikal dan horizontal peserta sistem rantai makanan (food chain), khususnya bagaimana Dampak Kelembagaan, Organisasi dan Pasar, Koordinasi sistem pangan vertikal dan horizontal; (2) Manajemen Agribisnis, Penelitian Keputusan dalam struktur tata kelola on-chain Pangan Alternatif (*Alternative Food Chain Government structure*). Adapun keilmuan yang terkait dengan agribisnis seperti Ekonomi, Manajemen, Sosial, Bisnis, Kewirausahaan, Keteknikan/sumberdaya hayati, sistem dan teknologi.

Sistem agribisnis dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Pemenuhan kebutuhan manusia menurut Alan Chapman ada 8 tingkatan. Kebutuhan manusia ini berdasarkan adopsi Teori Maslow yang mengatakan bahwa setiap orang selalu didorong oleh berbagai kebutuhan, Manusia dilahirkan dengan kebutuhan dasar, yaitu kebutuhan akan hidup makmur selama puluhan ribu tahun. Tingkatan pada Teori Maslow membantu menjelaskan setiap keinginan yang dibutuhkan merupakan motivasi bagi orang/manusia

untuk memenuhinya. Manusia akan berusaha memenuhi kebutuhannya mulai dari dasar sampai ke tingkat yang lebih tinggi. Sebagai contoh seorang laki-laki dewasa akan berusaha memenuhi kebutuhan biologi dan psikologinya sebelum berusaha memenuhi kebutuhan keselamatannya, misalnya kepemilikan dan cinta kasih. Tingkatan dalam teori ini kaitannya dengan sistem agribisnis adalah pemenuhan kebutuhan manusia.

Kegiatan agribisnis yang didasari pada motivasi untuk memenuhi kebutuhan primer mendorong terjadinya pertukaran karena adanya berbagai kebutuhan, diantaranya kebutuhan akan pangan. Kebutuhan akan pangan dalam sistem agribisnis masuk ke bagian produksi atau budidaya komoditi pertanian. Pada abad ke-18, kasus agribisnis pertanian di Negara Amerika Serikat menggambarkan usahatani sebagai usaha keluarga yang pemenuhan sarana produksi diperoleh dari usahatani mereka sendiri. Keadaan ini menjadikan agribisnis pertanian berjalan lambat dan pertumbuhan hasil-hasil pertanian yang diperoleh dilakukan melalui perluasan areal atau Ekstensifikasi lahan pertanian. Akan tetapi, melalui revolusi teknologi (1790-1830) penemuan alat-alat pertanian membuat produksi dan produktivitas usaha agribisnis menjadi meningkat (Krisnamurthi, 2020).

Berdasarkan wawasan yang menyatakan bahwa produktivitas masing-masing kegiatan dalam sistem agribisnis sangat ditentukan oleh hubungan satu sama lain antar sistem agribisnis. Wawasan ini juga menjadikan agribisnis sebagai suatu konsep yang menjadikan kegiatan pertanian sebagai suatu yang utuh dan kompleks yang akan menjawab berbagai masalah, tantangan sekaligus kendala yang dihadapi oleh pembangunan pertanian baik saat ini maupun di masa akan datang, baik dalam lingkup nasional maupun internasional.

Teori agribisnis melalui pendekatan ekonomi makro dan ekonomi pembangunan dilihat dari berbagai bagian diantaranya bagian pertanian itu sendiri, perdagangan, industri, jasa dan keuangan merupakan sumbangan terbesar bagi perekonomian nasional. Menurut (Saragih, 1998) perlu dikaitkan antara perekonomian nasional dengan

sistem agribisnis agar peranan sektor pertanian lebih jelas dan luas, sehingga terjadi peninjauan kembali dalam penanganan pertanian yang bukan hanya peningkatan produksi semata tetapi lebih berorientasi bisnis melalui teori-teori yang berkembang dalam agribisnis khususnya agribisnis pertanian secara keseluruhan.

1.3 Pengembangan Agribisnis Pertanian Yang Berkelanjutan

Pengembangan agribisnis perlu dikaitkan dengan pengetahuan karakteristik petani, sebab akan sulit mengajak petani komersial untuk membudidayakan tanaman yang tidak diminati oleh konsumen. Demikian pula sebaliknya, akan sulit mengajak petani subsistem untuk menanam komodit-komoditi unggulan yang banyak diminati oleh pasar. Dengan demikian perlu dikembangkan industri yang mendukung sektor pertanian, sehingga sumbangan sektor pertanian menjadi andalan bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Pertumbuhan sektor pertanian di Indonesia belum optimal dikarenakan terdapat beberapa faktor penyebab, antara lain:

1. Alur produksi pertanian sebagian besar menyebar ke berbagai areal sehingga efisiensi skala usaha sulit dicapai
2. Belum mencukupi jumlah sarana dan prasarana pertanian di beberapa daerah di Indonesia
3. Perkembangan agroindustri di Indonesia berpusat pada daerah perkotaan dan bukan di daerah sentra produksi pertanian
4. Masih kurangnya transportasi dalam mendistribusikan hasil-hasil komoditi pertanian karena kondisi wilayah dari setiap daerah di Indonesia
5. Belum lengkapnya kelembagaan di sentra pertanian seperti kelembagaan keuangan, pasar atau informasi harga dan pasar yang belum memadai

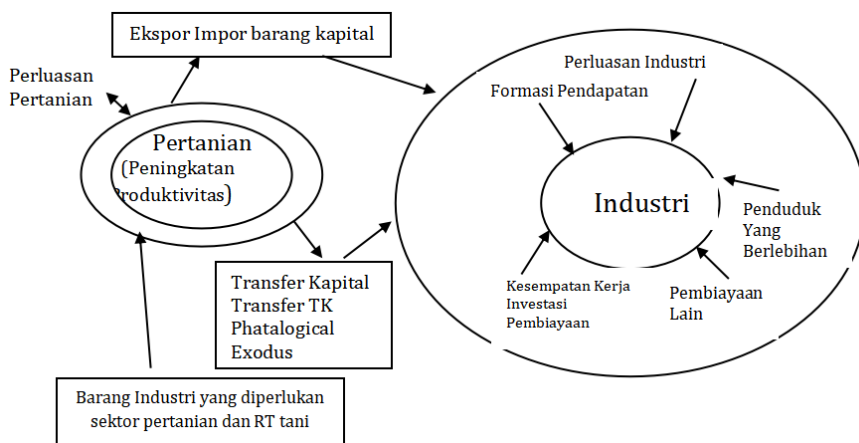
Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, pemerintah telah mengeluarkan kebijakan untuk mengatasinya melalui berbagai alternatif diantaranya:

1. Membantu petani dalam melakukan usahataniya secara efisien melalui penambahan keterampilan bercocok tanam

2. Meningkatkan informasi pasar dan peluang pasar komoditi bagi petani
3. Hasil pertanian yang diusahakan petani di lebelisasi melalui standarisasi hasil
4. Meningkatkan kelembagaan di kelompok petani
5. Pemerintah melakukan kerjasama dengan lembaga pemasaran sehingga berkembang *market intelegent*

Agribisnis pertanian kedepannya diarahkan kepada pengelolaan sumber daya yang berhasil dalam agribisnis untuk memenuhi perubahan kebutuhan manusia dengan tetap mempertahankan atau meningkatkan kualitas lingkungan dan melestarikan sumber daya alam. Apa yang dimaksud dengan pertanian berkelanjutan sebenarnya adalah pembangunan berkelanjutan secara ekonomi melalui: penggunaan energi yang lebih sedikit, jejak ekologis yang minimal, barang kemasan yang lebih sedikit, sumber lokal yang luas dan rantai pasokan makanan pendek, lebih sedikit makanan olahan, Kebun dan kebun masyarakat, lebih banyak rumah, dll. Pertanian Berkelanjutan (Berkelanjutan Pertanian) merupakan implementasi dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) di bidang pertanian. Konsep pertanian berkelanjutan didasarkan pada tiga pilar: ekonomi, sosial dan ekologi (Buleleng, 2009).

Perkembangan perekonomian di beberapa negara berkembang didasarkan pada perkembangan sektor pertanian yang berkaitan dengan sektor industri. Kedua sektor ini memang berbeda terutama pertumbuhan di sektor pertanian yang terkesan lamban sedangkan industri tumbuh dengan cepat. Akan tetapi, hal ini tidak menimbulkan masalah karena adanya perubahan di satu sektor maka dimbangi dengan perubahan di sektor lain. Keterkaitan ini dapat dilihat pada gambar berikut ini (Gambar 4.2)



Gambar 4.2. Keterkaitan antara sektor pertanian dengan industri

Indonesia memiliki potensi untuk meningkatkan peluang agribisnis berkelanjutan melalui pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pertanian, perikanan, peternakan, dan kehutanan. Industri 4.0 atau era informasi saat ini, pemanfaatan data dan sistem informasi serta jaringan dapat memanfaatkan peluang agribisnis. Lingkungan yang kompleks dan dinamis menuntut data dan informasi di lanskap agribisnis yang semakin luas dan kompetitif. Pengolahan sumber pangan telah difasilitasi dengan memanfaatkan sektor pertanian, perikanan, peternakan, dan kehutanan yang masih terbuka luas. Pendekatan agroekosistem, sistem agribisnis, partisipatif dan komprehensif, dan terdapat lima ciri kawasan pertanian dengan keunggulan lokasi sumber daya alam. Indonesia memiliki potensi usaha pertanian yang cukup besar, jika tidak dioptimalkan dan dimanfaatkan, perkembangan usaha pertanian Indonesia akan sulit berkembang (Rini Mastuti, Amruddin, Mauli Kasmi dkk, 2022).

Inovasi adalah hasil dari ilmu pengetahuan dan teknologi, menghasilkan penemuan di bidang pertanian, perikanan, Peternakan dan kehutanan. Pemanfaatan agribisnis berkelanjutan secara luas berkontribusi pada sumber makanan olahan. daerah pertanian Ini memiliki lima karakteristik sumber daya alam, dan memiliki lokasi ekosistem

pertanian yang baik, sistem Agribisnis, partisipatif dan terintegrasi. Jika potensi pertanian Indonesia tidak dimanfaatkan sepenuhnya, pertumbuhan pertanian negara akan mengalami kehilangan. Pengelolaan data dan informasi untuk agribisnis membutuhkan data dan Informasi di dalam dan di luar peternakan. Data dan informasi yang dibutuhkan pertanian meliputi ketersediaan fasilitas produksi dan modal, sementara Data dan informasi yang dibutuhkan di luar pertanian, termasuk pengolahan Hasil/Produk dan Dukungan Pemasaran. Teknik budidaya adalah Fase-fase yang berlangsung di area eksisting yang belum dikembangkan.

Perkembangan globalisasi ekonomi dunia menjadikan negara Indonesia mampu memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki agar dapat berdaya saing terutama di tingkat internasional. Misalnya dalam bidang pertanian, ada beberapa aspek yang harus dikembangkan diantaranya: *Aspek Pertama*, sumberdaya yang dimiliki seperti lahan pertanian dimanfaatkan secara optimal tetapi tetap dijaga kelestariannya. Hal ini sejalan dengan peraturan pemerintah tentang agro-ekosistem yakni (Soekartawi,2000):

- a. Melakukan pembaharuan di bidang budidaya dan sosial ekonomi untuk meningkatkan produktivitas komoditi pertanian
- b. Mengurangi perbedaan nilai produktivitas lahan meskipun keadaan lahan sama
- c. Menjaga keseimbangan antara lahan pertanian dengan usaha yang dijalankan dengan memperhatikan faktor-faktor produksi yang lain agar produktivitas lahan dan lainnya tetap ada
- d. Meningkatkan hasil komoditi pertanian melalui perbaikan berbagai sistem yang ada tanpa harus mengorbankan lingkungan

Aspek Kedua, produksi pertanian harus ditingkatkan dengan menggunakan teknologi, sebab teknologi dapat membantu dalam bidang pertanian dengan menghasilkan produk-produk baru yang dapat meningkatkan perkembangan pertanian dan kesejahteraan petani. Akan tetapi pemanfaatan teknologi ini harus didampingi oleh penyuluh pertanian sebagai ujung tombak pelaksanaan pembangunan pertanian melalui inovasi produk maupun alat. *Aspek Ketiga*,

Pengembangan konsep agribisnis menjadikan petani harus mandiri yakni mengusahakan sendiri produksinya, mengolah hasil yang diperoleh kemudian memasarkan dengan harga yang menguntungkan. Namun kenyataan yang dihadapi oleh petani Indonesia adalah keterbatasan dalam setiap aktivitas pengelolaan pertanian misalnya penggunaan alat pertanian sehingga dibutuhkan pihak lain seperti supplier peralatan tersebut untuk membimbing dalam penggunaannya atau bantuan penyuluh untuk mendampingi petani mulai dari pengolahan lahan sampai membantu melakukan penjualan. Selain itu, petani juga diharapkan melakukan kemitraan bersama lembaga keuangan seperti perbankan, pegadaian maupun lembaga peminjaman modal atau kredit yang lain. Mitra kelembagaan yang dilakukan petani baik bersifat formal maupun non formal. *Aspek Keempat*, terkait dengan budaya atau kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia khususnya petani yang telah lama dilupakan karena dianggap tidak dinamis atau konstan. Menurut Cernia dari Word Bank dalam Soekartawi (2000) bahwa budaya (*culture*) sangat mempengaruhi kegiatan di bidang pembangunan pertanian yakni konsep esensi *putting the people first*.

Kesuksesan pembangunan pertanian di Indonesia dapat dicapai melalui penerapan lima faktor yang ditawarkan oleh (Mosher, 1966) yakni:

1. Melakukan pemasaran atau meninjau pasar yang ada
2. Penggunaan teknologi modern
3. Penggunaan sarana produksi yang diperoleh dari daerah asal petani
4. Memberikan tambahan nilai bagi petani
5. Menyediakan transportasi sebagai bagian dari distribusi hasil pertanian

Pembangunan agribisnis berkelanjutan menjadikan pemerintah senantiasa meningkatkan sektor pertanian terpadu, pertanian berwawasan lingkungan, berwawasan agroindustri, berwawasan agribisnis dengan tujuan untuk menjaga daya saing sehingga hasil-hasil pertanian dapat bersaing dengan produk-produk dari luar negeri.

Selain itu, pemerintah terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam berusaha di bidang pertanian melalui penyediaan peralatan dan bantuan kredit usaha bagi petani.

Keberadaan produk pertanian Indonesia bukan hanya dipengaruhi oleh faktor dalam negeri tetapi juga faktor luar diantaranya kebijakan perdagangan dunia, krisis ekonomi yang berkepanjangan di negara-negara Asia termasuk Indonesia, adanya peraturan internasional melalui larangan ekspor beberapa komoditi serta pembatasan lain oleh negara-negara yang tergabung dalam *World Trade Organization* (WTO) serta perjanjian bilateral maupun multilateral yang kesemuanya kurang menguntungkan bagi perdagangan Indonesia (Soekartawi, 2001).

Pembangunan pertanian berkelanjutan tidak dapat dilaksanakan sebagian dalam jangka pendek, tetapi membutuhkan jangka panjang, berkelanjutan dan menyeluruh. Seperti disebutkan sebelumnya, pertanian berkelanjutan tidak hanya bertumpu pada aspek lingkungan, tetapi juga perlu menyeimbangkan pembangunan ekonomi dan sosial yang saling terkait. Pembangunan pertanian berkelanjutan perlu dilaksanakan secara terpadu, lintas sektor, dan lintas disiplin di pusat dan/atau daerah. Semua pihak harus memiliki pemahaman yang sama bahwa pembangunan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan saat ini, tetapi generasi yang akan datang juga berhak untuk memenuhi kebutuhannya dan menikmati lingkungan yang lestari.

1.4 Agribisnis Indonesia di Era Globalisasi

Definisi yang paling mendasar proses globalisasi adalah perluasan dan memperdalam integrasi pasar komoditas dan pasar jasa keuangan antar negara di dunia. Selama dekade terakhir, ini telah menjadi proses global penyeimbangan dan integrasi telah dilakukan dipercepat karena penggerak universal liberalisasi dan perubahan teknologi di segala bidang, sampai akhir dampak terhadap Percepatan Internasional produksi dan distribusi nasional. Ukuran globalisasi yang biasa digunakan adalah perbandingan perdagangan luar negeri

terhadap pendapatan nasional, perbandingan antara penanam modal asing terhadap pendapatan nasional, dan trend pertumbuhan arus modal. Ukuran ini memberikan gambaran atas keterlibatan Indonesia dengan negara lain dalam waktu yang cukup lama sehingga pertumbuhan agribisnis di Indonesia telah meningkat sekitar 30% dari waktu sebelumnya. Bahkan diperkirakan akan mengalami perkembangan keterbukaan informasi dan komunikasi dalam rangka menghadapi globalisasi pertanian dunia, sehingga Indonesia sebagai negara yang mampu mengambil kebijakan yang tepat di bidang agribisnis pertanian (Hadiwigeno, 1999).

Kebutuhan masyarakat yang semakin besar dan tidak bisa dipenuhi sendiri baik barang maupun jasa menjadi pemicu adanya proses globalisasi. Faktor lain yang mendorong tumbuhnya globalisasi adalah terbukanya informasi dan komunikasi antar masyarakat di seluruh dunia menjadikan hambatan perdagangan semakin berkurang. Masa persaingan yang semakin luas dan terbuka menjadikan globalisasi pasar dunia khususnya di bidang agribisnis pertanian semakin besar peluang untuk memasarkan produk-produk pertanian Negara Indonesia ke berbagai negara di dunia dengan tetap menganut prinsip-prinsip perdagangan dan kesepakatan yang telah ditandatangani bersama untuk diambil manfaat dan peluangnya.

Proses globalisasi pertanian akan bergulir terus sehingga memungkinkan terjadinya persaingan antara pemilik modal, pemilik produksi dan pasar. Proses penyesuaian yang harus dilakukan adalah mempertahankan perlindungan di semua sektor khususnya sektor pertanian. Penggunaan teknologi juga membantu percepatan proses globalisasi produksi barang dan jasa pertanian yang pada akhirnya meningkatkan inovasi sebagai strategi dalam persaingan global. Perkembangan teknologi pada dasarnya akan meningkatkan spesialisasi terutama dalam pola produksi menjadi lebih pendek dan lebih banyak dihasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau konsumen dunia.

Pengembangan globalisasi pertanian sejalan dengan pemikiran (Sachs. J.D, dan Wagner, A., 1995) yang menyatakan bahwa

pertumbuhan ekonomi yang dirasakan oleh negara karena adanya beberapa faktor, diantaranya:

1. Adanya kebijaksanaan ekonomi yang dilakukan oleh negara dengan tepat diantaranya kebijakan promosi ekspor produk melalui akses mudah dalam pemanfaatan input produksi, selain itu adanya tabungan masyarakat yang tinggi, dimana pemerintah juga memiliki pemasukan yang tinggi yang diperlihatkan oleh anggaran belanja yang meningkat dan tidak memberlakukan program jaminan sosial yang menyeluruh
2. Adanya pembangunan ekonomi melalui fenomena *conditional convergence* yang mengalami pertumbuhan tinggi karena kumpulan modal, teknologi dan lain-lain dengan cepat.

Perkembangan sumbangan bidang agribisnis pertanian terhadap perekonomian nasional di era globalisasi meningkat diantaranya subsektor lapangan usaha perkebunan, peternakan dan perikanan terutama dari komposisi dan tingkat konsumsi, dilihat pula dari elastisitas permintaan terhadap kenaikan pendapatan untuk berbagai jenis barang tersebut.

Memasuki milenium, komunitas bisnis internasional telah mengembangkan seperangkat paradigma pembangunan berkelanjutan, yang utamanya memiliki tiga pilar, yaitu ekonomi, dan pengembangan agribisnis harus mampu menciptakan pertumbuhan yang tinggi guna mencapai kemakmuran. Dari perspektif ekologi, pengembangan agribisnis harus meminimalkan dampak lingkungan dari pengelolaan sumber daya. Secara sosial memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Hal ini karena agribisnis merupakan industri yang rentan terhadap isu lingkungan.

Memantapkan ekonomi kerakyatan yang bermanfaat bagi pembangunan ekonomi nasional. Menurut Martodireso dan Suryanto, (2002) sistem ekonomi yang paling ideal di Indonesia adalah berdasarkan usaha bersama masyarakat, yang tujuan utamanya adalah meningkatkan pendapatan per kapita untuk meningkatkan kesejahteraan dan pemerataan pendapatan. hasil usaha patungan.

Paradigma pembangunan ekonomi pedesaan berbasis usaha pertanian merupakan strategi pembangunan pedesaan dimana usaha pertanian menjadi penggerak utama perekonomian pedesaan.

Strategi yang tepat untuk mendorong pengembangan agribisnis di pedesaan adalah integrasi vertikal. Pertanian skala kecil digabung dengan usaha agroindustri atau kemitraan usaha, sehingga tercipta “unit agribisnis industri”. Model kemitraan harus dilandasi kesadaran bahwa semua pihak saling membutuhkan dan tumbuh bersama, oleh karena itu kemitraan harus dilakukan dengan prinsip keterbukaan, keadilan, saling percaya, dan kepatuhan terhadap aturan. Pengembangan industrialisasi agribisnis merupakan strategi bisnis untuk mengimplementasikan konsep urbanisasi pertanian.

Kemitraan berdasarkan prinsip ekonomi dapat tumbuh secara alami dengan kekuatan pasar. Oleh karena itu, pendirian industri agribisnis harus didukung oleh pemerintah yang berperan aktif sebagai mediator, fasilitator, pelindung dan pengatur yang jujur, adil dan bijaksana. Oleh karena itu, perlu dibuat forum dialog antara pemerintah, pengusaha dan petani sebagai wadah peningkatan agribisnis industrial di pedesaan. Secara umum, pengusaha agribisnis dan petani memiliki kekuatan politik yang relatif rendah dibandingkan dengan pengusaha nonpertanian dan penduduk perkotaan. Kebijakan pemerintah cenderung berpihak pada bisnis di luar pertanian dan penduduk perkotaan. Oleh karena itu, kebijakan yang sangat diperlukan pemerintah untuk mendorong pengembangan pertanian pedesaan adalah dengan mencegah penurunan nilai tukar pertanian dan agribisnis. Penetapan harga, perdagangan, kebijakan fiskal dan moneter harus sedapat mungkin mengarahkan pengembangan agribisnis di daerah pedesaan. Pemerintah juga harus melindungi agribisnis dan petani dari dampak negatif kebijakan negara lainnya, serta praktik tidak adil dari bisnis non-pertanian dan pengusaha besar (Hanafie, 2010).

Perkembangan agribisnis Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal tetapi juga oleh faktor eksternal (internasional).

Ada empat faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan agribisnis, yaitu:

1. Kegiatan Ekonomi Regional dan Dunia
Ekspor produk pertanian Indonesia umumnya masih merupakan produk primer yang sangat dipengaruhi oleh harga internasional. Pada saat yang sama, harga dunia sangat dipengaruhi oleh tingkat aktivitas ekonomi dunia. Sementara tujuan ekspor produk pertanian Indonesia sebagian besar adalah negara maju
2. Kebijakan Produksi dan Perdagangan di Masing-Masing Negara
Produk pangan yang dihasilkan petani bersifat subsistem, sehingga masing-masing negara berusaha memenuhi kebutuhannya terutama untuk produk domestik. Hal ini didukung oleh masing-masing negara cenderung *protectionist* terhadap produk pangan menyebabkan harga dunia komoditi pertanian cenderung berfluktuatif lebih besar
3. Kebijakan Ekonomi Makro Internasional
Stabilitas perdagangan dunia dipengaruhi oleh kebijakan ekonomi makro oleh negara-negara besar seperti Amerika dan Jerman. Hal ini akan mempengaruhi profitabilitas produk agribisnis Indonesia, kebijakan ini dapat merubah *Exchange rate* yang dapat merubah harga-harga dunia
4. Kesepakatan Perdagangan Regional maupun Dunia
Kesepakatan perdagangan yang telah dibuat dapat menjadi penghambat pertumbuhan pembangunan agribisnis di Indonesia, jika Indonesia tidak mampu memenuhinya. Paling tidak, Indonesia mampu menikmati benefits yang ditimbulkan oleh perdagangan dunia yang semakin terbuka.

Agar produk agribisnis Indonesia mampu bersaing dengan produk negara lainnya maka kebijakan pemerintah melalui pendekatan agribisnis terpadu, pengembangan dan penguasaan teknologi pertanian wajib untuk ditingkatkan dan diperluas. Upaya perwujudan agribisnis sebagai strategi pemberdayaan ekonomi petani di pedesaan harus disertai dengan pengembangan sebagai berikut:

1. Peningkatan Kualitas Sumberdaya Petani
Pengembangan agribisnis menuju era globalisasi menjadikan sumberdaya manusia yakni petani sebagai pengembang inovasi pertanian sebagai sistem off farm agribusiness yang selama ini berada di luar pikiran masyarakat tani
2. Pengembangan Sistem Teknologi
Produktivitas dan efisiensi dalam produk-produk pertanian wajib untuk ditingkatkan melalui pemanfaatan teknologi pertanian secara partisipatif
3. Pengembangan Sistem Kelembagaan Pertanian
Sistem kelembagaan pertanian baik secara formal maupun informal sangat berkaitan dengan penyediaan input, produksi, pengolahan dan peningkatan mutu produk, pemasaran yang dapat mengubah sikap petani dalam melakukan agribisnis. Hal lain adalah interaksi antara koperasi pertanian dengan lembaga-lembaga ekonomi pertanian
4. Pemanfaatan, pengembangan dan peningkatan kualitas sumberdaya alam dan lingkungan sehingga pertanian dapat berlanjut dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Buleleng, D. P. (2009, Oktober). Pengertian dan Konsep Pertanian Berkelanjutan. *Oktober*.
- Hadiwigeno, S. (1999). Globalisasi, Liberalisasi dan Daya Saing Sektor Pertanian. *JEP*.
- Hanafie, R. (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kartono, H. (2013, 12). <http://kartonohendry.blogspot.co.id>. Retrieved 3 2023, from <http://kartonohendry.blogspot.co.id>: <http://kartonohendry.blogspot.co.id>
- Krisnamurthi, B. (2020). *Pengertian Agribisnis*. Jakarta: Penerbit Puspa Swara.

- Kuawo and Assan Jhonson. (2016). Do Internet and Human Capital Matter for Economic Growth in Developing Countries. *Modern Economy*, 11.
- Martodireso dan Suryanto. (2002). *Agribisnis Kemitraan di Era Baru*. Yogyakarta: UGM Press.
- Mosher, T. (1966). *Menggerakkan dan Membangun Pertanian*. Jakarta: C.V. Yasaguna.
- Nurmalina, R. (2020). *Perkembangan Konsep Agribisnis*. Bogor: IPB University.
- Rini Mastuti, Amruddin, Mauli Kasmi dkk. (2022). *Perencanaan Agribisnis Pertanian Berkelanjutan*. Makassar: Yayasan Kita Menulis.
- Sachs. J.D, dan Wagne,r A. (1995). *Economic Reform and The Process of Global Integration*. Brooking Economic Paperson Economic Activity.
- Saragih, B. (1998). *Agribisnis Paraigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Jakarta: Yayasan Mulia Persada Indonesia.
- Soekartawi. (2000). *Teori Agribisnis dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Soekartawi. (2001). *Agribisnis Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Wicaksana. (2010, Februari 1). *Pengertian Sistem Agribisnis*. Retrieved Maret 1, 2023, from <http://taman-agribisnis.blogspot.co.id>:<http://taman-agribisnis.blogspot.co.id>

BIODATA PENULIS



Mutmainna, S.P., M.Si. Lahir di Ujung Pandang tanggal 30 Januari 1974. Menamatkan S1 di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Hasanuddin dan S2 Ekonomi Pertanian Institut Pertanian Bogor. Sejak tahun 2006 sampai saat ini sebagai dosen tetap di Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan. Aktif dalam menjalankan Tridarma Perguruan Tinggi (Pendidikan Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat).



KEMITRAAN AGRIBISNIS

Oleh: Sifi Azizah



1.1 Definisi dan Prinsip Kemitraan Agribisnis

Kerjasama antara pihak publik dengan swasta di sektor pertanian telah menjadi konsep populer dalam pembangunan pertanian sejak Kementerian Pertanian (Kementan) Indonesia mengumumkan inisiatif baru pada tahun 2010 yang bertujuan mengembangkan pertanian berkelanjutan melalui kemitraan antara kedua belah pihak. Tujuan dari kemitraan tersebut adalah untuk mencapai ketahanan pangan dan pertumbuhan ekonomi. Kerja sama publik-swasta di sektor pertanian terutama didukung oleh program pemerintah. Lembaga publik terdiri dari: kementerian, kantor pemerintah daerah, bank pemerintah, lembaga penelitian dan pengembangan publik dan universitas serta badan usaha milik negara. Semua pihak tersebut umumnya memanfaatkan dana pemerintah pusat atau lembaga pendanaan asing untuk menjalankan program pembangunan. Kemitraan bertujuan untuk memperluas kesempatan kepada petani kecil untuk meningkatkan pendapatan mereka dan mendapatkan peluang kerja yang lebih besar. Tujuan ini seiring dengan tujuan pembangunan ekonomi nasional yaitu untuk kesejahteraan ekonomi, sosial dan politik melalui meluasnya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan ekonomi. Sehingga program-program tersebut biasanya bersifat luas dan tidak terfokus pada tujuan

tertentu. Sektor swasta yang terlibat dalam program umumnya melakukan kemitraan karena adanya aturan pemerintah yang mewajibkan perusahaan besar untuk bekerjasama dengan petani kecil. Pemerintah kemudian memprioritaskan pengajuan kredit pada bank pemerintah. Namun, sifat kerja sama ini telah berubah selama dekade terakhir karena persaingan pasar yang ketat dan peningkatan permintaan yang signifikan untuk komoditas pertanian. Kerja sama swasta publik saat ini berkembang untuk membangun kapasitas, meningkatkan efisiensi pasar, mengamankan input untuk bisnis dan membuat infrastruktur dapat diakses (FAO, 2013).

Inti dari kemitraan adalah kerja sama antara dua pihak atau lebih dalam usaha komersial tertentu, di mana pihak-pihak yang terlibat dalam kolaborasi (bermitra) berbagi hubungan yang saling menguntungkan (*equal standing*). Dalam kemitraan terdapat prinsip-prinsip dasar yaitu — kebutuhan bersama, hubungan timbal balik, tujuan mendapat keuntungan bersama— dapat tercapai sepenuhnya. Tujuan kemitraan tidak dapat dicapai jika bergantung pada satu pihak yang mendominasi. Proses kemitraan berasal dari munculnya upaya kolaboratif yang melibatkan pihak-pihak dengan tujuan dan nilai yang sama (Azahari, 2000).

Keputusan Menteri Pertanian Nomor 940/Kpts/OT.210/10/1997 tentang Pedoman Kemitraan Usaha Pertanian Bab I Pasal 3 berisi tentang asas kemitraan pertanian yang meliputi;

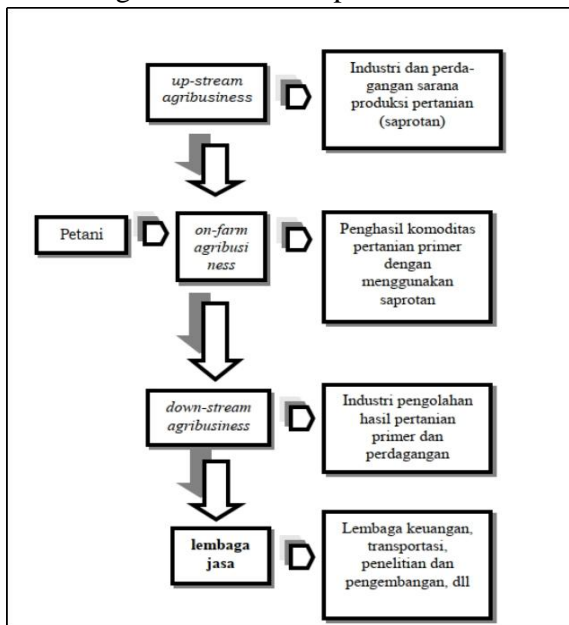
1. Persamaan Kedudukan
2. Keselarasan dan
3. Peningkatan keterampilan kelompok mitra.

Asas kemitraan yang dilakukan harus menjamin adanya kondisi yang adil, keseimbangan, keselarasan, dan keterpaduan dengan penjelasan seperti dibawah ini (Musarif, dkk. 2011):

1. Posisi yang setara antara Kelompok Tani/Gapoktan dan Koperasi Tani sebagai Kelompok Mitra dengan Perusahaan Mitra dan bukan seperti atasan dan bawahan.
2. Adanya komitmen diantara kedua belah pihak dan memegang teguh komitmen perjanjian yang tercantum di kontrak (hak dan kewajiban).

3. Kerjasama memberikan keuntungan yang adil untuk pihak Kelompok Mitra dan Perusahaan Mitra.
4. Menjunjung tinggi etika bisnis dengan melaksanakan perjanjian yang sudah ditetapkan.
5. Memberikan masukan yang konstruktif terhadap pihak lain dan selalu melakukan koordinasi, komunikasi, evaluasi dan monitoring secara terbuka.
6. Perusahaan Mitra membutuhkan produk/jasa yang dihasilkan Kelompok Mitra, sebaliknya Kelompok Mitra mendapatkan modal, jaminan pemasaran, dan bimbingan/pembinaan.

Pada dasarnya kemitraan ini melibatkan pihak-pihak yang ada dalam sebuah sistem agribisnis. Murdiyanto dan Kundarto (2012) menggambarkan keterkaitan dan saling membutuhkan antara pihak-pihak dalam sistem agribisnis tersebut pada Gambar 5.1.1 dibawah ini.

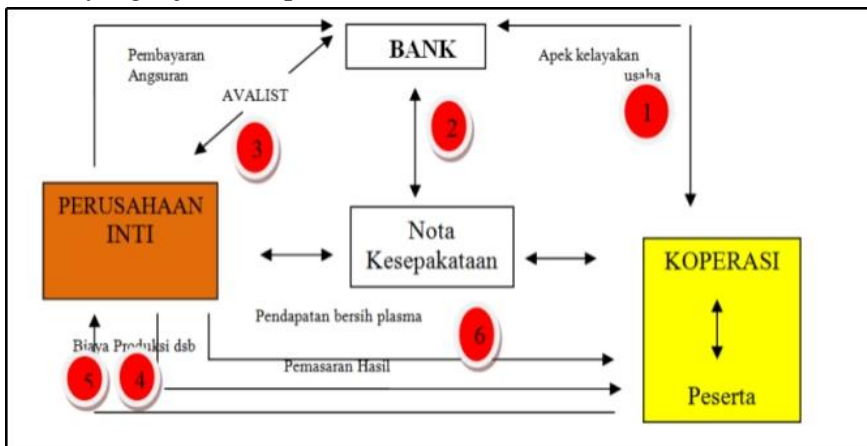


Gambar 1. Keterkaitan antar Sub-sistem dalam Agribisnis
(Sumber Murdiyanto dan Kundarto, 2012)

Menurut Dwijatenaya dan Raden (2016) terdapat beberapa landasan formal yang mengatur tentang kemitraan di Indonesia antara lain:

1. Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pelaksanaan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 diatur pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013
2. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2014 Tentang Perkebunan. Bab VII Bagian Keempat Pasal 57
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tentang Kemitraan. Pada Bab I Pasal 1 Ayat 1
4. Keputusan Menteri Pertanian Nomor 940/Kpts/OT.210/10/1997 tentang Pedoman Kemitraan Usaha Pembangunan Perdesaan dan Kemitraan Agribisnis Pertanian.

Eriansyah (2018) dalam penelitiannya memberikan salah satu contoh kemitraan adalah antara petani dengan perkebunan kelapa sawit, yang dijelaskan pada Gambar 5.1.2 berikut.



Gambar 2. Contoh Mekanisme Kemitraan Usaha Perkebunan
(Sumber Eriansyah, 2018)

Dimana secara teknis pelaksanaannya adalah;

1. Bank pelaksana menyeleksi kelayakan usaha berdasarkan persyaratan teknis
2. Pembuatan Nota kesepakatan (*Memorandum of Understanding/ MoU*) yang memuat hak dan kewajiban pihak-pihak yang bermitra (inti, plasma/koperasi dan Bank)

3. Melalui kuasa koperasi atau plasma, kredit perbankan dipindahkan dari rekening koperasi/plasma ke rekening inti kemudian diberikan kepada plasma dengan bentuk sarana produksi, pekerjaan fisik dan lain-lain
4. Uang tunai tidak diberikan oleh bank kepada plasma tapi diubah menjadi sarana produksi pertanian yang penyalurannya dilakukan oleh inti atau koperasi. Petani plasma yang kemudian menjalankan fungsi produksi
5. Produk hasil plasma dibeli oleh inti dengan harga yang ditetapkan dalam MoU
6. Sebagian hasil penjualan plasma diberikan kepada bank oleh Perusahaan inti. Potongan ini adalah angsuran kredit dan sisanya diberikan kepada petani sebagai pendapatan bersih.

1.2 Model Kemitraan Agribisnis

Beberapa model kemitraan yang telah diterapkan, saat ini diantaranya adalah “*contract farming*” dan pola PIR.

1. “*Contract Farming*” Secara definitif “*contract farming*” dapat didefinisikan sebagai “usaha tani yang berdasarkan kesepakatan antara suatu badan atau perusahaan yang bertindak sebagai pengolah atau penyalur hasil pertanian dengan produsen utama hasil pertanian tersebut”. Petani dalam model ini bertindak sebagai produsen utama yang menjual atau memasok sebagian hasil produksinya kepada perusahaan.
2. Pola PIR. Terdapat beberapa istilah Indonesia untuk program yang berdasar pada “*contract farming*” misalnya PIR, TRI, PIR-Bun dan sebagainya. Kebijakan pemerintah yang berlandaskan hukum mendasari diluncurkannya program-program tersebut. Pemerintah pada mulanya menerapkan program ini pada proyek yang dikelola badan-badan usahanya, namun kemudian juga diterapkan pada pihak swasta, secara substansial juga hanya sebagai jargon saja. Pemerintah mengklasifikasikan proyek PIR berdasarkan dua hal: (1) dari aspek peserta atau calon pesertanya dan (2) dari asal dananya. Program PIR memiliki bermacam-

macam istilah dan pengimplementasiannya, misalnya PIR-Bun untuk proyek program intensifikasi dan ekstensifikasi komoditas perkebunan. PIR-Trans adalah proyek PIR perkebunan untuk daerah-daerah luar Jawa bersama dengan transmigrasi. PIR Trans biasanya membuka area perkebunan baru dan melibatkan petani plasma dalam program transmigrasi proyek ini (Azahari, 2000).

SISTEM USAHA KEMITRAAN AYAM BROILER

www.podomorofeedmill.com

Pola Kemitraan Ayam Broiler

Prinsip dari sistem kemitraan adalah adanya kerjasama yang saling menguntungkan karena kedua belah pihak saling membutuhkan. Namun, sistem ini mempunyai 2 bentuk kemitraan, yaitu sistem kemitraan kontrak dan sistem kemitraan bagi hasil.

1. Sistem Usaha Kemitraan Kontrak

Sistem usaha kemitraan kontrak, perusahaan inti berkewajiban menyediakan saponak (pakan, DOC, dan OVK) dan tenaga pembimbing teknis (PPL, Dokter Hewan). Sedangkan peternak yang bertindak sebagai mitra berkewajiban menyediakan kandang, peralatan, operasional, dan tenaga kerja.

Keuntungan dan Kelemahan

a. Keuntungan dari sistem kontrak ini peternak mendapatkan jaminan pemasaran dan kepastian harga ayam.
b. Kelemahan dari sistem ini adalah keuntungan peternak lebih sedikit karena ada tambahan harga saponak (untuk keuntungan inti).

2. Sistem Usaha Kemitraan Bagi Hasil

Sistem kemitraan bagi hasil, dimana pihak inti menyediakan saponak sedangkan peternak mitra menyediakan kandang, operasional serta tenaga kerja. Tetapi, pemasaran dapat dilakukan oleh pihak inti atau bersama-sama, tergantung kesepakatan.

Keuntungan dan Kelemahan

a. Keuntungan sistem ini adalah adanya rasa tanggung jawab dari kedua belah pihak.
b. Kelemahan sistem ini adalah rawan adanya ketidakjujuran, terutama masalah biaya yang telah dikeluarkan. Peternak mitra turut menanggung kerugian jika harga jual di bawah harga pokok produksi. Adapun keuntungannya relatif lebih kecil karena ada pembagian hasil.

Podomoro feedmill | @podomorofeedmill | Podomoro Feedmill | 0812-5983-6785

Gambar 5.2.1. Contoh Kemitraan Inti Plasma Ternak Broiler
(Sumber: <https://podomorofeedmill.com/info/sistem-usaha-kemitraan-ayam-broiler>)

Melengkapi model kemitraan yang disebutkan diatas, Musanif (2011) menambahkan bahwa pemilihan pola kemitraan yang tepat disesuaikan dengan tujuan dan kesiapan dari masing-masing pihak yang akan bermitra. Model atau Pola kemitraan tersebut antara lain:

1. Pola Kemitraan Unit Usaha Bersama adalah kerjasama antara dua pihak yang bermitra dan membentuk sebuah unit usaha

- bersama. Kedua belah pihak berperan sebagai pemegang "saham" dalam usaha tersebut.
2. Pola Kemitraan *Product Branding* adalah kerjasama pemasaran bagi produk yang dihasilkan berdasarkan pesanan Perusahaan Mitra ("*tailor made*") oleh Kelompok Mitra. Perusahaan Mitra memberikan kemasan dan merk (*brand*) sesuai dengan keinginan mereka.
 3. Pola Kemitraan Inti – Plasma adalah kemitraan usaha antara petani/Kelompok Tani/Gapoktan sebagai Kelompok Mitra (Plasma) dengan Perusahaan Mitra (Inti). Perusahaan Mitra memiliki kewajiban melakukan penelitian dan pengembangan, bimbingan teknis dan manajemen, menyediakan sarana produksi, menampung, mengolah dan memasarkan hasil produksi Kelompok Mitra. Sedangkan Kelompok Mitra wajib memenuhi kebutuhan Perusahaan Mitra sesuai dengan perjanjian.
 4. Pola Kemitraan *Competency Based Value Chain* merupakan kerjasama beberapa pihak (misalnya Kelompok Tani, Gapoktan, industri hilir dan eksportir) dalam suatu *cluster* agroindustry. Semua pihak melakukan perannya sesuai dengan kemampuan mereka.
 5. Pola Kemitraan *Participatory Guarantee System* (PGS) adalah kerjasama antara Perusahaan Mitra dengan Kelompok Mitra untuk menghasilkan sebuah produk. Kelompok Mitra maupun Perusahaan Mitra menerapkan Jaminan Mutu. Perusahaan Mitra wajib memberikan pembinaan dan pemantauan dalam penerapan sistem jaminan mutu yang dilakukan oleh Kelompok Mitra. Selanjutnya Pihak Perusahaan Mitra menyediakan fasilitas pemasaran produk Kelompok Mitra dengan predikat/kualifikasi yang sama dengan produk Perusahaan Mitra.

1.3 Tantangan Kemitraan Agribisnis

Tantangan teknis dan operasional dari kemitraan agribisnis menurut FAO (2016) antara lain:

1. *Supply Chain* dalam kemitraan menghadapi masalah teknis dan operasional yang sangat spesifik. Pertama adalah kegagalan untuk mematuhi standar kualitas atau mempertahankan sertifikasi. Tantangan operasional yang kedua berkaitan dengan perekrutan dan mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas.
2. Tantangan keuangan dalam kemitraan *Supply Chain* umumnya menghadapi dua masalah keuangan penting, yaitu: ketidakmampuan untuk mencapai skala dan laba atas investasi dalam jangka pendek dan menengah, dan kesulitan dalam mempertahankan kegiatan yang membutuhkan investasi di luar periode kemitraan. Tantangan keuangan lain yang dihadapi oleh kemitraan pertanian pada umumnya, seperti pendanaan yang terbatas dan biaya yang terus meningkat.
3. Persepsi mitra swasta tentang keuntungan sebagai *first mover* yang terbatas karena bermitra. *First mover* adalah perusahaan yang pertama kali bergerak di bidang tertentu.

Rekomendasi untuk pembuat kebijakan

1. Mitra publik dan pembuat kebijakan perlu mengidentifikasi jenis proyek di mana kemitraan agribisnis paling efektif mengatasi kegagalan pasar. Pengelolaan kemitraan agribisnis sangat kompleks, oleh karena itu diperlukan pemahaman yang jelas tentang alasan untuk menggunakan pendekatan kemitraan agribisnis dibandingkan pendekatan mekanisme dukungan sektor publik lainnya.
2. Kemitraan Agribisnis harus bertujuan untuk berbagi risiko secara adil di antara mitra dan memasukkan mekanisme manajemen risiko untuk melindungi pihak yang paling rentan terkena resiko. Mekanisme ini termasuk skema asuransi pertanian, jaminan, pinjaman bersubsidi untuk petani dan perusahaan skala kecil, kontrak pembelian yang aman, pelatihan manajemen bisnis untuk

kelembagaan petani, dan ketentuan pembagian risiko jika terjadi *force majeure*.

3. Tindakan kolektif adalah fitur penting dari semua Kemitraan Agribisnis karena membantu mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan upaya inklusi. Mitra swasta dapat mendukung pembentukan kelompok dan memberikan pelatihan pengembangan kapasitas kepada petani kecil untuk membantu memperkuat daya tawar mereka ketika bernegosiasi dalam perjanjian kemitraan dengan perusahaan agribisnis swasta.
4. Keterlibatan lembaga keuangan sebagai mitra inti tambahan dalam Kemitraan Agribisnis membantu meningkatkan akses pembiayaan bagi petani kecil. Dengan memasukkan lembaga keuangan ke dalam perjanjian kemitraan dan menggabungkannya dengan mekanisme manajemen risiko yang dibahas di atas, akses ke pembiayaan bagi petani kecil dapat ditingkatkan.
5. Kerangka kelembagaan dan peraturan yang baik adalah faktor penting dalam desain kemitraan agar dapat memiliki kinerja baik. Sistem tata kelola yang tepat dan pengambilan keputusan yang transparan serta proses anggaran dalam pemilihan proyek kemitraan agribisnis dan mitra swasta adalah faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam tata kelola kemitraan agribisnis pertanian. Dalam hal ini, pendekatan yang terprogram dapat memiliki lebih banyak manfaat dibandingkan pendekatan proyek *ad hoc* untuk mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan transparansi.
6. Meskipun Kemitraan Agribisnis dapat mendorong keterlibatan petani kecil dan UKM, tetapi tidak mungkin berdampak banyak pada golongan yang paling rendah tingkat ekonominya. Pembuat kebijakan yang mengunggulkan Kemitraan Agribisnis untuk tujuan penanggulangan kemiskinan harus mempertimbangkan bahwa ada tingkat keterampilan dan aset tertentu yang diperlukan untuk menjadi kandidat yang cocok sehingga dapat berpartisipasi dalam kemitraan. Hal ini menyebabkan akan menyingkirkan

golongan ekonomi lemah kecuali investasi besar dilakukan dalam pengembangan kapasitas jangka panjang.

7. Ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan monitoring dan evaluasi Kemitraan Agribisnis. Terdapat kebutuhan bagi sektor publik untuk ikut dalam kegiatan monitoring dan evaluasi. Kegiatan Monev Kemitraan Agribisnis dapat digunakan untuk menciptakan dasar yang kuat sebagai panduan tentang desain dan implementasi Kemitraan Agribisnis yang efektif dan dapat memperkirakan dampak jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Azahari, A. 2000. Kemitraan Agribisnis Tiga Tungku. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 15, No. 2, 186 – 200. oai:jurnal.ugm.ac.id:article/39295
- Dwijatenaya, I. B. M. A., & Raden, I. 2016. *Pembangunan Perdesaan Dan Kemitraan Agribisnis: Suatu Model Pemberdayaan Masyarakat untuk Kesejahteraan*. LPPM Unikarta Press. Kutai Kartanegara.
- Eriansyah. 2018. *eJournal Ilmu Pemerintahan*, 2016, 4 (3): 1033-1044 ISSN 2477-2458, ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id
- Keputusan Menteri Pertanian Nomor 940/Kpts/OT.210/10/1997
- Murdiyanto, E. & Kundarto, M. 2012. *Membangun Kemitraan Agribisnis: Inovasi Program Corporate Social Responsibility (CSR)*. Semarang.
- Musanif, J., Indrajati, S. B., Putera, M., Wahyuni, S., Alfiansyah, Abidin, H. M., Waty, D. E., Saragih, E., Sinambela, R., Marcelinus, F., dan Mariyanto, J. 2011. *Pedoman Kemitraan Usaha Agribisnis*. Direktorat Pengembangan Usaha dan Investasi. Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. Kementerian Pertanian.
- FAO. 2013. *Agribusiness public-private partnerships – A country report of Indonesia*. Country case studies – Asia. Rome, Italy.
- FAO. 2016. *Public-private partnerships for agribusiness development – A review of international experiences*, by Rankin, M.,

Gálvez Nogales, E., Santacoloma, P., Mhlanga, N. & Rizzo, C.
Rome, Italy

FAO. 2018. Establishing effective partnerships with the private sector for agribusiness development. Available at www.fao.org/3/a-i5699e.pdf

Sumber Internet:

<https://blog.olahkarsa.com/triple-bottom-line-sejarah-definisi-dan-susbtansinya/>

<https://podomorofeedmill.com/info/sistem-usaha-kemitraan-ayam-broiler>

BIODATA PENULIS



Dr. Siti Azizah, S.Pt., M. Sos., M. Commun.

Dosen Minat Sosial Ekonomi, Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya (siti.azizah@ub.ac.id). Penulis lahir di Malang tanggal 12 Juni 1975. Penulis adalah dosen pada Minat Sosial Ekonomi Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Produksi Ternak

Universitas Brawijaya dan melanjutkan S2 pada Program Magister Sosiologi Pembangunan di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Kemudian penulis kembali meneruskan studi S2 pada *Rural and Regional Development Communication*, University of Queensland. Pendidikan terakhir penulis diselesaikan di Program Doktor Komunikasi dan Penyuluhan Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Penulis menekuni bidang Penelitian dan Pengabdian Masyarakat terutama pada pembangunan masyarakat inklusi dari aspek Pendidikan dan Pemberdayaan.



PERUSAHAAN ARIBISNIS

Oleh: Yoseph Yakob Da Rato

Perusahaan Agribisnis adalah perusahaan berbasis usaha pertanian, dari sektor hulu sampai dengan hilir. Perusahaan ini merujuk terhadap rantai sektor pangan atau *food supply chain*, yang juga dapat dimaknai sebagai perusahaan penyedia pangan. Selain itu juga dapat dijelaskan sebagai sebuah usaha mengedepankan strategi demi mengumpulkan keuntungan dalam lingkup pengelolaan budi daya dan persiapan bahan baku. Kemudian turut pula mempertanggungjawabkans serangkaian kegiatan selama pasca panen, mulai dari cara pengelolaan hasil panen hingga memasuki fase pemasaran.

A. 7 Startup Agribisnis yang Ada di Indonesia

Indonesia termasuk sebagai negara terdepan dalam hal pertanian, kendati masih perlu dipertanyakan kesejahteraan para petaninya. Masih cukup mudah ditemui para petani kesulitan menjual hasil panen, atau menjualnya dengan harga yang begitu murah akibat permainan para tengkulak. Untuk itu, didirikanlah beberapa startup atau perusahaan rintisan berbasis agribisnis untuk mendorong peningkatan kesejahteraan para petani. Di bawah ini akan dijelaskan sejumlah tujuh startup agribisnis yang hadir dan beroperasi di Indonesia.

1. iGrow

iGrow dapat dikatakan sebagai perusahaan rintisan atau startup dalam bidang agribisnis, yang mengaitkan tiga elemen di dalamnya, yakni modal, pasar, dan kemampuan budidaya. iGrow yang berdiri pada tahun 2014 bekerja dengan menghubungkan dan membangun relasi antara investor, petani, pemilik lahan dengan pembeli komoditas yang ditanam. Sehingga pihak investor dalam hal ini bukan hanya mengucurkan modal semata, melainkan dapat pula perkembangan atas proses perkembangan komoditas yang ia beri modal. Adapun modal yang diberikan juga mengikuti ketentuan investornya masing-masing. Seperti misalnya hanya memberikan modal biaya bibit, biaya pemeliharaan, seperti pupuk dan lain sebagainya, ataupun juga dengan memberikan biaya persewaan lahan dalam jangka panjang.

2. Eragano

Eragano adalah sebuah perusahaan teknologi pertanian/agro atau *agritech* yang berdiri pada tahun 2015 dengan tujuan memodernisasi industri pertanian perusahaan. *agritech* yang tujuan utamanya adalah melakukan modernisasi pada industri pertanian. Termasuk di dalamnya, yang telah berhasil dilakukan adanya, memasok komoditas hasil panen petani pada beberapa hotel, seperti Aston atau Armanjiwo. Pada saat ini, Eragano sudah tergabung dalam komunitas 38 petani dari daerah Lembang dan Pengalengan guna menggarap lahan seluas satu hektar. Dengan menyesuaikan kondisi geografis daerah tersebut, pertanian ini akan berfokus pada komoditas ini seperti cabai, kentang, tomat, bawang merah, serta kubis. Akses komunikasi yang diberikan Eragano juga semakin memudahkan petani melalui pengembangan aplikasi berbasis android. Di dalamnya terdapat berbagai layanan yang diberikan; termasuk di antaranya adalah pinjaman dana, pembelian kebutuhan bertani, serta lain sebagainya.

3. Petani

PETANI adalah aplikasi android hasil pengembangan 8Villages, yang juga termasuk sebagai startup atau rintisan bisnis pertanian. Aplikasi ini telah mempermudah petani dan para pakar pertanian untuk dapat bertukar informasi dan berkomunikasi seperti tentang kondisi pertumbuhan atau perkembangan tanaman komoditas tertentu, kondisi aktual lahan, dan lain sebagainya.

Secara teknis, para petani dapat berkomunikasi dengan para pakar atau ahli pertanian melalui cara mengirimkan foto dalam forum yang dibuat dalam aplikasi. Selain itu, dimungkinkan pula penggunaan media sms untuk memperoleh penjelasan lebih lanjut.

4. Tanihub

TANIHUB juga termasuk sebagai aplikasi dengan pembuatannya dimaksudkan sebagai upaya pemotongan atau efisiensi rantai distribusi komoditas hasil panen petani agar langsung diterima konsumen atau user, melalui penggunaan media sms untuk proses penawaran komoditasnya. Secara lebih sederhana, TANIHUB dapat dimakna menjadi suatu *e-commers* yang secara langsung menghubungkan petani dengan para pembeli hasil panennya.

Berbagai produk dapat ditawarkan melalui TANIHUB, termasuk buah, sayur, hingga hasil ternak. Pada saat ini, diketahui bahwa TANIHUB telah berhubungan dengan banyak swalayan, pasar, ataupun restoran di berbagai tempat se-Indonesia.

5. Pandawa Putra

Sebelum menjadi sebagaimana dikenal pada saat ini, Pandawa Putra di awal operasionalnya hanya menjalankan budi data nilam di daerah Bogor dan padi beras merah di daerah Banyuwangi saja. Start up yang berdiri pada tahun 2012 ini kemudian berkembang dengan pembuatan Adjuvant Herbisida, sebuah herbisida yang dikalim efektif, efisien, dan ekonomis untuk memberantas hama.

Pandawa Putra pada saat ini jauh lebih maju sejak awal operasionalnya. Sebab tidak lagi hanya memproduksi benih dan

media pendukung lain, melainkan talah turut beroperasi dalam hal sarana produksinya. Termasuk juga telah terdapat jutaan hektar lahan perkebunan sawit di Sumatera dan persawahan di Jawa yang ditangani dan diurus oleh Pandawa Putra.

6. Limakilo

LIMAKILO termasuk sebagai bagian dari lima start up dalam program Sinergi Aksi untuk Ekonomi rakyat yang diresmikan oleh Presiden Joko Widodo. Tujuan Limakilo hampir sebagaimana Tanihub, yakni mengefisiensi jalur distribusi komoditas hasil panen petani, dengan menghilangkan tengkulak. Adapun fokus Limakilo ialah pada komoditas tanaman bawang merah, sehingga para petani dapat mengupayakan penjualan kepada konsumennya secara langsung, serta memperoleh harga dan sekama pembayaran yang lebih adil, serta konsumen juga beroleh transparansi soal produk dan harganya. Limakilo pada saat ini sudah bermitra dengan lebih dari 15 petani lokal, seoertu Bandung, Cirebon, Brebes, dan Yogyakarta.

7. Pantau Harga

Pantau Harga yang berdiri pada 2015 menjadi start up agribisnis yang berfokus terhadap penyajian informasi harga komoditas pertanian secara rinci. Bahkan termasuk informasi berdasarkan lokasi pengguna. Selain itu, juga turut disajikan informasi terkait dengan harga daging.

Dalam hal ini, aplikasi dibantu oleh para petani yang mendaftarkan diri berikut komoditas dan harganya. Sehingga transaksi yang terjadi pada melalui aplikasi menjadi lebih transparan, sebab baik penjual maupun pembeli menjadi lebih memahami produk yang diperjualbelikan.

B. Perusahaan

Pengertian perusahaan

Kegiatan (pekerjaan dan semacamnya) yang dilangsungkan melalui sarana prasarana dengan cara yang teratur demi mencari laba

atau keuntungan (dengan menghasilkan suatu hal, proses pembuatan atau pengolahan berbagai barang, penyediaan jasa, perdagangan, dan lain semacamnya). Selain itu juga dijelaskan sebagai suatu organisasi berbadan hukum yang menyelenggarakan usaha atau transaksi tertentu.

Perusahaan merupakan suatu tempat diselenggarakannya produksi suatu produk tertentu, baik barang maupun jasa. Terdapat banyak faktor produksi yang berkumpul dalam perusahaan, antara lain seperti modal, sumber daya manusia berupa tenaga kerja, sumber daya alam, dan kewirausahaan. Di sisi lain, perusahaan juga dimaknai menjadi suatu lembaga atau organisasi penyedia produk, baik barang maupun jasa untuk dapat dijual di atau ke masyarakat demi meraih keuntungan.

Undang-Undang No. 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan juga turut mengemukakan definisi atau pengertian perusahaan, bahwa perusahaan merupakan badan usaha di wilayah NKRI yang berdiri dan beroperasi dengan tujuan untuk mengumpulkan keuntungan.

C. Unsur Pokok Perusahaan

Terdapat dua unsur pokok yang berada di dalam perusahaan agar perusahaan dapat beroperasi, sekaligus menjadi pondasi dan landasan perusahaan. Pertama, bentuk usaha dan kedua, jenis usaha, berikut uraiannya.

- Bentuk Usaha, bahwa sebelumnya perusahaan harus dapat menentukan bentuk usahanya, akankah berbentuk perorangan, CV, PT, atau UKM. Kendati dapat pula berubah dengan menyesuaikan perkembangan perusahaan.
- Jenis Usaha, berbeda dengan bentuk, jenis usaha bersifat lebih variatif. Seperti bidang usaha yang hendak dijalankan, misalnya bidang kuliner, jasa konveksi, otomotif, dan lain sebagainya.

D. Bentuk-Bentuk Perusahaan

Terdapat banyak bentuk perusahaan yang ditentukan Di Indonesia, baik yang telah berbadan hukum maupun yang belu. Beberapa di antaranya yaitu;

- Perusahaan Perseorangan, pendirian usaha berikut penentuan bentuk dilakukan oleh satu orang saja, yang sekaligus berperan sebagai pemilik dan operator usaha. Umumnya, a lingkup operasionalnya kecil.
- Firma (FA), termasuk badan usaha dengan pendirian dan operasionalnya dilakukan dua atau lebih orang dengan nama bersama.
- Persekutuan Komanditer (CV), serupa firma, bahwa kepemilikan badan usaha yang disebut CV ini oleh dua atau lebih pihak, kendati dimungkinkan adanya sekutu pasif yang hanya hanya menanamkan modalnya saja, tanpa terlibat dalam operasional.
- Perseroan Terbatas (PT), sebuah badan usaha dengan modal yang terbagi dalam perhitungan saham, dengan pemilik saham mayoritas yang menjadi pemiliknya.
- Perseroan Terbatas, Terbuka (PT. Tbk), dapat dikatakan sama dengan Perseroan Terbatas, tetapi yang membedakannya adalah publik dapat membeli dan memiliki saham perusahaan melalui bursa jual beli saham.
- Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sebagaimana namanya, badan usaha atau perusahaan ini di bawah kepemilikan negara. Misalnya PLN, Pertamina, BNI, KAI, dan Jasa Raharja.
- Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), badan usaha di bawah kepemilikan pemerintah daerah. Misalnya Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), Bank Pembangunan Daerah (BPD), dan Perusahaan Daerah Angkutan Kota.
- Koperasi, suatu badan usaha yang pembentukannya dilakukan oleh sekelompok orang atau anggota masyarakat berdasarkan asas kekeluargaan, dengan tujuan memenuhi dan mencukupi kebutuhan dan kepentingan bersama.

E. Gambaran Umum Bisnis Sektor Pertanian

Sektor pertanian pada umumnya mencakup beragam sub sektor di dalamnya, termasuk tanaman pangan, hortikultura (sayuran, buah-buahan, tanaman hias), tanaman perkebunan, peternakan, dan perikanan. Kendati pada sub bab ini hanya akan dibahas terkait sub sektor tanaman pangan dan hortikultura. Sedangkan pada sub sektor lain akan dibahas pada sub bab lain pula.

Pertanian merupakan serangkaian kegiatan memanfaatkan sumber daya alam untuk dapat menghasilkan berbagai sumber daya lain yang berguna, seperti dengan menghasilkan bahan pangan, sumber energy atau bahan baku industry yang dapat berguna dalam pengelolaan lingkungan hidup dan bahkan lingkup yang lebih luas lagi. Dengan demikian, usaha tani termasuk sebagai pokok dari pertanian itu sendiri, karena terkait langsung dengan serangkaian kegiatan dalam budidaya pertanian.

F. Karakteristik Pertanian

Secara garis besar, usaha pertanian terbagi dalam dua skala, yang terdiri dari skala kecil, seperti usaha keluarga atau kekerabatan, dengan yang berskala besar, seperti perusahaan pertanian. Karakteristik antara keduanya pun juga berbeda, yang berdasarkan penjelasan Baladina (2014), ditunjukkan melalui:

1. Luas Usaha

Pada umumnya, usaha tani skala kecil seperti keluarga anya menggunakan lahan dengan luasan tidak sampai 0,5 hektare. Biasanya skala seperti ini masih acap ditemui di Pulau Jawa, terutama daerah Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.

2. Ditinjau dari produk

Ditinjau berdasarkan produk didapati beberapa ciri berikut:

- a. Produk musiman.
- b. Produk yang dihasilkan dengan proses biologis tumbuhan.
- c. **Produk yang dihasilkan begitu terdampak kondisi lingkungan terkini.**

3. Ditinjau berdasarkan penanganan produk

Berdasarkan penanganan produknya, didapati beberapa ciri berikut:

- a. Perlakuan pascapanen guna mendorong peningkatan nilai tambah masih terbilang kurang;
- b. Kehilangan hasil ketika panen cukup besar;
- c. Produk mudah rusak dan memakan tempat.

4. Ditinjau berdasarkan pemasaran produk

Berdasarkan pemasaran produk, didapati beberapa ciri berikut:

- a. Harga produk dari produk cenderung murah.
- b. Fluktuasi harga relatif besar.
- c. Produk bersifat generik.
- d. Jumlah produk yang dipasarkan biasanya tidak sesuai dengan skala ekonomi (jumlah relatif kecil).
- e. Produk dengan rantai pemasaran yang panjang untuk mencapai konsumen.
- f. Produk biasanya tidak mengalami perubahan bentuk.

Sedangkan pada usaha pertanian dengan skala yang lebih besar didapati beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Luas Usaha

Lahan yang digunakan pada perusahaan pertanian yang berskala besar umumnya juga begitu luas, sebab orientasinya berupa keuntungan dan efisiensi ketika menyelenggarakan usahanya. Luasan lahan yang digunakan biasanya lebih dari seratus hectare, dan bahkan meraih ribuan hektare.

2. Ditinjau dari proses produksi

Berdasarkan proses produksinya, didapati ciri berikut:

- a. Produk musiman;
- b. Produk yang dihasilkan dengan proses biologis;
- c. Produk yang dihasilkan terdampak teknologi yang mengurangi pengaruh lingkungan.

3. Ditinjau dari penanganan produk

Berdasarkan penanganan produk, didapati ciri berikut:

- a. Perlakuan pasca panen untuk mempertahankan kualitas produk dan menghasilkan nilai tambah.
- b. Kehilangan hasil ketika panen cenderung lebih kecil.
- c. Produk mudah rusak dan menghabiskan banyak tempat.

4. Ditinjau dari pemasaran produk

Berdasarkan pemasaran produk, didapati ciri berikut:

- a. Harga produk cenderung lebih mahal, sebab nilai tawarnya lebih tinggi.
- b. Fluktuasi harga lebih rendah, sebab berkemampuan dalam distribusi produk.
- c. Produk terstandarisasi, produk distandarisasi hasil produk dan standar sudah mendapatkan pengakuan secara nasional ataupun internasional.
- d. Jumlah produk yang dihasilkan dengan skala ekonomi memadai (jumlah yang dipasarkan lumayan besar).
- e. Produk sampai pada konsumen tidak lewat rantai nilai yang panjang, sebab berkemampuan dalam distribusi produk ke pasar.
- f. Respon perubahan pasar relatif lebih cepat dengan menyesuaikan pengalihan risiko.

G. Potensi Bisnis Sektor Pertanian

Kontribusi industri pertanian pada Product Domestic Brutto (PDB) di tahun 2014 mencapai hingga Rp 879 triliun atau sebesar 10,26% dari PDB nasional dengan besaran Rp 8.568 triliun. Serapan tenaga kerja terbanyak didapati pada sektor pertanian. Pada tahun 2014, telah mencapai 35,7 juta tenaga kerja yang terserap pada sektor ini. Selanjutnya berdasarkan aspek investasinya, pada tahun tersebut mencapai 400 triliun rupiah. Sumber investasinya dapat dari investasi swadaya petani, swasta, dan pemerintah, dengan investasi terbesarnya dari swadaya petani berua prasaranan lahan berikut sarana

pendukungnya, sedangkan yang dari pemerintah lewat APBN dan APBD hanya berkisar 4%.

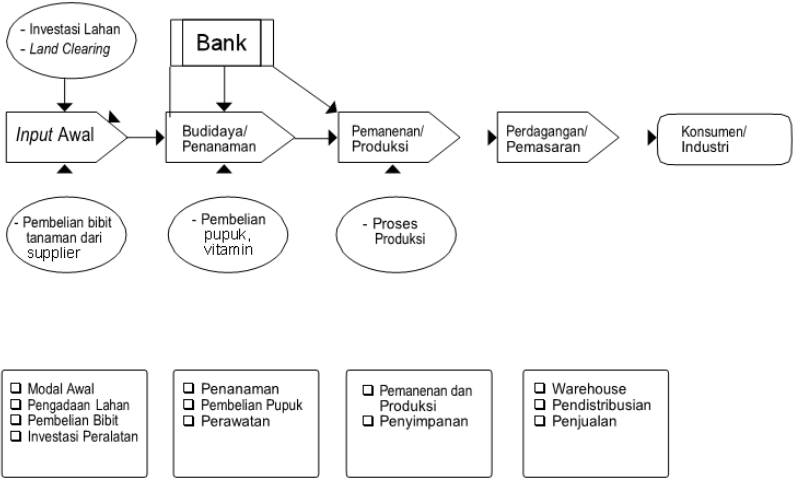
Adapun beberapa hal yang harus diperhatikan dalam sektor pertanian adalah:

1. Kepastian Harga, seperti kebijakan harga dasar berdasarkan ketetapan Pemerintah, , harga pasar atau harga disesuaikan kontrak pembelian.
2. Kepemilikan lahan mencakup milik sendiri atau lahan sewa.
3. Pemilihan dan ketersediaan bibit unggul (standar tertentu/ bersertifikasi).
4. Pola budidaya yang dikembangkan, seperti secara intensif, semi-intensif, organik, non-organik. Kemudian juga terkait kepatuhan pada Good Agriculture Practices (misalnya, pengolahan lahan pemilihan/ penyemaian bibit, pemupukan pemberantasan hama/penyakit).
5. Cara dan waktu panen yang tepat, cara panen yang baik dapat mengurangi kemungkinan terjadinya hasil secara kuantitatif, berdasarkan sosial budaya. Sedangkan ketepatan waktu panen dapat menjadi penentu kualitas kualitas hasil produksi, berdasarkan varietas, iklim, dan elevasi.
6. Penanganan pasca panen yang memenuhi Good Handling Practices (seperti, pengeringan, *grading* kualitas produk, pengepakan dan pengangkutan).
7. Keberlangsungan produksi, khususnya pada komoditas yang telah terikat kontrak dengan pihak pembeli.
8. Pasar memungkinkan untuk langsung pada konsumen, lewat pengepul/ penampung atau kontrak supplier/pabrikasi.

H. Rantai Nilai Bisnis Sektor Pertanian

Rantai nilai ini turut mencakup input awal sejak penanaman modal, pengadaan lahan dan bibit, dan investasi sarana prasarana. Kemudian prosesnya dapat berlanjut pada budi daya atau penanaman, sampai perawatannya. Pada proses budidaya, petani tentu memerlukan pupuk dan merawat secara rutin, sehingga prosesnya memerlukan

sarana pendukung seperti pupuk. Kemudian selanjutnya mendapati proses panen dan produksi hasil panennya. Setelah hasil panen diproduksi, dapat dilakukan penyimpanan atau langsung didistribusikan dan dijual, hingga diterima oleh para penggunanya. Sedangkan pada produk pertanian yang masih memerlukan proses lebih lanjut, dibutuhkan alat bantu berupa mesin atau tenaga kerja yang lebih banyak agar dapat berlanjut ke proses distribusi dan penjualan. Pada umumnya, distributor atau pedagang produk pertanian akan aktif mendatangi petani ketika musim panen tiba untuk dapat membeli atau mengirimnya ke distributor yang memasarkan produknya. Sehingga para petani akan langsung memperoleh pendapatan dari hasil penjualan produknya. Pada beberapa jenis hasil panen mendapati siklus yang berbeda, terlebih dengan musim panen dan proses distribusi hasil panen yang berbeda-beda pula. Termasuk pada beberapa hasil produk pertanian yang sangat bergantung dengan musim panen, yang kemudian juga menjadi landasan bagi bank dalam menentukan proses pembiayaan berdasarkan siklus tersebut. Gambar di bawah ini adalah rantai nilai bisnis pertanian.



Gambar. Rantai Nilai Bisnis Sektor Pertanian

I. Profil Finansial Usaha Sektor Pertanian

Dalam bisnis pertanian, khususnya sub sektor hortikultura dan pangan, harus memahami apa yang disebut sebagai profil finansial, seperti aset, arus kas, perputaran usaha, ataupun struktur biaya dan pendapatan usaha.

a. Aset

Aset ini terdiri dari aset tetap dan aset tidak tetap. Pada aset tetap, yang paling pokoknya tentu adalah lahan, kendati dapat milik sendiri ataupun sewa. Apabila lahan merupakan kepemilikan pribadi, artinya nilainya bisa begitu tinggi, tetapi ketika merupakan lahan sewa, artinya nilai aset tersebut sebesar nilai sewa yang belum digarap (minimal 1 musim). Aset tetap lain dapat berupa peralatan, misalnya pompa, cangkul, traktor, gubuk, ataupun peralatan pertanian lainnya, dengan nilai yang didasarkan pada harga perolehan sesudah dikurangi biaya penyusutan. Sedangkan pada aset tidak tetap dimungkinkan berupa persediaan bibit dan pupuk, ataupun obat-obatan, yang dapat dikonversi sebagai aset berupa tanaman ketika telah panen. Pada aset berupa tanaman, dapat dinilai ketika sudah mencapai umur jelang panen.

b. Perputaran Usaha

Perputaran usaha pertanian, khususnya hortikultura dan pangan sangat bergantung pada musim, sebab pada jenis yang berbeda sangat mungkin mendapati musim panen yang berbeda pula. Selain itu juga menyangkut dengan teknologi dan sarana yang digunakan untuk menunjang prosesnya. Contohnya, pada tanaman singkong memerlukan waktu berkisar 9 -12 bulan, sedangkan padi dan jagung sekitar 3 bulan, serta tomat hanya perlu 2 bulan saja. Sehingga perputaran usahanya cukup lama.

Dalam rangka mempertahankan efisiensi perputaran tersebut, umumnya dilakukan diversifikasi atau pola tanam yang sesuai dengan kondisi lahan dan kebutuhan. Apabila mendapati suatu jenis tanaman yang dapat menghasilkan dalam 3 bulan, melalui adanya pola tanam, dimungkinkan untuk menanamnya secara berselang dalam satu bulan

misalnya, sehingga panen dapat dijadwalkan secara bulanan atau 1 bulan sekali.

Kendati demikian, pola tanam acapkali mendapati hambatan dengan semakin tidak tentunya musim, yang membuat hasil produksi tidak menentu juga. Pola tanam baru dapat efektif jika berlangsung dalam rentang musim yang sama atau melalui pemanfaatan teknologi rumah kaca, yang disebut *green house*.

c. Arus Kas

Pola arus kas dalam usaha pertanian hortikultura dan pangan ini cukup spesifik. Pada umumnya, arus kas berjalan dalam periode yang cukup panjang, yang dimulai sejak persiapan lahan, budidaya, sampai panen, yang berlangsung dalam satu musim. Sedangkan arus kas masuk hanya dari penjualan hasil panen saja. Pada proses budidaya padi, jagung, bawang, kentang, dan jenis-jenis yang dapat dimungkinkan untuk dipanen bersamaan, sebab tingkat kematangannya seragam guna mencapai mengefisiensi dan mengefektifkan biaya panen. Sedangkan pada beberapa tanaman lain misalnya, dapat beberapa kali dipanen sesuai tingkat kematangannya masing-masing, seperti cabai misalnya, dapat dipanen sampai 1-2 bulan.

d. Struktur Biaya dan Pendapatan

Struktur pembiayaan yang terjadi dalam sektor pertanian hortikultura dan pangan juga cukup variatif, mengikuti jenis komoditas dan teknologinya. Kendati pada umumnya dapat dihitung dengan mengikutsertakan biaya sewa lahan, biaya saprotan (bibit, pupuk, obat-obatan, ajir, dll), serta biaya tenaga kerja. Untuk sewa lahannya biasanya sebesar antara 5 - 10 % dari total keseluruhan menyesuaikan lokasi, sedangkan paling tinggi terdapat pada biaya saprotan, yang mencapai antara 50%- 70% berdasarkan teknologi, sedangkan alokasi sebesar 25%-30% didapati pada biaya tenaga kerja. Adapun untuk biaya panen tidak disertakan, sebab berdasarkan asumsi akan termasuk sebagai beban pembeli.

Sedangkan pada pendapatannya, secara keseluruhan hanya berdasarkan hasil panen saja. Kendati ketika mendapati adanya sisa

lahan masih memungkinkan untuk memanfatkannya dengan menana jenis lain sebagai sampingan, dengan besaran biaya yang diperlukan menyesuaikan jenis tanaman berikut luasan lahannya.

Berdasarkan pembiayaan dan pendaoatan, kemudian dapat dikalkulasikan marginnya, biaya dan pendapatan, bisa kalkulasi margin dari usaha pertanian. Umumnya, margin profitnya bernilai cukup variatif, menyesuaikan hasil panen dan harga pasaran. Ketika semakin bagus hasil panennya, dan juga semakin tinggi harga pasar, artinya pendapatan yang diperoleh juga semakin besar. Begitu pula sebaliknya.

Bisnis sektor pertanian dinilai termasuk sebagai bisnis prospektif, khususnya sebagai penunjang program swasembada pangan. Pertanian juga masih menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat, terutama masyarakat di desa atau pinggiran kota. Namun masih saja didapati kondisi yang memperihatinkan, bahwa masih acap ditemui impor luar negeri terhadap berbagai produk komoditas.

Berdasarkan proses produksinya, sebagaimana sempat disinggung sebelumnya, didapati beberapa ciri berikut:

- a. Produk musiman;
- b. Produk yang dihasilkan dengan proses biologis;
- c. Produk yang dihasilkan melalui teknologi yang mengurangi pengaruh lingkungan.

Potensi bisnis pertanian dengan skala kecil usaha pertanian yaitu pada saat didapati adanya kepastian harga pembelian, dan beroleh kenaikan harga yang begitu berarti ketika dapat sampai pada para petani. Sedangkan beberapa hal penting yang dapat diperhatikan dalam bisnis pertanian, yaitu:

- a. keberagaman produk pertanian, dan besarnya permintaan atas produk;
- b. Industri pertanian pangan membutuhkan peralatan dan teknologi yang memadai agar hasil panen lebih maksimal;
- c. Akses yang kurang terbuka menuju pasar, sehingga harga beli produknya lebih rendah daripada harga pasar;
- d. Harga pupuk yang mahal menjadi beban petani.

J. Top Agriculture Companies

Apakah Anda mencari pekerjaan baru di sektor Pertanian? Pekerjaan baru mungkin lebih dekat dari yang Anda pikirkan! Lihat perusahaan peringkat teratas yang mempekerjakan di dekat Anda untuk pekerjaan di sektor Pertanian. Perusahaan-perusahaan ini memiliki peringkat karyawan minimal 3 dari 5. Peringkat karyawan dikirimkan secara anonim. Perusahaan yang mempekerjakan di sektor Pertanian termasuk Cargill dengan peringkat karyawan 4,0 dari 5, Archer Daniels Midland (ADM) dengan peringkat 3,9 dari 5, JBS (Brasil) dengan peringkat 3,8 dari 5, Syngenta dengan peringkat 4,0 dari 5, dan Corteva Agriscience diberi peringkat 4,1 dari 5 oleh karyawan. Perusahaan manufaktur pertanian teratas di Indonesia berdasarkan pendapatan untuk Februari 2023 adalah Astra Agro Lestari, PT Tunas Baru Lampung Tbk, FajarPaper, CP Prima, eFishery, PT Perkebunan Nusantara X (Persero, London Sumatera Indonesia, ANJ, Kertas Nusantara, Sebagai penutup, dengan Perusahaan agribisnis skala besar ataupun skala kecil (UMKM) ini diharapkan lebih mengenal dan memahami:

Terdapat peran strategis dan krusial dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam upaya pembangunan ekonomi secara nasional, seperti termasuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, juga dalam distribusi hasil-hasil pembangunan.

- Menurut Bank Dunia, UMKM dikategorikan menjadi tiga jenis, yakni Usaha Mikro (jumlah pekerja 10 orang); Usaha Kecil (jumlah pekerja 30 orang); dan Usaha Menengah (jumlah pekerja sampai 300 orang).
- Berdasarkan perspektif usaha, UMKM dikategorikan dalam empat jenis, yakni: UMKM sektor informal, seperti pedagang kaki lima dan warteg; UMKM Mikro merupakan para UMKM yang berkemampuan sebagai pengrajin tetapi masih kurang nilai kewirausahaan guna mengembangkan usahanya. Selanjutnya terdapat Usaha Kecil Dinamis yaitu kelompok UMKM yang sanggup berwirausaha melalui jalinan kerjasama

(menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor. Fast Moving Enterprise yaitu UMKM dengan tingkat kewirausahaan yang cakap dan sudah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

- Adapun perundang-undangan terkait dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yaitu Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yang di dalamnya tertera penjelasan UMKM, yaitu “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”.
- Setiap bisnis, termasuk UMKM tentunya akan memiliki risiko, dengan berbagai jenisnya, seperti risiko bisnis, kecelakaan kerja, kerugian, kebakaran, fluktuasi kurs, serta perubahan tingkat bunga.

Secara lebih sederhana, terdapat dua jenis risiko, yakni risiko murni dan spekulatif, yang pastinya harus dapat dikelola oleh para pelaku bisnis terkait. adapun beberapa tahapan dalam mengelola risiko terdiri dari proses identifikasi risiko; evaluasi dan pengukuran risiko, serta pengelolaan risiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Pertanian. 2011. Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian, Pusat Pengembangan Pelatihan Pertanian: Modul Kelayakan Agribisnis. Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2011. Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian, Pusat Pengembangan Pelatihan Pertanian: Modul Kelayakan Agribisnis. Jakarta.
- Krisnamurthi, Bayu. 2000. Kiat Memulai Usaha Agribisnis bahan pelatihan calon pegawai purna bakti PT Telkom. IPB, Bogor.

BIODATA PENULIS



Yoseph Yakob Da Rato, S.P.,M.Si, Dosen Agribisnis Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Penulis lahir di St. Elizabeth, LELA tanggal 09 Juli.

Penulis adalah dosen pada Program Studi Agribisnis Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa, Maumere.

Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Agribisnis dan melanjutkan S2 pada Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin, Pendidikan dan Pelatihan di Arava International Center For Agriculture (AICAT),sampir college.

Penulis menekuni bidang Penelitian dan Pengembangan agropreneur tanaman pangan alternatif. Publikasi jurnal antara lain Pengaruh Umur Panen Tanaman Primer dan Jumlah Tunas Ratan Sorgum Manis terhadap Produksi Bioetanol Penelitian Pertanian Tanaman Pangan Vol. 3 No. 3 Desember 2019: 159-164, Pengaruh Sarana produksi terhadap Usahatani Kacang Tanah melalui Program Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan Umagera Jurnal Pendidikan, Sains, dan Humaniora, Vol.7, No. 7, pISSN 2337–8085eISSN 2657-099, Strategi Pemasaran Bakpia Porang (*Amorphophallus Muelleri*) di UD.Cakrawala Kelurahan Hewuli Kecamatan Alok Barat Kabupaten Sikka



PRODUKSI PRODUK AGRIBISNIS

Oleh: Gabriel Otan Apelabi



1.1 Definisi Ruang Lingkup Pengelolaan Produksi dan Pengoperasian Perusahaan Pertanian

1.1.1 Pengelolaan Produksi dan Operasi

Pengelolaan produksi dan operasi adalah suatu penerapan bidang ilmu management dalam mengelola kegiatan produksi dan operasi, sehingga dalam kegiatan produksi dan pengoperasian dapat dilaksanakan secara efisien. Teknis atau sistem pengelolaan operasi setiap perusahaan berbeda, namun yang jelas ada proses perubahan bentuk fisik atau pemindahan (transporting), penyimpanan, pengecekan dan peminjaman.

Downey dan Erickson (1992), dalam agribisnis prinsip pengelolaan produksi telah membantu meningkatkan metode pengumpulan, pemilahan dan pengelompokan kualitas, pemrosesan dan pembuatan, pengemasan dan transportasi produk pertanian.

Seperti yang kita ketahui bersama, dalam sebuah unit bisnis terdapat berbagai fungsi yang saling terkait, dimana tiga fungsi utama yang umum, yaitu:

1. Marketing, ini merupakan puncak dari departemen bisnis, karena dalam bagian ini berhubungan langsung kepada konsumen. Keterkaitan ini akan dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan

- konsumen (jenis dan jumlah), penyampaian layanan dan produk kepada setiap konsumen.
2. Fungsi keuangan, sangat bertanggung jawab untuk mendapatkan uang guna mendanai kegiatan bisnis dan mengelola uang secara ekonomis untuk menjaga kesinambungan serta pertumbuhan bisnis.
 3. Produksi (usaha), yaitu produsen suatu barang dan jasa yang dijual kepada konsumen.

1.1.2 Sistem Produksi

Dahulu konsep pengolahan hanya relevan dengan sektor usaha manufaktur yaitu sektor yang memproduksi barang-barang berwujud seperti mobil, mebel, semen, dll, namun saat ini pengertian produksi semakin luas. Produksi biasanya diartikan sebagai suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan suatu nilai masukan (input) menjadi suatu keluaran (output). Dengan demikian, kegiatan sektor jasa seperti transportasi, asuransi, perbankan, jasa pos, perusahaan telekomunikasi, dan lain-lain juga melakukan kegiatan produktif. Secara skematis, sistem produksi dapat digambarkan sebagai berikut: Setidaknya ada 4 perbedaan utama antara industri jasa dan industri manufaktur, yaitu:

1. Pada unit usaha manufaktur, keluarannya merupakan komoditas aktual, sehingga produktivitas mudah diukur dibandingkan pada unit usaha, yang keluarannya berupa jasa.
2. Mutu produk yang dihasilkan oleh perusahaan manufaktur lebih gampang distandarisasi
3. Berhubungan langsung dengan pembeli tidak sering terjadi dalam bisnis manufaktur sedangkan hubungan langsung dengan pembeli tidak dapat dihindari dalam bisnis jasa
4. Tidak ada persediaan akhir dalam industri jasa, sedangkan dalam industri manufaktur, persediaan tidak dapat dihindari.

1.1.3 Ruang Lingkup Pengelolaan Produksi dan Operasi

Zulian Yamit (2003), sistem pengelolaan operasi ditandai dengan:

1. Memiliki tujuan yaitu dapat menghasilkan barang dan jasa
 2. Ada proses perubahan
 3. Ada aturan untuk mengontrol operasi
- 3 area yang saling terkait dalam lingkup pengelolaan operasi, adalah
1. Struktural, merupakan aspek yang menunjukkan bagaimana konfigurasi komponen yang membentuk sistem pengelolaan operasi yang saling berkaitan.
 2. Fungsional, sangat berkaitan dengan pengelolaan, pengorganisasian sebuah komponen struktur serta bagaimana interaksi mulai dari perencanaan, pelaksanaan, bagaimana pengendalian dan perbaikan kerja yang lebih optimal.
 3. Lingkungan sangat memberikan gambaran lain pada sistem pengelolaan operasi seperti fokus pada bagaimana pentingnya perkembangan dan juga kecenderungan yang sering terjadi di luar sistem.

Dalam ruang lingkup pengelolaan operasional berkaitan antara pengoperasian sistem operasi, pemilihan dan persiapan sistem operasi, termasuk dalam keputusan tentang

1. Merencanakan keluaran
2. Merancang proses perubahan
3. Merencanakan Kapasitas
4. merencanakan tanaman
5. Mengatur letak fasilitas
6. Merancang alur kerja
7. Pengelolaan persediaan
8. Mengelola proyek
9. Penjadwalan
10. Kontrol mutu
11. Mutu dan keandalan pemeliharaan

1.1.4 Peran Manajer Operasi

Peluang profesional tersedia dalam Manajemen Produksi dan Operasi seperti: direktur operasi, direktur pabrik, manajer operasi, manajer kontrol produk, manajer lokasi, asisten manajer, dll. Berikut tugas yang harus dilakukan oleh seorang Manajer Operasi

1. Harus bisa menentukan dan menata lokasi lahan pertanian sesuai dengan lokasi pabrik pengolahan pascapanen
2. Secara efisien mengidentifikasi dan mengelola lokasi gudang untuk perlengkapan mesin sehingga waktu pergerakan tidak tersita
3. Perawatan alat dan mesin di lahan pertanian dan pabrik untuk memastikan keandalan dan kelangsungan operasi.
4. Mengurangi bagian barang yang cacat atau merampingkan proses manufaktur untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan biaya rendah
5. Menentukan masukan untuk produksi atau pembelian
6. Merencanakan atau meningkatkan produksi tanaman atau kegiatan pascapanen
7. Membahas biaya tenaga kerja ketika ada tambahan karyawan baik di lapangan maupun di kantor
8. Kurangi apabila memungkinkan, hilangkan pemborosan
9. Kurangi jam tunggu untuk mempersingkat waktu penyelesaian, dll.

Dengan banyaknya aktivitas yang terlibat, peran Operations Manager menjadi sangat mendasar dalam hal menjadikan sistem manufaktur yang efisien untuk memproduksi produk secara baik.

1.1.5 Merencanakan Suatu Proses Produksi

Dalam proses pengelolaan operasional juga disebut sebagai suatu strategi input-to-output. Strategi ini bertujuan untuk memungkinkan produksi suatu barang dan jasa sesuai dengan keinginan para pembeli yang terus berganti, dilaksanakan melalui sistem pengolahan yang sangat efektif dan efisien. Tugas dari seorang manajer adalah mengembangkan strategi dalam suatu proses dalam

mencapai tujuan operasional dan suatu organisasi/bisnis. (tampubolon, 2004).

Ada 4 strategi proses dalam sistem operasi, yaitu:

1. **Intermittent process manufacturing** adalah kegiatan operasional yang menggunakan fasilitas produksi yang dirancang/diatur untuk digunakan secara leluasa (multifungsi) dalam menciptakan barang atau jasa yang berbeda. Misalkan: Mengenai pelayanan di Restoran Chinese Food menyiapkan masakan sesuai dengan pesanan para pelanggan yang telah ditentukan chef. Secara umum, prosedur intermiten adalah sistem operasi yang tidak standar, hanya berpedoman pada keinginan pelanggan saat memesan.
2. **Proses produksi berkelanjutan (continuous process)** adalah proses produksi dengan menggunakan alat-alat produksi, diatur dengan mempertimbangkan susunan tahapan dalam pembuatan barang dan jasa, serta aliran material yang dinormalisasi dalam proses tersebut. Contoh: Botol adalah produk standar.
3. **Proses manufaktur yang dapat direproduksi (repetitive process)** Merupakan proses manufaktur yang mengkombinasikan fungsi proses intermiten dan proses kontinyu. Tetapi proses ini menggunakan komponen dan material yang berbeda dari proses kontinyu. Contoh: Pada sebuah perusahaan jasa, sebuah rumah makan besar melayani para pelanggan dengan makanan yang bervariasi.
4. **Mass Customization** merupakan suatu proses produksi yang menggabungkan fungsi proses intermiten, proses kontinyu dan proses berulang, menggunakan komponen material yang berbeda dan teknik perencanaan produksi, serta mengutamakan kecepatan pelayanan.

1.2 Manajemen Produksi dan Persediaan Dalam Agribisnis

1.2.1 Pengelolaan Produksi dalam Agribisnis

Produksi dapat dikatakan sebagai serangkaian proses atau aktivitas yang terjadi selama menghasilkan produk dan layanan. Oleh karena itu, secara umum manajemen produksi merupakan sekumpulan

keputusan yang kompleks dalam proses produksi (Assauri 2008). Awal berkembangnya aturan manajemen produksi, pabriklah yang mendapat keuntungan oleh kemajuan suatu ilmu pengetahuan dan teknologi. Tapi, saat ini terlihat bahwa semua pihak yang terlibat dalam menghasilkan barang dan jasa, termasuk supermarket, Gudang penyimpanan serta kantor, dapat memanfaatkan perencanaan dan pengelolaan produksi. Nyatanya di berbagai jenis perusahaan terlihat bahwa prinsip pengelolaan produksi telah digabungkan dengan hubungan pekerja, material, mesin, pengendali biaya dan kualitas serta tata letak fasilitas.

Dalam agroindustri, prinsip dalam suatu pengelolaan produksi telah terbukti sangat bermanfaat dalam memperbaiki metode pemanenan, pemilahan, proses dan produksi, serta pengemasan dan juga pengiriman produk hasil pertanian. Pengelolaan produksi juga memiliki dampak multifaset yang mencakup berbagai fungsi seperti sumber daya manusia, keuangan, R&D, pembelian dan pergudangan, dll. Dalam hal ini, segala sesuatu yang berkaitan dengan produksi memengaruhi fungsi lain dan juga memengaruhi bisnis secara umum. Misalnya, rencana peningkatan produksi hingga 10% mempengaruhi pengelolaan keuangan, pengelolaan SDM, pengelolaan teknologi, pengelolaan pembelian, pengelolaan persediaan, pengelolaan Gudang penyimpanan dan fungsi lainnya (Handoko 2001).

Pengelolaan produksi, khususnya yang berkaitan dengan keputusan tentang tempat, ukuran dan penataan letak fasilitas, pembelian, inventaris, penjadwalan, dan kualitas barang, akan menarik minat khusus bagi seorang manajer produksi. Meskipun keputusan dalam hal ini mungkin secara fungsional berada di luar tanggung jawab dari manajer produksi, seperti fungsi persediaan dan pergudangan, manajer produksi seharusnya memperhatikan untuk memastikan bahwa proses produksi berjalan sesuai rencana (Assauri, 2008).

1.2.2 Fungsi Manajemen Dalam Usaha Produksi Pertanian

Reksohadiprojo dan Indriyo (Tahun 2000), sarana dalam menghasilkan produk pertanian sangatlah beragam tergantung pada jenis produk yang ditanam. Namun secara umum pengelolaan hasil pertanian meliputi perencanaan, pemantauan, evaluasi dan pengendalian. Dalam ruang lingkup pengelolaan produksi pertanian dapat kita cirikan sebagai berikut.

1. Perencanaan produksi pertanian

Perencanaan adalah upaya untuk merumuskan program umum dan khusus jangka pendek dan jangka panjang. Kegiatan manufaktur baru memerlukan perencanaan induk atau biasa disebut perencanaan pendahuluan. Faktor yang paling penting dan harus diperhatikan dalam suatu perencanaan awal agribisnis, khususnya subsistem produksi utama (pertanian), ialah pertimbangan dalam pemilihan dan pemasangan tempat produksi dan besarnya usaha. Setelah keputusan dibuat atas ketiga masalah ini, rencana yang lebih rinci untuk kebutuhan input dan peralatan akan disiapkan.

2. Pemilihan produk pertanian

Pemilihan bahan baku budidaya menjadi peranan penting dalam keberhasilan suatu perusahaan pertanian. Barang dengan nilai komersial yang tinggi lebih diutamakan, dengan pertimbangan pemasaran yang harus diperhatikan. Barang-barang yang dipilih kemudian ditetapkan jenis/varietasnya berdasarkan topografi dan iklim tempat yang dituju.

3. Pemilihan lokasi produksi pertanian

Pemilihan lokasi untuk pertanian kecil bukan menjadi prioritas karena bisa dilakukan di rumah petani. Namun, peternakan dengan skala menengah dan besar seperti Perkebunan, Peternakan dan Perikanan yang dikelola oleh perusahaan dengan modal investasi yang besar, pemilihan tempat berdampak sangat signifikan terhadap keberhasilan dan keberlanjutan kegiatan.

Beberapa hal yang perlu di pertimbangkan dalam pemilihan tempat yaitu tersedianya tenaga kerja, sarana pendukung fisik, lokasi penjualan, dan tersedianya insentif daerah. Tingginya gaji regional dan undang-undang ketenagakerjaan di wilayah Anda juga perlu dipertimbangkan. Tingkat gaji regional berdampak sangat besar terhadap biaya tenaga kerja yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Undang-undang ketenagakerjaan mempengaruhi kewajiban perusahaan tentang mempekerjakan pekerja. Ketersediaan prasarana dan sarana fisik pendukung misalkan alat transportasi dan komunikasi, konektivitas, penerangan, dan pengairan menjadi pertimbangan yang sangatlah penting dalam menentukan tempat produksi (Subagyo 2000).

Karena karakteristik produk, alat pertanian, input, alat produksi, sangat penting untuk mempertimbangkan ketersediaan sarana dan prasarana fisik. Hasil pertanian yang mudah rusak memerlukan penanganan dan pengangkutan yang cepat sampai ke titik konsumsi. Tidak kalah pentingnya adalah adanya sarana komunikasi untuk menyampaikan informasi dari tempat produksi ke pasar atau sebaliknya.

Masalah lain seperti tempat pemasaran. Tempat produksi sebaiknya berdekatan dengan tempat perdagangan, khususnya untuk makanan mudah rusak contohnya hasil hortikultura. Namun, di zaman kemajuan teknologi, jarak antara tempat manufaktur menuju pasar bukan menjadi masalah karena teknologi dapat memperpanjang umur produk dan memperpendek jarak relatif dengan transportasi berkecepatan tinggi.

Selain itu, intensitas area menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi produksi. Insentif daerah terkait erat dengan kebijakan yang di tetapkan oleh pemerintah daerah, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Kebijakan fiskal, regulasi ketenagakerjaan, kebijakan investasi, budaya pelayanan publik (demokrasi) dll merupakan area intens yang menarik investor untuk berbisnis di daerah (Rusdiana, 2014).

1. Tingkat Kegiatan Pertanian

Tingkat kegiatan pertanian erat kaitannya dengan ketersediaan sarana produksi dan pasar. Ukuran perusahaan harus dipertimbangkan dengan hati-hati agar manufaktur yang sedang berkembang tidak terpengaruh oleh kelebihan pasokan atau permintaan yang berlebihan. Demikian pula, dalam ketersediaan input seperti Modal, Tenaga kerja, Bibit, Peralatan, sarana produksi dan operasional lain harus diperhatikan. Secara teori, perusahaan besar dapat mencapai skala ekonomi yang besar. Namun kenyataannya dalam skala besar, seringkali menjadi tidak menguntungkan karena sifat unik dari produk dan produksi produk pertanian. Karena itu, dalam merencanakan kegiatan produksi pertanian, penentuan skala kegiatan menjadi sangat penting. (Soekartawi, 2003)

Menurut Soekartawi (2003), karakteristik produk dan produksi komoditas pertanian berarti bahwa sebagian besar agribisnis kecil pun dapat mencapai skala ekonomi. Pada dasarnya tanaman hortikultura dapat ditanam dalam jumlah kecil dengan hasil yang besar. Namun, hasil perkebunan kelapa sawit, teh, kina, karet, tebu dan lain-lain akan sangat tidak efisien jika ditanam dalam jumlah kecil, oleh karena itu telah terbentuk kemitraan teladan seperti perkebunan inti rakyat (PIR).

2. Perencanaan Proses Produksi Pertanian

Khususnya pada penyediaan lahan pertanian baru, perencanaan suatu produksi mengikuti peralatan. Perencanaan proses produksi meliputi biaya produksi dan perencanaan proses pertanian.

a. Biaya Produksi Pertanian

Perencanaan biaya produksi saling keterkaitan erat dengan opsi pembiayaan. Kemampuan untuk mendanai operasi sendiri, baik dengan biaya sendiri maupun dari sumber asing, mis. biaya ventura, pembiayaan utang, penjualan saham dan sumber lainnya. Perencanaan biaya juga berkaitan dengan ukuran bisnis yang optimal dan hemat biaya untuk memperoleh pendapatan bisnis yang setara dengan ekuitas.

b. Perencanaan proses pertanian

Perencanaan proses produksi dimulai dari penggundulan hutan hingga pemanenan dan pascapanen, terutama untuk produk yang memiliki waktu pengolahan singkat, seperti misalnya, tanaman hortikultura. Namun demikian, untuk produk yang memiliki masa pemasakan relatif lama, seperti tanaman perkebunan, perencanaan detail biasanya dilaksanakan secara bertahap, meskipun masih terdapat perencanaan jangka panjang yang ekstensif.

Perencanaan tanaman berumur pendek memainkan peran yang begitu penting karena fluktuasi harga dan permintaan sepanjang tahun. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan saat merencanakan meliputi jenis produk, tren permintaan pasar dan juga fluktuasi harga, waktu pemasakan, system produksi, pembiayaan, dll.

a. Perencanaan pola produksi pertanian

Dalam perencanaan produksi berperan begitu penting dalam penjadwalan, rencana tenaga kerja, sumber daya, permodalan, prosedur produksi, operasional, manajemen pascapanen, sistem distribusi dan juga pemasaran, terutama tanaman hortikultura yang membutuhkan pelayanan singkat. Model produksi dapat dibagi menjadi beberapa bentuk, mis. jumlah produk, Produk tunggal, banyak produk, sistem produksi banyak produk, rotasi tanaman dan produksi massal.

b. Perencanaan Sistem Pengadaan Sarana Produksi Pertanian

Perencanaan sarana produksi meliputi kegiatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi sarana produksi yang diperlukan menurut jenis, jumlah, mutu dan spesifikasinya. Pada umumnya input agroindustri meliputi pengadaan bibit, penyediaan pupuk, obat-obatan, tenaga kerja dan juga modal. Tempat produksi dan infrastruktur mencakup area produksi, sistem/peralatan, bangunan tambahan dan teknologi.

Setelah alat-alat produksi, peralatan dan infrastruktur diidentifikasi dan ditetapkan, barulah kita menyusun rencana dan sistem persediaan. Ke dua hal utama ini yang harus diperhatikan saat memilih sistem suplai dimana akan membuatnya sendiri atau membelinya. Misalnya terkait dengan pengadaan bibit, menghasilkan sendiri atau membeli dari perusahaan lain. Keputusan untuk menghasilkan atau membeli bergantung pada kesepakatan bersama dalam menentukan dua pilihan yang ada.

1.3 Manajemen Produksi di Pabrik Pengolahan Pertanian

Manajemen produksi di pabrik pengolahan pertanian (agribisnis) juga perlu mendapat perhatian lebih serius karena sangat bergantung pada ketersediaan input, khususnya bahan baku yang selalu tersedia setiap saat dan tersediaan pasar (Assauri 2008).

1. Perencanaan agroindustri diawali dengan penentuan jenis usaha agroindustri apa yang mau dijalankan. Kemudian dilanjutkan dengan penilaian dan evaluasi.
 - a. pilihan teknologi;
Dalam memilih suatu teknologi, ada beberapa unsur yang perlu diperhatikan dan dievaluasi, seperti: biaya sosial (lingkungan), pemanfaatan kapasitas, kapasitas personil dalam kaitannya dengan manajemen dan operasi, fleksibilitas dan ketersediaan energi.
 - b. Pemilihan tempat industri manufaktur;
Pemilihan lokasi harus memperhatikan dengan ketersediaan bahan baku, tempat pemasaran, sarana prasarana fisik seperti transportasi, distribusi, komunikasi, dan listrik, ketersediaan tenaga kerja, wilayah pengembangan, dan lain-lain. Salah memilih lokasi menimbulkan kerugian seperti biaya transportasi tinggi, komunikasi susah dll. Oleh karena itu, unit cost produksinya sangat tinggi sehingga membuat produk kurang kompetitif.

c. inventaris dan perangkat input;

Saat merencanakan inventaris dan fasilitas pintu masuk, aspek penyimpanan, transportasi, dan keuangan harus dipertimbangkan (terutama jika perlu menggunakan gudang sewaan dan sejenisnya). Perhatian yang tinggi perlu diberikan pada basis penyediaan bahan baku utama, yang membutuhkan area luas dengan perlakuan khusus untuk memastikan kualitas bahan baku yang tinggi.

1.3.1 Pengelolaan persediaan pada agroindustri

Menurut Freddy (2000), peternakan merupakan sumber sumber daya bagi pengangguran karena sumber daya yang dikandungnya tidak dapat digunakan untuk keperluan lain sampai persediaan digunakan. Manajemen persediaan mempengaruhi semua fungsi bisnis (operasi, pemasaran dan keuangan). Oleh karena itu, terjadi konflik kepentingan antara fungsi korporasi. Tingkat persediaan keuangan yang rendah sedangkan pemasaran dan operasi memerlukan persediaan yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan produksi.

Inventaris adalah kumpulan aset yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan. Oleh karena itu setiap perusahaan harus memiliki banyak persediaan, hanya jumlahnya yang berbeda. Setiap barang mempunyai nilai (modal untuk mendapatkannya) dan nilai persediaan dapat dihitung. Dalam hal ini, nilai persediaan dapat dijalankan dengan baik agar tidak membebani bisnis tanpa mengurangi layanan pembeli. (Yamit, 2003)

Stocking bertujuan untuk:

a. Menstabilkan Produksi

fluktuasi permintaan karena volume, musiman, waktu pengolahan dll. Persediaan bahan baku dan komponen harus selalu tersedia untuk menunjang proses produksi sesuai kebutuhan. Kehabisan persediaan bahan baku dan downtime akan mengakibatkan produksi terhenti karena keterbatasan

bahan baku. Oleh karena itu, fluktuasi stok harus dijaga agar hasilnya berjalan dengan baik.

- b. Bagaimana Memanfaatkan Diskon
produsen biasanya menawarkan diskon untuk pembelian dalam jumlah besar dan menikmati keuntungan harga saat bahan baku dibeli dalam jumlah banyak, meskipun tidak cepat dibutuhkan. Cara ini, stok diadakan untuk mencapai penghematan saat berbelanja.
- c. Memenuhi Kebutuhan Selama Masa Pemesanan
waktu pembelian bahan baku tergantung pada beberapa faktor seperti tempat sumber bahan baku, kondisi pasokan, permintaan dll. Agar stok dapat dipertahankan untuk memenuhi permintaan selama periode pembelian.
- d. Cara Menghindari Hilangnya Penjualan
Bersaing untuk memenuhi 100% tanggal pengiriman sehingga tidak hilangnya jadwal pengiriman yang dapat mengakibatkan hilangnya penjualan. Maka dari itu stok harus selalu ada.
- e. Memperbaiki Kondisi Pasar
Perusahaan perlu mensiasati perubahan pasar dan juga perlu menjaga persediaan bahan baku jika terjadi ketidakterersediaan bahan baku atau melonjaknya harga bahan baku.

1.3.2 Pengelolaan persediaan

Pengelolaan persediaan pada hakekatnya adalah kegiatan merencanakan, melaksanakan dan memantau penentuan kebutuhan bahan/barang lain agar di satu pihak dapat memenuhi kebutuhan operasional dan investasi bahan/aneka di lain waktu ditekan secara optimal dalam persediaan (Freddie, 2000).

Manajemen inventaris atau sistem manajemen inventaris adalah sistem manajemen inventaris (desain, pelaksanaan, dan penilaian) dengan alat kebijakan yang terkait dengan:

- a. Waktu tunggu pengisian ulang,
- b. Jumlah barang yang akan dipesan,
- c. Rata-rata persediaan yang harus disimpan.

Tujuan dari Manajemen Persediaan ialah untuk mencapai tujuan potensial, memaksimalkan layanan, pembeli, mengefisienskani pembelian manufaktur, mengurangi investasi persediaan, dan memperbanyak keuntungan. Ristono (2011)

Fungsi Persediaan dalam suatu perusahaan meliputi

a. Distribusi

Distribusi pasokan bahan baku memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa bergantung pada pemasok. Untuk menjalankan fungsi ini, langkah-langkah yang perlu dilakukan:

1. Persediaan bahan baku sedemikian rupa harus diperhatikan sehingga Perusahaan tidak sepenuhnya bergantung pada pemasok untuk memenuhi persediaan bahan baku.
2. Inventory of Goods in Progress dirancang untuk memberikan fleksibilitas eksekusi lebih besar untuk semua pihak yang terlibat.
3. Produk jadi juga disebarakan demi memenuhi permintaan pasar yang tidak menentu.

b. Ekonomis - Ukuran Lot - Persediaan

Persediaan bahan baku disimpan dalam jumlah yang banyak dari yang dibutuhkan. Prosedur seperti ini diterapkan untuk mendapatkan diskon untuk pembelian grosir dan biaya transportasi yang rendah.

c. Prakiraan

Dalam bisnis, ketidakpastian pengiriman dan permintaan barang selama produksi membutuhkan persediaan bahan baku tambahan. Persediaan bahan baku yang banyak sangatlah penting sehingga proses produksi tetap berjalan. Perusahaan harus melakukan inventarisasi musiman (seasonal inventory) dalam hal ini (Yamit, 2003).

1.3.3 Fungsi Manajemen Persediaan

Beberapa Fungsi Manajemen Persediaan Bahan Baku antara lain

- a. Perencanaan Persediaan Bahan Baku
Kebutuhan bahan merupakan sebuah sistem perencanaan yang berfokus kepada kuantitas produk yang dipesan, kemudian menentukan kebutuhan turunan dari bahan baku.
- b. Pengendalian Persediaan Bahan Baku
Pengendalian persediaan bahan meliputi pemeliharaan pada tingkat yang diinginkan. Untuk barang, lebih menekankan pada pengendalian material. Untuk jasa, kontrol memiliki prioritas rendah untuk material dan prioritas tinggi untuk utilitas, karena konsumsi seringkali bertepatan dengan pembelian jasa, menghilangkan kebutuhan akan persediaan.

Penguasaan bahan baku ditujukan untuk menunjang kegiatan yang ada di perusahaan. Implementasi membantu membangun pengendalian bahan baku yang baik di perusahaan. Pengendalian persediaan merupakan fungsi manajemen yang sangat penting bagi perusahaan karena secara interen memerlukan investasi modal kerja yang sangat besar dalam suatu perusahaan.

Penerapan fungsi ini berlaku bagi semua pihak yang bertujuan untuk mengintensifkan usaha penjualan dan memaksimalkan penggunaan produk dan sumber daya (Mulyadi, 2001).

Tujuan Pengendalian Persediaan adalah

1. Pasokan produk yang memadai kepada pelanggan dan menghindari kekurangan.
2. Investasi keuangan (Modal kerja dikurangi seminimal mungkin).
3. Efisiensi dalam Pembelian, Penyimpanan, Konsumsi dan Penghitungan Bahan.

4. Menyimpan catatan inventaris dan memelihara inventaris seperlunya.
 5. Pastikan langkah-langkah pengisian tepat waktu.
 6. Memastikan persediaan jika terjadi ketidaksesuaian tanggal pengiriman bahan.
 7. Menjelaskan secara ilmiah untuk perencanaan material jangka pendek dan jangka panjang.
- c. Penilaian Persediaan Bahan Baku
- Permasalahan yang dihadapi dalam menilai persediaan bahan baku dari waktu ke waktu meliputi:
1. Menentukan nilai dan jumlah bahan baku yang telah terjual.
 2. Mencatat nilai dan jumlah barang yang tidak laku terjual (untuk dilaporkan dalam laporan keuangan).
 3. Biaya atau modal merupakan uang yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi
 4. Persediaan bahan baku melibatkan beberapa biaya yaitu harga beli, perolehan, biaya angkut, Pembayaran pajak, asuransi barang dan penyimpanan, tetapi harga pokok barang hanya mencakup harga beli ditambah biaya angkut, sedangkan biaya lainnya dicatat sebagai beban tersendiri untuk waktu tertentu.
 5. Di perusahaan industri atau komersial, operasi persediaan merupakan elemen utama yang mempengaruhi keuangan perusahaan.
- d. Pengendalian Persediaan Bahan Mentah
- Pengendalian bahan mentah merupakan fungsi yang terkoordinasi dalam setiap organisasi yang terus-menerus disempurnakan untuk menetapkan tanggung jawab keseluruhan atas pengelolaan bahan baku dan untuk melakukan pengendalian internal untuk memastikan dokumen keuangan utama tersedia untuk menunjukkan legalitas suatu masalah . Transaksi, pengendalian material melibatkan pemantauan Fisik, pemantauan Nilai dan Harga material. (Supriyono 1999)

1.3.4 Pembiayaan Dalam Penyimpanan Hasil Produksi

Pembiayaan Penyimpanan menurut Handoko (2001) meliputi:

- a. Pembiayaan operasional/pemeliharaan: pembiayaan yang bervariasi secara langsung dengan tingkat persediaan barang. Pembiayaan bahan baku selama satu periode lebih tinggi ketika jumlah bahan baku yang dipesan lebih banyak. Yang termasuk dalam pembiayaan penyimpanan, yaitu:
 1. Uang yang dikeluarkan dalam penyimpanan hasil produksi
 2. Modal (biaya modal alternatif, yaitu pengembalian dana yang diinvestasikan dalam persediaan)
 3. Keuangan
 4. Uang Perawatan Gedung
 5. Asuransi Hasil Produksi
 6. Pajak Hasil Produksi
 7. Kerusakan dan Pencurian yang parah
 8. Uang Pengelolaan Hasil Produksi, dll.Uang yang di keluarkan bervariasi tergantung dari apa yang mau di produksi. Dalam penyimpanan uang yang di keluarkan sekitar 12 sampai 40% dari harga barang. Untuk perusahaan manufaktur, area penyimpanan biasanya 25%.
- b. Biaya Pengadaan: Setiap kali barang dipesan, pengusaha menanggung biaya pesanan. Biaya individu pesanan meliputi:
 1. biaya pemrosesan dan pengiriman pesanan
 2. gaji
 3. pembayaran telepon
 4. pembayaran kurir
 5. pengemasan dan pengiriman
 6. uang pemeriksaan barang yang masuk
 7. uang pengiriman
 8. Biaya kewajiban lancar dll.
- c. Pembiayaan proses produksi ; Jika bahan baku tidak dibeli tetapi diproduksi sendiri, perusahaan wajib membiayai beberapa komponen persiapan produksi.

Pembiayaan meliputi

1. Uang downtime alat dan mesin
 2. Uang kerja langsung
 3. Uang pemrograman
 4. Uang pengiriman dll.
- d. Pembiayaan saat kehabisan stok: pembiayaan pada saat kehabisan bahan baku merupakan suatu kendala yang paling sulit dihitung ketika pasokan tidak memenuhi permintaan. Berikut ini merupakan biaya yang sering diabaikan:
1. Hilangnya penjualan
 2. Hilangnya pelanggan
 3. Uang pengiriman tinggi
 4. Perbedaan harga
 5. Gangguan bisnis
 6. Biaya penanganan dll.

Tugas:

Jawablah dengan singkat pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Mendefinisikan Peran Management dalam Pertanian
2. Mendefinisikan Peran Management Produksi dalam Pengolahan Hasil Pertanian
3. Menjelaskan Pengertian Management Persediaan
4. Sebut dan Jelaskan peran Management Persediaan

DAFTAR PUSTAKA

- A.Rusdiana & Moch. Irfan. 2014. Sistem Informasi Manajemen. Pustaka Setia, Bandung
- Assauri, Sofyan, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan kedelapan, Penerbit: Raja Grafindo, Jakarta
- Downey, W. D. dan S. P. Erickson. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga, Jakarta.
- Handoko. T.Hani.2001.*Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi II. BPFY Yogyakarta: Yogyakarta

- Heizer dan Barry Render. 2010. *Manajemen Operasi Buku 2*. Salemba Empat. Jakarta
- Manahan P. Tampubolon. 2004. *Manajemen Operasional*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta: Salemba Empat
- Pangestu Subagyo, 2000. *Manajemen Operasi*. BPFE. Yogyakarta
- Reksohadiprojo, Sukanto., Gitosudarmo, Indriyo., (2000), ***Manajemen Produksi***, Edisi keempat, BPFE, Yogyakarta.
- Subagyo, Drs. Pangestu (2000). *Manajemen Operasi*. Edisi pertama. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.
- Supriyono. *Akuntansi Biaya*. 1999. BPFE-YOGYAKARTA, Yogyakarta.
- Soekartawi. 2003. *Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Cobb-*
- Douglas. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 250 hal.
- Sofjan Assauri. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Tampubolon, Dr. Manahan P., 2004, *Manajemen Operasional (Operation Management)*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Yamit, Zulian. (2003). (2003). “Manajemen Produksi Dan Operasi”. Edisi Kedua. Yogyakarta: FE UII.

BIODATA PENULIS



Gabriel Otan Apelabi, ST., MT. Dosen Agribisnis Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere, Penulis lahir di Kewapante Kabupaten Sikka Provinsi Nusa Tenggara Timur pada tanggal 29 September 1990. Penulis adalah dosen tetap di Universitas Nusa Nipa Maumere. Menyelesaikan studi S1 pada Jurusan Teknik Lingkungan di Sekolah Tinggi Teknik Lingkungan Yogyakarta . Melanjutkan S2 pada jurusan Ilmu Lingkungan pasca sarjana Institut Teknologi Yogyakarta. Penulis memulai berkarya sebagai dosen pada tahun 2017 hingga saat ini, dan aktif dalam menjalankan tridharma perguruan tinggi (pendidikan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat). Penulis juga aktif mengikuti kegiatan-kegiatan dalam pengembangan profesionalisme dosen.



PEMASARAN PRODUK AGRIBISNIS

Oleh: Suhaeni

1.1 Definisi Pemasaran Agribisnis

Sebelum membahas tentang pemasaran produk agribisnis, penting kiranya untuk membahas tentang istilah pasar agribisnis. Istilah pasar sebelumnya didefinisikan sebagai tempat berinteraksi antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang-barang yang mereka butuhkan secara fisik (Kotler, 1997).

Selain itu, pengertian pasar sebagai tempat tawar-menawar harga, dan atau tempat terjadinya perpindahan kepemilikan melalui kesepakatan antara kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Adapun kesepakatan tersebut diantaranya berupa kesepakatan harga, metode pembayaran, cara pengiriman produk, tempat pengambilan atau penerimaan produk, jenis produk, kuantitas dan kualitas produk, spesifikasi produk dan sebagainya (Sa'id dan Intan, 2001). Dengan demikian pasar agribisnis dapat didefinisikan sebagai tempat interaksi antara penawaran dan permintaan produk-produk agribisnis, terjadi tawar-menawar harga, terjadi pemindahan kepemilikan barang dan terbentuknya kesepakatan-kesepakatan yang berkaitan dengan pemindahan kepemilikan suatu produk.

Berdasarkan sistem agribisnis, pasar agribisnis atau pertanian dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu pasar input atau sarana

produk pertanian, pasar produk pertanian, dan pasar produk olahan hasil pertanian atau produk agroindustri.

Pemasar agribisnis adalah pelaku individu atau lembaga yang membeli produk atau komoditas dan bersedia untuk menjualnya kembali. Pemasar dapat berperan sebagai penjual atau pembeli. Oleh karena itu, pemasar produk agribisnis dapat didefinisikan sebagai pihak yang mencari barang masukan dan luaran pada bidang agribisnis (pertanian) dengan menawarkan sesuatu yang memiliki nilai sebagai imbalannya.

Pemasaran produk agribisnis dapat diartikan sejumlah kegiatan bisnis dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan konsumen terhadap produk agribisnis yang dipertukarkan (Kotler, 1997).

1.2 Sifat-Sifat Produk Agribisnis

Bisnis dalam bidang agribisnis atau pertanian memiliki tingkat risiko yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan produk-produk agribisnis atau pertanian sebagian besar memiliki sifat mudah rusak (*perishable*), berukuran besar (*bulky/voluminous*), dan memiliki mutu yang beraneka ragam (*quality variation*). Berikut sifat-sifat produk agribisnis atau pertanian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.2.2 Tidak Tahan Lama

Sifat produk agribisnis yang tidak tahan lama atau cepat busuk biasanya ditemukan pada produk-produk hortikultura, seperti sayuran dan buah-buahan. Selain itu, produk hasil peternakan seperti daging juga cepat busuk jika tidak mendapat penanganan yang tepat. Termasuk produk perikanan. Penanganan yang dapat dilakukan adalah pengemasan (*packing*), pengangkutan dengan cepat, pendinginan dengan suhu tertentu (*cooling* dan *freezing*), pengolahan, sesuai dengan jenis produk.

1.2.3 Berukuran Besar

Produk agribisnis yang berukuran besar tentu memerlukan tempat penyimpanan dan pengangkutan yang besar pula. Apalagi jika jarak antara sumber produksi dengan lokasi pemasaran relatif jauh,

maka akan menghabiskan biaya pengangkutan yang relatif tinggi. Selain itu, biaya penyimpanan juga akan relatif mahal karena memerlukan tempat atau gudang yang besar. Kondisi ini akan membuat biaya pemasaran menjadi tinggi.

2.2.3 Mutu Beraneka Ragam

Mutu atau kualitas produk pertanian ditentukan oleh jenis varietas yang digunakan, kesesuaian kondisi dengan pertumbuhan tanaman, dan proses penanganannya. Mutu produk agribisnis atau pertanian cukup bervariasi, dari musim satu ke musim yang lainnya, dari lokasi produksi yang satu dengan yang lainnya. Pada periode produksi tertentu mungkin kondisi lingkungan cocok dengan pertumbuhan dan proses produksinya, sehingga memiliki kualitas produk yang bagus. Namun demikian, di satu sisi, pada periode produksi berikutnya kondisi lingkungan kurang mendukung pertumbuhan dan proses produksi, sehingga mutu produknya menjadi rendah. Faktor-faktor yang menentukan kualitas suatu produk adalah kondisi fisik tanah, peristiwa alam, serangan hama dan penyakit, serta tingkat penerapan teknologi produksi dan penanganan pasca panen yang kurang tepat. Jenis varietas sangat mempengaruhi terhadap mutu suatu produk, misalnya varietas unggul dan varietas lokal. Begitupun dengan cara penanganannya, baik selama masa produksi, panen dan penanganan pascapanen.

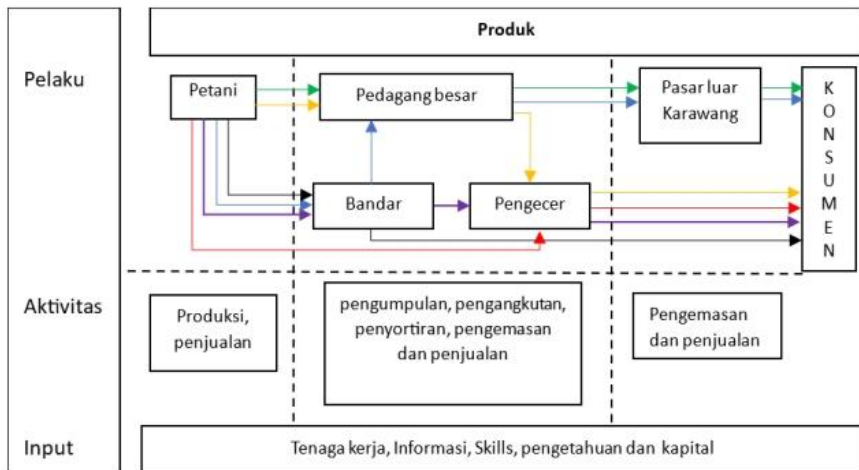
1.3 Saluran dan Lembaga Pemasaran Agribisnis

Setiap produk yang dibeli dan bisa sampai ke konsumen melalui saluran pemasaran. Saluran pemasaran terdiri dari lembaga-lembaga pemasaran yang ikut serta dalam pemindahan barang dari tangan produsen (petani) ke tangan konsumen hingga siap digunakan atau dikonsumsi. Dengan demikian, saluran pemasaran diartikan rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasaran maupun independen dalam menyampaikan barang dari tangan produsen ke tangan konsumen (Tjiptono dan Diana, 2019).

Dengan demikian, saluran pemasaran agribisnis adalah jalur yang dilalui oleh produk agribisnis dari titik produsen sampai titik konsumen akhir. Barang-barang tersebut sebelum diterima oleh konsumen telah mengalami beberapa proses seperti proses pengumpulan, proses penyeimbangan, dan proses penyebaran (Nasrudin dan Musyadar, 2015). Sedangkan Lembaga pemasaran adalah pihak-pihak atau pelaku yang berkontribusi untuk menggerakkan proses mengalirnya barang dari produsen kepada konsumen akhir. Lembaga pemasaran agribisnis tersebut diantaranya adalah pedagang pengepul, tengkulak, bandar, pedagang besar, pedagang pengecer dan sebagainya.

Banyak manfaat yang dapat kita peroleh dengan melihat dan mengamati saluran pemasaran agribisnis, diantaranya adalah (1) Dapat mengetahui jumlah produk yang dijual oleh petani kepada para pedagang atau dijual langsung kepada konsumen akhir, (2) Dapat mengetahui masing-masing peran dan fungsi lembaga pemasaran termasuk peranan petani sebagai produsen, (3) dapat mengetahui aliran produk, uang dan juga informasi.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan panjang pendeknya saluran pemasaran. Faktor tersebut diantaranya jarak antar produsen-konsumen, karakteristik dari produk, skala produksi, kondisi keuangan perusahaan, standarisasi, nilai unit produk, dan juga struktur pasar. Berikut ini adalah salah satu contoh saluran pemasaran jamur merang di Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat. Dalam Gambar 8.1 dapat dilihat terdapat enam saluran pemasaran sebagai berikut:



Gambar 8.1. Saluran Pemasaran Jamur Merang di Kabupaten Karawang

(Sumber: Suhaeni at al, 2022)

Saluran 1: petani → pedagang besar → pasar luar Karawang → konsumen

Saluran 2: petani → pedagang besar → pengecer → konsumen

Saluran 3: Petani → bandar → konsumen

Saluran 4: Petani → bandar → pedagang besar → pasar luar karawang → konsumen

Saluran 5: Petani → bandar → pengecer → konsumen

Saluran 6: Petani → pengcer → konsumen

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut masing-masing melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Menurut Soekartawi (1993), rantai pemasaran yang panjang seringkali ditemukan dalam proses pemasaran agribisnis. Hal tersebut mengakibatkan tingginya margin pemasaran.

1.4 Fungsi-Fungsi Pemasaran Agribisnis

Fungsi-fungsi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam proses penyaluran produk dari produsen atau petani ke konsumen. Hal tersebut dikarenakan dalam proses penyaluran produk

mebutuhkan berbagai kegiatan fungsional pemasaran dengan tujuan untuk memperlancar proses penyaluran produk secara efisien dan efektif. Kegiatan fungsional tersebut dinamakan fungsi-fungsi pemasaran.

Adapun yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran adalah lembaga-lembaga pemasaran yang masuk dalam saluran pemasaran suatu produk. Sehingga, fungsi-fungsi pemasaran agribisnis dapat dijelaskan sebagai serangkaian aktivitas fungsional yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran (lembaga perantara) yang ada dalam sistem pemasaran produk atau komoditas agribisnis. Adapun tujuannya adalah agar konsumen merasa puas kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi melalui penciptaan atau penambahan nilai. Nilai atau kegunaan tersebut berupa kegunaan bentuk, waktu, tempat dan kepemilikan.

Fungsi-fungsi pemasaran agribisnis dapat dikelompokkan kedalam tiga fungsi, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik pemasaran dan fungsi fasilitas pemasaran.

2.4.1 Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran merupakan semua aktitas yang berkaitan dengan pemindahan hak milik suatu produk/barang dari tangan penjual ke tangan pembeli melalui proses pertukaran. Proses pertukaran akan terjadi ketika penjual dan pembeli memiliki kesepakatan terkait nilai atau harga terhadap suatu jumlah produk/barang yang akan diperjualberikan. Terdapat beberapa tipe dalam proses kesepakatan antara penjual dan pembeli. Tipe pertama, baik penjual maupun pembeli sama-sama aktif, contohnya adalah proses lelang. Tipe kedua, penjual aktif dan pembeli pasif, contohnya adalah proses pembelian beras atau gabah dari petani oleh bulog. Tipe ketiga, penjual pasif dan pembeli aktif, contohnya adalah proses jual beli di pasar modern (supermarket).

Fungsi pertukaran dapat dibedakan menjadi dua fungsi, yaitu fungsi usaha pembelian dan fungsi usaha penjualan.

1. Fungsi usaha pembelian

Dalam pemasaran agribisnis yang biasanya melakukan fungsi usaha pembelian misalnya pedagang pengumpul, bandar, pedagang besar, atau pengecer atau pedagang-pedagang lain yang mana setiap daerah memiliki perbedaan dalam terminologi dalam penyebutan lembaga pemasaran agribisnis. Pedagang pengumpul membeli produk atau komoditas hasil pertanian untuk dijual kembali ke bandar atau pedagang besar atau dijual ke industri yang membutuhkan bahan baku tersebut. Pedagang besar atau bandar membeli dari pedagang pengumpul atau dari petani, kemudian dijual kembali kepada industri pengolahan atau dijual ke pengecer. Sedangkan pengecer membeli produk dari pedagang besar atau bandar atau lembaga pemasaran lainnya untuk dijual kembali kepada konsumen akhir.

Terdapat Langkah-langkah dalam fungsi usaha pembelian, yaitu melakukan identifikasi kebutuhan, menentukan kuantitas dan kualitas produk yang akan dibeli, mengidentifikasi dan menentukan prioritas dari sumber-sumber pembelian, melakukan perencanaan implementasi, melakukan negosiasi dan transaksi pembelian produk.

2. Fungsi usaha penjualan

Usaha penjualan merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan dalam proses pemindahan hak milik suatu produk dari produsen atau lembaga-lembaga pemasaran ke konsumen. Dalam fungsi usaha penjualan terdapat pula kegiatan promosi dan periklanan. Dalam melakukan usaha penjualan adakalanya menemukan kesulitan. Tingkat kesulitan tersebut dipengaruhi oleh jenis dan sifat produk, jumlah penjualan, jarak yang ditempuh antara produsen ke konsumen, dan karakteristik serta sifat konsumennya. Penjualan produk ekspor akan lebih sulit dibandingkan dengan penjualan produk untuk konsumen dalam negeri.

Seperti dalam fungsi usaha pembelian, usaha penjualan selain dilakukan oleh produsen juga bisa dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran atau pedagang perantara (pedagang pengumpul, bandar, pedagang besar, pengecer dan industri).

Pemasaran agribisnis termasuk dalam salah satu sub sistem dalam sistem agribisnis. Sub sistem pemasaran ini merupakan kunci

dalam melancarkan aliran produk, uang dan informasi dari produsen (petani) kepada konsumen akhir. Apalagi saat ini orientasi dalam agribisnis bukan hanya semata-mata produksi setinggi-tingginya, tapi orientasinya sudah bergeser pada pemasaran, yakni sejauh mana produk agribisnis dapat dibutuhkan pasar.

Dalam usaha penjualan terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan, diantaranya adalah jenis produk yang akan dijual, mutu atau kualitas produk yang akan dijual, jumlah produk yang akan dijual, kapan waktu menjual produk tersebut, dimana dan bagaimana cara menjualnya (Firdaus, 2007)

Dalam penjualan produk perlu memperhatikan segmen pasar. Berikut ini dasar-dasar yang dapat dipakai untuk segmentasi pasar:

- a. Faktor demografis: umur, pendidikan, agama, jenis kelamin, kepadatan penduduk, dan sebagainya.
- b. Tingkat pendapatan: besar kecilnya pendapatan
- c. Faktos sosiologis: kelas sosial, Kelompok budaya, dan sebagainya.
- d. Faktor psikologis: sikap, kepribadian, manfaat yang diinginkan dari suatu produk dan sebagainya
- e. Faktor geogarfis: tinggi rendahnya tempat, keadaan suhu suatu daerah dan sebagainya.

2.4.2 Fungsi Fisik

Fungsi fisik merupakan serangkaian kegiatan untuk menangani, menggerakkan dan merubah bentuk fisik produk. Fungsi-fungsi fisik meliputi fungsi penyimpanan, fungsi pengangkutan, dan fungsi pengolahan.

1. Fungsi penyimpanan

Karakteristik produk pertanian yang cepat rusak dan tidak tahan lama membutuhkan penanganan yang cepat dan sesuai. Salah satunya adalah dengan penyimpanan yang tepat sehingga kualitas produk tidak cepat rusak. Selain itu, karakteristik produksi pertanian bersifat musiman, sehingga sangat penting dilakukan fungsi penyimpanan. Fungsi ini berupaya untuk mengatur persediaan untuk kebutuhan periode tertentu. Dalam fungsi penyimpanan menangani berupa input bahan baku untuk kegiatan produksi juga menandai output hasil produksi. Penyimpanan

persediaan bahan baku bertujuan untuk menjamin pasokan kebutuhan bahan baku agar selalu tersedia. Sedangkan persediaan produk hasil kegiatan produksi bertujuan untuk mengontrol dan mengatur pasokan produk sesuai dengan kebutuhan pasar.

2. Fungsi pengangkutan

Dalam memperlancar perpindahan produk dari produsen ke konsumen dibutuhkan fungsi usaha pengangkutan. Sehingga fungsi tersebut memiliki peranan yang sangat penting. Apalagi jarak antara lokasi produksi dan lokasi konsumen jaraknya jauh. Dengan demikian, biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pengangkutan produk menjadi salah satu komponen dalam biaya pemasaran. Biaya pemasaran akan semakin besar jika jaraknya jauh dalam proses pemindahan produk tersebut.

3. Fungsi pengolahan

Fungsi pengolahan sangat diperlukan dalam untuk memberikan nilai tambah (*value added*) pada suatu produk agribisnis. Misalnya seekor ayam yang diolah menjadi nugget, padi diolah menjadi beras, tepung diolah menjadi kue, pisang diolah menjadi keripik pisang dan sebagainya. Perubahan-perubahan bentuk tersebut dimaksudkan untuk menambah nilai suatu produk. Sehingga kegunaan tersebut bisa dirasakan oleh produsen maupun konsumen.

2.4.3 Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas pemasaran merupakan semua aktifitas yang dapat mendukung kelancaran proses pemasaran. Dalam sistem pemasaran pertanian/agribisnis, fungsi fasilitas meliputi fungsi standarisasi dan penggolongan mutu, fungsi pembiayaan, fungsi penanggulangan risiko dan fungsi penyedia informasi pasar.

1. Fungsi standarisasi dan penggolongan mutu

Standarisasi merupakan suatu ukuran tingkat mutu suatu produk dengan menggunakan beberapa standar, misalnya warna, volume, bentuk, susunan, ukuran jumlah dan unsur-unsur yang terkandung di dalam suatu produk, tingkat kematangan, rasa, kekuatan atau ketahanan, kadar air, dan sebayanya. Penentuan kriteria tersebut didasarkan pada permintaan pembeli.

2. Fungsi pembiayaan
Fungsi ini berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, pengevaluasian dan pengendalian biaya pemasaran.
3. Fungsi penanggungan risiko
Produk agribisnis pertanian memiliki tingkat risiko yang cukup besar jika dilihat berdasarkan karakteristik produknya, sehingga perlu adanya fungsi penanggungan risiko.
4. Fungsi penyediaan informasi
Dalam melancarkan proses pemasaran dibutuhkan berbagai informasi, sehingga fungsi penyediaan informasi merupakan bagian yang sangat penting. Selain itu, fungsi informasi juga mampu membangun atau memperbaiki tingkat efisiensi dalam proses pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. 1997. *Marketing Managemnet: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall
- E. Gumbira-Sa'id dan A. Harizt Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2019. *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Wasrob Nasrudin dan Ahmad Musyadar. 2015. *Tatniaga Pertanian*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Soekartawi. 1993. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suhaeni, S., Wulandari, Y. S., Umaidah, Y., & Sumekar, Y. (2022). Supply chain risk identification for improving sustainability of straw mushroom in Karawang Regency, Indonesia. *Research on Crops*, 23(3), 666–675. <https://doi.org/10.31830/2454-1761.2022.roc-841>
- Muhammad Firdaus. 2007. *Manajemen Agribisnis*. Jember: Bumi Aksara.

BIODATA PENULIS



Suhaeni, S.P., M.Si., Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Singaperbangsa Karawang. Penulis lahir di Majalengka pada tanggal 21 April 1986. Penulis merupakan dosen PNS di Universitas Singaperbangsa Karawang Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Penulis telah menyelesaikan Pendidikan S2 di Magister Agribisnis Universitas Diponegoro

Semarang dan saat ini sedang melanjutkan studi S3 di Universitas Padjadjaran. Selain aktif mengajar, penulis juga aktif dalam berbagai kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Namun, karena pada tahun 2022 ini penulis sedang tugas belajar maka sementara fokus dulu dengan studi doktoralnya. Penulis dapat dihubungi via email suhaeni@faperta.unsika.ac.id



STRUKTUR BIAYA AGRIBISNIS



Oleh: Aisyah



1.1 Konsep Pembiayaan Agribisnis

Arah perkembangan agribisnis merupakan upaya penting untuk peningkatan pembangunan berwawasan agribisnis. Pengembangan agribisnis dapat menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, meningkatkan stabilitas nasional serta meningkatkan pendapatan masyarakat yang berkecimpung dalam agribisnis. Pengembangan industri dan pemasaran agribisnis merupakan peluang untuk meningkatkan sumberdaya dan teknologi sebagai sumber permodalan untuk pembangunan agribisnis.

Pengembangan usaha agribisnis selain untuk pemenuhan pangan dan gizi, diharapkan juga berorientasi komersil dengan spesifikasi aktivitas usaha yakni pembibitan, budidaya dan pengolahan hasil. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan yang terkait dengan usaha agribisnis memiliki hubungan keterkaitan dengan keuntungan yang akan diperoleh.

Dalam kegiatan agribisnis, turunnya harga disebabkan tingkat permintaan terhadap produk usaha agribisnis selalu mengalami perubahan sehingga perlu dilakukan perkiraan besarnya produk yang dijual agar produk tersebut tetap stabil sehingga harga dapat dipertahankan. Salah satu proses dalam agribisnis untuk menghindari banyaknya hasil produksi yang tidak sesuai dengan permintaan pasar

yakni melalui perhitungan tingkat hasil sebagai ukuran hasil per unit di setiap waktu yang dihasilkan. (Gasperz 1998) menyatakan bahwa dalam mempertimbangkan kegiatan usaha yang dilakukan baik secara pelaksanaan maupun secara perhitungan bisnis. Secara pelaksanaan dapat dilihat melalui pelaksanaan kegiatan untuk memproduksi, sedangkan melalui perhitungan bisnis dapat dilihat dari penggunaan biaya dan komponen-komponen biaya yang digunakan. (Tomek and Robinson 1974) menyatakan bahwa banyaknya penggunaan dan permintaan merupakan indikator dari harga dan pendapatan. Sedangkan penawaran komoditas diperlihatkan dari penggunaan pada fungsi biaya yang dikembangkan oleh fungsi produksi *cobb-douglas* untuk memperoleh keuntungan maksimum. Berdasarkan penggunaan fungsi produksi, maka dapat dilanjutkan untuk penggunaan fungsi biaya.

Pembiayaan dalam agribisnis memberi cakupan semua kebutuhan dan tata tertib serta pemantauan keuangan untuk membiayai perusahaan yang bergerak di bidang pertanian. Pembiayaan dana operasional bisnis pertanian dapat dilihat dari asal pembiayaan yaitu modal simpanan oleh pemilik, pinjaman dan keuntungan (penyusutan). Setiap kegiatan dalam bisnis pertanian yang meliputi modal awal, jumlah dan jenis bagian produksi, jumlah modal awal yang diperlukan, asal modal yang digunakan dan besarnya biaya usaha untuk setiap asal biaya tersebut merupakan prinsip-prinsip pokok ekonomi dalam biaya usaha bisnis yang digunakan (Arifin dan Arsyad 2017).

Konsep biaya menurut (Soekartawi 2000) menyatakan bahwa penggunaan biaya dalam waktu singkat ada penggunaan produksi tidak berubah yang menghasilkan biaya atau korbanan tetap, tetapi pada waktu yang lama, semua penggunaan produksi adalah terjadi biaya yang berubah-ubah, biaya juga dimasukkan ke dalam biaya variabel (biaya yang berubah-ubah) sehingga besarnya biaya produksi dapat disesuaikan dengan tingkat produksi yang dihasilkan. Selanjutnya, korbanan yang digunakan dalam berusaha di usaha komoditi pertanian adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam

berusahatani adalah korbanan tetap (*fixed cost*) dan korbanan tidak tetap (*variabel cost*).

Prinsip dasar pembiayaan agribisnis dapat dijelaskan sebagai berikut:

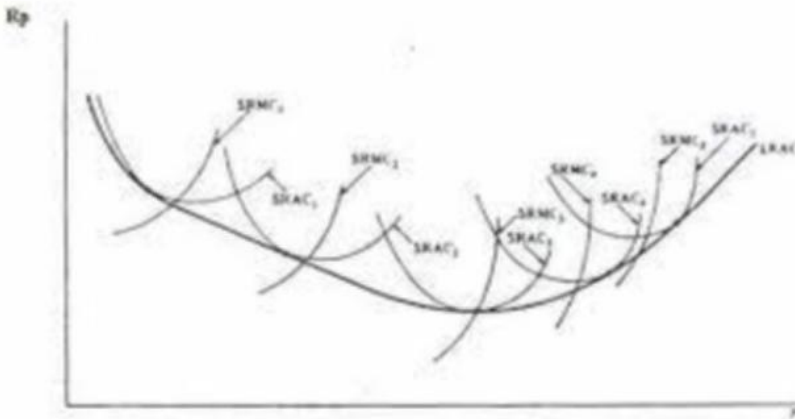
1. Korbanan yang selalu berubah selanjutnya disebut Biaya Variabel (Variable Cost, VC) adalah korbanan untuk mendapatkan hasil yang tidak tetap sesuai dengan tingkat perolehan hasil oleh petani. Suatu kasus, biaya variabel yang digunakan untuk memproduksi tanaman jagung selama musim tanam adalah biaya yang dialokasikan untuk membeli input variabel seperti pupuk, bibit, dan obat-obatan.
2. Biaya Tetap (Fixed Cost, FC) adalah biaya yang harus ditanggung oleh petani tanpa memperhatikan apakah petani melakukan proses produksi. Dengan kata lain, biaya tetap tidak berubah dengan tingkat output. Misalnya, biaya tetap yang umumnya dialokasikan oleh petani adalah pengeluaran untuk pembangunan tempat menyimpan hasil, pembelian mesin dan alat yang digunakan dalam usaha pertanian, dan lain-lain.

Mengklasifikasikan ongkos ke dalam korbanan tetap dan korbanan tidak tetap yang akan menghasilkan beberapa jenis masukan korbanan tidak tetap, seperti pupuk untuk komoditi jagung, setelah dialokasikan, tingkat penggunaannya tidak dapat diubah. Selain itu, Apabila petani jagung melakukan usahatannya namun tidak mengharapkan jagungnya berproduksi, maka petani tersebut tidak dapat menjual kembali pupuk jagung yang telah didistribusikan sebelumnya. Oleh karena itu, korbanan tidak tetap disebut juga sebagai *sunk cost*. Penggolongan sarana produksi ke dalam korbanan tidak tetap dan biaya tetap akan berpengaruh pada perkembangan produksi waktu tertentu. Petani kemungkinan mampu mengadakan lebih banyak lahan usahatani atau peralatan pabrik dan peralatan usahatani yang lain untuk beberapa waktu mendatang. Jadi, untuk pola perkembangan hasil yang cukup lama, semua hasil usahatani yang dilakukan dianggap sebagai masukan korbanan tidak tetap, yang dapat diubah sesuai dengan tingkat hasil yang diinginkan. Di sisi lain, dalam

beberapa minggu atau kurang, kecil kemungkinan petani akan mengubah keputusan produksinya karena berbagai kondisi. Dalam hal ini, semua input produksi dapat dianggap sebagai input tetap. Oleh karena itu, tanpa referensi waktu tertentu, tidak mungkin untuk menentukan apakah setiap masukan variabel atau tetap (David dan Tatiek 2005).

1.2 Struktur Biaya Agribisnis

Penjelasan terkait struktur biaya agribisnis dijelaskan oleh (David dan Tatiek 2005) melalui penjabaran hubungan *Marjinal Revenue* (MR) dengan *Short Run Marjinal Cost* (SRMC) Dalam periode jangka panjang, skala unit usaha dapat diubah. Kurva biaya berbentuk U karena produksi berlangsung dalam jangka pendek (*short run*), jika petani atau pelaku agribisnis dimungkinkan untuk menyamakan pendapatan marjinal (harga output dalam pasar kompetitif = MR) dengan biaya marjinal jangka pendek (SRMC = *Short Run Marjinal Cost*). Oleh karena itu, terdapat beberapa kurva SRMC dan SRAC (*Short Run Average Curve*) di bawah ukuran satuan unit bisnis tertentu. Waktu yang digunakan di setiap periode, kurva biaya jangka pendek (SRAC) berubah sesuai dengan ukuran berubahnya unit bisnis, dan kurva biaya untuk waktu yang lama (LRAC = Kurva Average Jangka Panjang) dapat diturunkan dengan menggambar kurva amplop bersinggungan dengan setiap kurva korbanan yang diberikan pada periode singkat /jangka pendek (SRAC). Penurunan kurva ini terlihat pada gambar 9.1.



Gambar 9.1. Perubahan Kurva Amplop yang menurun dari Kurva Biaya Marjinal dan Biaya Rata-Rata Periode Produksi
(Sumber: David dan Foray 2005)

Gambar 9.1 dapat dijabarkan bahwa produsen akan memilih bagian yang terbesar dalam usahatani yang berada pada titik terendah pada kurva biaya rata-rata periode terbanyak (LRAC), sehingga tambahan biaya menghasilkan nilai yang sama dengan biaya tambahan waktu yang singkat ($MC=LRMC$) yang disebut dengan kondisi seimbang yakni tidak untung dan tidak merugi (*BEP* atau *break even point*) yang diartikan sebagai posisi yang tidak untung dan juga tidak rugi. Akan tetapi produsen masih dapat meningkatkan penerimaan tambahannya (*MR*) lebih besar dari tambahan biayanya (*MC*) dalam jangka pendek, sebab setiap produsen akan menyamakan $MR = SRMC$ atau tambahan penerimaan sama dengan biaya marjinal *short run* atau produsen akan menggunakan usahatani pada batas kemampuan penggunaan tambahan biaya yang lebih sedikit (*SRAC*).

Gambar 9.1, korbanan yang tidak tetap (*VC*) dinyatakan dalam satuan hasil produksi (*y*), sehingga persamaan umum fungsi biaya variabel usahatani adalah:

$$VC = g(y) \dots\dots\dots (1)$$

Karena korbanan biaya tidak berubah, maka korbanan yang digunakan akan tetap sama dengan nilai hasil penjualan dalam satuan uang (k), sehingga:

$$FC=k \dots\dots\dots(2)$$

$$\text{Nilai Biaya Total (TC) =Nilai VC + FC atau } g(y) + k \dots\dots\dots(3)$$

Korbanan tidak tetap sebagai rata-rata (AVC) adalah korbanan biaya variabel per unit yang dihasilkan:

$$AVC = VC/y = g(y)/y \dots\dots\dots(4)$$

Biaya tetap rata-rata sama dengan biaya tetap per unit output:

$$AFC = FC/y = k/y \dots\dots\dots(5)$$

Cara untuk menetapkan besaran biaya rata-rata (AC) atau biaya total rata-rata (ATC) adalah:

$$1. AC=ATC=TC/y \dots\dots\dots(6)$$

$$2. AC = AVC + AFC \text{ atau } TC/y = VC/y + FC/y \dots\dots\dots(7)$$

Biaya marjinal didefinisikan sebagai perubahan biaya total atau biaya variabel total yang disebabkan oleh perubahan input.

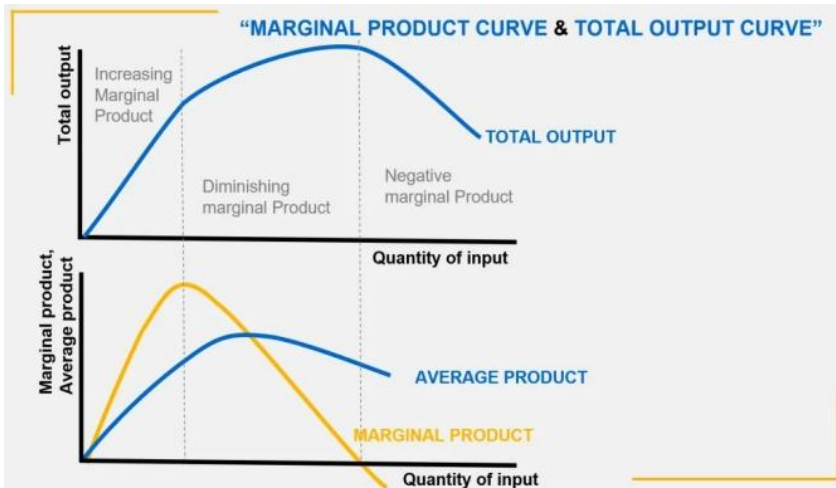
$$MC = \Delta TC/\Delta y = \Delta VC/\Delta y \dots\dots\dots(8)$$

karena nilai biaya tetap konstant sebesar a, maka penetapan MC baik berdasarkan biaya total atau biaya variabel total akan sama besar:

$$MC = dTC/dy = dVC/dy \dots\dots\dots(9)$$

Fungsi biaya marjinal adalah fungsi yang mempresentasikan kemiringan fungsi biaya total. Misalnya nilai MC = Rp.10,- produksi jagung menunjukkan bahwa tambahan unit yang dihasilkan pada usahatani jagung membutuhkan biaya sebesar Rp. 10,-.

Secara teknis, biaya saat mencapai maksimum memperlihatkan keunikannya yakni output akan mengalami penurunan meskipun terjadi penambahan input. Misalnya hasil maksimum panen jagung yang dapat diperoleh petani sebanyak 150 buah/ha. Setelah produksi ini tercapai, penambahan benih jagung, pupuk atau pestisida yang digunakan pada komoditi jagung akan menyebabkan hasil produksi berkurang. Fenomena ini disebut sebagai hukum pertamabahn hasil yang semakin berkurang (*low of diminishing return*), terlihat pada Gambar 9.2.



Gambar 9.2. Kurva Hukum Pertambahan Hasil Yang Semakin menurun (*Law of Diminishing Return*)

Sumber: Ruang Guru, 2023

Gambar 9.2 memperlihatkan penurunan fungsi biaya, Output diletakkan pada garis horizontal, sedangkan nilai biaya pada garis vertical. Fungsi produksi awalnya meningkat dengan kecepatan yang meningkat hingga mencapai titik balik, dan kemudian meningkat dengan kecepatan yang menurun. Fungsi biaya awalnya pada mulanya memiliki kecepatan yang menurun hingga mencapai titik balik, akan tetapi secara perlahan kecepatannya akan semakin meningkat sesuai dengan kecepatan yang dimiliki oleh tambahan sarana produksi yang diberikan (David dan Tatiek 2005).

David dan Tatiek (2005) juga menggambarkan penurunan fungsi biaya pada sisi output (Gambar 9.3). Gambaran Biaya tetap berada pada garis horizontal, sedangkan kurva korbanan biaya keseluruhan digambarkan dengan bentuk yang sama dengan kurva biaya variabel, yang dipindahkan sejajar di atas kurva biaya tetap. Nilai antara TC dan VC pada setiap titik pada kurva VC sama dengan FC. Pada setiap tingkat produksi yang dihasilkan, kemiringan TC sama dengan kemiringan VC. Setiap titik pada kurva biaya AC, AVC, atau

singgung TC dan VC, yang juga merupakan kemiringan kurva atau MC di dua titik. Oleh karena itu MC harus sama dan berpotongan pada titik minimum AVC dan AC (titik A dan B pada gambar 9.3.)

Jika kemiringan AC positif, maka MC harus sama atau lebih besar dari AC. Jika kemiringan AC negatif, maka MC harus lebih kecil dari AC. Sementara itu, jika kemiringan AC adalah nol, maka AC berada pada posisi minimum, dan MC sama dengan AC, maka persamaannya dapat diturunkan sebagai berikut:

$$TC = (AC)y \dots\dots\dots (10)$$

$$dTC/dy = AC(1) + y(dAC/dy) \dots\dots\dots (11)$$

$$MC = AC + y(\text{Slope AC}) \dots\dots\dots (12)$$

AC digambarkan semakin mendekati AVC, sehingga AFC semakin mengecil pada titik keluaran maksimum. Kemiringan minimum yang ditarik dari titik asal ke kurva TC terjadi pada tingkat output yang lebih kecil dari yang terkait dengan kemiringan minimum garis yang ditarik dari titik asal ke kurva VC. Oleh karena itu, VC minimum terjadi ketika tingkat keluaran kurang dari tingkat di mana AC minimum tercapai. Ketika input digunakan di bawah titik maksimisasi, AVC dan AC meningkat meskipun y menurun. Namun, jika ada biaya tetap, AC harus tetap lebih tinggi dari AVC. Ketika penggunaan input jatuh di bawah titik maksimalisasi output, maka akan dinyatakan pada biaya rata-rata yang baru karena berkurangnya output.

1.3 Hubungan Biaya Produksi Dengan Fungsi Biaya Cobb Douglas

Periode produksi sangat berhubungan dengan perilaku biaya. Pada periode jangka pendek, besarnya biaya produksi tidak akan bergantung pada tingkat produksi disebabkan terdapat faktor produksi tetap yang menimbulkan biaya tetap. Sedangkan pada periode jangka panjang, besarnya biaya produksi dapat disesuaikan dengan tingkat produksi karena semua faktor produksi adalah variabel termasuk biaya.

Menurut (Soekartawi, 2002) bahwa jika pengeluaran usaha yang dilakukan pada kegiatan agribisnis sama artinya dengan biaya usaha yakni semua korbanan yang dipergunakan dalam berusaha. Selanjutnya korbanan berupa biaya produksi dalam usahatani terdiri atas:

1. Biaya Tidak tetap (*Variabel Cost*)
Biaya ini merupakan biaya yang bergantung pada jumlah besar kecilnya produksi komoditi yang dihasilkan. Contohnya: tenaga kerja, pupuk, bibit dan sarana produksi komoditi lainnya
2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)
Biaya yang relatif jumlahnya dan terus dikeluarkan tanpa mempertimbangkan besar kecilnya produksi yang dihasilkan. Contohnya: pajak dan penyusutan

(Soekartawi, 2004) dalam bukunya “Teori Ekonomi Produksi Dengan Analisis Fungsi Cobb Douglas” menjabarkan cara menghitung *Variabel Cost* yaitu:

$$VC = \sum_{i=1}^n X_i P_{X_i} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- VC = Biaya tidak tetap
- X_i = Jumlah fisik dari input ke-i
- P_{X_i} = Harga input ke-i
- n = Banyaknya input

Minimisasi biaya dapat dilakukan pada fungsi biaya yang digunakan pada rumus *cobb douglas* sehingga menghasilkan faktor produksi modal (K) dan tenaga kerja (L) sebagai fungsi utamanya, maka formulasinya adalah sebagai berikut:

$$\text{Minimisasi } C = wL + rK \dots \dots \dots (2)$$

$$\text{Subjek to, } F(K, L) = Y_0 \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

- w = Tingkat upah tenaga kerja

r = Bunga modal

Y_0 = Tingkat produksi yang diinginkan

Menggunakan fungsi produksi tipe *cobb douglas*, fungsi produksi dapat dirumuskan:

$$F(K,L) = AK^\alpha L^\beta \dots\dots\dots (4)$$

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2001) dalam Hastuti (2017, upaya dalam melakukan penghematan biaya yang dilambangkan dengan persamaan untuk memproduksi sebesar Y_0 dengan modal (K) dan tenaga kerja (L) dapat sebagai berikut:

$$\Phi = wL + rK - \lambda (AK^\alpha L^\beta - Y_0) \dots\dots\dots (5)$$

Derivasi terhadap L, K, dan λ menyamakan turunannya dengan nilai 0, maka dihasilkan:

$$\frac{\partial \Phi}{\partial L} = w - \lambda (AK^\alpha L^{\beta-1}) = 0 \dots\dots\dots (6)$$

$$\frac{\partial \Phi}{\partial K} = r - \lambda (AK^{\alpha-1} L^\beta) = 0 \dots\dots\dots (7)$$

$$\frac{\partial \Phi}{\partial \lambda} = AK^\alpha L^\beta - Y_0 = 0 \dots\dots\dots (8)$$

Dari persamaan (7) diperoleh:

$$\lambda = \frac{w}{AK^\alpha L^{\beta-1}} \dots\dots\dots (9)$$

Jika persamaan (9) disubstitusikan ke persamaan (7) maka diperoleh:

$$r\beta AK^\alpha L^{\beta-1} = w\alpha AK^\alpha L^{\beta-1} \dots\dots\dots (10)$$

$$L = \frac{\beta r K}{\alpha w} \dots\dots\dots (11)$$

Selanjutnya menggunakan persamaan (11) untuk mengeliminasi L dari persamaan (7), diperoleh:

$$\frac{AK^a \beta^B r^B K^B}{a^B w^B} = Y_0 \dots\dots\dots (12)$$

Persamaan (12) dapat disederhanakan menjadi:

$$K = \frac{(aw/\beta r)^B Y_0}{A} \dots\dots\dots (13)$$

atau

$$K = [(aw/\beta r)^{B/(a+B)} (Y_0/A)^{1/(a+B)}] \dots\dots\dots (14)$$

Persamaan (14) berarti modal minimal yang dapat dipergunakan untuk memproduksi sejumlah Y_0 . Selanjutnya minimisasi biaya tenaga kerja dapat diperoleh dengan mensubstitusikan persamaan (14) ke dalam persamaan (11) sebagai berikut:

$$K = [(\beta r/aw)^{a/(a+B)} (Y_0/A)^{1/(a+B)}] \dots\dots\dots (15)$$

Jika terjadi peningkatan upah (w) secara sembarangan terhadap bunga modal (r) petani sehingga akan mengurangi penggunaan tenaga kerja lebih ke modal. Namun penggunaan modal dan tenaga kerja per satu satuan output menurun. Jika terjadi perubahan teknologi atau teknologi meningkat.

Besarnya biaya total untuk output Y dapat diperoleh dengan mensubstitusikan persamaan (14) untuk K dan (15) untuk L pada persamaan (3), yaitu $C = wL + rK$. Dengan operasi aljabar secara sederhana diperoleh:

$$C = w^{B/(a+B)} r^{a/(a+B)} [(a/\beta)^{B/(a+B)} + (a/\beta)^{-a/(a+B)}] (Y/A)^{1/(a+B)} \dots\dots\dots (16)$$

Selanjutnya jika $a + \beta = 1$, kondisi *constant returns to scale*, maka persamaan (16) dapat disederhanakan sebagai berikut:

$$C = w^\beta r^a [(a/\beta)^\beta + (a/\beta)^{-a}] (1/A)Y \dots \dots \dots (17)$$

Fungsi biaya tersebut menunjukkan total biaya akan meningkat jika total produksi ditingkatkan hingga suatu tingkat tertentu atau akan berubah jika tingkat upah dan modal berubah. Sejalan dengan teori tersebut Silberbeg (1978) dalam (Hastuti 2017) digambarkan dalam pemetaan biaya sebagai berikut:

$$C = f(Y, p_1, \dots, p_n) \dots \dots \dots (18)$$

Keterangan:

- C: biaya produksi
- Y: tingkat produksi
- p_1, \dots, p_n : harga input X_1, \dots, X_n

Dalam bentuk fungsi produksi *Cobb-Douglas*, maka fungsi biaya tersebut dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$C = A Y^\beta \prod (p_i)^{\alpha_i} \dots \dots \dots (19)$$

Dalam bentuk *logaritma natural*, persamaan (19) dapat ditampilkan sebagai berikut:

$$\ln C = \ln A + \beta \ln Y + \frac{\sum_{i=1}^m \alpha_i \ln p_i}{i=1} \dots \dots \dots (20)$$

Keterangan:

- A = Intercept
- β = Koefisien Regresi

Fungsi biaya dapat dijadikan sebagai ukuran dalam meningkatkan produksi melalui pengukuran penggunaan faktor baru yang disebabkan faktor biaya produksi yang sedikit atau banyak.

Artinya apakah dengan biaya yang sedikit tetap mampu mendapatkan produksi yang tinggi. Oleh karena, dalam konsep fungsi biaya, penggunaan biaya harus diminimumkan untuk memperoleh sejumlah output dan input.

1.4 Kebutuhan Modal Investasi dan Modal Kerja

Modal dalam usaha agribisnis merupakan faktor produksi yang dikelola dalam kegiatan ekonomi yang digunakan dalam suatu usaha (Kadarsan 2002). Menurut (Munawir 2001), Harta kekayaan untuk usaha adalah hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang ditunjukkan dalam modal saham, surplus dan laba ditahan.

Harta kekayaan dalam agribisnis terdiri atas modal investasi dan modal kerja, yang diterangkan sebagai berikut:

1. Modal Investasi

Modal investasi dikeluarkan dan dimanfaatkan dalam jangka panjang sesuai dengan umur proyek (periode usaha) yang telah ditetapkan sehingga modal ini disebut juga modal tetap.

Komponen modal investasi terdiri atas:

a. **Pengadaan Lahan Sebagai Tempat Usaha**

Usaha yang bersifat pengembangan harus disediakan sesuai dengan harga perhitungan ulang (rekapitulasi) sesuai dengan situasi dan kondisi setempat.

b. **Gedung Kantor dan Pabrik**

Gedung perkantoran dan pabrik pada usahatani dapat berupa pabrik, kantor, kandang, gudang dan lain-lain. Usaha yang baru dijalankan, nilai bangunannya diasumsikan sebagai bangunan baru sedangkan untuk usaha pengembangan dinilai melalui bangunan yang sudah ada ditambah dengan biaya perawatan

c. **Pembelian Mesin dan Peralatan Yang Diperlukan**

Pemilihan mesin-mesin dan peralatan dalam kegiatan bisnis dapat dicari pada toko-toko yang menjual peralatan dan mesin yang dibutuhkan. Dalam pemilihan mesin yang akan dibeli sebaiknya juga melibatkan orang-orang yang kompeten dalam pemilihan alat

dan memiliki pengalaman dalam menggunakan jenis mesin yang akan dibeli. Disamping itu aspek jaminan dan layanan purna jual juga tidak kalah pentingnya (terutama untuk mesin mesin yang menggunakan teknologi madya atau teknologi maju).

d. **Biaya Modal Awal (*Initial Cost*)**

Biaya yang disiapkan sebelum kegiatan bisnis berjalan dan biasa disebut biaya awal kegiatan (investasi awal). Alokasi biaya awal ini terdiri dari persiapan teknis maupun non teknis pada saat melakukan analisa studi kelayakan. Adapun biaya awal diantaranya:

1. Biaya pengurusan akte notaris
2. Biaya pelatihan penggunaan mesin
3. Biaya percobaan hasil produksi
4. Biaya lisensi (waralaba) atau kekuatan hukum
5. Biaya pengembangan karyawan
6. Biaya analisis studi kelayakan bisnis

2. Modal Kerja

Penggunaan unsur utama dalam melakukan operasionalisasi kegiatan tersebut adalah dibutuhkannya dana yang akan digunakan sebagai modal untuk pembayaran tenaga kerja yang dikenal dengan istilah modal kerja. Terdapat beberapa pengertian tentang modal kerja. Menurut Munawir (2003) *dalam* (Musyadar 2008) adanya modal kerja yang cukup sangat penting bagi suatu perusahaan karena dengan modal kerja yang cukup memungkinkan bagi perusahaan untuk menggerakkan usahanya sehingga perusahaan dapat mengurangi kesulitan yang akan dihadapi terutama jika terjadi krisis atau kegagalan dalam perusahaan. Pentingnya modal kerja antara lain:

- a. Membantu usaha jika terjadi kekurangan modal kerja karena berkurangnya nilai harta perusahaan
- b. Membantu dalam pembayaran gaji dan honorkaryawan tepat waktu
- c. Membantu tersedianya stock barang yang dibutuhkan oleh perusahaan dan para konsumen perusahaan

- d. Memungkinkan bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan bisnisnya dengan lebih efisien karena tidak ada kesulitan untuk memperoleh bahan baku (barang atau jasa) yang dibutuhkan.

Berdasarkan pendekatan biaya, harga dan , modal kerja dibagi ke dalam dua jenis yaitu:

1. Menurut neraca modal kerja terdiri atas:
 - a. Jumlah kebutuhan dana di bank
 - b. Kebutuhan bahan baku
 - c. Utang-Piutang
2. Menurut nilai penggunaan biaya dan modal kerja terdiri atas:
 - a. Biaya produksi usahatani (BB, upah TK langsung dan bahan pembantu)
 - b. Biaya penjualan produksi yang dihasilkan (pengemasan, angkutan dan distribusi)
 - c. Biaya lain-lain dan administrasi (biaya kantor, gaji karyawan, biaya pemeliharaan)

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin dan Arsyad. (2017). *Pengantar Agribisnis*. Bandung: Mujahid Press.
- David dan Tatiek. (2005). *Ekonomi Produksi Pertanian, Teori dan Aplikasi di Indonesia*. Malang: Universitas Brawijaya.
- David dan Tatiek. (2005). *Ekonomi Produksi Pertanian, Teori dan Aplikasi di Indonesia*. Malang: Universitas Brawijaya.
- David dan Tatiek. (2005). *Ekonomi Produksi Pertanian. Teori dan Aplikasi di Indonesia*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Gasperz. (1998). *Contoh Soal dan Penyelesaian Ekonomi Manajerial (Panduan Solusi Masalah Bisnis)*. . Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Hastuti. (2017). *Ekonomika Agribisnis (Teori dan Kasus)*. Makassar: Perpustakaan Nasional.

- Kadarsan. (2002). *Keuangan dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Munawir. (2001). *Akuntansi dan Keuangan Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Musyadar. (2008). *Studi Kelayakan Agribisnis*. Jakarta: Universitas Traniwijaya.
- Robinson, T. a. (1974). *Agricultural Product Prices*. London: ornell University Press Ithaca.
- Robinson, T. d. (1974). *Agriculture Product Prices* . London: Cornell University Press Ithaca Deen.
- Soekartawi. (2000). *Agribisnis, Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafinso Persada.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi. (2004). *Teori Ekonomi Produksi, Analisis Fungsi Cobb Douglas*. Jakarta: PT Raja Grafinso Persada.
- Tomek and Robinson. (1974). *Agricultural Product Prices* . London: Cornell University Press Ithaca.

BIODATA PENULIS



Aisyah, SE, Ak., M.Si. Lahir di Maccorawalie Panca Rijang Provinsi Sulawesi Selatan tanggal 7 Desember 1968. Menamatkan S1 Jurusan Akuntansi dan S2 Jurusan Manajemen Keuangan di Universitas Hasanuddin. Sejak tahun 1999 sampai saat ini sebagai dosen tetap di Jurusan Agribisnis Peternakan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene dan Kepulauan. Aktif dalam menjalankan Tridarma Perguruan Tinggi (Pendidikan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat).



LAYANAN AGRIBISNIS

Oleh: Megawati

1. Pengertian dan Ruang Lingkup Agribisnis

A. Pengertian Agribisnis

Agribisnis pada umumnya bisa diartikan dalam arti luas dan arti sempit. Agribisnis dalam arti sempit adalah suatu usaha untuk memasarkan hasil-hasil pertanian baik perkebunan, perikanan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan dalam arti luar, agribisnis merupakan suatu rangkaian kegiatan usaha yang mencakup seluruh mata rantai produksi, pengolahan hasil pertanian hingga pemasaran hasil dan pemasaran produk terkait komoditi pertanian secara luas (Pertanian, perkebunan, perikanan, kehutanan dan peternakan) yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan.

Agribisnis juga sering diartikan sebagai suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan dari seluruh sektor agribisnis yang telah dilakukan baik kegiatan usahatani, pengolahan bahan produksi, usaha sarana dan prasarana pertanian, perdagangan, dan kegiatan distribusi bahan pangan. Menurut Drillon, agribisnis merupakan sejumlah total dari seluruh kegiatan yang menyangkut manufaktur serta distribusi dari sarana produksi pertanian, kegiatan yang dilakukan usahatani, serta penyimpanan, pengolahan dan distribusi dari produk pertanian dan produk-produk lain yang

dihasilkan dari produk pertanian. Sementara menurut Cramer and Jensen, agribisnis adalah sebuah kegiatan yang sangat kompleks, meliputi: industri pemasaran hasil pertanian dan hasil olahan produk pertanian, industri manufaktur, industri pertanian, dan distribusi bagi bahan pangan dan serat-seratan kepada pengguna atau konsumen (Gunawan, 2013).

Dalam manajemen agribisnis, setiap sektor produksi dan distribusi pertanian adalah sebagai aktivitas agribisnis. Agribisnis berasal dari gabungan dari suku kata *Agricukture* (pertanian) dan *business* (bisnis). Agribisnis dapat berupa tumbuhan, hewan, ataupun organisme-organisme lainnya (Sieva, 2015). Agribisnis juga mempelajari strategi untuk menghasilkan keuntungan mengelola aspek budidaya, penyediaan bahan baku, bahan setengah jadi, pasca panen, pengolahan dan pemasaran. Agribisnis merupakan usaha yang berbasis pada sektor pertanian sektor lain yang mendukungnya, baik sektor hulu hingga sektor hilir sektor pangan (*Food supply chain*).

B. Sejarah Agribisnis

Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi memperoleh pendapatan dengan penyediaan bahan baku, panen, pasca panen, mengolah aspek budidaya, pengolahan hingga pemasaran produk sampai ke konsumen. Perkembangan agribisnis masa kini bukan hanya mencakup industri makanan saja sebab pemanfaatan hasil produk pertanian sudah sangat berkaitan erat dengan bidang farmasi, teknologi bahan dan juga berkaitan dengan penyediaan energi. Pemanfaatan sendiri dapat berarti melakukan tukar menukar ataupun menjual demi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perkembangan agribisnis di tanah air sama seperti perkembangan sejarah pertanian secara umum yang mengalami fase fluktuasi (*pasang-surut*) yang menarik untuk dibahas lebih dalam. Hasil besar dari agribisnis yang secara nyata terjadi dan dirasakan masyarakat yaitu terpenuhinya kebutuhan pangan secara mandiri (*swasembada*) pada pertengahan 1980-an. Selain itu, kondisi yang menguntungkan berakhir tragis ketika pada akhir 1980-an dan awal 1990-an, pertumbuhan

perekonomian di bidang pertanian dan agribisnis harus menurun cukup serius.

Indonesia mengalami krisis ekonomi yang menimbulkan pengangguran besar dan tenaga kerja yang melimpah dan mengakibatkan sektor pedesaan, baik itu pertanian maupun perikanan tidak mampu untuk mempekerjakan tenaga kerja dari sektor perkotaan serta agribisnis pun yang menjadi sasaran untuk menanggung bebas ekonomi dan politik yang cukup besar. Tenaga kerja dari pedesaan menuju perkotaan begitupun sebaliknya yang sebelum terjadinya krisis ekonomi berjalan mulus yang kemudian tidak dapat terjadi karena membutuhkan biaya sosial yang cukup tinggi. Selain itu, sektor jasa dan pendukung industri yang selama krisis ekonomi belum terjadi mampu melindungi naiknya permintaan aggregate yang disebabkan pertumbuhan penduduk menjadi terhambat karena rendahnya investasi dan aktivitas produksi yang sebelumnya mampu memperluas kesempatan kerja dengan ketangguhan sektor ini yang menjadi kebanggaan Indonesia pada puncak krisis moneter akhirnya berhenti secara perlahan yang disebabkan pada pembangunan pertanian dan proses peralihan ekonomi yang tidak hanya disandarkan pada perubahan dan kenaikan harga-harga yang biasa disebut inflasi semata. (Fitri, 2014)

Perkembangan agribisnis menjadi tolak ukur berharga bagi upaya memperbaiki sistem agribisnis dan pembangunan yang terus dibangun secara umum. Upaya itu sangat relevan dalam perspektif dalam pembuktian rencana-rencana penting setelah terjadinya krisis ekonomi. Dalam membangun Sumber daya alam dan Ekonomi melalui berbagai investasi yang menguntungkan. Beberapa fase yang terjadi akan dijadikan sebagai acuan untuk mengurai langkah dan menjawab tantangan pengembangan sektor agribisnis Indonesia di Masa yang akan datang.

C. Permasalahan Agribisnis dan Faktor yang Mempengaruhi

Beberapa permasalahan Agribisnis yang harus menjadi perhatian dalam pengembangan Agribisnis di Indonesia yang terletak

pada berbagai aspek menurut Suryani dan Rahmadani (2014), diantaranya:

1. Pola produksi pada beberapa komoditas pertanian
2. Sarana dan Prasarana yang kurang memadai
3. Biaya transportasi yang lebih tinggi
4. Terjadinya pemusatan bidang agroindustri yang berakibat pada nilai bahan baku pertanian yang relative tinggi dalam mencapai lokasi agribisnis
5. Sistem kelembagaan yang masih sangat lemah

Faktor yang mempengaruhi agribisnis yang begitu banyak yang akan mempengaruhi penerapan fungsi manajerialnya. Adapun faktor lain yang mempengaruhi agribisnis, antara lain:

- a. Modal yang besar yang akan berpengaruh besar pada skala usaha
- b. Kemajuan teknologi, yang akan sangat berpengaruh kemajuan sistem agribisnis yang diajarkan
- c. Manajemen yang baik akan sangat berpengaruh pada perkembangan usaha agribisnis
- d. Penentuan lokasi yang akan sangat besar pengaruhnya terhadap kesesuaian lahan

2. Sistem Agribisnis

A. Sistem Pengembangan Agribisnis

Davis, H.J. and R.A. Golberg (1957), menjelaskan bahwa agribisnis berasal dari kata Agribusiness di mana Agr=Agriculture artinya pertanian dan Business artinya usaha atau kegiatan yang menghasilkan keuntungan dalam tulisannya yang berjudul “*A concept of agribusiness*”. Agribisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pengusahaan tumbuhan dan hewan (komoditas pertanian, peternakan, perikanan, dan kehutanan) yang berorientasi pasar dan peningkatan nilai tambah. Antara, M (2000), menyampaikan bahwa agribisnis merupakan konsep dari suatu sistem yang integratif dan terdiri dari beberapa subsistem, yaitu;

- 1) subsistem pengadaan sarana produksi (agroindustry hulu),
- 2) subsistem produksi usahatani,
- 3) subsistem pengolahan dan industri hasil pertanian (agroindustri hilir),
- 4) subsistem pemasaran dan perdagangan, dan
- 5) subsistem kelembagaan penunjang.

B. Pengembangan Sistem Agribisnis Berkelanjutan

Untuk mendayagunakan keunggulan Indonesia sebagai negara agraris dan maritime dalam menghadapi tantangan liberalisasi Perdagangan, perubahan pasar internasional, pemerintah harus mengembangkan sistem dan usaha agribisnis berdaya saing (competitiveness), berkerakyatan (people-driven) dan berkelanjutan (sustainable). Dari sisi ekonomi, pembangunan sistem dan usaha agribisnis harus berakar pada sumberdaya dan organisasi ekonomi lokal dan menjadikan inovasi teknologi ramah lingkungan dan kreativitas (skill) rakyat sebagai sumber pertumbuhan, untuk menghasilkan sistem dan usaha agribisnis yang berkelanjutan. Sistem dan usaha agribisnis yang dikembangkan pemerintah, harus berkerakyatan yang dicirikan dengan keterlibatan rakyat dalam sistem dan usaha agribisnis, berlandaskan sumber daya yang dimiliki rakyat baik sumberdaya alam, teknologi (indigenous technologies), kearifan lokal (local wisdom), budaya ekonomi lokal (local culture, capital social) dan menjadikan organisasi ekonomi rakyat banyak menjadi pelaku utama agribisnis. Selain itu, pengembangan sistem dan usaha agribisnis juga harus berkelanjutan, baik dari segi ekonomi, teknologi maupun dari segi ekologis.

C. Peranan Pemerintah Sebagai Pemandu Sistem

Pemerintah dalam melaksanakan pembangunan di bidang ekonomi tidak hanya berperan sebagai salah satu pelaku ekonomi, akan tetapi pemerintah juga berperan dalam merencanakan, membimbing, dan mengarahkan terhadap jalannya roda perekonomian demi tercapainya tujuan pembangunan nasional (Anonim, 2015).

Terdapat beberapa kebijaksanaan-kebijaksanaan yang perlu ditempuh pemerintah dalam melaksanakan perannya, diantaranya:

Kebijaksanaan dalam dunia usaha

Kebijaksanaan di bidang perdagangan

Kebijaksanaan dalam mendorong kegiatan masyarakat

D. Sistem Agribisnis dan Komponennya

Sebagaimana sistem pada umumnya, demikian juga agribisnis sebagai sistem terdiri atas komponen input, proses, dan output. Komponen sistem agribisnis yang tergolong input ialah unit-unit bisnis yang menghasilkan dan memasok barang dan jasa untuk digunakan oleh komponen sistem agribisnis atau unit usaha lain. Komponen proses dari sistem agribisnis ialah unit-unit bisnis yang berfungsi memproduksi dan mengolah hasil produksi produk primer. Output ialah produk-produk agribisnis yang tiba di tangan konsumen akhir.

Secara konseptual sistem agribisnis adalah semua aktivitas mulai dari pengadaan dan penyaluran sarana produksi sampai kepada pemasaran produk-produk yang dihasilkan oleh usahatani dan agroindustri yang saling terkait satu sama lain. Agribisnis sebagai sistem adalah merupakan seperangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas.

Wicaksana, 2010 mengemukakan bahwa Sistem agribisnis merupakan suatu konsep yang menempatkan kegiatan pertanian sebagai suatu kegiatan yang utuh dan komprehensif sekaligus sebagai suatu konsep yang dapat menelaah dan menjawab berbagai masalah dan tantangan. Sistem agribisnis merupakan kesatuan atau kumpulan dari elemen agribisnis yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan dan sasaran bersama, menggunakan input dan mengeluarkan output produk agribisnis melalui pengendalian proses yang telah direncanakan

Sistem agribisnis merupakan totalitas atau kesatuan kinerja agribisnis yang terdiri dari subsistem agribisnis hulu yang berupa kegiatan ekonomi input produksi, informasi, dan teknologi; subsistem

usahatani, yaitu kegiatan produksi pertanian primer tanaman dan hewan; subsistem agribisnis pengolahan (manufaktur), subsistem pemasaran; dan subsistem penunjang, yaitu dukungan sarana dan prasarana serta lingkungan yang kondusif bagi pengembangan agribisnis (Mulyana, 2014 dan Sieva, 2015).

3. Agribisnis dan Tantangannya

A. Agribisnis Sebagai Alternatif

Penggunaan istilah agribisnis relatif masih baru di Indonesia, karena baru pertama kali dilontarkan pada tahun 1957. Sebagai jenis usaha ekonomi, agribisnis adalah segala usaha ekonomi yang berkaitan dengan usahatani, yang meliputi usaha pengadaan sarana produksi, usahatani, usaha pengolahan hasil-hasil pertanian dan usaha perdagangan sarana produksi usahatani, produk usahatani dan produk olahan hasil-hasil pertanian. Sebagaimana sebuah usaha ekonomi, agribisnis memiliki ciri-ciri pokok yaitu:

- a. berorientasi pasar/bersifat komersial yang ditandai sebagian besar sarana produksinya dibeli di pasar dan hasilnya terutama dijual di pasar),
- b. rasional ekonomis (senantiasa berupaya memperoleh manfaat ekonomi sebesar-besarnya), dan
- c. impersonal kompetitif (segala keputusan didasarkan pada pertimbangan ekonomis, bukan sosial atau moral).

Secara operasional pengembangan sistem agribisnis ini harus secara serentak menggerakkan lima sub sistemnya yaitu sub sistem sarana produksi, sub sistem produksi, sub sistem agroindustri, sub sistem pemasaran dan subsistem penunjang. Dengan demikian ciri dari pengembangan agribisnis tersebut adalah adanya interdependensi lintas sektoral dan sub sektoral, karena itu koordinasi yang efisien dan selektif sangatlah diperlukan. Oleh karena itu salah satu kunci utama keberhasilan pembangunan pertanian adalah adanya keterpaduan yang serasi dan saling mendukung antar subsistem dalam agribisnis, antar sektor dalam sistem perekonomian nasional, dan antar wilayah dalam tatanan kesatuan nusantara, sehingga dapat dihasilkan produk-produk

pertanian dan produk agroindustri berdaya saing tinggi di pasar domestik dan pasar internasional.

Menurut Kasryno (1993) kegiatan pemasaran hasil-hasil pertanian merupakan salah satu sub sistem dalam agribisnis yang dianggap satu titik terlemah. Kegiatan ini tidak efisien sehingga merupakan salah satu penyebab ekonomi biaya tinggi dalam kegiatan perdagangan dan ekspor pertanian. Penyebab utama keadaan ini adalah produksi pertanian yang tersebar dalam unit-unit kecil dan lokasi yang terpencil, penanganan pasca panen yang belum sempurna, dan belum berkembangnya standardisasi dan kemampuan memproduksi sesuai dengan standar komoditas yang diharapkan. Pengembangan sistem usahatani yang efisien perlu dikembangkan dalam kerangka pengembangan ekonomi pedesaan.

Penerapan sistem agribisnis menghendaki kesiapan sumber daya manusia pertanian sebagai pelaku utamanya. Untuk itu orientasi pembinaan sumber daya manusia pertanian diarahkan pada kemampuannya berusaha tani dan bisnis pertanian. Dengan pendekatan ini manusia pertanian dapat lebih kritis dalam melaksanakan kegiatan ekonominya, termasuk dalam meningkatkan efisiensi sumber daya pembangunan yang dimilikinya dan dalam mengantisipasi peluang pasar.

Pentingnya pengaturan pasaran hasil usahatani juga dikemukakan oleh Mosher (1984). Ada lima macam syarat pokok (essentials) pembangunan pertanian. Syarat pokok artinya harus tersedia bagi para petani jika pertanian ingin dimajukan. Tanpa salah satu daripadanya maka pembangunan pertanian tidak akan jalan. Apabila semuanya lengkap, barulah pembangunan itu dapat terjadi. Kelima syarat pokok tersebut ialah:

- (1) pasaran untuk hasil usahatani,
- (2) teknologi yang selalu berubah,
- (3) tersedianya sarana produksi dan peralatan secara lokal,
- (4) perangsang produksi bagi petani, dan
- (5) pengangkutan.

Kelima syarat ini bukan merupakan urutan dari yang paling penting sampai yang kurang penting. Semuanya memiliki kedudukan kepentingan yang sama. Oleh karena itu kelimanya merupakan kesatuan yang harus ada. Salah satu dari kelima syarat itu adalah pemasaran.

Selanjutnya Mosher (1984) juga menguraikan lima faktor pelancar pembangunan pertanian. Berlainan dengan syarat-syarat pokok, tiap faktor pelancar ini berguna tetapi tidak bersifat mutlak. Pembangunan pertanian dapat berjalan walaupun salah satu atau lebih dari faktor-faktor itu tidak ada. Namun demikian kebanyakan negara memerlukan pembangunan pertanian secepat mungkin dan untuk mencapai tujuan itu masing-masing faktor pelancar ini dapat sangat membantu. Kelima faktor pelancar tersebut ialah:

- (1) pendidikan pembangunan,
- (2) kredit produksi,
- (3) kegiatan bersama oleh petani,
- (4) perbaikan dan perluasan tanah pertanian, dan
- (5) perencanaan nasional pembangunan pertanian.

Clark (1982) juga mengemukakan hal yang senada, bahwa pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan tidak dapat dilakukan dengan keangkuhan sektoral, namun harus dilakukan secara serentak antar sektoral yang saling mendukung. Petani tidak mungkin hanya dipacu untuk meningkatkan produktivitasnya, namun harus dilakukan usaha serentak untuk meningkatkan konsumsi dan pengembangan institusi yang diperlukan. Institusi yang dimaksud dalam hal ini adalah termasuk institusi pemasaran. Pemasaran yang tidak efisien dapat mempengaruhi rendahnya produktivitas petani.

Kebangkitan agribisnis dipandang sebagai alternatif jalan keluar bagi negara berkembang menghadapi munculnya berbagai politik embargo antar negara. Global Agribisnis terutama yang menyangkut pangan dan serat tidak dapat dihindari karena perdagangan pada akhirnya akan menembus batas negara melalui impor ekspor. Untuk menumbuhkan komersialisasi agribisnis maka

dikemukakan konsep New Coordinating Institutions and Arrangements, yaitu:

- a. pemberdayaan koperasi petani,
- b. pembentukan perusahaan baru yang berorientasi komersial,
- c. kerjasama jangka panjang atas kepentingan yang saling menguntungkan, dan
- d. menciptakan sumber-sumber pembiayaan khusus untuk sektor agribisnis (Bank Dunia, pemerintah maupun bank swasta).

Pemerintah, swasta dan perbankan harus merupakan “*three in one*” untuk memberdayakan ekonomi kerakyatan yang umumnya banyak bergerak di sektor pertanian. Campur tangan pemerintah masih diperlukan untuk menciptakan iklim kondusif melalui pembenahan kelembagaan dan pembangunan infrastruktur agar sektor agribisnis mampu bersaing di pasar domestik dan pasar dunia. Harus disadari, petani tanaman pangan miskin dan petani kecil sangat sulit digerakkan sebagai usaha agribisnis. Kelompok petani ini dicirikan oleh marketable surplus yang rendah bahkan subsisten. Petani tanaman pangan miskin merupakan yang paling tertekan dengan kebijaksanaan pendekatan agribisnis. Oleh karena itu pemecahannya adalah dengan melakukan penggabungan usahatani yang kecil-kecil tersebut atau melakukan usahatani secara berkelompok dengan manajemen “perusahaan tani” (corporate farming) dengan ciri diversifikasi pertanian. Oleh karena itu peranan kelompok tani dalam hal ini sangat penting artinya untuk meningkatkan pendapatan petani.

Kegiatan pemasaran hasil-hasil pertanian merupakan salah satu sub sistem dalam agribisnis yang dianggap satu titik lemah. Kegiatan ini tidak efisien sehingga merupakan salah satu penyebab ekonomi biaya tinggi dalam kegiatan perdagangan dan ekspor pertanian. Penyebab utama keadaan ini adalah produksi pertanian yang tersebar dalam unit-unit kecil dan lokasi yang terpencil, penanganan pasca panen yang belum sempurna, dan belum berkembangnya standardisasi dan kemampuan memproduksi sesuai dengan standar komoditas yang diharapkan.

Penerapan sistem agribisnis menghendaki kesiapan sumber daya manusia pertanian sebagai pelaku utamanya. Untuk itu orientasi pembinaan sumber daya manusia pertanian seyogyanya diarahkan tidak saja pada kemampuannya dalam berusahatani, tetapi juga kemampuannya dalam bisnis pertanian, dan yang lebih penting lagi adalah kemampuan inovatif, kreativitas dan menangkap peluang-peluang. Dengan pendekatan ini manusia pertanian dapat lebih kritis dalam melaksanakan kegiatan ekonominya, termasuk dalam meningkatkan efisiensi sumber daya pembangunan yang dimilikinya dan dalam mengantisipasi peluang pasar.

B. Tantangan Melaksanakan Agribisnis dan Solusinya

Tantangan terbesar pelaksanaan agribisnis di Indonesia adalah karena sebagian besar petani di Indonesia tergolong petani kecil. Oleh karena itu konsep agribisnis dengan teori barat tidak tepat diterapkan di Indonesia. Konsep agribisnis di Indonesia harus berpihak pada rakyat bukan konsep konglomerasi. Berikut ini merupakan Ciri-ciri petani kecil adalah:

Pengusahaan lahan dan Luas pemilikan sedikit sehingga kesulitan memenuhi tuntutan pasar yang komersial yaitu kuantitas, kualitas dan kontinyuitas produksi. Sehingga hasil pertaniannya harus dilakukan pemasaran secara berkelompok.

Petani lambat menerima inovasi akibat pemilikan yang masih sempit karena lebih mementingkan kepastian hasil atau prinsip mencari selamat (*safety first*).

Hasil pertanian yang mudah rusak bahkan busuk dan produksi musiman menyebabkan fluktuasi harga yang sangat besar. Oleh karena itu petani harus memiliki pasaran yang pasti.

Keterbatasan Pengetahuan dan ketrampilan petani menjangkau pasaran komersial.

Kehidupan ekonomi petani yang pas-pasan menyebabkan petani melakukan penjualan untuk memperoleh uang tunai secepatnya sehingga posisi petani sangat lemah dalam menentukan harga.

Keterbatasan modal, peralatan dan sarana transportasi yang membuat petani tidak mampu memperpendek jalur pemasaran sehingga kesenjangan antara penerimaan petani dengan harga yang dibayar konsumen sering terlalu lebar

Semua keterbatasan tersebut menyebabkan petani tidak memiliki bargaining position yang cukup untuk mengatur pasar atau menentukan harga. Petani dalam golongan kecil pada umumnya sulit melakukan prinsip “Petik-Olah-Jual” karena berbagai kelemahan yang telah dijelaskan diatas. Sehingga mengakibatkan petani menerima bagian yang sangat sedikit dibandingkan keseluruhan nilai komoditi yang dihasilkan. Akibat bagian yang diterima petani sangat kecil menyebabkan rangsangan untuk berproduksi menjadi sangat rendah, khususnya untuk produksi tanaman pangan. Lahan pertanian subur sebenarnya jumlahnya banyak yang dibiarkan tidak digarap (lahan tidur) atau digarap seadanya (lahan ngantuk). Hal ini banyak terjadi di perkotaan, dimana lapangan kerja di luar sektor pertanian sangat banyak dan memberi imbalan yang jauh lebih besar dibanding sektor pertanian tanaman pangan.

Campur tangan pemerintah dalam pengaturan sangat diperlukan. Kesalahan kebijaksanaan akan berpengaruh secara meluas pada keseluruhan sistem pertanian. Misalnya dalam agropolitik pengaturan produksi dan tata niaga beras yang terlalu melindungi konsumen. Akibatnya menurut Mubyarto (dalam Sulistyono 1994) nilai tukar petani (NTP) dari tahun ketahun yaitu mulai tahun 1976 sampai tahun 1994 terus menerus mengalami penurunan. NTP tahun 1976 adalah 113 dan terus merosot sampai nilai 95 pada tahun 1993. Keberpihakan pemerintah saat inipun masih nyata kepada konsumen, bukan kepada petani sebagai produsen. Ini terlihat dari bagian subsidi yang disalurkan pemerintah. Akibat kebijaksanaan yang tidak menguntungkan petani, produksi padi mengalami levelling off, bahkan mengalami penurunan sehingga Indonesia kembali menjadi pengimpor beras terbesar di dunia. Ini disebabkan karena petani tidak terangsang untuk berproduksi.

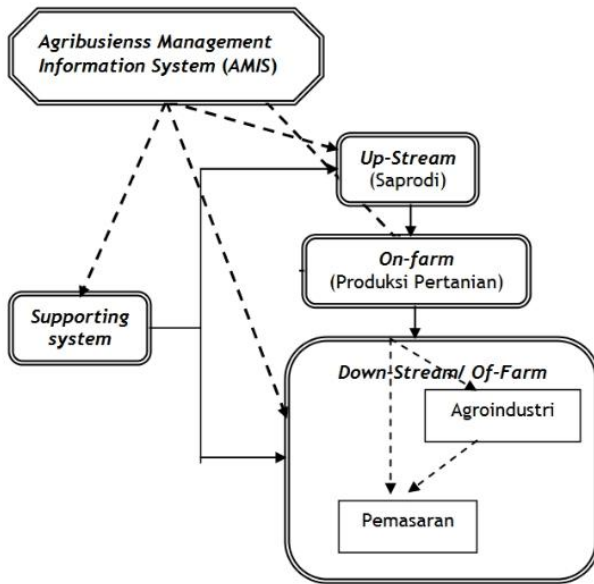
Oleh karena itu perguruan tinggi harus menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki orientasi pertanian yang memihak kepada rakyat, bukan ciri pertanian konglomerasi, melainkan agribisnis merakyat. Wawasan teknologi canggih dibidang pertanian harus diberi muatan sosial budaya. Di Negara berkembang khususnya di Indonesia pemanfaatan teknologi kimiawi dan biologi hanya mampu maksimal memperoleh produktivitas 60 persen dari potensinya. Namun dengan penggabungan rekayasa sosial budaya maka produktivitas teknologi kimiawi dan biologis tersebut mampu ditingkatkan sampai di atas 80 persen. Jika rekayasa ekonomi, sosial dan budaya dipadukan dengan teknologi kimiawi dan biologis, maka bukan mustahil produktivitas akan mencapai mendekati 100%. Di negara maju sangat memungkinkan peranan teknologi kimiawi dan biologis menghasilkan produktivitas maksimal yaitu 100% karena sumber daya manusia atau petaninya memang telah maju. Oleh karena itu teori-teori pertanian dan kebijaksanaan bidang pertanian di negara maju tidak sepenuhnya dapat diterapkan di Indonesia. Di negara maju petaninya yang mencari informasi, namun di negara berkembang penyuluhnya yang mencari petani. Kesalahan tidak dapat ditimpakan kepada petani, namun sistem dan teknologilah yang harus mengatasi.

C. Layanan Informasi Agribisnis

Banyaknya informasi agribisnis telah banyak menimbulkan dampak yang dalam terhadap kerumitan manajemen dan organisasi. Manajer merupakan seorang pengambil keputusan pada dasarnya yang mengolah informasi. Manajer agribisnis modern harus mengetahui bahwa kemampuan untuk memperoleh, menyimpan, mengolah, mengambil kembali, dan menyajikan informasi untuk suatu keputusan yang tepat adalah vital. Hal ini pun merupakan alasan dasar bagi suatu sistem informasi agribisnis adalah keputusan yang lebih baik.

Informasi agribisnis sangat diperlukan pada setiap subsistem agribisnis yang dimulai dari sistem input (pengadaan saprodi), proses (usaha pertanian), sampai ke output (agroindustri dan pemasaran) serta subsistem pendukung karena informasi tersebut akan meningkatkan

proses atau kegiatan kerja seperti kecepatan dan ketelitian yang dapat dijadikan pertimbangan alternatif dalam pengambilan keputusan. Informasi tersebut dikenal dengan nama Sistem Informasi Manajemen Agribisnis (SIMA) atau yang juga sering disebut Agribusiness Management Information System (AMIS).



Tujuan AMIS yaitu menyajikan informasi untuk pengambilan keputusan pada planning, organizing, directing, controlling, dan evaluation kegiatan operasional subsistem agribisnis suatu perusahaan dan menyajikan sinergi organisasi pada proses.

Dalam suatu organisasi agribisnis diperlukan suatu komite pengarah perusahaan selain manajer produksi, manajer pemasaran dan manajer keuangan, juga diperlukan manajer AMIS. Fungsi manajer AMIS sebagai penginput data atau informasi dengan cara memonitor, data programan aplikasi, dan pendesainan informasi agribisnis.

Penerapan Sistem Informasi Manajemen Dalam Agribisnis meliputi:

Mengerjakan pekerjaan rutin dengan jumlah banyak dan teliti, menyimpan data, mengontrol suatu bioproses, suhu dan cuaca in and/or out door terutama untuk kebutuhan litbang, rancang bangun

keteknik pertanian, penggunaan robot, dan sistem informasi pemasaran melalui internet dan Sistem Informasi Manajemen Agribisnis.

Mengerjakan bioteknologi, seperti penemuan DNA, kultur jaringan, hibridoma, teknik rekayasa genetika, rekayasa bioproses.

Mengerjakan ruang lingkup yang mencakup pada kegiatan agribisnis, seperti penemuan material baru yang non konvensional, melalui proses kimia, fisika, biologi, dan bioteknologi.

Mengerjakan dan menyelesaikan teknologi konversi energi alternatif (energi baru) banyak dikembangkan di negara-negara OPEC.

Mengerjakan kegiatan panen, pasca panen dan nilai tambah hasil pertanian.

Mengerjakan teknologi hujan buatan, untuk mengisi waduk, penyediaan air, survey dan pemetaan geografis, serta memperkirakan keadaan cuaca dan iklim.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, M., Sutoyo. 2017. *Buku Ajar Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Pusat Pendidikan Pertanian.

Arifin., Arsyad, B. 2016. *Pengantar Agribisnis*. Bandung: Mujahid Press.

Hotden, LN. Johndikson, A. 2012. *Pengembangan Sistem Agribisnis Dalam Rangka Pembangunan Pertanian Berkelanjutan*. Seminar Nasional Pertanian Presisi Menuju Pertanian Berkelanjutan.

Mardiana, T.P. 2013. *Sistem Informasi Manajemen Agribisnis*. Kupang: Universitas Nusa Cendana.

Rahim, A., Diah, R. 2005. *Sistem Manajemen Agribisnis*. Makassar: Badan Penerbit UNM.

Sutjipta, N. *Agribisnis Pembangunan Setengah Hati*. URL: https://www.academia.edu/31351017/Buku_Agribisnis.



MANAJEMEN AGRIBISNIS

Oleh: Muhammad Reza Aulia

1. Teori Manajemen Agribisnis

Agribisnis adalah sektor ekonomi yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup manusia, karena memenuhi kebutuhan makanan dan pangan bagi masyarakat. Agribisnis juga memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian suatu negara, baik dalam hal penciptaan lapangan kerja maupun kontribusi terhadap PDB. Agribisnis terkait erat dengan sumber daya alam, dan keberlanjutan relatif penting bagi perusahaan yang terlibat dalam agribisnis (Ureña-Espaillet *et al.*, 2022). Agribisnis juga berkaitan dengan keamanan pangan yang merupakan salah satu isu paling penting di dunia saat ini (Dey *et al.*, 2021)

Namun, seiring dengan perkembangan zaman, agribisnis mengalami berbagai tantangan, seperti perubahan iklim, ketergantungan pada pasar global, dan persaingan yang semakin ketat. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan manajemen agribisnis yang efektif dan inovatif. Rantai pasokan agribisnis, penciptaan nilai dan manajemen kualitas penting untuk dikaji lebih dalam (Prathita, Aji and Purwatiningsih, 2023).

Manajemen agribisnis adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan sumber daya dan kegiatan dalam sektor pertanian dan agribisnis. Manajemen agribisnis

memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha pertanian dan agribisnis.

Manajemen agribisnis adalah pengelolaan usaha pertanian dari produksi hingga distribusi produk pertanian secara efisien dan efektif. Teori manajemen agribisnis meliputi berbagai konsep dan prinsip yang dapat membantu petani dan pengusaha pertanian dalam mengoptimalkan keuntungan dan meminimalkan biaya produksi (Andayani, 2015).

Beberapa teori manajemen agribisnis yang penting antara lain:

- 1) **Teori manajemen produksi:** Teori ini fokus pada pengelolaan sumber daya produksi pertanian seperti lahan, tenaga kerja, dan input lainnya untuk memproduksi hasil yang optimal.
- 2) **Teori manajemen pemasaran:** Teori ini fokus pada penjualan produk pertanian ke pasar yang tepat dan mendapatkan harga yang optimal.
- 3) **Teori manajemen keuangan:** Teori ini membahas tentang manajemen keuangan di agribisnis, termasuk investasi, pengelolaan hutang, dan pengambilan keputusan keuangan.
- 4) **Teori manajemen risiko:** Teori ini membahas tentang identifikasi dan pengendalian risiko dalam agribisnis seperti risiko bencana alam, perubahan harga, dan perubahan iklim.
- 5) **Teori manajemen rantai pasokan:** Teori ini fokus pada pengelolaan rantai pasokan produk pertanian dari produksi hingga konsumen akhir dengan mempertimbangkan efisiensi, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

Dalam praktiknya, teori-teori ini dapat digunakan untuk mengoptimalkan produksi dan penjualan produk pertanian, mengelola risiko, serta menjaga keberlanjutan bisnis pertanian.

2. Urgensi Manajemen Agribisnis

Manajemen agribisnis sangat penting karena melalui pengelolaan yang baik, petani dan pengusaha pertanian dapat meningkatkan efisiensi produksi, mengoptimalkan keuntungan, serta

meminimalkan risiko dan biaya produksi. Dengan penerapan teori-teori manajemen agribisnis yang tepat, petani dan pengusaha pertanian dapat mempertahankan keberlangsungan bisnis dan berkontribusi pada ketahanan pangan suatu negara.

Berikut adalah beberapa alasan mengapa manajemen agribisnis sangat penting:

- 1) **Meningkatkan efisiensi produksi:** Manajemen agribisnis membantu dalam meningkatkan efisiensi produksi dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya seperti lahan, air, pupuk, dan bahan-bahan lainnya. Dengan manajemen yang baik, petani dan produsen dapat meningkatkan hasil panen dan mengurangi biaya produksi.
- 2) **Meningkatkan kualitas produk:** Manajemen agribisnis membantu dalam memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dengan manajemen yang baik, petani dan produsen dapat memastikan bahwa produk mereka aman, sehat, dan layak konsumsi.
- 3) **Mengelola risiko:** Pertanian dan agribisnis memiliki banyak risiko, seperti perubahan cuaca, penyakit tanaman, dan fluktuasi harga. Manajemen agribisnis membantu petani dan produsen dalam mengelola risiko ini dengan mengambil tindakan preventif, seperti penggunaan teknologi yang tepat, asuransi pertanian, dan diversifikasi usaha.
- 4) **Meningkatkan pemasaran dan distribusi:** Manajemen agribisnis membantu petani dan produsen dalam memasarkan produk mereka dengan cara yang efektif dan efisien. Dengan manajemen yang baik, mereka dapat menentukan target pasar yang tepat, menentukan harga yang wajar, dan mengoptimalkan jaringan distribusi.
- 5) **Meningkatkan keberlanjutan:** Manajemen agribisnis membantu dalam meningkatkan keberlanjutan usaha pertanian dan agribisnis dengan mengurangi dampak lingkungan dan sosial yang merugikan. Dengan manajemen yang baik, petani

dan produsen dapat memastikan bahwa usaha mereka berkelanjutan dan bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat sekitar.

Secara keseluruhan, manajemen agribisnis sangat penting untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, keberlanjutan, dan keberhasilan usaha pertanian dan agribisnis.

3. Ruang Lingkup Manajemen Agribisnis

Manajemen agribisnis merupakan pengelolaan usaha agribisnis secara profesional dengan menggunakan prinsip-prinsip manajemen yang terkini. Tujuannya adalah untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani, serta menciptakan bisnis agribisnis yang berkelanjutan dan berdampak positif pada lingkungan.

Manajemen agribisnis merupakan bagian dari ilmu manajemen hal ini didasarkan pada asumsi bahwa manajemen agribisnis pada dasarnya menggunakan fungsi-fungsi manajemen. Pada dasarnya banyak aspek manajemen yang terkait dalam manajemen agribisnis tetapi yang penting dan terkait dengan aktivitas dengan agribisnis ini terdiri atas manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen sumberdaya manusia dan manajemen risiko.

4. Strategi Manajemen Agribisnis

Berikut adalah beberapa strategi manajemen agribisnis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani:

- 1) **Penggunaan teknologi yang tepat.** Teknologi yang tepat dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk pertanian. Contohnya, penggunaan sistem irigasi tetes dapat menghemat penggunaan air dan pupuk, sementara penggunaan pupuk organik dapat meningkatkan kesuburan tanah dan kualitas produk pertanian.
- 2) **Pengembangan bisnis yang berkelanjutan.** Bisnis agribisnis yang berkelanjutan memperhatikan keseimbangan antara keuntungan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Contohnya,

pengembangan bisnis pertanian organik tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan petani.

- 3) **Peningkatan akses pasar.** Peningkatan akses pasar dapat meningkatkan nilai tambah produk pertanian dan kesejahteraan petani. Contohnya, pengembangan pasar lokal atau penjualan langsung ke konsumen dapat meningkatkan nilai tambah produk pertanian dan mengurangi ketergantungan pada pasar global.
- 4) **Kolaborasi antara sektor publik dan swasta.** Kolaborasi antara sektor publik dan swasta dapat meningkatkan akses petani terhadap teknologi, pelatihan, dan sumber daya lainnya. Contohnya, kerjasama antara universitas dan petani lokal dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam mengelola usaha pertanian.
- 5) **Meningkatkan keterlibatan masyarakat.** Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan agribisnis dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya agribisnis dan mengurangi konflik sosial. Contohnya, program pelatihan bagi petani lokal atau pengembangan kegiatan pariwisata agribisnis dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan agribisnis dan meningkatkan pengakuan terhadap agribisnis sebagai sektor ekonomi yang penting.

Untuk menerapkan strategi manajemen agribisnis yang efektif, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan perusahaan swasta. Beberapa kebijakan yang dapat diterapkan untuk mendukung manajemen agribisnis adalah:

- 1) **Peningkatan akses pembiayaan.** Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam bentuk pembiayaan atau subsidi bagi petani yang ingin meningkatkan usaha agribisnisnya. Selain itu, lembaga keuangan dapat memberikan akses pembiayaan yang mudah dan terjangkau bagi petani.

- 2) **Pengembangan infrastruktur pertanian.** Pemerintah dapat membangun infrastruktur pertanian, seperti irigasi, jalan, dan gudang, untuk meningkatkan akses petani ke pasar dan meningkatkan efisiensi produksi.
- 3) **Pengembangan teknologi pertanian.** Pemerintah dapat memberikan dukungan bagi pengembangan teknologi pertanian yang tepat guna dan terjangkau, seperti pengembangan varietas tanaman yang tahan terhadap perubahan iklim atau penggunaan sistem irigasi tetes.
- 4) **Peningkatan pelatihan dan Pendidikan.** Pemerintah dapat memberikan pelatihan dan pendidikan kepada petani tentang manajemen agribisnis, pengelolaan keuangan, dan teknologi pertanian. Hal ini dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam mengelola usaha pertanian.
- 5) **Meningkatkan promosi dan pemasaran.** produk pertanian Pemerintah dapat meningkatkan promosi dan pemasaran produk pertanian melalui kampanye promosi atau pengembangan pasar lokal. Hal ini dapat meningkatkan akses petani ke pasar dan meningkatkan nilai tambah produk pertanian.

Dengan menerapkan strategi manajemen agribisnis yang tepat dan dukungan kebijakan yang memadai, diharapkan sektor agribisnis dapat menjadi sektor yang lebih produktif dan berdampak positif pada kesejahteraan petani dan masyarakat secara keseluruhan.

5. Penerapan Manajemen Agribisnis pada Perusahaan Pertanian

Manajemen agribisnis dapat diterapkan di perusahaan pertanian di Indonesia dengan beberapa cara, di antaranya:

- 1) **Perencanaan produksi:** Perusahaan pertanian harus memperhitungkan secara matang kebutuhan bibit, pupuk, pestisida, dan bahan-bahan lainnya untuk produksi pertanian. Hal ini akan memastikan produksi yang efisien dan mengurangi risiko kerugian.

- 2) **Pengelolaan keuangan:** Pengelolaan keuangan yang efektif adalah kunci untuk kesuksesan bisnis pertanian. Perusahaan harus dapat mengelola biaya produksi dan memperoleh pendapatan yang cukup untuk menghasilkan keuntungan yang baik.
- 3) **Penggunaan teknologi:** Teknologi modern dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi produksi pertanian. Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi seperti sistem irigasi otomatis, traktor modern, dan perangkat lunak manajemen pertanian untuk meningkatkan produktivitas.
- 4) **Pengembangan jaringan:** Perusahaan pertanian harus membangun jaringan yang kuat dengan petani, pedagang, dan distributor lainnya untuk memperoleh bahan mentah, menjual produk pertanian, dan memasarkan produk mereka.
- 5) **Manajemen risiko:** Bisnis pertanian memiliki risiko yang tinggi seperti cuaca yang tidak dapat diprediksi, serangan hama dan penyakit, dan fluktuasi harga pasar. Perusahaan harus mengembangkan strategi untuk mengurangi risiko, seperti asuransi pertanian dan diversifikasi tanaman.
- 6) **Pengembangan sumber daya manusia:** Perusahaan pertanian harus memperhatikan pengembangan sumber daya manusia, termasuk pelatihan dan pengembangan keterampilan karyawan. Hal ini akan meningkatkan produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan.
- 7) **Pemantauan dan evaluasi:** Perusahaan pertanian harus terus memantau kinerja mereka dan melakukan evaluasi untuk mengevaluasi efektivitas strategi bisnis mereka. Hal ini akan membantu perusahaan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan membuat perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan kesuksesan bisnis mereka.

6. Keunikan Agribisnis dan Relevansinya dengan Manajemen Agribisnis

Karena karakteristik yang khas dari agribisnis, manajemen agribisnis harus dibedakan dari manajemen yang lain karena beberapa faktor. Pertama, terdapat keanekaragaman jenis bisnis yang sangat besar pada sektor agribisnis yang melibatkan hampir setiap jenis perusahaan bisnis yang pernah dikenal oleh peradaban, mulai dari para produsen dasar hingga konsumen akhir. Kedua, jumlah pelaku agribisnis yang besar. Ketiga, hampir semua agribisnis terkait erat dengan pengusaha tani, baik langsung maupun tidak langsung. Keempat, terdapat keragaman skala usaha di sektor agribisnis, dari yang berskala kecil hingga perusahaan besar. Kelima, terdapat persaingan pasar yang ketat, terutama pada agribisnis yang berskala kecil. Keenam, falsafah cara hidup tradisional yang dianut oleh para pelaku agribisnis cenderung membuat bisnis agribisnis lebih tradisional daripada bisnis lainnya. Ketujuh, badan usaha agribisnis cenderung dijalankan oleh petani dan keluarganya. Kedelapan, produksi agribisnis sangat bersifat musiman. Kesembilan, agribisnis sangat tergantung dengan lingkungan eksternal/gejala alam. Terakhir, dampak dari program dan kebijakan pemerintah dapat langsung berpengaruh pada sektor agribisnis.

Selain itu, bisnis di bidang agribisnis memiliki 5 (lima) keunikan, yaitu:

- 1) Keunikan dalam aspek sosial, budaya dan politik; Agribisnis tumbuh sebagai hasil peradaban manusia, sehingga keberagaman sosial dan budaya turut pula membentuk struktur, perilaku dan kinerja dari agribisnis. Keberagaman tersebut dapat diamati dari sisi produsen dan sisi konsumen.
- 2) Keunikan karena adanya ketidakpastian (uncertainty) dari produksi pertanian yang berbasis biologis; Berdasarkan ilmu genetika dapat diketahui bahwa variasi produksi tanaman dan hewan dipengaruhi variasi genetik, variasi lingkungan (macroclimate, microclimate) dan variasi interaksi genetik dengan lingkungan, sehingga kita dapat merasakan variasi rasa

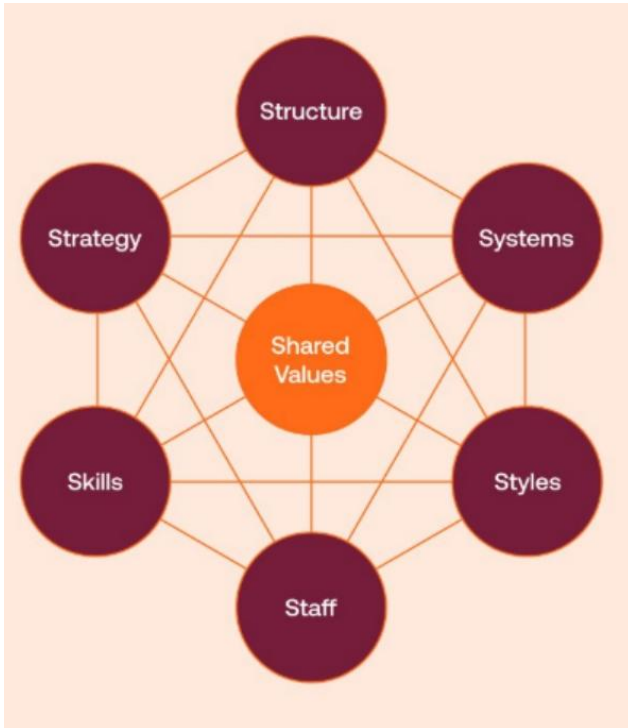
buah, dan juga variasi proses. Perkembangan teknologi dan rekayasa memang juga menyumbangkan hal yang bermanfaat seperti menyeragamkan produk melalui baik aplikasi teknologi kultur jaringan maupun kloning, embrio transfer, trans-genic (penyeragaman genetik), rumah kaca (green house), hydroponic (penyeragaman lingkungan), bioteknologi. Namun aplikasi teknologi tersebut relative mahal dan terbatas. Karakteristik biologis juga berlaku bagi umumnya produk agribisnis, seperti: voluminous, bulky dan perishable yang membedakan dengan produk non agribisnis.

- 3) Keunikan dalam derajat/intensitas intervensi politik dari pemerintah; Produk agribisnis khususnya bahan pangan (staple food) merupakan kebutuhan dasar (basic needs) dan sering dilihat sebagai komoditas politik sehingga sering diintervensi oleh politik pemerintah. Kontribusi bahan pangan dalam perhitungan inflasi sering menyebabkan agribisnis bahan pangan menjadi target politik ekonomi relatif terhadap produksi/industry non agribisnis. Pada berbagai negara MEE, AS, dan Jepang, sektor agribisnisnya cenderung di proteksi guna mempertahankan keseimbangan ekologis (ekosistem pertanian di negara). Bahkan ada kecenderungan baru berkaitan dengan preferensi konsumen di setiap negara dilegalisasi sebagai bentuk hambatan perdagangan menggantikan kebijakan tarif dan non tarif.
- 4) Keunikan dalam kelembagaan pengembangan teknologi; Peran agribisnis sangat penting dalam ekonomi setiap negara menyebabkan pengembangan teknologi pada sektor ini menjadi salah satu public service yang disediakan pemerintah.
- 5) Perbedaan struktur persaingan pasar; Sektor agribisnis merupakan sektor yang paling banyak pelaku ekonominya. Pada umumnya pelaku ekonomi (produsen, konsumen) relatif kecil-kecil dibandingkan dengan luasnya pasar, selain itu semua produk agribisnis memiliki produk substitusinya.

- 6) Agribisnis tumbuh sebagai hasil peradaban manusia yang memiliki keunikan dalam aspek sosial, budaya, dan politik. Keberagaman sosial dan budaya turut membentuk struktur, perilaku, dan kinerja dari agribisnis, yang dapat diamati dari sisi produsen dan konsumen.
- 7) Agribisnis memiliki keunikan karena adanya ketidakpastian dari produksi pertanian yang berbasis biologis. Variasi produksi tanaman dan hewan dipengaruhi oleh variasi genetik, lingkungan, dan interaksi genetik dengan lingkungan, sehingga kita dapat merasakan variasi rasa dan proses pada produknya. Perkembangan teknologi dan rekayasa juga menyumbangkan hal yang bermanfaat, namun aplikasi teknologi tersebut relative mahal dan terbatas. Produk agribisnis juga memiliki karakteristik biologis yang membedakannya dengan produk non-agribisnis.
- 8) Produk agribisnis khususnya bahan pangan merupakan kebutuhan dasar dan sering diintervensi oleh politik pemerintah karena sering dilihat sebagai komoditas politik. Kontribusi bahan pangan dalam perhitungan inflasi sering menyebabkan agribisnis bahan pangan menjadi target politik ekonomi relatif terhadap produksi/industry non-agribisnis. Pada beberapa negara, sektor agribisnisnya cenderung di proteksi untuk mempertahankan keseimbangan ekologis di negara tersebut.
- 9) Peran agribisnis sangat penting dalam ekonomi setiap negara, sehingga pengembangan teknologi pada sektor ini menjadi salah satu public service yang disediakan pemerintah (Aulia, 2021).
- 10) Sektor agribisnis merupakan sektor yang paling banyak pelaku ekonominya. Pelaku ekonomi (produsen, konsumen) relatif kecil-kecil dibandingkan dengan luasnya pasar, dan semua produk agribisnis memiliki produk substitusinya, sehingga struktur persaingan pasar pada sektor ini berbeda dengan sektor lainnya.

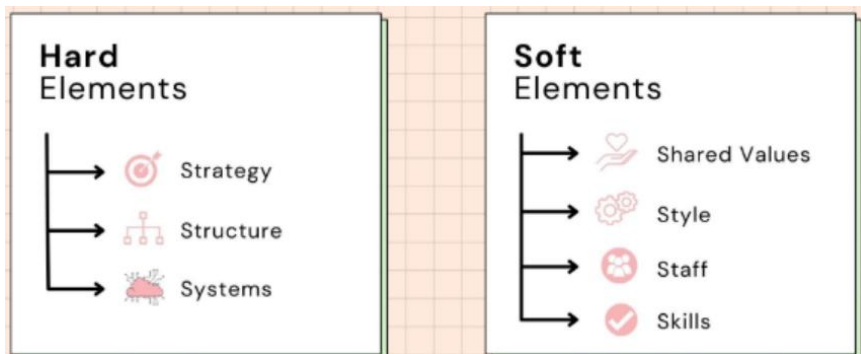
7. Model Manajemen Agribisnis

Model McKinsey 7-S adalah salah satu model yang dapat diterapkan dalam manajemen agribisnis untuk saat ini, organisasi perusahaan dapat memanfaatkan model ini untuk mengelola perubahan secara efektif.



Gambar 1. Model McKinsey

Model McKinsey 7-S adalah kerangka kerja perubahan berdasarkan desain organisasi perusahaan. Hal ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana pemimpin dapat secara efektif mengelola perubahan organisasi dengan menyusun strategi dengan tujuh elemen kunci: struktur, strategi, sistem, nilai bersama, keterampilan, gaya, dan staf. Model tersebut menyoroti bahwa ada efek domino ketika salah satu elemen diubah. Penempatan sentral dari nilai-nilai bersama menekankan bahwa budaya perubahan yang kuat memengaruhi semua elemen lain untuk mendorong perubahan.



Gambar 2. Kerangka Kerja Model McKinsey

McKinsey 7-S Framework kemudian mengkategorikan elemen tersebut menjadi dua kategori: *hard* dan *soft*. Elemen keras (*hard*) mudah diidentifikasi dan dipengaruhi oleh kepemimpinan dan manajemen. Elemen lunak (*soft*) tidak berwujud dan digerakkan oleh budaya. Berikut penjelasan pada masing-masing elemen:

- 1) **Strategi.** Elemen strategi adalah rencana terperinci yang dibuat organisasi untuk implementasi perubahan yang sukses dan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Strategi yang dibuat dengan baik diselaraskan dengan enam elemen lain dari model 7-S dan diperkuat oleh visi, misi, dan nilai yang kuat.
- 2) **Struktur.** Struktur atau struktur organisasi mengacu pada rantai komando yang jelas untuk menghindari kekacauan & kebingungan. Struktur adalah elemen sederhana namun penting karena menciptakan rasa akuntabilitas karyawan dalam organisasi.
- 3) **Sistem.** Sistem mengacu pada proses bisnis dan prosedur operasional yang digunakan untuk menyelesaikan aktivitas rutin bisnis. SOP organisasi terdiri dari praktik dan alur kerja yang berdampak langsung pada produktivitas dan pengambilan keputusan.
- 4) **Nilai Bersama (Shared Values).** Ini adalah nilai-nilai inti yang mengatur kesehatan organisasi. Saat menerapkan perubahan, organisasi mengharapkan modifikasi perilaku dari

- karyawan mereka, yang hanya mungkin terjadi dalam budaya perubahan dan nilai-nilai organisasi yang kuat.
- 5) **Gaya (Style).** Elemen ini mengacu pada gaya manajemen yang berlaku di perusahaan yang menentukan tingkat produktivitas dan kepuasan karyawan.
 - 6) **Staf.** Elemen ini mewakili talent pool yang dibutuhkan, ukuran tenaga kerja yang ada, dan motivasi mereka. Itu juga mempertimbangkan bagaimana mereka dilatih dan dihargai dalam organisasi.
 - 7) **Keterampilan (Skill).** Keterampilan mengacu pada kemampuan karyawan untuk menyelesaikan tugas. Sebuah studi menunjukkan bahwa 45% responden melaporkan bahwa kesenjangan keterampilan menyebabkan hilangnya produktivitas. Kesenjangan keterampilan membebani karyawan berpengalaman yang harus mengisi kekosongan karena kurangnya pengalaman rekan kerja mereka. Penting untuk mengidentifikasi kesenjangan keterampilan dan membuat program pelatihan karyawan yang relevan untuk menjembatani kesenjangan tersebut.

8. Implementasi Model McKinsey

Praktisi agribisnis dapat menerapkan model McKinsey 7-S secara efektif menggunakan pendekatan atas-bawah. Identifikasi elemen mana dari kerangka kerja 7-S yang dibutuhkan untuk menyelaraskan kembali dalam meningkatkan kinerja organisasi atau mempertahankan keselarasan dan kinerja. Ketika ada perubahan lain seperti restrukturisasi, peningkatan proses, penggabungan perusahaan, implementasi perangkat lunak baru, atau perubahan kepemimpinan.

Berikut adalah item tindakan berikut untuk dipertimbangkan sebelum menerapkan model 7-S:

- 1) **Identifikasi Kesenjangan dan Proses yang Tidak Selaras.** Identifikasi kesenjangan dan ketidakkonsistenan dalam proses bisnis organisasi Anda yang ada dan buat daftar area yang

- tidak selaras, serta apa yang perlu diubah untuk memulihkan keseimbangan yang efektif.
- 2) **Tentukan Desain Organisasi Yang Ideal.** Langkah ini intensif penelitian dan membutuhkan pemimpin perubahan untuk menemukan sweet spot di mana visi manajemen tentang desain organisasi yang optimal selaras dengan sentimen seluruh anggota tim lainnya.
 - 3) **Buat Rencana Tindakan yang Efektif.** Setelah mengidentifikasi outlier, agen perubahan harus membuat rencana implementasi yang terperinci. Rencana tindakan harus mencakup perubahan yang diperlukan pada hierarki organisasi, aliran komunikasi, dan hubungan pelaporan, yang akan memungkinkan perusahaan mencapai desain organisasi yang diinginkan.
 - 4) **Terapkan Perubahan.** Tahap implementasi perubahan adalah tahap paling kritis dari setiap inisiatif perubahan, dan hanya perubahan yang diimplementasikan dengan baik yang akan menghindari resistensi terhadap perubahan dan mencegah kegagalan perubahan secara keseluruhan. Anda harus mengidentifikasi agen perubahan internal atau mempekerjakan konsultan perubahan yang paling cocok untuk menerapkan perubahan Anda.
 - 5) **Menjaga Momentum dengan Proses Tinjauan Berkelanjutan.** Ketujuh elemen ini sangat dinamis dan terus berubah. Oleh karena itu, praktisi harus melacak elemen-elemen ini dan mengetahui bagaimana pengaruhnya satu sama lain untuk mempertahankan momentum perubahan.

9. Penerapan Barcode sebagai Penunjang Manajemen Agribisnis

Barcode adalah sistem pengkodean optik yang digunakan untuk mengidentifikasi produk atau item secara unik. Penerapan barcode dalam sistem manajemen agribisnis dapat membantu

mengoptimalkan pengelolaan inventaris dan memudahkan pemantauan dan pengaturan persediaan.

Beberapa contoh penerapan barcode dalam sistem manajemen agribisnis meliputi:

- 1) **Identifikasi Produk:** Barcode dapat digunakan untuk mengidentifikasi produk, seperti bahan baku, pupuk, obat-obatan, benih, atau produk pertanian lainnya, dengan memberikan label barcode pada kemasan atau produk itu sendiri.
- 2) **Pengelolaan Inventaris:** Barcode dapat digunakan untuk melacak inventaris dengan cara memberikan label barcode pada setiap item. Dengan melakukan scanning barcode, petani atau pengelola bisnis pertanian dapat mengakses informasi yang diperlukan, seperti jumlah inventaris, status persediaan, dan lokasi penyimpanan.
- 3) **Pemantauan Produksi:** Barcode juga dapat digunakan untuk memantau produksi pada setiap tahap, mulai dari produksi hingga pengiriman. Barcode bisa memberikan informasi tentang jenis, jumlah, dan waktu produksi, serta memungkinkan pengguna untuk melacak setiap produk.
- 4) **Pengendalian Kualitas:** Barcode dapat digunakan untuk mengendalikan kualitas produk pertanian dengan cara memantau setiap produk dan membandingkannya dengan standar kualitas yang telah ditetapkan.
- 5) **Pemantauan Distribusi:** Barcode dapat membantu pemantauan distribusi produk pertanian ke konsumen atau pembeli. Barcode dapat memudahkan pencatatan informasi, seperti jumlah dan jenis produk yang dikirim, serta memantau waktu pengiriman dan penerimaan produk.

Dalam keseluruhan, penerapan barcode dalam sistem manajemen agribisnis dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan data akurat untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik (Zulham *et al.*, 2022). Hal ini tidak terlepas dari pentingnya kompetensi untuk peningkatan kinerja (Reza

Aulia, 2020; Aulia, Saragi and Simbolon, 2021). Kompetensi digital sangat diperlukan dalam management agribisnis (Aulia, 2023).

Sistem barcode yang digunakan pada PT LNK (Langkat Nusantara Kepong) terbukti dapat meminimalisir terjadinya pencurian buah dan manipulasi data (Zulham *et al.*, 2023). Hal ini dikarenakan data yang terkumpul dalam barcode akan membantu manajer dalam proses pelacakan apabila terjadi pencurian atau manipulasi data, sehingga pelaku pencurian atau karyawan yang terlibat dapat dengan mudah diidentifikasi. Selanjutnya sistem barcode yang digunakan dalam mendaftarkan absensi karyawan sangat mempengaruhi tingkat kedisiplinan kerja karyawan. Penggunaan sistem barcode dapat menghemat biaya pembelian fisik kertas dan juga kinerja karyawan yang meningkat cukup signifikan dalam menjalankan operasional sehari-hari. Singkatnya, sistem barcode PT. Langkat Nusantara Kepong (LNK) membantu meningkatkan efisiensi kerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, S.A. (2015) *Manajemen Agribisnis Pendekatan Manajemen Dalam Agribisnis, Jurnal Manajemen Agribisnis*. Media Cendikia Muslim.
- Aulia, M.R. (2021) 'Strategi Pengembangan Agribisnis Kabupaten Asahan Agribusiness Development Strategy of Asahan Regency', *Jurnal Agriust*, 1(2), pp. 69–75. Available at: <https://doi.org/10.54367/agriust.v1i2.1437>.
- Aulia, M.R. (2023) 'DIGITAL COMPETENCIES AND EXPERIENCE IN PARTNERSHIP PROGRAM ON SMEs PERFORMANCE', 02(7), pp. 1416–1425.
- Aulia, M.R., Saragi, C.P. and Simbolon, R. (2021) 'The Effect of Entrepreneurial Characteristics on Entrepreneurial Competence and Entrepreneurial Competence on Business Performance of Micro and Small-Scale Coffee Shops in Bogor', *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(1), pp. 37–48. Available at: <https://doi.org/10.54268/baskara.4.1.37-48>.

- Dey, S. *et al.* (2021) ‘FoodSQRBLOCK: Digitizing food production and the supply chain with blockchain and QR code in the cloud’, *Sustainability (Switzerland)*, 13(6), pp. 1–11. Available at: <https://doi.org/10.3390/su13063486>.
- Prathita, A.D., Aji, J.M.M. and Purwatiningsih, R. (2023) ‘Supply Chain and Quality Management of Arabica Coffee: A Case of Smallholders’ Agribusiness in Bondowoso Indonesia’, *AIP Conference Proceedings*, 2583(January). Available at: <https://doi.org/10.1063/5.0119045>.
- Reza Aulia, M. (2020) *Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kedai Kopi Skala Mikro dan Kecil Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan*. Medan. Available at: <http://ejournal.ust.ac.id/index.php/AGRIUST>.
- Ureña-Español, H.J. *et al.* (2022) ‘Sustainability and Creativity Management in Agribusiness’, *Journal of Scientific and Industrial Research*, 81(10), pp. 1107–1113. Available at: <https://doi.org/10.56042/jsir.v81i10.46459>.
- Zulham *et al.* (2022) ‘The Effect of barcode system on efficiency and effectiveness of agribusiness management in oil palm company’, *International Journal of Chemical and Biochemical Sciences*, 22, pp. 159–163.
- Zulham *et al.* (2023) ‘Performance Analysis of Oil Palm Companies Based on Barcode System through Fit Viability Approach: Long Work as A Moderator Variable’, *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 5(1), pp. 40–52. Available at: <https://doi.org/10.34306/att.v5i1.288>.

BIODATA PENULIS




Muhammad Reza Aulia, S.Pt., M.Si. dilahirkan di Medan pada tanggal 22 Juni 1992. Lulus Sarjana Ilmu Peternakan Fakultas Pertanian (FP) USU tahun 2015. Pada tahun 2018 menyelesaikan studi jenjang Program Magister Sains Agribisnis pada Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor (IPB).

Muhammad Reza Aulia, memulai karirnya sebagai Staf Pengajar Jurusan Agribisnis 2 Mei 2019 di Universitas Katolik Santo Thomas kemudian menjadi Staff Pengajar di Universitas Teuku Umar Pada 1 Maret 2022.

Muhammad Reza Aulia pernah menjadi Kepala Lab Agribisnis dan Unit Penjaminan Mutu 2019-2022. Saat ini menjabat sebagai Satuan Penjaminan Mutu Internal (SPMI) Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar.

Muhammad Reza Aulia aktif meneliti, menulis buku dan publikasi serta melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Ia memiliki beberapa buku serta publikasi pada jurnal terakreditasi nasional dan internasional. Selanjutnya juga melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat. Serta melakukan kegiatan editor jurnal serta sebagai reviewer jurnal nasional dan internasional



WIRUSAHA AGRIBISNIS DI ERA DIGITAL

Oleh: Rokhman Permadi



1.1 Pendahuluan

Sektor pertanian di beberapa negara berkembang mempunyai peran strategis dalam pembangunan ekonomi termasuk juga di Indonesia. Sebagai sebuah negara berkembang yang agraris dan subur, sektor pertanian dan sektor terkait lainnya telah menjadi mata pencaharian utama sebagian besar penduduk Indonesia. Hasil sensus pertanian Tahun 2018 menemukan bahwa jumlah petani di Indonesia mencapai angka lebih dari 33 juta orang (Badan Pusat Statistik, 2018). Oleh karena itu, sektor pertanian perlu didorong agar dapat memainkan peran dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan serta pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat.

Posisi strategis sektor pertanian dalam kehidupan masyarakat di masa yang akan datang sangat tergantung pada kemampuan mengubah *mindset* masyarakat yang lebih cenderung memaknai pertanian hanya sebatas profesi penghasil komoditas primer, menjadi sebuah ilmu pengetahuan yang berperan sangat besar bagi umat manusia. Disadari atau tidak disadari, makhluk hidup termasuk juga manusia menggantungkan hidupnya dengan produk-produk pertanian. Manusia bernafas membutuhkan oksigen, selain itu juga perlu asupan energi lain yang dapat diperoleh dari tanaman atau tumbuhan serta

hewan yang ada di alam. Manusia memerlukan sumber-sumber energi tersebut baik secara langsung mengambil di alam atau dengan cara membudidayakannya.

Pertanian harus dipandang sebagai sebuah ilmu karena dari sinilah akan mendorong para pemikir-pemikir untuk menemukan berbagai macam pengetahuan-pengetahuan baru yang nantinya juga akan mendukung terciptanya teknologi sehingga kebutuhan hidup manusia akan dengan mudah dipenuhi. Sebagaimana apa yang disyaratkan oleh (Mosher, 1965) bahwa pembangunan pertanian agar dapat berjalan secara berkesinambungan harus didukung oleh adanya ilmu dan teknologi yang harus selalu berkembang.

Perkembangan dan kemajuan teknologi dan informasi menghadirkan digitalisasi kewirausahaan agribisnis. Digitalisasi merupakan hal penting yang diperlukan untuk mengembangkan kewirausahaan agribisnis karena dapat meningkatkan daya saing bisnis. Digitalisasi mendorong penyediaan informasi dan mempermudah perolehan informasi yang akan meningkatkan pengetahuan wirausahawan agribisnis yang akhirnya akan mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengidentifikasi peluang baru dan membuat beberapa inovasi.

1.2 Era Disrupsi

Era revolusi industri 4.0 akan mendorong perkembangan teknologi yang sangat cepat. Dasar revolusi industri 4.0 adalah didorong oleh digitalisasi teknologi. Kecepatan perkembangan teknologi ditandai dengan munculnya konsep industri terkini yang meliputi beberapa perkembangan industri dimasa depan seperti *Cyber-Physical Systems (CPS)*, *Internet of Things (IoT)*, *Internet of Services (IoS)*, *Robotics*, *Big Data*, *Cloud Manufacturing*, dan *Augmented Reality* (Pereira and Romero, 2017). Paradigma baru dari industri tersebut membawa perubahan yang signifikan terhadap lanskap industri beberapa tahun belakangan sebagai hasil dari inovasi yang terus menerus dan pengembangan disrupsi.

Istilah "disrupsi" sejak tahun 2015 populer setelah Clayton M Christensen mengemukakan teorinya dalam sebuah bukunya yang berjudul *The Innovator's Dilema* pada tahun 1997. Di lain pihak, dua tahun berselang setelah Christensen mengemukakan teorinya, pada tahun 1999 Francis Fukuyama juga menerbitkan buku yang berjudul *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*. meskipun terjadi perbedaan pemahaman terhadap konsep disrupsi, namun keduanya memiliki kesamaan konteks dari sisi waktu di mana telah terjadi kemajuan yang luar biasa terhadap teknologi informasi dan dengan cepat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Perbedaan dari kedua orang di atas terlihat pada pemahamannya terhadap konsep "disrupsi" yang mana Fukuyama mengartikan disrupsi sebagai halangan terhadap tatanan kehidupan. Adapun sudut pandang Christensen menganggap disrupsi adalah sebuah kesempatan inovasi yang menguntungkan.

Secara bahasa disrupsi berarti gangguan atau kekacauan yang berasal dari bahasa Inggris "*Disruption*". Kenapa disebut gangguan?, karena efek digitalisasi akan mengubah banyak tata kehidupan manusia. Perubahan terjadi hampir di segala bidang seperti tidak hanya industri saja tetapi juga di bidang lainnya seperti ekonomi, pendidikan, kesehatan, sosial budaya, dan lainnya. Revolusi industri 4.0 mengubah bagaimana cara manusia hidup, bekerja, dan berkomunikasi. Di era ini, perilaku belanja manusia bergeser dari berbelanja secara konvensional/tradisional menjadi belanja online. Saat ini kita hampir tidak memerlukan tenaga lebih untuk menuju ke pasar atau mendatangi toko atau gerai untuk mencari dan membeli produk yang diinginkan. Hanya menggunakan perangkat pintar, kemudahan berbelanja online sudah banyak dirasakan saat ini dengan hadirnya *e-commerce*.

Dalam ranah teori bisnis, istilah "inovasi disruptif" (*disruptive innovation*) cukup umum. Hal ini mengacu pada inovasi yang memiliki potensi untuk membangun pasar baru dan jaringan nilai, yang kemudian memiliki kemampuan untuk menggeser atau bahkan menggantikan pasar dan jaringan nilai yang ada. Parahnya, pelaku

usaha, baik kecil maupun besar, yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan normal baru di era disrupsi ini, akan gagal atau bangkrut. Misalnya, di Indonesia, sebuah perusahaan ritel besar bernama Matahari nyaris gulung tikar akibat menjamurnya pasar online baru seperti Bukalapak, Tokopedia, Blibli, dan banyak lagi.

Efek negatif dari era disrupsi adalah bagaimana di masa depan manusia akan hidup dengan penuh ketidakpastian (*uncertainly*) secara global, karena perubahan-perubahan terjadi sangat cepat dan itens, oleh karena itu manusia harus mempunyai kemampuan beradaptasi dan kemampuan untuk membaca kemungkinan yang akan terjadi di masa depan yang berubah sangat cepat. Efek positif dari kemampuan membaca masa depan sekaligus akan menjadikannya sebagai peluang inovasi yang akan memberikan keuntungan. Menurut pandangan Critensen *dalam* (Ohoitumur, 2018) bahwa disrupsi merupakan sesuatu yang menguntungkan jika mampu melakukan inovasi disruptif (*disruptive innovation*) dalam hal memanfaatkan apa yang dianggap tidak mempunyai nilai sebagai peluang untuk menciptakan sesuatu yang berharga dan berkualitas dengan harga yang terjangkau dan layanan yang efisien.

Hadirnya internet sebagai bagian dari digitalisasi yang dikenal dengan istilah *Internet of Things* (IoT) seharusnya bisa dimanfaatkan dengan baik dalam rangka mengatasi permasalahan yang terjadi. IoT adalah komponen teknologi yang memungkinkan sesuatu obyek baik benda maupun manusia terhubung ke jaringan dan dapat terkoneksi satu sama lain untuk mengumpulkan dan atau berbagi data. (Kumar, Tiwari and Zymbler, 2019) mendefinisikan IoT secara umum sebagai sebuah jaringan, yang menghubungkan segala sesuatu dengan internet dengan frekuensi radio (RFID), sensor, sistem penentuan posisi global (GPS), pemindai laser dan perangkat penginderaan informasi lainnya sesuai dengan protokol yang disepakati untuk bertukar informasi dalam rangka identifikasi, pelacakan lokasi, pemantauan, dan manajemen yang cerdas. (Malavade and Akulwar, 2017) menyatakan bahwa teknologi IoT lebih efisien karena alasan berikut: 1. Konektivitas Global melalui perangkat apa pun. 2. minimum upaya manusia 3. Akses Lebih Cepat 4. Efisiensi Waktu 5. Komunikasi yang Efisien.

1.3 Tantangan Wirausaha Agribisnis

Tantangan masa depan yang dihadapi sektor pertanian membutuhkan perubahan paradigma dari orientasi produksi ke orientasi pasar. Dibutuhkan pergeseran pola pikir dari perspektif produksi pertanian tradisional menuju model agribisnis yang berpusat pada pasar. Pertanian adalah sektor yang dinamis, yang menawarkan banyak kesempatan untuk berwirausaha di sepanjang rantai nilai agribisnis. Selain itu, inovasi dalam penerapan teknologi dan model bisnis diharapkan dapat mendorong minat untuk berwirausaha di bidang agribisnis.

Mengembangkan kewirausahaan agribisnis diakui tidaklah mudah dan sederhana. terdapat beberapa tantangan, yang harus dihadapi terkait pengembangan kewirausahaan agribisnis. Pada dasarnya, terdapat tiga masalah utama yang dihadapi oleh para wirausahawan dalam menjalankan usaha di bidang agribisnis. Pertama, adaptasi teknologi yang masih sangat lambat sehingga seluruh aktivitas yang dilakukan berjalan secara konvensional. Kedua, kelembagaan di sektor pertanian masih lemah, sehingga para wirausahawan agribisnis kesulitan dalam mengakses lembaga-lembaga keuangan dan tidak terlindungi dari ancaman eksternal, seperti ancaman produk impor, fluktuasi harga, keterjaminan pasar, dan lain sejenisnya. Ketiga, lemahnya akses terhadap pasar.

Beberapa tahun belakangan ini, akses pasar pertanian di negara-negara berkembang merupakan masalah yang menjadi sorotan. Padahal, akses terhadap pasar dapat memberikan kesempatan bagi wirausahawan agribisnis untuk meningkatkan pendapatan mereka dari proses produksi. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya perubahan persepsi yang tidak hanya membangun kemampuan produksi petani tetapi juga memfasilitasi petani untuk dapat mengakses pasar.

Menurut (Soekartawi, 2002) salah satu titik lemah dari sistem pertanian terutama di negara berkembang, termasuk juga di Indonesia, adalah kurangnya kepedulian terhadap aspek pemasaran. Kebanyakan masyarakat pedesaan tidak dapat memperbaiki taraf hidup mereka adalah karena mereka menghadapi kesulitan dalam mengakses pasar.

Mereka bisa mendapatkan input pertanian namun tidak memiliki kemampuan untuk menjual produk yang dihasilkan ke konsumen.

Pasar dianggap sebagai saluran yang memungkinkan dalam rangka pembangunan pedesaan, karena dianggap penting untuk pertumbuhan ekonomi dan mengatasi kemiskinan. (Urquieta and Alwang, 2012) mengatakan bahwa pasar adalah mekanisme transmisi antara pertumbuhan ekonomi yang lebih luas dan kehidupan masyarakat berpendapatan rendah. Pasar membantu menentukan kecepatan dan tingkat pengurangan kemiskinan dan menciptakan hubungan antara ekonomi lokal, nasional, dan global.

Akses pasar merupakan sesuatu yang sama pentingnya setelah produksi. Melalui pasar, petani dapat memperoleh manfaat yang berkontribusi bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan keluarga petani setelah menjual produk mereka di pasar. Oleh karena itu, kemampuan petani mengakses pasar sangat menentukan besaran pendapatan yang akan diterima oleh petani.

Penelitian yang dilakukan (Kiveu and Ofafa, 2013) menemukan bahwa pengusaha kecil seringkali menghadapi kesulitan dalam mengakses pasar karena sulit memperoleh informasi pasar, sehingga sering terjadi ketidaksesuaian antara penawaran dan permintaan. Hal ini berakibat pada hilangnya peluang pasar yang semestinya dapat diambil dan dimanfaatkan oleh pengusaha kecil.

Menurut (Jari and Fraser, 2013) petani kecil di negara berkembang masih merasa kesulitan untuk mengambil bagian dalam pasar formal, karena kurangnya informasi pasar. Padahal, jumlah informasi yang tersedia bagi petani sangat memandu dan membuka jalan dalam proses pengambilan keputusan, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi petani (Msoffe, 2015). Namun, informasi pasar yang tidak sempurna tampaknya lazim di negara-negara berkembang di mana teknologi dan infrastruktur komunikasi seringkali kurang (Nakasone, Torero and Minten, 2014).

Petani sering menerima informasi dari keluarga, teman, atau pedagang di berbagai pasar. Sayangnya, informasi tersebut seringkali tidak akurat, hal itu berdampak negatif bagi petani, terutama dalam

kasus asimetri informasi yang mengakibatkan fluktuasi atau volatilitas harga. Secara umum, volatilitas harga berdampak negatif pada penurunan pendapatan petani, mengganggu pasar pertanian dan investasi, serta meningkatkan porsi pengeluaran pangan atas total konsumsi atau kerawanan pangan (Magrini, Balié and Morales-Opazo, 2017). Di lain pihak, ketidakmampuan petani dalam mendapatkan informasi menyebabkan petani sering dieksploitasi oleh perantara, yang memiliki informasi pasar yang lebih akurat.

1.4 Digitalisasi Wirausaha Agribisnis

Saat ini, konsep agribisnis menjadi cara pandang baru di bidang pertanian. Konsep agribisnis memandang sektor pertanian sebagai suatu sistem yang terintegrasi meliputi semua kegiatan, termasuk pengadaan dan distribusi sarana produksi (input) hingga pemasaran produk yang dihasilkan oleh pertanian dan agroindustri, yang saling terkait. Konsep agribisnis memberikan nuansa baru dalam mengembangkan sektor pertanian. Perkembangan sektor pertanian yang awalnya hanya terfokus pada tahap budidaya, mulai berkembang menjadi pertanian terpadu. Salah satu faktor pendukung yang signifikan untuk mengembangkan kegiatan agribisnis di pedesaan adalah kewirausahaan agribisnis.

Kewirausahaan, inovasi, dan kreativitas adalah motor penggerak ekonomi modern. Kewirausahaan adalah kombinasi dari inovasi, solusi, dan risiko yang mengarah pada pertumbuhan dan perkembangan bisnis. Jiwa kewirausahaan seorang wirausahawan tercermin dari kemampuannya dalam menggabungkan modal, tenaga kerja, dan sumber daya alam untuk berinovasi dan mengatur bisnis guna memperoleh keuntungan yang lebih tinggi, bahkan ketika menghadapi risiko yang tinggi. Wirausahawan menganggap perubahan sebagai fenomena alam dan selalu melihat ke depan secara positif, bereaksi, dan menganggapnya sebagai peluang.

Selama dua dekade terakhir, telah terjadi perkembangan teknologi informasi yang cepat, yang mengakibatkan tingkat digitalisasi yang tinggi. Seperti telah dijelaskan sebelumnya,

digitalisasi telah mendorong revolusi industri 4.0 dan mengubah semua aspek kehidupan kita dan mengubah dunia bisnis termasuk agribisnis. Digitalisasi merupakan tren global yang dapat menentukan prospek pertumbuhan sebuah bisnis, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional bahkan global.

Internet dan bentuk teknologi informasi dan komunikasi lainnya adalah dua contoh aset teknologi yang memunculkan fenomena yang dikenal sebagai "kewirausahaan digital" (Le Dinh, Vu and Ayayi, 2018). Dalam arti luas, istilah "kewirausahaan digital" mengacu pada setiap usaha kewirausahaan yang melibatkan transfer aset, layanan, atau komponen yang cukup besar dari aktivitas organisasi ke ranah digital. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Hull *et al.*, 2007) menunjukkan bahwa pengusaha tradisional dan digital mengoperasikan bisnis mereka dengan sangat berbeda. Perbedaan utama antara pemilik bisnis konvensional dan digital terletak pada barang yang mereka jual, strategi pemasaran yang mereka gunakan, dan lingkungan tempat mereka melakukan operasi.

Menurut (Sahut, Iandoli and Teulon, 2019) Kewirausahaan digital adalah aktivitas yang menciptakan nilai bisnis dengan menggunakan berbagai penggerak rekayasa sosial untuk mendukung perolehan, pemrosesan, distribusi, dan konsumsi informasi digital secara efektif. Oleh karena itu, seorang wirausahawan digital akan memulai proses "disrupsi kreatif" dengan elemen dasar berupa inovasi pada model bisnis, strategi, proses, produk, dan layanan. Dengan demikian, wirausahawan digital dapat dikatakan sebagai inovator yang memperkenalkan produk baru atau inovator yang memperkenalkan teknologi baru. Sebagaimana definisi wirausahawan adalah seorang inovator yang mampu mengenali dan mengambil peluang, serta memiliki kemampuan mengubah peluang menjadi ide yang dapat diterapkan dan dipasarkan, dengan penuh kesadaran akan resiko dan keuntungan yang akan terjadi. Oleh karena itu, kewirausahaan merupakan salah satu motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi.

Penerapan inovasi dan teknologi digital merupakan salah satu cara yang potensial untuk menjawab sejumlah isu, salah satunya hadir

dalam industri pertanian. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, Revolusi Industri 4.0 mampu membawa transformasi cepat di berbagai industri karena munculnya teknologi digital. Penerapan teknologi seluler, penginderaan jarak jauh, dan layanan komputer dalam industri pertanian dan pangan diperkirakan akan meningkatkan akses petani kecil terhadap informasi, input produksi, pasar, pembiayaan, dan peluang pelatihan. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital dapat membuka pintu baru bagi masuknya petani kecil ke dalam sistem pertanian yang memanfaatkan bantuan digital.

Internet saat ini bukanlah sesuatu yang sulit untuk dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan tidak hanya di kota bahkan sampai di pedesaan. Hadirnya telepon pintar (*smart phone*) dengan berbagai macam fitur yang ditawarkan disertai infrastruktur yang dengan akses internet kecepatan tinggi memudahkan semua orang untuk memanfaatkan internet untuk berbagai macam keperluan. (Adégbidi, 2012) menyebutkan bahwa penggunaan ponsel dapat menghemat waktu dan memungkinkan produsen untuk menghemat uang yang digunakan untuk beberapa perjalanan. Ponsel juga memfasilitasi transaksi dan menyediakan akses tepat waktu, ke informasi yang relevan.

Banyak hal yang dapat dimanfaatkan dari hadirnya internet sebagai sebagai pendukung kegiatan usaha agribisnis. Dengan internet wirausahawan agribisnis dapat mengetahui perkembangan harga komoditi di tempat dan waktu yang berbeda. Wirausahawan agribisnis juga dapat mengetahui komoditi apa saja yang sedang dibutuhkan dan berapa banyak yang diminta oleh konsumen potensialnya. Mereka dapat memperoleh informasi dan pengetahuan yang lebih banyak dan *realtime* tentang tren dan teknologi terkini menggunakan IoT (Malavade and Akulwar, 2017). Tidak hanya itu, dengan internet pelaku agribisnis juga dapat memasarkan hasil produksinya dengan jangkauan yang lebih luas tidak hanya lokal, domestik, bahkan global. CTA (2008) *dalam* (Adégbidi, 2012) mengungkapkan bahwa pemanfaatan layanan informasi berbasis teknologi informasi dan komunikasi mampu menghubungkan petani kecil di negara

berkembang dengan pelaku lain dalam rantai pasokan, sehingga dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengakses pasar. Selain itu, hasil penelitian (Urquieta, 2014) menunjukkan bahwa petani yang memiliki ponsel memiliki aksesibilitas informasi pasar yang lebih baik, yang akan mempengaruhi keputusan mereka menentukan ke mana dan seberapa banyak mereka menjual hasil produksinya.

Pada awal abad ke-21, telah terjadi perubahan paling mendasar pada model bisnis. Saat ini pemanfaatan internet dan berbagai bentuk media sosial menjadi komponen penting dari strategi bisnis. Platform media sosial muncul dengan tujuan menghubungkan komunitas yang berbeda di seluruh dunia melalui penggunaan media berbasis internet, sehingga mengatasi kendala waktu dan jarak. Usaha kecil dan menengah (juga dikenal sebagai UKM) dapat memperoleh manfaat besar dari penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi karena efektif dan efisien (Delerue, Kaplan and Haenlein, 2012). Sementara itu, (Fischer and Reuber, 2011) mengemukakan bahwa media sosial dapat menciptakan peluang untuk beberapa interaksi sosial yang sebelumnya tidak pernah terdengar bagi bisnis atau individu. Kondisi ini menjadi peluang bagi perusahaan untuk menggunakan media sosial. Menurut (Öztamur and Karakadılar, 2014), media sosial saat ini digunakan tidak hanya sebagai media hiburan semata tetapi juga sebagai komponen yang tidak terpisahkan dari kehidupan perusahaan sebagai strategi pemasaran. Diakui bahwa penggunaan media sosial dapat membantu pemilik bisnis dalam meningkatkan kesadaran merek, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan (Jones, Borgman and Ulusoy, 2015).

Penggunaan jejaring sosial terbukti dapat menjadi solusi untuk membantu mengatasi keterbatasan yang dihadapi pelaku usaha di industri tersebut untuk mempermudah akses pasarnya. (Constantinides, 2014) berpendapat bahwa jejaring sosial dapat berperan sangat penting dan menjadi factor penentu, yang dapat mensubstitusi alat pemasaran konvensional, membantu pemasar untuk melakukan beberapa kegiatan pemasaran dengan cara yang efektif, efisien dan ekonomis. (Balakrishnan, Dahnil and Yi, 2014) juga

menyatakan bahwa industri dapat menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran murah yang dapat menyentuh konsumen yang lebih luas.

Jarak antara produsen dan konsumen juga diakui dapat diperpendek oleh penggunaan media sosial. Selain itu, melalui media sosial memungkinkan adanya interaksi dua arah produsen dan konsumen secara langsung tanpa adanya peranta. (Shabbir, Ghazi and Mehmood, 2016) menyarankan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran oleh pengusaha, karena dengan media sosial mereka dapat dengan cepat membuat jaringan pendukung yang sangat penting untuk pengembangan bisnis mereka. Hal ini sejalan dengan Schaupp & Belanger (2013) *dalam* (Tajvidi and Karami, 2021) bahwa media sosial merupakan platform yang dapat menghubungkan perusahaan dengan sejumlah besar pelanggan potensial secara efektif dan mudah untuk menyebarkan informasi-informasi bisnis mereka.

(Kaplan and Haenlein, 2010) mengatakan bahwa ada enam jenis media sosial:

1. Proyek kolaborasi: Memungkinkan pengguna mengubah, menambah, atau mengambil konten dari situs, seperti di Wikipedia.
2. Blog dan microblogging: Blog ini memberikan kebebasan lebih kepada pengguna untuk mengatakan apa yang mereka inginkan, seperti bercerita atau mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya adalah Twitter.
3. Konten: Situs web berbagi hal-hal seperti video, e-book, gambar, dan lainnya. Contoh Youtube.
4. Jejaring sosial: Situs web atau aplikasi yang memungkinkan orang terhubung satu sama lain dengan berbagi informasi pribadi. Contohnya Facebook.
5. Dunia game virtual: Merupakan tempat virtual di mana pengguna dapat membuat salinan lingkungan 3D, menggunakan avatar apa pun yang mereka inginkan, dan berinteraksi dengan orang-orang di dunia nyata secara alami. Ambil game online sebagai contoh.

6. Dunia sosial virtual: Dunia maya dimana orang bisa merasakan hidup di dunia maya seperti dunia game maya lalu berbicara dengan orang lain. Dunia Sosial Virtual, di sisi lain, lebih berpikiran terbuka dan bertujuan untuk menjadi lebih seperti kehidupan nyata.

Terdapat banyak platform media sosial yang saat ini dapat digunakan sebagai media pemasaran bagi para pengusaha agribisnis. Twitter, WhatsApp, Facebook, YouTube, dan Instagram merupakan beberapa platform media sosial yang saat ini dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran bagi para pengusaha agribisnis. Facebook merupakan salah satu contoh platform yang mendorong pengguna untuk terlibat dalam percakapan satu sama lain melalui pertukaran informasi dalam bentuk postingan teks, gambar, dan video. Jika internet digunakan sebagai media pemasaran, sangat memungkinkan untuk mengembangkan hubungan antara penjual dan pembeli, dan pihak-pihak tersebut dapat saling berhubungan secara real time, bebas dari kendala baik jarak maupun waktu.

Facebook adalah salah satu situs media sosial paling populer di Indonesia, dengan pengguna yang aktif dari berbagai usia (dari remaja hingga manula) (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). Berbagai fasilitas yang disediakan oleh Facebook untuk memfasilitasi komunikasi dan interaksi dua arah bagi penggunanya. Di sisi lain, YouTube adalah platform media sosial yang saat ini diakui bersama sebagai platform berbagi video; namun, sejumlah besar pemilik bisnis dan bahkan petani menggunakan platform ini sebagai media pemasaran. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, karena kemajuan infrastruktur yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, mendapatkan akses ke video online tidak lagi menjadi hal yang sulit.

Whatsapp juga merupakan satu dari beberapa media sosial yang sampai dengan saat ini sangat dibutuhkan sebagai media interaksi. Melalui platform ini petani sangat terbantu bergabung dalam grup-grup diskusi sesama petani atau pihak-pihak lain yang dapat diatur sedemikian rupa. Diketahui bahwa WhatsApp merupakan platform

media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk dengan mudah mengirimkan pesan teks, gambar, audio, dan video, baik pesan pribadi maupun pesan *broadcast*. Fitur-fiturnya tidak hanya berkirim pesan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk berkomunikasi sebagaimana telepon genggam atau *video call*.

Sebagai contoh bagaimana penggunaan media sosial dapat meningkatkan aksesibilitas pasar pelaku usaha agribisnis adalah penelitian yang dilakukan oleh (Permadi and Winarti, 2018) yang menemukan bahwa industri kecil pengolahan kerupuk ikan sangat terbantu dalam hal akses pasar melalui penggunaan media sosial. Pengusaha yang menggunakan media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan memperoleh konsumen yang lebih banyak dibanding pengusaha yang tidak memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran produknya.

Diakui semua kemudahan yang didapatkan dari penggunaan sosial media dalam pemasaran bukan tanpa kendala, sedikit banyak pasti ada beberapa keterbatasan yang akan dialami bahkan di era teknologi seperti sekarang ini. Menurut (Balkrishna, Bite Bhalchandra Deshmukh, 2017) terdapat beberapa tantangan penggunaan media sosial dalam Pemasaran Pertanian, yaitu:

1. Tingkat adopsi media sosial sebagai alat pemasaran pertanian bagi petani tidak sama.
2. Akses yang terbatas ke media sosial karena kendala data, jaringan, dan sebagainya.
3. Penguasaan penggunaan media sosial dalam pemasaran pertanian masih rendah.
4. Kurang percaya pada e-buying, e-selling komoditas pertanian di media sosial.
5. Semua aktivitas dibatasi oleh waktu, teknologi, jaringan, dan sebagainya.
6. Biaya penggunaan teknologi dalam pemasaran pertanian masih besar.

Untuk mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi dalam penggunaan media sosial di atas, diperlukan suatu usaha yang lebih

besar lagi baik oleh akademisi, peneliti, pemerintah, serta *stakeholder* lainnya untuk dapat meningkatkan kemampuan adopsi teknologi bagi petani sehingga manfaat dari teknologi canggih saat ini dapat dirasakan secara masif di semua petani. Ketersediaan infrastruktur yang memadai dan meluas serta mudan dan murah juga diharapkan mampu mendorong para petani atau pelaku usaha agribisnis lainnya untuk beralih dari tradisional menuju ke arah digitalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adégbidi, A.B.E. a (2012) ‘Impact of ICT use on access to markets of pineapple smallholder farmers in Benin’, *Journal of Research in International Business and Management*, 2(9), pp. 240–247.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022) *Profil Internet Indonesia 2022*, *Apji.or.Od*. Available at: apji.or.id.
- Badan Pusat Statistik (2018) *Hasil Survey Pertanian Antar Sensus 2018 (SUTAS 2018)*. Jakarta.
- Balakrishnan, B.K.P.D., Dahnil, M.I. and Yi, W.J. (2014) ‘The Impact of Social Media Marketing Medium toward Purchase Intention and Brand Loyalty among Generation Y’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148(August 2014), pp. 177–185. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.032>.
- Balkrishna, Bite Bhalchandra Deshmukh, A.A. (2017) ‘A Study on Role of Social Media in Agriculture Marketing and its Scope’, *Global Journal of Management and Business Research*, 17(1), pp. 33–36. Available at: https://globaljournals.org/GJMBR_Volume17/5-A-Study-on-Role-of-Social-Media.pdf.
- Constantinides, E. (2014) ‘Foundations of Social Media Marketing’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, pp. 40–57. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.016>.
- Delerue, H., Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2012) ‘Social media: Back to the roots and back to the future’, *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), pp. 101–104. Available at: <https://doi.org/10.1108/13287261211232126>.

- Le Dinh, T., Vu, M.C. and Ayayi, A. (2018) 'Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process', *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), p. 4675.
- Fischer, E. and Reuber, A.R. (2011) 'Social interaction via new social media: (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior?', *Journal of Business Venturing*, 26(1), pp. 1–18. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.09.002>.
- Hull, C.E. *et al.* (2007) 'Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship', *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), pp. 290–303. Available at: <https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166>.
- Jari, B. and Fraser, G.C.G. (2013) 'An analysis of institutional and technical factors influencing agricultural marketing amongst smallholder farmers in the Kat River Valley , Eastern Cape Province , South Africa', 1(1), pp. 16–23.
- Jones, N., Borgman, R. and Ulusoy, E. (2015) 'Impact of social media on small businesses', *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), pp. 611–632. Available at: <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2013-0133>.
- Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010) 'Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media', *Business Horizons*, 53(1), pp. 59–68. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Kiveu, M. and Ofafa, G. (2013) 'Enhancing market access in Kenyan SMEs using ICT', *Kiveu and Ofafa Global Business and Economics Research Journal*, 2(9), pp. 29–46.
- Kumar, S., Tiwari, P. and Zymbler, M. (2019) 'Internet of Things is a revolutionary approach for future technology enhancement: a review', *Journal of Big Data*, 6(1). Available at: <https://doi.org/10.1186/s40537-019-0268-2>.
- Magrini, E., Balié, J. and Morales-Opazo, C. (2017) 'Cereal price shocks and volatility in sub-Saharan Africa: what really matters for farmers' welfare?', *Agricultural Economics (United*

- Kingdom*), 48(6), pp. 719–729. Available at: <https://doi.org/10.1111/agec.12369>.
- Malavade, V.N. and Akulwar, P.K. (2017) ‘Role of IoT in Agriculture’, *IOSR Journal of Computre Engineering*, 20(6), pp. 56–57. Available at: <http://www.iosrjournals.org/iosr-jce/papers/Conf.16051/Volume-1/13.56-57.pdf>.
- Mosher, A.. (1965) *Menggerakkan Dan Membangun Pertanian Syarat-syarat Pokok Pembangunan Dan Modernisasi*. Bandung: Yasaguna.
- Msoffe, G. e. P. (2015) *Access And Use Of Poultry Management Information In Selected Rural Areas Of Tanzania*. University Of South Africa.
- Nakasone, E., Torero, M. and Minten, B. (2014) ‘The Power of Information: The ICT Revolution in Agricultural Development’, *Annual Review of Resource Economics*, 6(1), pp. 533–550. Available at: <https://doi.org/10.1146/annurev-resource-100913-012714>.
- Ohoitumur, J. (2018) ‘Disrupsi: Tantangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan peluang bagi lembaga pendidikan tinggi’, *Respons: Jurnal Etika Sosial*, 23(02), pp. 143–166. Available at: ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/respons/article/download/553/216.
- Öztamur, D. and Karakadılar, İ.S. (2014) ‘Exploring the Role of Social Media for SMEs: As a New Marketing Strategy Tool for the Firm Performance Perspective’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, pp. 511–520. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.067>.
- Pereira, A.C. and Romero, F. (2017) ‘A review of the meanings and the implications of the Industry 4.0 concept’, *Procedia Manufacturing*, 13, pp. 1206–1214. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.032>.
- Permadi, R. and Winarti, L. (2018) ‘The Analysis of Factors Affecting Farmers’ Accessibility Towards Markets and its Relation to

- Farmers' Bargaining Position', *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 15(1), pp. 73–82. Available at: <https://doi.org/10.17358/jma.15.1.73>.
- Sahut, J.M., Iandoli, L. and Teulon, F. (2019) 'The age of digital entrepreneurship', *Small Business Economics*, 56(3), pp. 1159–1169. Available at: <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>.
- Shabbir, M.S., Ghazi, M.S. and Mehmood, A.R. (2016) 'Impact of Social Media Applications on Small Business Entrepreneurs', *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(3), p. 1. Available at: <https://doi.org/10.18639/merj.2016.02.200914>.
- Soekartawi (2002) *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian (Teori & Aplikasi)*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Tajvidi, R. and Karami, A. (2021) 'The effect of social media on firm performance', *Computers in Human Behavior*, 115, pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.026>.
- Urquieta, N.R.A. (2014) 'Effects of access to information on farmer 's market channel choice: The Case of Potato in Tiraque Sub-watershed (Cochabamba - Bolivia)', *Journal of Marketing Education*, 2(3), pp. 47–54.
- Urquieta, N.R.A. and Alwang, J. (2012) 'Women rule: Potato markets, cellular phones and access to information in the Bolivian highlands', *Agricultural Economics (United Kingdom)*, 43(4), pp. 405–415. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1574-0862.2012.00592.x>.

BIODATA PENULIS



Dr. Rokhman Permadi, S.P., M.P., Dosen Program Studi Agribisnis Universitas Darwan Ali. Penulis lahir di Banjarbaru tanggal 07 Juni 1983. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Agribisnis, Universitas Darwan Ali, Sampit, Kalimantan Tengah. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat dan melanjutkan ke jenjang berikutnya di S2 Ekonomi Pertanian dan S3 Ilmu Pertanian pada Program Pasca Sarjana Universitas Lambung Mangkurat. Beberapa penelitian yang menjadi fokus penulis adalah di bidang pemasaran produk-produk pertanian khususnya pemasaran di era digital.



SINOPSIS

Buku yang ada ditangan pembaca ini berjudul Pengantar Agribisnis. Buku ini di susun secara lengkap dengan tujuan untuk memudahkan para pembaca memahami isi buku ini. Buku ini membahas tentang pengantar agribisnis, sejarah agribisnis, teori dan perkembangan agribisnis, kemitraan agribisnis, perusahaan agribisnis, produksi produk agribisnis, pemasaran produk agribisnis, struktur biaya agribisnis, layanan agribisnis, manajemen agribisnis, dan wirausaha agribisnis di era digital. Buku ini cocok dijadikan bahan rujukan untuk memperdalam pengetahuan di bidang agribisnis bagi semua kalangan baik akademisi maupun masyarakat secara umum.